



Giunta Regionale della Campania - Ufficio Stampa e Comunicazione  
Via Santa Lucia, 81 - 80134 Napoli  
Tel. 081 7962383 - fax 081 7962385  
e-mail: [ufficio.stampa@regione.campania.it](mailto:ufficio.stampa@regione.campania.it)  
[www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

GIUNTA REGIONALE DELLA CAMPANIA  
Uffici di Diretta Collaborazione del Presidente  
GABINETTO

Prot.2017 - 0024410 /UDCP/Ufficio Stampa del 20/09/2017 U

Fascicolo:VARIE -

A SVILUPPO CAMPANIA

e, p.c. Capo di Gabinetto della G.R.C.  
Cons. S. De Felice

Oggetto: Attuazione del Piano Strategica di Comunicazione Istituzionale della Regione Campania.  
D.G.R. n. 78 del 01.03.2016. Richiesta progetto di supporto tecnico-organizzativo alla  
Comunicazione Multicanale.

La Regione Campania punta su un disegno strategico unitario incentrando le proprie azioni a favore di cittadini, istituzioni, enti locali ed imprese e condividendo le priorità di intervento per uno sviluppo intelligente, sostenibile ed inclusivo, promuovendo un'informazione ampia e trasparente sulle azioni e sulle opportunità offerte dalla Regione Campania.

A tal fine vogliate produrre un progetto finalizzato ad illustrare le attività dell'Ente, favorire la conoscenza dei servizi pubblici erogati, a promuovere la conoscenza su temi di rilevante interesse pubblico e sociale e l'immagine dell'Amministrazione.

Il progetto, che deve garantire una sostenibilità economica (prevedendo un impegno finanziario complessivo lordo, per la Giunta Regionale, non superiore ad €. 200.000,00) ed organizzativa (anche attraverso figure specialistiche), coprirà il periodo ottobre 2017/febbraio 2018 vertendo sui seguenti argomenti:

- Lavoro Sanità
- Ambiente
- Mobilità
- Infrastrutture
- Attività Produttive
- Politiche Sociali
- Turismo
- Fondi Europei

Nello specifico si richiede l'individuazione dei vari strumenti/canali di comunicazione, per l'acquisizione di forniture di servizi (es. media agency, pubblicità mobile, produzione audiovisiva, ecc.), per l'acquisto di spazi pubblicitari (tabellari, affissioni, spot video, spot radio, ecc.), per l'utilizzo di attrezzature multimediali e set di ripresa, per la produzione e messa a disposizione di videonews per le testate giornalistiche, per la gestione delle piattaforme di comunicazione multimediali come portali web (portale istituzionale, portale del turismo incampania.com, ecc.), per il social media management e il web marketing.

Alla presente si allega la DGR n. 78/2016 ed il Piano Strategico di Comunicazione Istituzionale della Regione Campania a cui il progetto dovrà fare stretto riferimento.

Il Responsabile dell'informazione multimediale  
Mario De Rosa



## **Delibera della Giunta Regionale n. 78 del 01/03/2016**

Dipartimento 40 - Dipartimento UDCP

Direzione Generale 3 - Segreteria di Giunta

Oggetto dell'Atto:

**APPROVAZIONE DEL PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE  
DELLA REGIONE CAMPANIA**

**Alla stregua dell'istruttoria compiuta dall'Ufficio e delle risultanze e degli atti tutti richiamati nelle premesse che seguono, costituenti istruttoria a tutti gli effetti di legge, nonché dell'espressa dichiarazione di regolarità della stessa resa dal dirigente a mezzo di sottoscrizione della presente**

**PREMESSO CHE:**

- a) lo Statuto della Regione Campania garantisce che le attività amministrative regionali siano informate ai principi della trasparenza e della partecipazione dei cittadini, delle formazioni sociali, delle autonomie funzionali, degli enti e delle associazioni e che, a questo fine, i poteri e le attività regionali siano esercitati con la più ampia pubblicità, per consentire la massima diffusione delle informazioni;
- b) con legge 7 giugno 2000, n. 150, avente a oggetto "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*", è stato stabilito, all'articolo 1, comma 5, che le attività di informazione e di comunicazione devono essere finalizzate, in particolare, a illustrare le attività delle istituzioni, a favorire la conoscenza dei servizi pubblici erogati, a promuovere la conoscenza su temi di rilevante interesse pubblico e sociale e a promuovere l'immagine dell'Amministrazione;

