



REGIONE AUTÒNOMA
DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA
DELLA SARDEGNA

Allegato alla Delib.G.R. n. 27/7 del 21.5.2025

TRANSIZIONE SARDEGNA

2025-2027

PIANO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
PRESIDENZA



SOM MA RIO

INNOVARE	12
PARTECIPARE	18
SOSTENERE	24
PROTEGGERE	32
PROMUOVERE	38
VALORIZZARE	44
CRESCERE	50
PIANO SOCIAL	78

PRE ME SSA

La comunicazione istituzionale della Regione Sardegna accompagna in modo costante l'evolversi dell'amministrazione, delle politiche pubbliche e dell'agire amministrativo e governativo.

Un percorso che oggi avviene nel **segno della Transizione** come elemento centrale che contraddistingue l'azione della Regione in tutte le sfere e

ambiti di competenza, tenuto conto degli scenari e delle trasformazioni che investono la società e le istituzioni.

Comunicare diventa fattore imprescindibile e determinante nell'impatto delle azioni pubbliche, per accrescere la **reale percezione dell'operato amministrativo** da parte di cittadini e stakeholder, **migliorare la reputazione istituzionale e favorire l'apertura dell'amministrazione** attraverso processi tesi alla trasparenza, alla partecipazione e collaborazione, i tre principi cardine dell'open government.

L'agire amministrativo si manifesta nella sua completezza per il tramite dell'agire comunicativo che, attraverso la rappresentazione esterna, favorisce la conoscenza e il **diritto da parte dei cittadini di essere informati** e aggiornati in modo sempre più diretto e immediato grazie a una pluralità di canali.

La comunicazione nella nuova amministrazione digitale e aperta, rappresenta lo strumento in grado di realizzare **l'accountability delle istituzioni pubbliche**, chiamate a rendere conto del loro operato e a restituire i risultati in termini di output e outcome.

In uno scenario complesso di sovraccarico informativo, la comunicazione istituzionale assolve al compito di agevolare la corretta fruizione dei messaggi e delle informazioni, e di rimediare alla complessità mediatica attraverso fonti informative ufficiali e autorevoli, costantemente aggiornate.

Il Piano costituisce il principale documento di programmazione delle attività di comunicazione, da concepire in modo **dinamico e flessibile**, per accogliere le modifiche che possono rendersi necessarie, in funzione delle esigenze manifestate dalla Presidenza e dalle altre strutture del sistema Regione.

La logica narrativa che accompagna lo sviluppo del Piano si estende intorno al concetto di Transizione, quale chiave di lettura **del processo di cambiamento** che investe la Regione.

Le nuove strategie riguardano in particolare gli ambiti dell'innovazione digitale, dell'ambiente e dell'ecologia, delle politiche in materia di lavoro, sociali e culturali, per un nuovo approccio alla creazione del valore pubblico, che parte dall'analisi dei problemi per l'individuazione delle soluzioni ottimali.

L'attuale contesto impone un nuovo modo di pensare al ruolo delle istituzioni, alle modalità e agli strumenti di dialogo con la collettività, al rafforzamento delle reti e dei canali di comunicazione per migliorare il **rapporto tra amministrazione e cittadini**, che oggi si aspettano un maggiore coinvolgimento nei processi decisionali, una semplificazione nell'accesso ai servizi e nella partecipazione ai procedimenti, maggiore efficienza ed efficacia nell'attuazione delle politiche pubbliche.

È un compito strategico della comunicazione quello di facilitare tali processi e **migliorare anche la percezione** da parte del pubblico sui servizi erogati, su azioni e interventi realizzati.

La struttura del Piano propone un modello di articolazione delle macroaree di azione della Regione, in cui si inseriscono, in modo dinamico, obiettivi e progetti che verranno veicolati attraverso campagne di comunicazione e azioni mirate sui canali digitali e tradizionali.

Innovare, partecipare, sostenere, proteggere, promuovere, valorizzare, crescere: sono i contenitori concettuali in cui si esplica il **percorso di transizione e, insieme, della comunicazione**.

Il modello narrativo è connesso alle dichiarazioni programmatiche espresse dalla Presidente Alessandra Todde il 10 maggio 2024 davanti al Consiglio regionale della Sardegna e tiene conto delle strategie del Programma Regionale di Sviluppo adottato con la delibera 4/13 del 22 gennaio 2025, che delineano un percorso articolato in dieci assi: salute; politiche sociali; lavoro; conoscenza e cultura; governo del territorio; ambiente e paesaggio; mobilità, trasporti e reti tecnologiche; transizione energetica; sviluppo economico e sociale sostenibile; nuovo sistema Sardegna.

STRATEGIA

Il Piano di comunicazione 2025-2027 è lo **strumento dinamico e flessibile che accompagna le fasi del cambiamento** e i processi di **creazione del valore pubblico** da parte dell'amministrazione regionale, nell'interazione con gli attori esterni, cittadini e stakeholder.

La declinazione della strategia segue il filo concettuale della "transizione" articolato in macro-temi, intesi come contenitori capaci di accogliere al proprio interno le principali attività su cui si esplica l'azione dell'amministrazione e del governo regionale. La transizione include quindi tutti quei passaggi che, in modo interconnesso, concorrono a uno sviluppo armonico della società, del lavoro e dell'economia, dell'ambiente e della vita collettiva.

Il Piano nasce da un **processo partecipativo** che coinvolge tutte le articolazioni della Regione: attraverso un questionario proposto sulla **Piattaforma ParteciPA**, a partire dal 19 marzo 2024 sono state raccolte le esigenze di comunicazione delle strutture sui principali progetti e obiettivi, già programmati o in fase di programmazione, meritevoli di essere divulgati attraverso specifiche campagne e azioni di comunicazione. La finalità del processo è dare una rappresentazione unitaria e integrata dell'azione del sistema Regione, che necessita di essere divulgata all'esterno in modo efficace, tempestivo e coerente con le aspettative e i bisogni di cittadini e stakeholder.

La sua natura partecipativa e dinamica lo rende **soggetto ad aggiornamenti periodici** sulla base di atti di indirizzo della Presidenza e della Giunta regionale, e degli atti di programmazione, in armonia con le evoluzioni del contesto regionale e con le esigenze che possono sorgere anche in risposta ai bisogni della collettività. Inoltre, il Piano si propone come strumento "leggero" in grado di adattarsi a nuove esigenze dell'amministrazione e, nello stesso tempo, stare al passo con innovazioni tecnologiche che possono creare nuovi touchpoint con i destinatari delle iniziative di comunicazione.

OBIETTIVI

01 Favorire la **trasparenza** e potenziare l'**accountability** dell'amministrazione per rendere conto alla collettività dell'operato dell'amministrazione;

02 Migliorare la percezione positiva dell'azione amministrativa e agevolare la **conoscenza dei processi** da parte di cittadini e portatori di interesse;

03 Accrescere la **reputazione e l'immagine** della Regione e dei suoi attori, restituendo una corretta rappresentazione delle strategie, politiche e azioni;

04 Contrastare la **disinformazione** attraverso il monitoraggio di eventuali **fake news** sull'operato della Regione e la corretta divulgazione delle informazioni ufficiali e di qualità;

05 Supportare i processi **di partecipazione** di cittadini e stakeholder ampliando i punti e le occasioni di contatto e di condivisione per costruire nuove opportunità di dialogo e confronto;

06 Connettere **comunicazione istituzionale e governativa** in modo da rendere evidente la continuità tra gli indirizzi programmatici e l'attuazione delle politiche da parte delle articolazioni amministrative.

DESTINATARI E STRUMENTI

La comunicazione è progettata, pianificata ed eseguita con il duplice scopo di informare e rendere partecipe la collettività delle attività amministrative e coinvolgerla nel processo di trasformazione che investe tutta la società.

La comunicazione è **declinata su target** a vario titolo **portatori di interesse** rispetto alle iniziative di volta in volta avviate dalle strutture del sistema Regione e articolata per ambiti tematici: dalle **campagne multi audience**, che si rivolgono al grande pubblico, alle azioni e campagne mirate su **destinatari specifici**, rispetto ai quali viene fatta un'analisi sul messaggio, sugli strumenti e canali da utilizzare per raggiungere in modo efficace il pubblico.

FASI DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE



In base all'impatto dei singoli interventi vengono utilizzati diversi strumenti di comunicazione a partire dal sito web istituzionale (www.regione.sardegna.it) dove regolarmente sono pubblicati gli atti, bandi e avvisi e le notizie dalla Regione, i canali social attivi (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, TikTok, Youtube), a cui si aggiungono campagne di comunicazione integrate, online e offline, progettate e realizzate secondo un **approccio multicanale** che si compone di un **media mix** definito in modo strategico in base alle finalità e ai target a cui si rivolge la singola campagna.

A titolo esemplificativo, oltre ai canali proprietari della Regione, vengono realizzati spot radio e tv, diffusi attraverso gli strumenti di programmazione regionale previsti dalla legge regionale n. 22 del 1998 come modificata dalla legge regionale n. 3 del 2015, e con il ricorso agli operatori presenti sul mercato, digital marketing, produzione di materiali, prodotti editoriali e cartellonistica statica e dinamica.

MEDIAMIX

ONLINE.

- 1 Sito web istituzionale
- 2 Canali social istituzionali: Facebook, Instagram, LinkedIn, X, Youtube, TikTok
- 3 Digital marketing (ad esempio Meta, Google Ads, Spotify etc)
- 4 Sardegna Digital Library
- 5 Piattaforma Sardegna ParteciPA
- 6 Siti tematici regionali
- 7 Format video "Ventanas", pillole di comunicazione istituzionale

OFFLINE.

- 1 Spazi e approfondimenti sulla stampa locale, nazionale e internazionale (quotidiani e periodici)
- 2 Spot tv su emittenti locali nell'ambito della legge regionale n. 3/2015
- 3 Spot radio su emittenti radiofoniche locali
- 4 Affissioni statiche nei principali centri urbani
- 5 Affissioni dinamiche sui mezzi di trasporto pubblico locale
- 6 Spazi promozionali statici e dinamici in luoghi di interesse turistico e di interscambio (aeroporti, stazioni etc.)
- 7 Brochure, dépliant, locandine e altro materiale informativo cartaceo

IL PIANO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE 2025-2027

La comunicazione si muove intorno alle politiche e alle azioni al centro dell'operato governativo e amministrativo, per trovare una linea narrativa che possa raccontare in modo organico e coerente l'intera azione della Regione e trovare una chiave interpretativa che faciliti la comprensione dei problemi e delle relative soluzioni da parte dei cittadini.

