

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 tutte 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.

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:



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.