**CONSIDERATO CHE:**

- a) alla luce della vigente normativa in materia, la comunicazione istituzionale deve essere considerata uno strumento fondamentale nel rapporto tra istituzioni e cittadini, nonché veicolo efficace per garantire la più diffusa informazione sulle attività svolte dalla Regione e sulla fruibilità dei servizi erogati;
- b) l'ampliamento della conoscenza e del dialogo con i cittadini in merito alle iniziative programmate e poste in essere dalla Regione è un valore strategico, finalizzato a promuovere la consapevolezza diffusa sulle opportunità offerte dall'Amministrazione, con particolare attenzione alle azioni prioritarie in materia di lavoro, sanità, mobilità e fondi europei;
- c) si manifesta la necessità di garantire, attraverso l'adozione di un piano strategico di comunicazione, la massima diffusione delle informazioni relative alle politiche regionali e al loro impatto sulla vita della comunità degli amministrati, onde promuovere la partecipazione e la cittadinanza attiva e la promozione dell'immagine dell'Amministrazione;

**RITENUTO**

- a) di dover approvare il piano strategico di comunicazione istituzionale, come strumento per il coordinamento di attività di informazione sulle azioni prioritarie a favore di cittadini, associazioni, imprese e istituzioni;
- b) di dover demandare all'Ufficio Stampa e al Responsabile dell'Informazione multimediale, ciascuno per i propri ambiti di competenza, la definizione delle attività di informazione e l'intera attività procedimentale intesa all'adozione di ogni atto necessario alla piena attuazione del piano di comunicazione;
- c) di dover imputare le eventuali spese emergenti al capitolo di spesa 512, a valere sui fondi regionali, nei limiti degli stanziamenti previsti nel bilancio di gestione per il triennio 2016-2018, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 52/2016;

**VISTI**

- a) lo Statuto della Regione Campania;

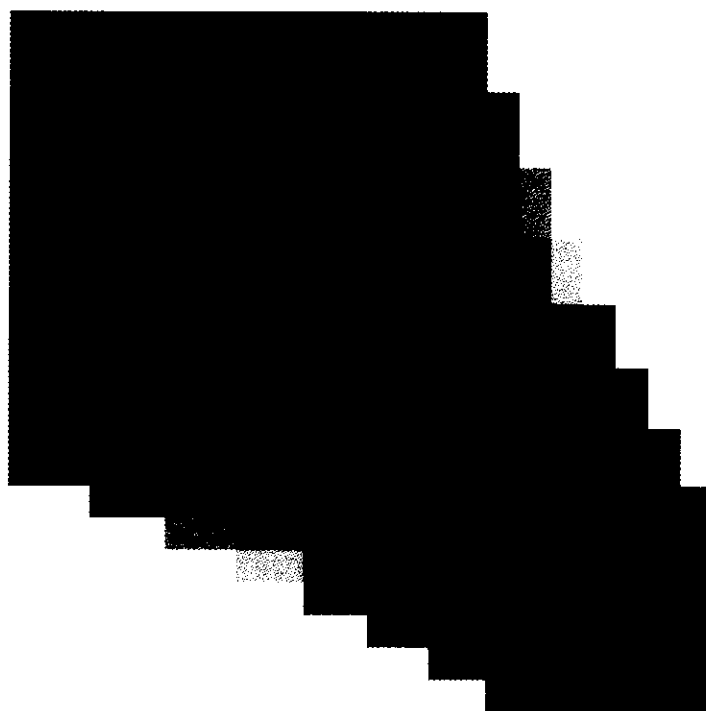
- b) la legge 7 giugno 2000, n. 150;
  - c) la deliberazione di Giunta regionale n. 52/2016;
- propone e la Giunta in conformità, a voti unanimi,

**DELIBERA**

per i motivi espressi in premessa, che qui si intendono integralmente riportati:

- 1) di approvare il piano strategico di comunicazione istituzionale, che, allegato alla presente deliberazione, ne forma parte integrante e sostanziale;
- 2) di demandare all'Ufficio Stampa e al Responsabile dell'Informazione multimediale, ciascuno per i propri ambiti di competenza, la definizione delle attività di informazione e l'intera attività procedimentale intesa all'adozione di ogni atto necessario alla piena attuazione del piano di comunicazione;
- 3) di imputare le eventuali spese emergenti al capitolo di spesa 512, a valere sui fondi regionali, nei limiti degli stanziamenti previsti nel bilancio di gestione per il triennio 2016-2018, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 52/2016;
- 4) di trasmettere la presente deliberazione al Capo di Gabinetto del Presidente, ai Capi Dipartimento, ai Direttori generali e al BURC per la pubblicazione.

# PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA REGIONE CAMPANIA



**Premessa:**

La Regione Campania punta su un disegno strategico unitario, integrato e incentrato su azioni concrete a favore di cittadini, associazioni, imprese e istituzioni condividendo le priorità di intervento per uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo.

Promuovere un'informazione ampia e trasparente sulle azioni e sulle opportunità offerte dalla Regione Campania.