Il Piano, nel tentativo di dare una rappresentazione chiara della complessità delle funzioni svolte dalla Regione, **traccia un percorso costruito sul tema della transizione**, quale leitmotiv che caratterizza i processi di cambiamento e di azione amministrativa.

Le **7 linee tematiche** descritte di seguito, pertanto, sono da intendersi tra loro interconnesse dal filo conduttore della transizione, ossia l'insieme dei passaggi che, in modo strategico, concorrono al raggiungimento degli obiettivi di innovazione, di apertura e partecipazione, di tutela e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale, di sostegno e di inclusione, di crescita e sviluppo sostenibile.

Le categorie **INNOVARE - PARTECIPARE - SOSTENERE - PROTEGGERE - PROMUOVERE - VALORIZZARE - CRESCERE**, sono i contenitori tematici all'interno dei quali collocare in modo dinamico le iniziative di comunicazione connesse alle azioni e agli interventi di maggiore impatto per la collettività.

INNOVARE



L'innovazione accompagna in modo trasversale **tutti i processi di trasformazione** nei diversi ambiti in cui opera la Regione: dalla digitalizzazione, alle politiche di riforma fino agli interventi in ambito economico, sociale, sanitario, ambientale e culturale. L'approccio innovativo, pertanto, guida i processi di cambiamento e li orienta verso nuove soluzioni in grado di generare effetti positivi che possono incidere sul miglioramento della vita dei cittadini, degli attori economici e sociali. Di notevole impatto, in tale percorso, sono le iniziative europee sulla **transizione digitale verso la quarta generazione del web e l'intelligenza artificiale**, le linee di indirizzo sulla programmazione dei fondi e sulle strategie di sviluppo, che incidono nella nuova programmazione regionale tracciando le nuove direttrici di crescita intelligente e innovativa.

Smart RAS

Le evoluzioni nella transizione digitale, segnata in particolare dal passaggio alla quarta generazione del web, hanno indotto le istituzioni europee e nazionali ad adottare strumenti normativi e regolamentari tesi a disciplinare le complesse implicazioni e **l'impatto delle nuove tecnologie basate sul web 4.0 e sull'intelligenza artificiale nel libero mercato e nei servizi della pubblica amministrazione**, per garantire l'equilibrio tra innovazione tecnologica e tutela dei diritti individuali e collettivi.

Nell'ambito del Piano Triennale 2024-2026 per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione, adottato dall'Agenzia per l'Italia Digitale, il capitolo 5 è dedicato al tema dei dati e dell'intelligenza artificiale.

Nello specifico sono delineati i principi generali per l'utilizzo dell'intelligenza artificiale nella Pubblica Amministrazione, tra cui il **miglioramento dei servizi** e riduzione dei costi, **l'analisi del rischio, trasparenza, responsabilità e informazione, inclusività e accessibilità, privacy e sicurezza**.

Alla luce del rinnovato contesto, la Regione è impegnata nei processi di transizione e innovazione digitale per dotarsi delle più avanzate tecnologie per **migliorare le attività e strumenti di comunicazione interna ed esterna, i servizi e le prestazioni** resi alla collettività, rendere più **efficienti e performanti** i processi di lavoro all'interno dell'amministrazione a vantaggio dei dipendenti e di cittadini e stakeholder destinatari dell'azione amministrativa.

La nuova strategia digitale della Regione comprende anche la creazione di nuove reti tecnologiche, il potenziamento delle infrastrutture territoriali di fibra

INNOVARE

ottica, della banda ultra larga, l'implementazione di politiche di Cyber security e nuovi servizi digitali a favore del sistema Regione e del territorio regionale. In quest'ottica si inquadra, tra gli altri, il progetto avviato dalla Centrale regionale di Committenza di creazione della **nuova piattaforma di e-procurement** della Regione Sardegna, rivolto principalmente al mondo degli operatori economici, in grado di garantire una migliore gestione delle procedure di gara anche attraverso l'interoperabilità con altri sistemi previsti dalla normativa in materia di contratti pubblici.

In tema di potenziamento della digitalizzazione dei servizi, anche in una logica di superamento del digital divide, la Direzione Generale dell'Innovazione e Sicurezza IT ha avviato il progetto della **Rete dei Servizi di Facilitazione Digitale articolata in 88 punti di accesso**, con l'obiettivo di promuovere l'inclusione digitale e garantire ai cittadini sardi un accesso facilitato ai servizi dell'amministrazione regionale in tutto il territorio e nei vari comuni della Sardegna.

Einstein Telescope

La Sardegna è candidata a ospitare, nella miniera di Sos Enattos a Lula, un'infrastruttura sotterranea in grado di rilevare le onde gravitazionali provenienti dallo spazio profondo: l'**Einstein Telescope**. Un progetto ambizioso che oltre ad attirare investimenti ingenti può offrire nuove opportunità di sviluppo. Insieme ad altre iniziative ad alto impatto scientifico (come Aria operativo dal 2018 o il Sardinia Radio Telescope di San Basilio), l'Einstein Telescope (ET) rappresenta un tassello fondamentale per lo sviluppo della Sardegna e delle sue relazioni internazionali con il mondo della ricerca.

Si rende quindi necessario promuovere una comunicazione finalizzata alla **mas-**

sima diffusione della conoscenza del progetto e al rafforzamento dei rapporti con quelle istituzioni che, a vario titolo, possono operare sinergicamente per promuovere la candidatura del sito di Sos Enattos in Europa.

In quest'ottica il Servizio di Comunicazione istituzionale della Presidenza collabora attivamente alle attività di promozione dell'iniziativa attraverso il proprio sito e i propri canali digitali, anche con la creazione di prodotti di comunicazione. A questo proposito ha realizzato [il cortometraggio LATEOTU - LULA AT THE END OF THE UNIVERSE](#), breve storia di finzione che racconta l'Einstein Telescope.

Il video sarà veicolato attraverso i media regionali e nazionali e nel corso degli eventi istituzionali e scientifici dedicati al progetto.

Mobilità delle persone

Un sistema di trasporti efficiente che renda possibili i collegamenti su tutto il territorio regionale è condizione necessaria per la crescita dell'Isola. Le nuove tecnologie incidono positivamente sul potenziamento del trasporto pubblico urbano ed extra urbano, per questo le azioni di comunicazione intendono dare conto delle **innovazioni tecnologiche e infrastrutturali al servizio della mobilità dei cittadini** anche attraverso la realizzazione delle reti intelligenti, di sistemi smart mobility e interventi per la mobilità sostenibile. A questo si affiancano le attività che puntano alla diffusione di informazioni relative alle agevolazioni sui trasporti rivolte a diverse fasce della popolazione.

La transizione passa anche per un **sistema di trasporti** in grado di superare le criticità derivanti dall'insularità a garanzia del diritto alla mobilità sia all'interno dell'Isola, che da e per la Sardegna. Per questo saranno realizzate **campagne rivolte alla diffusione delle nuove politiche e iniziative** in linea con quanto sarà previsto nel Piano regionale dei Trasporti di prossima adozione, tese a migliorare il sistema dei servizi di trasporto pubblico regionale, e in materia di continuità territoriale aerea e marittima. Le politiche per il potenziamento della continuità territoriale, riguarderanno l'incremento dei voli e le nuove rotte aeree, l'equiparazione tra mobilità marittima a quella aerea, il miglioramento nei collegamenti con le altre isole.

INNOVARE

Nel corso del 2024 hanno preso avvio due importanti campagne dedicate rispettivamente al [trasporto aereo](#) e al trasporto ferroviario. La prima è rivolta ai residenti in Sardegna e riguarda i rimborsi sulle tratte aeree nello spazio economico europeo, a esclusione delle rotte in continuità territoriale, mentre la seconda è stata progettata per informare gli utenti su un ampio programma di interventi, previsti tra il 2025 e il 2027, che interesseranno molte tratte ferroviarie. Nel triennio 2025-2027 saranno pianificate ulteriori campagne riguardanti le nuove misure e agevolazioni per il trasporto aereo e proseguiranno le azioni di comunicazione sugli interventi nella rete ferroviaria.

Innovazione nella comunicazione

Le nuove tecnologie digitali assumono un ruolo determinante nei continui mutamenti che investono una società sempre più articolata, connessa e in rapida trasformazione. In un contesto caratterizzato da una elevata complessità, la **comunicazione digitale diventa centrale** e incide con forza nella struttura delle relazioni sociali e nel rapporto tra cittadini e istituzioni.

La comunicazione istituzionale può svolgere, inoltre, un ruolo fondamentale per far conoscere e rendere accessibili le nuove tecnologie web 4.0, avvicinare le persone ai nuovi strumenti e garantire la massima trasparenza e partecipazione. La Regione è pertanto impegnata nella ricerca di strumenti innovativi basati sulla quarta generazione del web, a partire dai **sistemi di intelligenza artificiale e dai mondi virtuali**, per sperimentare nuove modalità di comunicazione e interazione con i cittadini, personalizzare i servizi e progettare le attività in funzione dei bisogni degli utenti. Saranno a tal scopo utilizzati sistemi innovativi per la creazione e gestione delle campagne di comunicazione anche attraverso **l'IA generativa a supporto delle attività di progettazione, ideazione creativa e grafica** dei prodotti e dei messaggi.

Un ruolo centrale nei processi di comunicazione digitale viene svolto dalle piattaforme di social media che saranno potenziate in funzione di una maggiore trasparenza e per favorire occasioni di partecipazione. Per il triennio 2025-2027 si propone di aggiornare il **Piano Social** con l'obiettivo di adattarlo alla rapida evoluzione dei social e alle esigenze di un'utenza iperconnessa che necessita di informazioni affidabili e di qualità. Saranno inoltre sperimentate modalità innovative nella progettazione della comunicazione istituzionale attraverso il **coinvolgimento di soggetti esterni** in qualità di **testimonial o influencer**, che saranno individuati in base all'oggetto delle azioni e campagne di comunicazione e dei target a cui si rivolgono.



PARTECIPARE

L'apertura alla partecipazione è prioritaria per la pubblica amministrazione per stabilire un **rapporto di fiducia, collaborazione, trasparenza** e responsabilità con i cittadini, comprendere i bisogni a cui rispondere, stimolare l'impegno attivo e consapevole nella società e adottare un modello nel quale politica, amministrazione e cittadinanza operano insieme e organicamente per la realizzazione dell'interesse pubblico generale.

A sostegno di questa apertura democratica è ormai riconosciuta e comprovata l'importanza delle tecnologie ICT e in particolare delle piattaforme digitali partecipative che, con sempre crescente rilevanza e diffusione, consentono all'amministrazione di costruire **relazioni bidirezionali in ambienti virtuali** di dialogo nei quali i cittadini trovano informazioni e coinvolgimento, strumenti e sollecitazioni per fornire commenti, idee e osservazioni, spazio per lo scambio, co-responsabilizzazione e feedback reciproco.

La partecipazione ai processi decisionali pubblici diviene pertanto un pilastro fondamentale nel percorso di open government per una **Regione più aperta al contributo di cittadini e portatori di interesse**, anche in una prospettiva di better regulation, sul modello europeo, per condividere le riforme e le politiche pubbliche, e per favorire la **sussidiarietà orizzontale** (art. 118 Cost), al fine di superare la percezione impositiva dell'agire istituzionale a favore di una logica partecipativa e collaborativa.

Sardegna ParteciPA

Nell'ambito degli interventi per favorire la partecipazione pubblica la Regione si è dotata della **piattaforma Sardegna ParteciPA**, recentemente reingegnerizzata e allineata al sistema nazionale per la gestione delle consultazioni pubbliche, basata sull'infrastruttura digitale Decidim, utilizzata da numerose pubbliche amministrazioni nazionali, europee ed extraeuropee, e dalla Commissione Europea per la piattaforma «HaveYour Say», «Di' la tua»

Tramite Sardegna ParteciPA, le strutture del sistema Regione hanno a disposizione una pluralità di strumenti per **l'attivazione di processi partecipativi, consultazioni pubbliche** (es. compilazione di questionari in modalità aperta o ad invito), per la realizzazione e gestione di tutte le fasi del processo, l'interazione tra i partecipanti e la **restituzione dei risultati** a tutti i soggetti coinvolti (singoli o istituzionali, pubblici o privati, interni o esterni) e il **monitoraggio**



PARTECIPARE

sul recepimento delle consultazioni nel policy making. SardegnaParteciPA oltre a essere una piattaforma per la gestione dei processi in ambito digitale, può essere declinata anche in un **format per l'attivazione di tavoli e incontri in presenza** a supporto delle consultazioni on line.

Smart URP

Nella direzione **dell'apertura e facilitazione del contatto dei cittadini con la Regione** è stato avviato il servizio Smart URP, un **sistema integrato per la gestione delle richieste** che permette di interagire con l'Amministrazione regionale in modo rapido e diversificato: la piattaforma è capace di gestire e-mail, messaggi WhatsApp e richieste che arrivano tramite il web-form presente nel sito web istituzionale (<https://smarturp.regione.sardegna.it/s/>).

Il cuore del sistema è la sua capacità di gestire la comunicazione in modo interoperabile; la sua architettura è progettata perché gli operatori della rete degli URP e delle strutture responsabili, attraverso una singola piattaforma, siano coordinati nel rispondere in maniera univoca alle richieste di informazione che arrivano sia da utenti esterni che interni.

Lo SmartURP è uno strumento per rendere **più efficiente ed efficace il lavoro degli Uffici relazioni con il Pubblico**, che integra ma non sostituisce il rapporto umano e in presenza attraverso la rete di uffici fisici presenti in ogni struttura del sistema Regione.

Lo sviluppo del progetto prevede che siano attivate le utenze WhatsApp per gli URP della Direzione Generale della Protezione civile e della Direzione generale del Corpo Forestale con l'integrazione di funzionalità che permettano l'utilizzo del dispositivo per l'invio di comunicazioni proattive. Entro il 2025 verranno collegati alla piattaforma tutti gli URP dell'intero sistema Regione.

Citizen Satisfaction

La soddisfazione dei cittadini riveste un'importanza fondamentale per promuovere un **rapporto dialogico** e il loro coinvolgimento attivo attraverso la valutazione della citizen satisfaction.

L'ascolto permette una maggiore comprensione delle aspettative dei cittadini e, al tempo stesso, restituisce **feedback utili al miglioramento dei servizi e delle politiche**, facilitando inoltre la conoscenza sulle attività della Regione, in funzione della costruzione di un rapporto di fiducia tra cittadini e istituzione regionale.

La misurazione della soddisfazione favorisce inoltre l'assunzione di decisioni che possano effettivamente rispondere alle **reali esigenze dei cittadini**. Questo anche grazie alla disponibilità di strumenti e tecnologie informatiche che semplificano la raccolta e l'analisi delle informazioni utili. Tra questi la piattaforma SardegnaPartecipa e il servizio offerto nell'ambito dell'applicativo Smart Urp che dà la possibilità di inviare richieste e segnalazioni alla rete degli Uffici relazioni con il pubblico.

La **comprensione dei bisogni** è quindi centrale per una maggiore capacità di accountability, un orientamento più definito verso le competenze che la pubblica amministrazione deve avere nel rapporto con i suoi "utenti", una più incisiva **capacità di scelta delle priorità** e di progettazione dei percorsi che accompagnano i cittadini nella ricerca e nell'utilizzo di servizi e informazioni.

Tali aspetti si collegano inoltre alla citizen experience che assume particolare rilevanza nei processi di transizione digitale in atto. Il Piano Triennale per l'in-

PARTECIPARE

formatica 2024 -2026 dell'Agenzia per l'Italia digitale e il PNRR ribadiscono la necessità di offrire servizi sempre più digitalizzati, accessibili, misurabili e il cui impatto possa essere restituito attraverso adeguati strumenti di analisi.

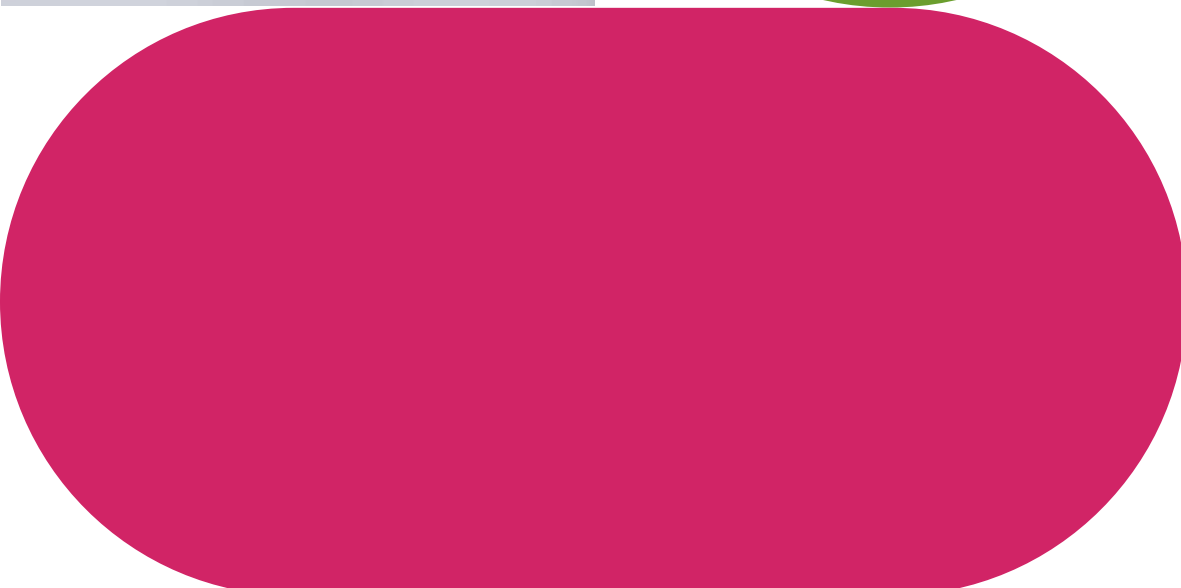
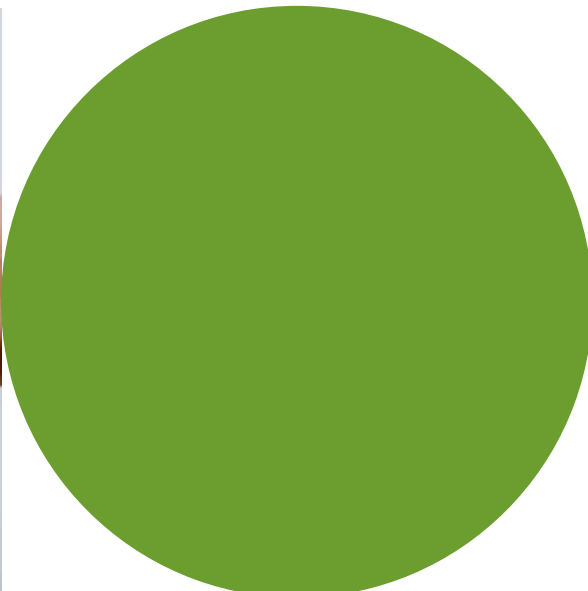
Tutto questo implica un'organizzazione delle attività di comunicazione sempre più bidirezionale, curata nella scelta dei messaggi e degli strumenti, attenta ai riscontri e capace di un'analisi delle istanze, in un'ottica di continuo miglioramento delle relazioni con cittadini, delle scelte di policies e delle performance dell'amministrazione.

Cooperazione internazionale

Rientra nel più ampio concetto di partecipazione anche quello della cooperazione internazionale che implica l'assunzione di modelli e responsabilità condivise intorno ai temi dello sviluppo, dell'economia e dell'innovazione. Attraverso la cooperazione è possibile garantire una società sempre più inclusiva, in grado di sostenere le persone più fragili ma anche di aprirsi alle **opportunità di collaborazioni e scambi culturali ed economici**. In questo quadro **la comunicazione darà spazio ai progetti di cooperazione europea e internazionale in cui la Sardegna è protagonista**, con particolare attenzione a quelli delle aree che si affacciano sul Mediterraneo incentrati sui concetti di buon governo, competitività, salute e ambiente. Saranno oggetto di azioni e campagne di comunicazione i bandi promossi dalla Presidenza, dalla Direzione generale ENI CBC Bacino del Mediterraneo e dalle Autorità di gestione dei fondi strutturali.