Rafforzare l'immagine della Regione Campania come ente che programma e mette in opera strategie per la crescita, la competitività e l'occupazione in un quadro di sostenibilità ambientale e inclusione sociale.

## **ARGOMENTI PRIORITARI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE**

---

**Lavoro, Sanità, Ambiente, Mobilità, Infrastrutture, Attività Produttive, Politiche Sociali, Turismo e Fondi Europei**

**Obiettivi della comunicazione**

- Evidenziare l'impatto delle Politiche regionali sulla vita dei campani e sullo sviluppo del territorio;
- Promuovere la partecipazione e la cittadinanza attiva a partire dall'offerta di informazioni tempestive e trasparenti sull'impiego delle risorse per la crescita del territorio;
- Diffondere un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la riconoscibilità delle informazioni.

**Destinatari**

La Strategia di Comunicazione si rivolge ai cittadini campani:

**Grande pubblico**, vale a dire i cittadini della Campania. Nel più ampio contesto della programmazione di governo informare sull'avanzamento delle politiche, sulle realizzazioni e sull'impatto delle operazioni (anche grazie all'apertura di nuovi servizi);

**Beneficiari**, ossia i soggetti collettivi che hanno avuto accesso ai benefici e alle agevolazioni che saranno accompagnati durante la gestione delle attività;

Infine **soggetti moltiplicatori**, quindi tutta le Organizzazioni ed Enti che allo scopo di promuovere l'effetto moltiplicatore della diffusione di informazioni in un quadro di crescente trasparenza e partecipazione.

**Le attività**

1. **Pubblicità e promozione delle azioni Politiche del Governo Regionale**
2. **Diffusione dei risultati e prospettive di sviluppo**

### **Strumenti e azioni**

- **Indagini**
- **Campagne pubblicitarie;**
- **Comunicazione via internet e social;**
- **Stampa;**
- **Produzioni multimediali;**
- **Eventi.**

### **Campagne pubblicitarie**

Le campagne pubblicitarie saranno programmate in momenti rilevanti della fase di attuazione quali:

- **Attuazione del Programma di governo**
- **Programmazione dei fondi Europei**
- **Lancio di nuovi servizi e di consultazioni pubbliche**
- **Organizzazione di eventi**
- **Diffusione di informazioni inerenti iniziative e progetti significativi**
- **Diffusione dati relativi all'attuazione delle attività e ai risultati conseguiti.**

### **Media mix**

- **House organ**
- **Emittenti radio e televisive**
- **Testate giornalistiche, magazine cartacei e on line**
- **Portali web generalisti e social network**
- **Manifesti e cartellonistica su strada, mezzi di trasporto autobus e uffici pubblici**
- **Realizzazione di targhe permanenti.**

Per ampliare la portata del messaggio ogni campagna sarà affiancata da

- **Attività di marketing**
- **Attività di ufficio stampa.**

### **Comunicazione via internet**

#### **Strumenti:**

- Portale unico regionale
- Web Tv
- Social network
- Customer relationship management.

#### **Sul sito troveranno posto:**

- Le notizie, gli avvisi pubblici, la modulistica, le scadenze,
- Materiali relativi all'attuazione delle politiche di governo
- Le informazioni sulla programmazione comunitaria 2014-2020
- Il racconto multimediale dei principali progetti attraverso la logica dello storytelling.

La piattaforma sarà totalmente responsive e totalmente accessibile da tutte le piattaforme esistenti.



#### **Web tv**

Verrà realizzata una web tv on line anche in modalità on demand e streaming, con informazioni profilate, canali tematici per i vari pubblici di riferimento e la realizzazione di appositi format televisivi.

Un palinsesto in grado di garantire la più ampia visibilità delle azioni di governo. Per ampliare la portata del messaggio l'attività editoriale sarà affiancata da un'attività di marketing territoriale e di filiera ed di ufficio stampa.

#### **Ipotesi programmazione web tv**

Magazine di attualità politico istituzionale sulle attività del Presidente e dei componenti della Giunta della Regione Campania. All'interno del programma, attraverso interviste e contributi (anche in studio), si presenteranno le notizie di stretta.



## PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA REGIONE CAMPANIA

### Destinazione Campania

Magazine tematico dedicato al Territorio al Turismo e alla Cultura. All'interno del programma si presenteranno, attraverso interviste e servizi in studio ed in esterna, le eccellenze del territorio campano con la presentazione di itinerari e la promozione degli eventi culturali, spettacolari, e tradizionali della regione, anche attraverso la promozione di un'agenda degli eventi.