SOS TE NE RE



Le politiche regionali riservano una costante **attenzione verso le persone**, specie i soggetti più deboli e a rischio di esclusione, attraverso una programmazione degli interventi che tiene conto dei bisogni per rispondere ai reali problemi della collettività.

La **centralità del cittadino guida tutte le politiche sanitarie e sociali** che si integrano per garantire servizi e prestazioni sempre più adeguati, anche attraverso modalità innovative e strumenti digitali.

La comunicazione sarà orientata a dare evidenza delle misure per la **salute a misura di cittadino**, la **sanità digitale** e il **fascicolo sanitario elettronico**, le iniziative per la prevenzione e cura delle **malattie invisibili**, fino alle politiche di **sostegno alle donne vittime di violenza** e i programmi per il **diritto allo studio**.

La salute a misura di cittadino

A supporto di un sistema sanitario più vicino al cittadino, la Regione realizzerà le campagne informative incentrate sulla **sanità territoriale**, sull'assistenza socio-sanitaria di prossimità, e su servizi dedicati alle **cure domiciliari**, che puntano a sostenere le persone affette da patologie croniche o invalidanti supportandole quanto più possibile nelle loro abitazioni.

L'obiettivo delle attività di comunicazione è attivare la cultura della solidarietà e dell'importanza della presa in carico della persona, fornire informazioni sui percorsi attivi, sull'accesso a strumenti, prestazioni e agevolazioni, nonché ai servizi presenti sul territorio.

SOSTENERE

Sanità digitale

Nell'ambito della riforma del sistema sanitario si prevede il potenziamento delle tecnologie digitali per fornire **assistenza a distanza** a vantaggio della medicina territoriale e della **telemedicina**, e di rafforzare la digitalizzazione e l'efficientamento dei **servizi applicativi** come quelli dedicati ai Centri Unici di Prenotazione (CUP) e creazione di **reti cliniche integrate**. Le nuove tecnologie saranno impiegate anche nella realizzazione di progetti innovativi di "medicina di iniziativa", per favorire la prevenzione e la diagnosi precoce delle patologie croniche, attraverso **algoritmi predittivi** che consentiranno di **personalizzare e digitalizzare i Piani Assistenziali Individualizzati**, anticipando le necessità del paziente e intervenendo preventivamente.

Sono previste attività di informazione anche sul fronte delle **donazioni e trapianti di organi e tessuti** e quindi sulle modalità per dare il consenso alla donazione.

Malattie invisibili

La cura passa anche da una corretta informazione. Per questo la Regione ha deciso di avviare **campagne informative e di sensibilizzazione** rivolte alle diverse categorie maggiormente colpite da particolari patologie rispetto alle quali la **prevenzione** continua a essere la strada migliore per contrastarle e gestirle, a partire dalle malattie che colpiscono soprattutto le donne, le patologie oncologiche e quelle ginecologiche. La Regione intende inoltre adottare il **Piano Regionale per la Medicina di Genere** per l'elaborazione di una strategia volta a migliorare l'efficacia e l'equità delle cure sanitarie.

In questo ambito, già nel 2024 è stata realizzata la [campagna di comunicazione e sensibilizzazione sull'endometriosi](#), per portare a conoscenza il nuovo **percorso diagnostico terapeutico assistenziale**, attraverso media tradizionali e digitali.

Sulla base dei percorsi che saranno attivati dall'Assessorato competente anche per il tramite delle aziende sanitarie, verranno realizzate altre campagne ad hoc, studiate tenendo conto del target a cui si rivolgono.

Fascicolo sanitario elettronico

Il fascicolo sanitario elettronico racchiude tutte le **informazioni sanitarie del cittadino**, consente una rapida consultazione di prescrizioni e referti e la possibilità di prenotare in autonomia alcune visite ed esami.

La Regione, sempre più attenta a migliorare l'efficienza di questo strumento, ne promuove l'utilizzo con grande attenzione. In un'ottica di ulteriore miglioramento è previsto il recupero della **storia clinica** pregressa del paziente e **l'interoperabilità con i sistemi** nazionali ed esteri così da garantire un pieno accesso senza limiti di tempo e luogo.

Si prevede inoltre di implementare la Cartella Clinica Integrata e il Piano Assistenziale Individualizzato (PAI) digitale per supportare i medici e gli operatori sanitari nella presa in carico dei pazienti post-dimissione e in cronicità, favorendo anche la prevenzione e la promozione della salute. Tutti gli interventi saranno comunicati attraverso azioni e campagne integrate.

SOSTENERE

Servizi sanitari su TS-CNS

Sul fronte della digitalizzazione dei servizi sanitari sono tante le prestazioni che possono essere erogate attraverso la tessera sanitaria che può essere utilizzata come carta nazionale dei servizi. A questo riguardo saranno veicolati con azioni e campagne di comunicazione mirate i **servizi di natura assistenziale e di supporto alle diverse categorie di destinatari affetti da particolari patologie**, che potranno essere **resi disponibili direttamente tramite la tessera sanitaria**.

Tra i servizi che verranno attivati nel corso del 2024 si inserisce l'intervento a favore dei pazienti [celiaci](#) e nefropatici attraverso il caricamento dei buoni sulla tessera sanitaria.

Donare è vita

Il tema delle donazioni è al centro delle campagne di sensibilizzazione e di utilità sociale che necessitano di una programmazione continuativa, con l'obiettivo di **promuovere** nella popolazione - giovanile e adulta - la **cultura del dono**. Verranno realizzate **campagne mirate a incrementare il numero dei donatori di sangue**, fornire informazioni su come e dove donare e accentuare la consapevolezza del valore del proprio gesto di solidarietà che può aiutare a salvare altre vite.

Donne vittime di violenza

La violenza contro le donne è un fenomeno che continua a registrare numeri preoccupanti anche in Sardegna.

La Regione si è dotata nel tempo di **strumenti normativi e servizi rivolti a garantire il sostegno alle vittime di violenza e ai loro figli**. Saranno pertanto realizzate, in occasione della giornata internazionale e in altri periodi dell'anno, azioni e campagne di comunicazione mirate a diffondere il numero 1522 (Numero Anti Violenza e Stalking) collegato a un servizio pubblico di accoglienza, accessibile senza limiti di tempo e orario.

L'obiettivo è quello di dare supporto attraverso l'orientamento verso i servizi socio-sanitari presenti sul territorio, alla rete delle associazioni e dei centri anti-violenza, e creare una cultura della "non violenza" attraverso azioni di sensibilizzazione.

Diritto allo studio

Il sostegno agli studenti rientra tra le attività a garanzia del diritto allo studio che l'amministrazione regionale dedica alle fasce più giovani della popolazione.

In quest'ottica sarà dato opportuno spazio a tutti gli **interventi realizzati nell'ambito dell'istruzione e delle politiche scolastiche**, alle azioni di **contrasto alla dispersione scolastica**, alle misure a favore degli studenti universitari, ai bandi per le borse di studio, alle opportunità rappresentate dai **percorsi ITS** (Istruzione Tecnologica Superiore), alle iniziative realizzate dagli ERSU di Cagliari e Sassari, con aggiornamenti puntuali su servizi erogati, attività di orientamento e opportunità. Spazio di rilievo sarà riconosciuto anche agli interventi di **edilizia scolastica** relativi agli edifici che ospitano le scuole dell'infanzia, le scuole primarie e le scuole secondarie di primo e di secondo grado.

Nel 2025 è stata avviata la campagna di comunicazione "IMPARAS per il diritto allo studio" per promuovere le misure "Buono libri" e "Borse di studio regionali".

Saranno progettate altre campagne in collaborazione con le istituzioni coinvolte nella gestione delle politiche a favore del diritto allo studio anche con il coinvolgimento di testimonial e influencer.

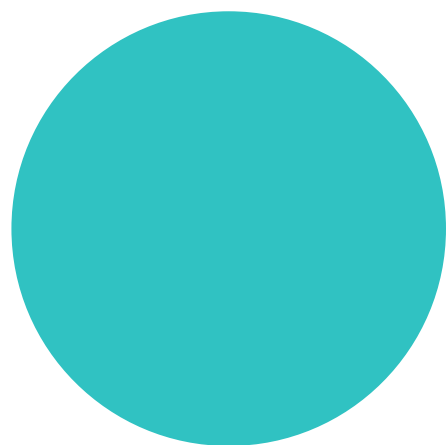
Diritto alla casa

Per garantire il diritto alla casa la Regione ha in programma il finanziamento e l'attuazione di **interventi di manutenzione del patrimonio dell'edilizia residenziale pubblica**, di piani per l'efficientamento energetico, per la rimozione delle barriere architettoniche, accanto alle **politiche per l'inclusione abitativa** per assicurare l'accesso ad alloggi dignitosi e sicuri.

Le politiche abitative riguarderanno anche i piccoli centri per contrastare il fenomeno dello spopolamento e favorire il recupero degli edifici attraverso strumenti per la ristrutturazione, la valorizzazione e l'efficientamento energetico. Per portare a conoscenza i cittadini delle misure a sostegno del diritto alla casa saranno realizzate azioni di comunicazione mirate far conoscere le opportunità e i risultati degli interventi.



PRO TEG GERE



Proteggere l'ambiente, i territori, le comunità è una delle sfide prioritarie nel percorso di transizione verso uno sviluppo sostenibile della Sardegna.

Per una crescita armonica, capace di generare valore economico e sociale preservando l'equilibrio ambientale, la Regione mette in campo progettualità diverse ma interconnesse.

Saranno realizzate azioni e campagne di comunicazione per valorizzare la strategia **Sardegna 2030**, le iniziative a **tutela dell'ambiente**, i progetti per la **transizione ecologica**, le **politiche energetiche e la riforma del governo del territorio**.

Sardegna 2030

Nel 2021 è stata approvata la **Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile**, con la quale è stata declinata a livello regionale la Strategia Nazionale (SNSvS) in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU. Persone, pianeta, prosperità, pace e partnership guidano la proposta strategica che punta a una **Sardegna più intelligente, innovativa e digitalizzata, più verde, più connessa e accessibile**, più sociale, istruita e prospera, più vicina ai cittadini, identitaria e accogliente.

Sardegna 2030 rappresenta uno strumento concreto e misurabile per la transizione dell'Isola verso un futuro dove cittadini, imprese, comunità e territori, crescono in modo armonico. Le azioni di comunicazione si sviluppano attraverso una **sezione tematica sul sito web istituzionale** e la costante promozione attraverso i canali social di tutte le iniziative e le attività che concorrono alla realizzazione della strategia regionale.

Tutela dell'ambiente

La tutela dell'ambiente si integra in una visione più ampia di sviluppo sostenibile del territorio, considerato nella sua interezza: dalle ricchezze naturalistiche e paesaggistiche al potenziale insito nelle comunità che lo abitano e lo vivono.

PROTEGERE

Accanto alle campagne di **comunicazione sul rischio incendi e sul dissesto idrogeologico**, sono previste attività di sensibilizzazione sulla **protezione della flora, della fauna** e degli endemismi del territorio, incentrate, ad esempio, sulla difesa a 360° degli ecosistemi costieri e interni o sulla reintroduzione in natura di specie estinte come l'Aquila di Bonelli, il Grifone e l'avvoltoio monaco. Le politiche di gestione forestale acquisiscono in questo contesto un ruolo centrale, sia nelle azioni di prevenzione degli incendi, che in riferimento alle attività per la rigenerazione dei boschi danneggiati dal passaggio del fuoco.

A ciò si aggiungono attività volte **all'educazione ambientale**, e al raggiungimento di una maggiore consapevolezza del valore di comportamenti più responsabili. Si pensi ad esempio ai progetti della Scuola nel bosco e di educazione ambientale promossi dall'Agenzia regionale Forestas o al Progetto di educazione alla cittadinanza globale della Direzione generale della Difesa dell'Ambiente.

Anche in questo ambito sarà data rilevanza alle innovazioni tecnologiche e ai nuovi canali di comunicazione diretta con i cittadini come quello whatsapp del Corpo forestale e di vigilanza ambientale, e alle iniziative realizzate dalle diverse strutture dell'amministrazione coinvolte nel **monitoraggio e contrasto alle violazioni ambientali**, come il presidio nell'aeroporto di Cagliari-Elmas da parte del CFVA per il controllo sui prelievi illeciti di beni naturali (ad esempio sabbia e conchiglie).

Si tratta di aspetti che possono essere ampliati includendo un ampio ambito di attività come le buone pratiche di protezione civile e dai rischi collettivi e individuali.

La transizione ecologica

La protezione dell'ambiente passa per strategie che includono **economia circolare, agricoltura sostenibile, lotta all'inquinamento, contrasto e adattamento al cambiamento climatico**, efficientamento energetico degli edifici, oculata gestione di risorse energetiche sempre più verdi e rinnovabili fino alla tutela e salvaguardia delle biodiversità agricole e alimentari della Sardegna.

Questi processi sono governati dalle politiche per la transizione ecologica messe in campo in ambito regionale, nazionale ed europeo, in un più ampio scenario di crescita sostenibile nei vari settori dell'economia e della vita sociale.

La **comunicazione** su queste tematiche sarà incentrata su **progetti, attività finanziati nell'ambito della programmazione dei fondi strutturali e del PNRR** che, in connessione tra loro, contribuiscono a porre i tasselli di una Sardegna aperta a una attenta gestione delle risorse naturali, ad iniziare dall'acqua e dal suolo, a processi produttivi sostenibili e rispettosi degli standard ambientali, un'agricoltura innovativa in grado di garantire prodotti salubri e di qualità e all'integrazione con silvicoltura, paesaggio e biodiversità.

Politiche energetiche

L'attenzione alla transizione energetica della Regione, in linea con gli obiettivi del Green Deal europeo e con la Strategia 2030, mette al centro della programmazione regionale una serie di **iniziative finalizzate all'efficientamento energetico, alla promozione delle comunità energetiche**, e alla governance delle **energie rinnovabili** anche attraverso la creazione della Società Energetica.

Le politiche energetiche saranno accompagnate dall'adozione del nuovo Piano Energetico Ambientale Regionale (PEARS), e riguarderanno l'integrazione con le politiche del lavoro a supporto dell'occupazione nel settore carbon free e a sostegno delle imprese sensibili agli effetti della transizione.



PROTEGGERE

Saranno realizzate azioni di **comunicazione su progetti ad impatto sostenibile** in grado di integrare nel sistema energetico locale il ricorso all'energia pulita, che possano generare vantaggi per le comunità non solo in termini di tutela ambientale ma anche di crescita economica e benessere sociale, preservando al tempo stesso **l'integrità dei territori e dei paesaggi** naturali e culturali, con la definizione delle aree idonee alla produzione.

Le azioni saranno orientate a conciliare la tutela ambientale, l'autosufficienza energetica e a garantire la sicurezza, evitando l'uso improprio del territorio e delle materie prime.

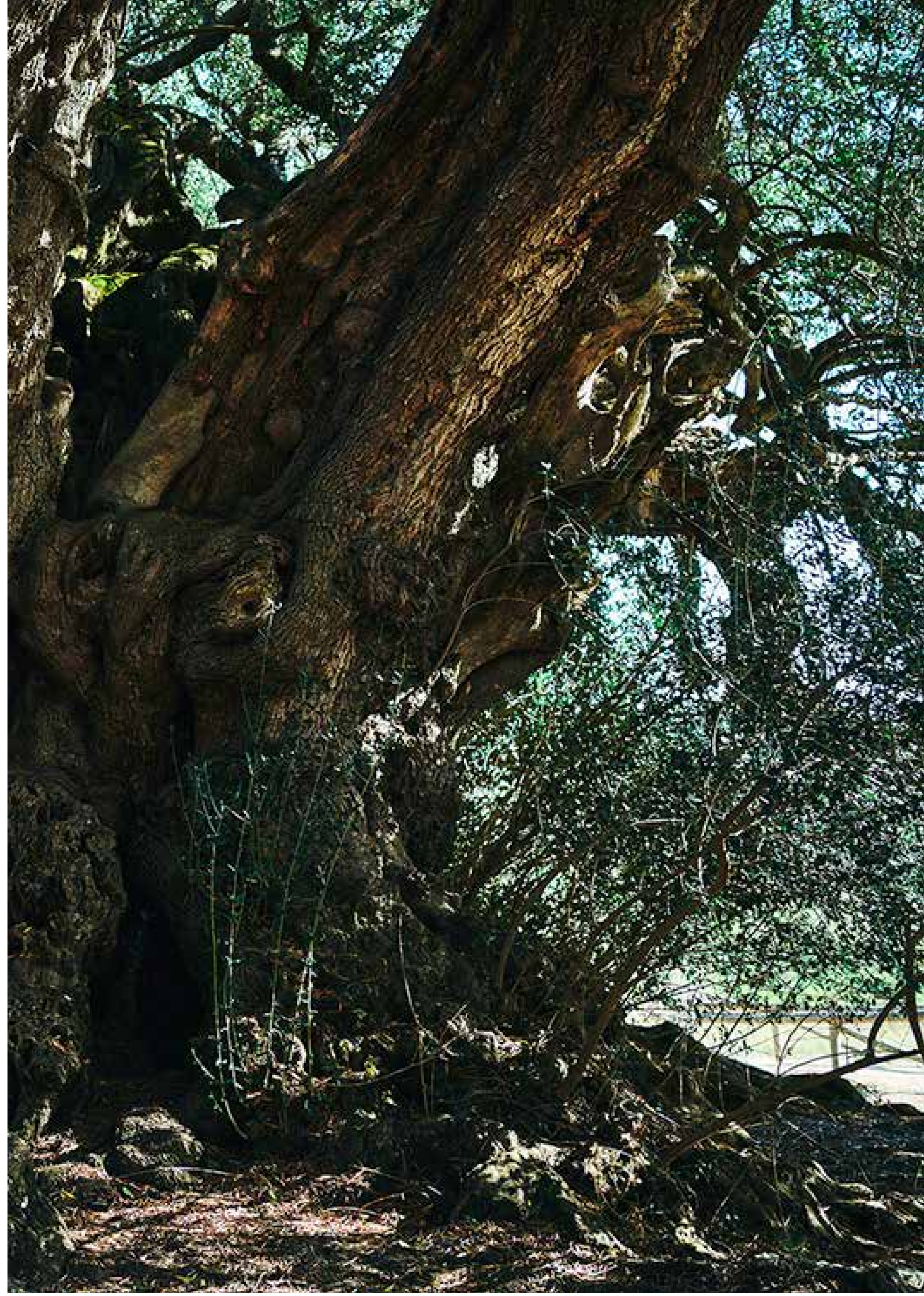
Nelle attività di comunicazione sarà dato spazio anche alle semplificazioni burocratiche, ovvero all'Autorizzazione unica per gli impianti da fonti di energia rinnovabili, a vantaggio di cittadini e imprese che intendono ricorrere a fonti di energia sempre meno impattanti.

Governo del territorio

La Regione prevede l'introduzione di una nuova **legge quadro sul governo del territorio** nell'ambito delle competenze attribuite alla Sardegna quali l'urbanistica, i trasporti, i beni culturali, il paesaggio, l'ambiente, l'energia, i rifiuti, l'istruzione.

In questo quadro si inserisce il rinnovato Sistema informativo territoriale regionale (SITR) che rappresenta una modalità unica e federata di **condivisione dei dati e metadati** territoriali georeferenziati di natura urbanistica, ambientale, culturale, geologica. Merita attenzione anche la **rigenerazione urbana e territoriale**, le azioni di gestione e valorizzazione dei **beni del demanio e patrimonio regionale**, nonché la ridefinizione della disciplina sulle concessioni balneari con criteri e bandi dedicati e attività di mappatura sull'attuale stato di utilizzo degli spazi dell'arenile.

La riforma del governo del territorio sarà oggetto di attività di comunicazione, attraverso iniziative finalizzate ad ampliare e migliorare la fruizione e la conoscenza dei beni archeologici e storico-culturali, alla valorizzazione dei siti minerari come risorsa economica, culturale e turistica.