### Officina Campania

Magazine tematico dedicato ai temi del Lavoro, dei Giovani, della Scuola e dell'Università. All'interno del programma si presenteranno le opportunità dedicate agli studenti, ai ricercatori, ai disoccupati. Verranno presentate, attraverso interviste e servizi in studio ed in esterna, le politiche regionali in grado di sostenere la ricollocazione di chi ha perso il lavoro, l'ingresso nel mercato del lavoro da parte di chi ha appena terminato il percorso di studi, i bandi, concorsi e le opportunità di finanziamento a disposizione nei settori di interesse.

### Campania Smart

Magazine tematico dedicato ai temi della Ricerca, dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione. Attraverso interviste e servizi in studio ed in esterna si presenteranno i risultati e le opportunità derivanti dagli interventi per migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime.

### Campania Felix

Magazine tematico dedicato ai temi dell'Ambiente e della sicurezza alimentare.

Attraverso interviste e servizi in studio ed in esterna verranno rappresentate le eccellenze agricole della Campania, gli interventi a tutela del territorio e le azioni a difesa della filiera alimentare.

### Stazione Campania

Magazine tematico dedicato ai temi dell'intermodalità e della viabilità campana.

Attraverso interviste e servizi in studio ed in esterna si parlerà della situazione dei trasporti e della logistica in Campania.

### TG REGIONE CAMPANIA

il riassunto della settimana istituzionale della Regione Campania, con gli estratti maggiormente significativi dalla singole puntate del magazine "La Campania che riparte" e le ultime notizie.

### IN LINEA CON IL PRESIDENTE

Videomessaggio del presidente della Regione Campania.

### SPECIALI

In occasione di eventi straordinari la programmazione potrà essere modificata in parte o del tutto, con contributi monotematici anche in diretta.

### WEEKEND IN CAMPANIA

Rubrica settimanale dedicata al tempo libero e agli appuntamenti culturali.

### **Social network**

I social network saranno utilizzati per comunicare sia con il grande pubblico sia con il pubblico specializzato, i beneficiari e gli opinion maker.

Saranno sviluppati i profili istituzionali sui principali social network:

Facebook – Twitter – Youtube



L'obiettivo di questo tipo di strumenti sarà quello di:

- Informare i cittadini,
- Condividere esperienze,
- Promuovere politiche o campagne,
- Interagire con gli stakeholders.
- Raccogliere richieste e stimoli dai cittadini.

La produzione multimediale faciliterà la condivisione dei social network, favorendo una comunicazione interattiva con i cittadini e consentendo al tempo stesso la trasmissione e la condivisione di messaggi e informazioni con un pubblico vasto, con la possibilità, anche, di ascoltare e monitorare costantemente il loro livello di soddisfazione.

### **Customer relationship management**

Il CRM serve alla strategia unitaria per individuare e gestire i profili dei beneficiari effettivi e potenziali, così da mettere a punto strategie e azioni di comunicazione che da un lato aiutino a coinvolgere e informare nuovi potenziali beneficiari e dall'altro assistere i beneficiari effettivi, fornendo assistenza nello svolgimento del progetto.

Gli strumenti del CRM sono

- Numero verde
- Chat online;
- Forum di discussione;
- Creazione e gestione di una banca dati relazionale
- Un indirizzo e-mail a cui rivolgersi;
- Ticket on-line per la segnalazione di problemi o per la richiesta di assistenza;

Grazie a questo strumento si potranno realizzare azioni di **comunicazione multicanale** diffusa a tutto il target, agli operatori del settore pubblico e agli opinion leader a vari livelli.

Alle email degli stakeholder locali si aggiungeranno in progress tutti i cittadini che vorranno registrarsi fornendo la propria email, l'indirizzo e il tipo di informazioni che vorranno ricevere. La registrazione avverrà attraverso il portale web con opportuna form di registrazione, ma anche attraverso coupon diffusi col materiale editoriale e altre azioni di promozione.

#### **Eventi mostre e fiere**

Nel contesto istituzionale gli eventi pubblici rappresentano momenti di informazione e dialogo tra addetti ai lavori, beneficiari e altri portatori di interesse, in grado di stimolare la partecipazione e promuovere una maggiore consapevolezza riguardo al ruolo delle Politiche di Coesione, consapevolezza e conoscenza che promuove la diffusione delle informazioni.

Si prevede pertanto di organizzare:

Eventi annuali sui grandi temi, al quale parteciperanno rappresentanti istituzionali a livello regionale, nazionale e comunitario;

Partecipazione a fiere e mostre di rilevanza nazionale e internazionale;

Incontri pubblici, aperti ai cittadini e ai portatori d'interessi collettivi, con l'obiettivo non solo di informare i soggetti coinvolti, ma anche di raccoglierne idee, sollecitazioni, proposte.