PRO MUO VE RE

Attraverso una nuova **strategia di promozione istituzionale** si intende **migliorare il posizionamento mediatico e l'immagine della Sardegna**, in Italia e all'estero, per renderla attrattiva non solo sul piano turistico, ma anche dal punto di vista culturale ed economico.

Verranno messe a sistema le azioni realizzate dalle diverse strutture regionali, in modo da assicurare **una promozione integrata e coordinata, che rappresenti la Sardegna in tutte le sue specificità**: dalle bellezze naturalistiche al patrimonio culturale, storico e identitario, dall'agroalimentare all'arte e artigianato, dalle realtà produttive alle opportunità di crescita e sviluppo tecnologico.

La comunicazione si baserà su metodologie e strumenti di **promozione intelligente**, a supporto del marketing turistico, attraverso strumenti digitali e tradizionali, e sull'organizzazione di eventi nel territorio regionale e fuori dall'Isola.

Promozione intelligente

Per un'azione promozionale efficace dovrà essere adottata una **metodologia di progettazione delle campagne** basata su: **tecniche di marketing, analisi dei dati e valutazione ex ante degli obiettivi**, individuazione dei **gruppi target** e delle aree geografiche, scelta dei mezzi, delle tecnologie e dei supporti, pianificazione della disseminazione nei **canali digitali attraverso sistemi di advertising** che sfruttano le potenzialità dell'intelligenza artificiale per intercettare i diversi target, monitoraggio delle campagne, **analisi dei risultati** attraverso i sistemi di raccolta dei dati, a partire dai sistemi di **web analytics**, valutazione ex post e rimodulazione della programmazione.

La strategia di promozione intelligente richiede un **coordinamento sinergico**, sotto la regia della Presidenza, tra le diverse strutture dell'amministrazione che hanno competenza in materia di turismo, cultura, internazionalizzazione e agricoltura.

Il nuovo percorso prevede la transizione verso il "digital tourism" per realizzare un ecosistema turistico regionale, che dovrà comprendere anche la digitalizzazione e integrazione tra gli operatori turistici, e i servizi offerti, anche al fine di sviluppare la destinazione Sardegna per nuove categorie di ospiti, quali nomadi digitali, lavoratori e lavoratrici da remoto, studiose/i ecc.



PROMUOVERE

L'obiettivo finale è quello di dare una rappresentazione unitaria della Sardegna sfruttando le opportunità delle tecnologie e del marketing digitale, per intercettare pubblici differenziati che possono essere attratti a venire in Sardegna in diversi periodi dell'anno.

Turismo tutto l'anno

La nuova strategia per il rilancio del settore turistico si basa sulla pianificazione di azioni integrate per la **promozione della destinazione Sardegna** non solo nei mesi estivi ma in diversi periodi dell'anno, sfruttando il **ciclo di tradizioni ed eventi** che la rendono attrattiva nei periodi di bassa stagione. L'obiettivo è **rafforzare i target già consolidati** e, nel contempo, raggiungere **nuovi segmenti di mercato**. La combinazione tra campagne di comunicazione e marketing turistico parte quindi dalla definizione delle strategie e degli obiettivi, dall'analisi del contesto e del target di riferimento, cui fa seguito la progettazione e lo sviluppo dei prodotti multimediali da diffondere attraverso un media mix che, in funzione dell'audience, mette insieme strumenti digitali e tradizionali.

Già a partire dal 2024 sono state realizzate specifiche campagne per la promozione in occasione di eventi quali il **Capodanno in Sardegna, il Carnevale e i Riti della Settimana Santa**, con l'obiettivo di attirare **flussi turistici nei mesi invernali e nella primavera 2025**.

A supporto del settore saranno inoltre sviluppate le seguenti azioni:

- attività di **animazione territoriale** organizzate da enti locali e organismi senza fini di lucro;
- azioni di **promozione** destinate a **imprese ricettive e turistiche**, professionisti del settore, cittadini e potenziali visitatori. Tra queste rientrano la partecipazione a fiere nazionali e internazionali di settore e l'organizzazione di eventi di presentazione della destinazione;
- promozione di prodotti turistici nell'ottica della **destagionalizzazione**. Rientrano tra queste proposte il progetto di valorizzazione del **turismo lento** e la promozione di particolari tipologie di turismo di nicchia: attivo, nautico, culturale e archeologico, sportivo, religioso;
- realizzazione di **soluzioni tecnologiche** al servizio degli operatori di settore.

Organizzazione eventi

L'organizzazione di eventi è funzionale alla promozione delle attività istituzionali della Regione e a una **migliore conoscenza dei suoi obiettivi e delle principali strategie** rivolte ai cittadini, alle istituzioni e ai portatori di interesse. Gli eventi inoltre contribuiscono a veicolare **un'immagine positiva della Regione**, a **restituire i risultati delle diverse politiche**, e ad accrescere il sistema di relazioni con cittadini e stakeholder.

La promozione di eventi è quindi **strategica e funzionale al raggiungimento degli obiettivi della comunicazione**. La possibilità di un'organizzazione in presenza, da remoto o in modalità ibrida accresce le opportunità di dialogo e partecipazione avvicinando l'istituzione regionale alla collettività.

Le tipologie di evento realizzabili sono molteplici e di volta in volta funzionali alle esigenze degli organizzatori, ai temi da veicolare e ai pubblici da coinvolgere, quali, a titolo di esempio, gli eventi annuali o di lancio relativi alla programmazione europea dei fondi strutturali.

Rivestono rilevanza anche gli **eventi nazionali e internazionali finalizzati alla conoscenza della Sardegna** in chiave turistica ma anche in riferimento alle attività di cooperazione, di promozione dell'innovazione tecnologica e dei vari settori produttivi, imprenditoriali e industriali.



PROMUOVERE

A questo si aggiungono gli **eventi rivolti al personale di carattere formativo o informativo** che contribuiscono da un lato all'aggiornamento continuo delle competenze dei dipendenti, dall'altro, a cementare il senso di appartenenza, la collaborazione e il benessere organizzativo.

Grazie al protocollo di intesa **"No Women No Panel"**, proposto dalla Commissione europea nel 2018, cui la Regione Sardegna ha aderito insieme al Servizio Pubblico RAI e ad altri soggetti istituzionali, i prossimi eventi saranno organizzati con un'attenzione all'adeguata rappresentanza delle donne nel dibattito pubblico e utilizzando un corretto linguaggio di genere.



VALORIZZARE



La valorizzazione del **patrimonio materiale e immateriale** della Sardegna è oggetto di una strategia che combina gli **elementi della tradizione con l'innovazione**. La tutela dei valori tradizionali si integra con le sfide del presente e del futuro, per una Sardegna aperta al mondo che sappia trarre nuove opportunità dal suo patrimonio culturale, storico, ambientale, linguistico e identitario.

La comunicazione sarà orientata a facilitare la conoscenza e la condivisione dei contenuti multimediali, anche con il supporto delle tecnologie digitali, attraverso il rilancio della piattaforma **Sardegna digital library**, la promozione del sistema **Sardegna Cultura** e dell'**Archivio storico regionale** e i progetti di tutela della **lingua e cultura sarda**.

Altre azioni saranno rivolte alle celebrazioni per **Sa Die de Sa Sardigna** e alla **memoria e racconto delle personalità illustri** della Sardegna che si sono distinte nei diversi ambiti del sapere, nel mondo delle istituzioni, della cultura e della politica.

Sardegna Digital Library

Sardegna Digital Library è la **memoria digitale dell'Isola**, un **patrimonio di informazioni** in grado di **raccontare la nostra identità in evoluzione**. Il progetto è nato con lo scopo di raccogliere quante più risorse multimediali possibili in grado di documentare la storia della Sardegna e le evoluzioni sociali, la varietà dei suoi paesaggi e la ricchezza culturale, le tradizioni, i simboli identitari e le tante manifestazioni che ne descrivono l'antica unicità.

Oggi questo progetto si è rinnovato nei contenuti e soprattutto nella fruizione, attraverso un intervento di reingegnerizzazione che ha reso la piattaforma più performante, **aperta a contributi esterni e alla condivisione**.

Sardegna Digital Library è stata riprogettata secondo la metodologia dello **user experience design**, in un'ottica più adatta a rispondere alle esigenze degli utenti e a rendere più soddisfacente ed efficace l'interazione con il sistema.

Non solo vetrina della memoria passata e recente: la navigazione intelligente la rende un valido strumento di studio consentendo anche di salvare le ricerche e di creare percorsi personalizzati.

VALORIZZARE

MemoRAS

Oltre al valore fondante di preservare il nostro passato c'è anche la volontà di **restituire un'immagine della Sardegna più aderente alla realtà attrverso il racconto del presente**. Per farlo è necessario coinvolgere chi opera quotidianamente per documentare la resilienza e i cambiamenti che attraversano l'Isola, raccontandoli con fotografie, video, testi e audio.

Per **coinvolgere le persone nella costruzione partecipata della memoria digitale** è stato ideato il contest **MemoRAS**, con l'obiettivo di raccogliere preziose testimonianze inerenti in particolare i contenuti poco rappresentati all'interno del catalogo attuale e **arricchire la raccolta con nuove risorse multimediali in una logica User Generated Content (UGC)**.

Saranno programmate altre edizioni del contest con nuovi format pensati e strutturati intorno a filoni tematici volti a colmare eventuali lacune presenti nella raccolta attuale. I contest si svolgeranno in modalità agile per facilitare il compito dei contributori, affinché Sardegna Digital Library sia uno specchio sempre più fedele e rappresentativo di una Sardegna unica e dinamica, della vivacità e creatività che la animano.

Sardegna Cultura

La recente reingegnerizzazione del sito tematico Sardegna Cultura, realizzata nell'ambito di un più ampio **progetto di valorizzazione delle risorse del patrimonio culturale**, è costruita su **un'infrastruttura tecnologica** avanzata composta da un **metamotore** reso interoperabile con il complesso sistema di raccolte multimediali e archivistiche regionali e nazionali.

Da un unico punto di accesso è possibile effettuare una ricerca avanzata delle risorse catalogate secondo gli standard europei, personalizzare l'esperienza di navigazione attraverso la creazione di raccolte che ne facilita la fruizione e la condivisione.

Il progetto, declinato anche nella sua versione social, contribuisce notevolmente alla diffusione e all'approfondimento dei tanti aspetti di cui si compone il patrimonio culturale sardo materiale e immateriale.

La nuova esperienza utente nella consultazione dei contenuti su Sardegna Cultura si arricchisce anche grazie a un calendario aggiornato di eventi e si sviluppa nella versione mobile con un'**app dedicata**.

Attraverso la comunicazione verrà dato risalto alle evoluzioni del progetto sotto il profilo tecnologico e della user experience. Saranno inoltre ideate apposite campagne di comunicazione e promozione dei beni culturali nell'ambito delle politiche di valorizzazione del sistema integrato della cultura regionale,

Sardegna Archivi

La custodia e la tutela della memoria passano anche dalla conservazione dei beni archivistici. La Presidenza della Regione ha recentemente **reingegnerizzato il sito tematico SardegnaArchivi**, l'ambiente di **accesso ai fondi storici** prodotti dagli uffici della Giunta regionale e degli Assessorati.

L'obiettivo è quello di promuovere la conoscenza del proprio patrimonio archivistico e del contesto storico, istituzionale, amministrativo nel quale è stato prodotto. Una guida ai fondi basata su descrizioni archivistiche frutto di una

VALORIZZARE

lunga e laboriosa attività di ricerca e rilevazione all'interno dei depositi d'archivio dell'Amministrazione regionale.

Gli archivi della Regione raccontano le diverse epoche, le politiche del passato e l'evoluzione dell'ente: una testimonianza insostituibile dell'ampia produzione amministrativa, della **memoria istituzionale** e dei passaggi storici che l'hanno caratterizzata nel tempo.

Verranno valorizzate attraverso specifiche azioni di comunicazione le implementazioni che saranno realizzate sul sistema per ampliare la conoscenza da parte del pubblico e migliorarne la fruizione.

Lingua e cultura sarda

La tutela e la valorizzazione della lingua sarda si inseriscono in un ampio percorso che mira alla conoscenza, a un maggiore utilizzo anche in un'ottica di innovazione.

Gli interventi riguardano il rafforzamento di alcuni progetti già avviati: **IM- PRENTAS**, per incentivare le produzioni editoriali e multimediali nelle diverse varianti linguistiche riconosciute; **TuLis**, specifico per gli sportelli linguistici territoriali, per un'azione capillare ed efficace per l'attuazione delle politiche linguistiche regionali; **INSULAS**, INSegnamento Unico Lingue A Scuola, progetto per l'insegnamento della lingua in orario curriculare; **FRAILES**, laboratori didattici extracurricolari per la trasmissione intergenerazionale della lingua.

I diversi progetti saranno accompagnati da specifiche azioni e campagne di comunicazione nei canali istituzionali e digitali. Guardando al futuro e alla nostra contemporaneità, una ulteriore sfida è la tutela della lingua sarda attraverso l'uso delle **nuove tecnologie di intelligenza artificiale**.

A tal fine sarà promosso il progetto Al4Limba sviluppato per la traduzione, il riconoscimento e la sintesi vocale e l'analisi linguistica del sardo.

Saranno inoltre realizzate azioni di promozione istituzionale per le celebrazioni di **Sa Die de sa Sardigna**.



CRE SCE RE

Governare la crescita equilibrata e sostenibile dell'Isola significa agire su aspetti fondamentali della vita economica e sociale: **politiche integrate per il lavoro** e la **formazione professionale**, tutela dei livelli occupazionali, delle **comunità e delle produzioni locali** in tutti i settori, con particolare riguardo a quelli **trainanti per l'economia della Sardegna**.

Attraverso la messa a sistema delle risorse finanziarie provenienti dai diversi fondi strutturali e dai programmi speciali, in una logica di programmazione unitaria, potranno essere realizzate politiche ad impatto sociale positivo, a sostegno dell'occupazione, del tessuto produttivo e imprenditoriale.

Le attività di comunicazione saranno strutturate sulla base delle iniziative attuate nei diversi ambiti di intervento: dalle **politiche attive per il lavoro** alle misure per l'agricoltura, dalle **crescita delle imprese** innovative agli interventi a sostegno del sapere artigiano, fino alle misure per le aree interne.

Politiche attive del lavoro

Le Politiche attive del lavoro e la formazione professionale sono al centro di una strategia di comunicazione che ha l'obiettivo di far conoscere in modo puntuale le **opportunità** offerte dalla Regione per **facilitare l'accesso al mercato del lavoro e investire sul capitale umano**.

Garantire a disoccupati e inoccupati la possibilità di trovare un'occupazione adeguata al percorso di studi e di formazione, offrire un supporto all'orientamento, favorire l'ingresso nel mercato del lavoro e il reintegro dei soggetti a rischio di esclusione, limitare l'emigrazione dei talenti, rappresentano solo alcune delle priorità in agenda.

L'adeguamento delle politiche per il lavoro alle nuove sfide economiche, all'emergere di nuove figure professionali che necessitano di competenze sempre più aggiornate deve poter contare su una rinnovata rete che includa il mondo delle imprese, delle università e, più in generale, delle istituzioni. Particolare attenzione merita il sistema duale di istruzione e formazione professionale con l'attivazione di percorsi finalizzati a un **ottimale incontro tra domanda e offerta**. La strategia del buon lavoro comprende anche le politiche per la protezione e sicurezza sul lavoro, le misure di inclusione sociale e lavorativa, anche attraverso



CRESCERE

la valorizzazione delle specificità territoriali come opportunità occupazionale. In questo contesto sarà dato ampio risalto alle opportunità offerte dai fondi strutturali europei (FSE) e dal PNRR, in particolar modo dal programma GOL (Garanzia di occupabilità dei lavoratori).

La comunicazione darà conto delle diverse iniziative promosse in maniera integrata dall'Assessorato del Lavoro e dell'Agenzia Sarda per le politiche attive del Lavoro e dei suoi Centri per l'impiego diffusi capillarmente nel territorio.

Inoltre, avranno spazio le politiche di sostegno alle imprese e quindi al tessuto produttivo locale, quelle di conciliazione vita-lavoro e non ultime le iniziative finalizzate a garantire maggiore sicurezza e salubrità nei posti di lavoro.

Agricoltura sostenibile

Gli obiettivi europei della Politica agricola comune (PAC) sono declinati nell'Isola attraverso gli strumenti del **Programma di Sviluppo Rurale** (PSR 2014-2022) e delle risorse aggiuntive ricomprese nel Completamento dello Sviluppo Rurale (CSR 2023-2027) che si avvalgono di specifici Piani Pluriennali di Comunicazione e Strategie di Informazione e Pubblicità, come il Piano Nazionale Fondo Europeo Affari Marittimi Pesca e Acquacoltura (FEAMPA). La finalità di questo complesso di interventi è di **garantire il sostegno e la tutela agli agricoltori, preservare e migliorare le produzioni agroalimentari**, tutelando allo stesso tempo i paesaggi rurali con una **gestione sostenibile delle risorse**, anche alla luce dei cambiamenti climatici.

Le attività e i progetti introdotti dall'Amministrazione puntano a mantenere viva l'economia rurale anche attraverso l'introduzione di innovazioni tecnologiche in grado di salvaguardare il territorio e l'occupazione nei settori agricoli, forestali e agroalimentari.

A questo scopo verrà garantita una **più ampia diffusione della conoscenza delle opportunità** offerte dalle diverse misure di finanziamento per progetti di investimento nelle aree rurali, degli interventi a sostegno delle aziende agricole attive sul fronte della sostenibilità climatica, ambientale e del benessere animale, delle produzioni e dei marchi agroalimentari.

Sono previste diverse **azioni di comunicazione sui regimi di qualità** dei prodotti agricoli della Sardegna, sulla **promozione e il supporto allo sviluppo dei mercati locali**, la **valorizzazione delle filiere**, la formazione nel settore delle fattorie didattiche, dell'enoturismo e dell'oleoturismo anche attraverso l'aggiornamento e lo sviluppo di nuove professionalità.

Crescita delle imprese

La Regione sostiene le **micro, piccole e medie imprese**, attraverso diverse iniziative nell'ambito delle politiche finanziate con fondi regionali, nazionali ed europei. Una **pluralità di misure** che vengono attuate da diversi attori del sistema regione coinvolti a vario titolo nella promozione dell'imprenditorialità e delle attività produttive.

Le politiche di sviluppo del tessuto imprenditoriale e produttivo riguardano, in particolare, l'attivazione di programmi per sostenere **l'innovazione di prodotto e di processo**, gli incentivi alla creazione di **start-up innovative**, il supporto agli incubatori ed acceleratori capaci di creare congiunzioni positive fra le imprese e le università.



CRESCERE

La comunicazione verterà quindi su tali interventi e sulle **misure di sostegno all'accesso al credito** per rafforzare la struttura finanziaria e promuovere la crescita e gli investimenti delle imprese esistenti e delle nuove, nonché specifici incentivi quali voucher per l'avvio di attività d'impresa.

Saranno inoltre comunicate le attività finalizzate alla **semplificazione burocratica** e alla diffusione di informazioni attraverso le piattaforme SUAPE e Sardegna Impresa.

Particolare attenzione sarà rivolta alle iniziative di supporto per **l'accesso ai mercati nazionali e internazionali**, le opportunità di **attrazione degli investimenti**, i programmi e i progetti finalizzati alla formazione di competenze adeguate che garantiscano il consolidamento delle imprese e l'adeguamento competitivo ai nuovi mercati, anche attraverso le attività previste nell'ambito della cooperazione europea.

A questo si aggiunge il **sostegno all'innovazione tecnologica** in un'ottica di modernizzazione del sistema imprenditoriale locale al fine di favorire la crescita occupazionale con la formazione di nuove figure professionali adatte alle esigenze del mercato e dei settori tecnologici emergenti.

Sapere artigiano

La valorizzazione del comparto artigianale rappresenta uno dei pilastri della strategia di sviluppo che parte dalla promozione delle eccellenze e delle specificità territoriali, anche in chiave artistica, per un rilancio dell'economia.

Le misure che saranno adottate riguarderanno incentivi per la **creazione di imprese artigianali innovative**, finanziamenti per la crescita del settore puntando sulla qualità, ricerca e sostenibilità.

Specifiche linee di azione riguardano il **passaggio generazionale**, il trasferimento delle competenze, puntando anche sulle certificazioni ad Indicazione Geografica Protetta non food, e l'imprenditoria femminile.

Nel corso del 2024 è stata avviata una campagna per la promozione del bando relativo al passaggio generazionale attraverso la realizzazione di un video spot e relativa diffusione sulle emittenti televisive regionali e sui canali digitali.

Il sostegno all'eccellenza artigianale passerà anche dalla ricostituzione dell'Ente ISOLA, dalla certificazione delle produzioni caratteristiche più autentiche e dalla riorganizzazione della piattaforma informatica regionale denominata **"Vetrina dell'artigianato artistico"**. Saranno, pertanto, ideate campagne di comunicazione con l'obiettivo di promuovere il pacchetto di interventi di sostegno e valorizzazione dell'intero comparto.

Sviluppo nelle aree interne

L'attenzione ai territori meno popolati necessita di un approccio strategico che tenga in considerazione **interventi e investimenti sulle infrastrutture della viabilità e dei trasporti**, sul mantenimento e rafforzamento dei **servizi amministrativi, sociali e sanitari**, e delle **istituzioni scolastiche** in modo tale da garantire il pieno sviluppo delle comunità e del loro potenziale culturale, economico e sociale.

Il contrasto allo spopolamento dei piccoli centri della Sardegna passa anche per **interventi rivolti a cittadini, famiglie e imprese**. Attualmente sono erogati incentivi alle famiglie per i nuovi nati, contributi per l'avvio o il trasferimento di impresa, credito di imposta e contributi per la ristrutturazione di abitazioni.

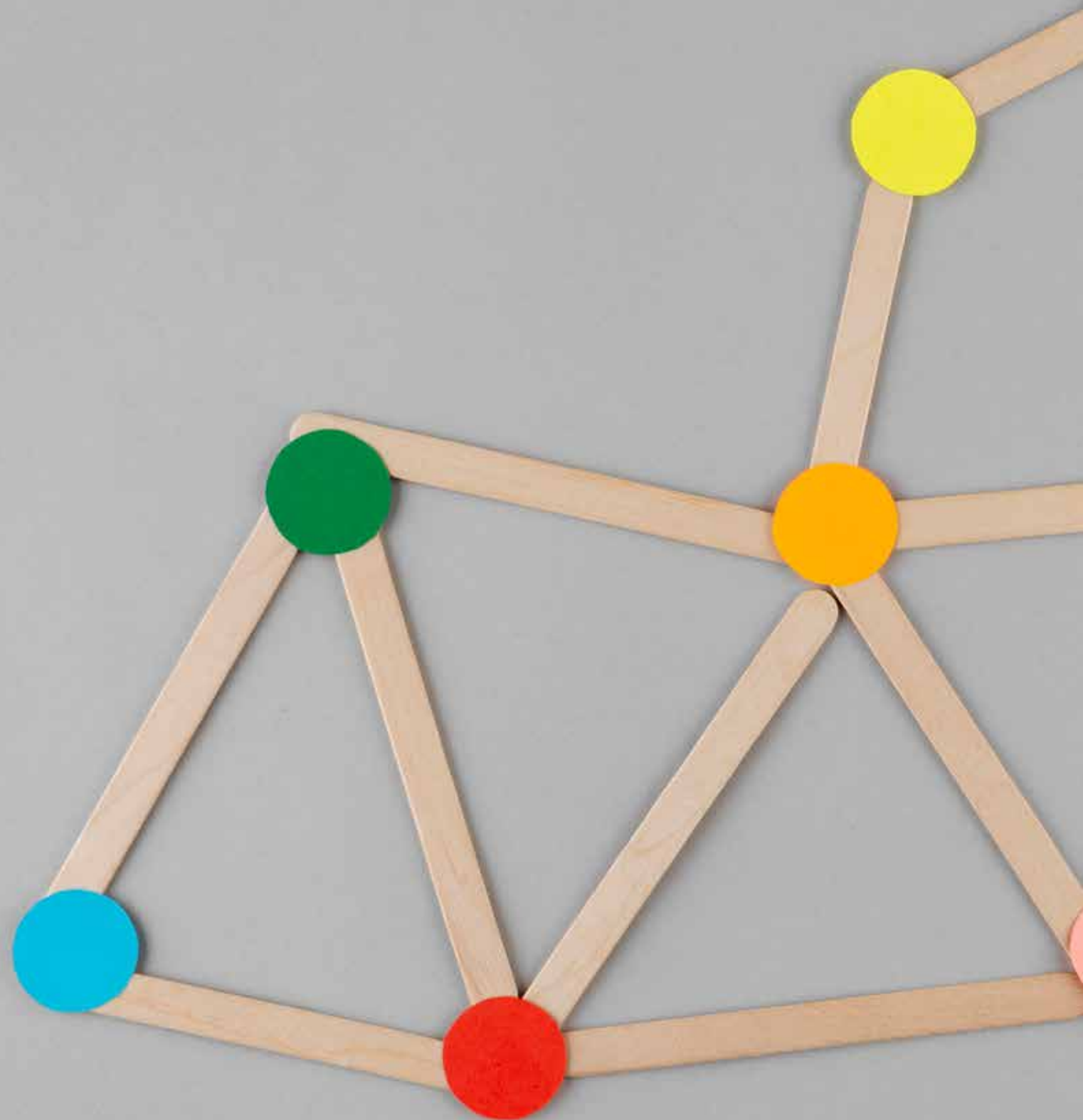
La comunicazione sulle politiche per lo sviluppo delle aree interne punta quindi a rendere conto in modo trasparente dei **programmi e dei progetti che in modo integrato e trasversale concorrono alla crescita delle zone svantaggiate dell'isola**. Questo dovrà necessariamente tener conto anche delle diverse misure del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza come, a titolo di esempio, i servizi di facilitazione digitale, gli interventi nelle scuole, le attività di valorizzazione del patrimonio rurale, culturale e religioso.

Opere pubbliche

Gli interventi finalizzati alla realizzazione delle **opere pubbliche di importanza strategica** per migliorare le infrastrutture, strade, ponti, reti, rappresentano strumenti fondamentali per la **crescita e lo sviluppo di tutta la Sardegna**, e connettere in modo efficiente le aree urbane con i piccoli centri.

Le politiche e i grandi progetti per il **superamento del gap infrastrutturale** finanziati anche attraverso le risorse provenienti dal Fondo di sviluppo e coesione saranno oggetti di campagne di comunicazione per portare a conoscenza di cittadini e portatori di interesse gli investimenti fatti e il percorso di cambiamento avviato.





QUADRO SINOTTICO

Il quadro riepilogativo del fabbisogno espresso dalle strutture del sistema Regione che hanno partecipato alla consultazione interna realizzata tramite la piattaforma Sardegna ParteciPA

INNOVARE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Presidenza	Comunicare l'innovazione	Promozione Einstein Telescope Innovazione nella comunicazione digitale Progetto uffici di prossimità
Centro Regionale di Programmazione	Opportunità dall'Europa	Evento lancio FESR e giornata dell'Europa Sardinia New Electric Boat Week: attività convegnistiche Just Transition Fund: evento annuale FESR e FSE+: comitato di sorveglianza Comunicare gli Uffici di prossimità
Centrale Regionale di Committenza	Smart RAS	Realizzazione della nuova piattaforma di e-procurement della Regione Sardegna Realizzazione sito tematico Centrale Regionale di Committenza
DG dell'Innovazione e Sicurezza IT	Smart RAS	Rete dei Servizi di Facilitazione Digitale Transizione digitale per processi e servizi amministrativi più capillari, trasparenti, e sostenibili IA e mondi virtuali: sviluppo competenze per affrontare la sfida dei nuovi strumenti di intelligenza artificiale
DG Trasporti	Mobilità sostenibile e innovativa	Campagna di comunicazione "Interventi sulla rete ferroviaria" Campagna di comunicazione sugli aiuti sociali sui biglietti aerei ABT - Around Sardinia - Sistema di bigliettazione Account Based Ticketing Reti intelligenti e smart mobility Mobilità sostenibile e potenziamento continuità territoriale

PARTECIPARE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Presidenza	Democrazia partecipativa	Promozione piattaforma SardegnaPartecipa SMART URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico) Citizen Satisfaction e citizen experience
DG Presidenza		Campagna di comunicazione progetti PNRR Giornata europea della cooperazione
Ufficio speciale Autorità di Gestione Interreg NEXT MED	Europa e Mediterraneo	Promozione dei progetti approvati con il 1° bando (cooperazione tra le due sponde del Mediterraneo con l'obiettivo di rendere l'area più competitiva e innovativa, più verde, inclusiva e meglio governata) Lancio 2° bando sulla Green Transition Promozione dei risultati di ENI CBC Med Contest ricette mediterranee e organizzazione giornata del Mediterraneo Possibile partecipazione alla COP29 di Baku

SOSTENERE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Presidenza DG Politiche sociali	Promuovere l'uguaglianza	Campagna contro la violenza di genere Linee guida linguaggio inclusivo Progetto INCLUDIS - Inclusione lavorativa di persone disabili
DG Pubblica istruzione	Diritto allo studio e qualità della vita	Avvisi per l'erogazione di borse di studio e per il rimborso delle spese sostenute per l'acquisto di libri di testo Campagna di comunicazione sul sistema ITS (Istruzione Tecnologica Superiore) Orientamento per le classi quinte delle scuole superiori di secondo grado Servizi per il diritto allo studio, fitto casa e agevolazioni
ERSU Cagliari		
ERSU Sassari		Mobilità sostenibile: convenzioni per studenti Sensibilizzazione per un'alimentazione a basso impatto ambientale e contro lo spreco alimentare
Unità di progetto Iscol@		Promuovere le attività del progetto Iscol@ dedicato all'edilizia scolastica
ERSU Sassari DG Sanità	Prendersi cura	Campagne di sensibilizzazione sulla donazione del sangue e le malattie sessualmente trasmissibili Servizio di cure domiciliari, donazione del sangue, donazione e trapianto organi Alimentazione del pregresso del Fascicolo Sanitario Elettronico (FSE) Campagna informativa sull'endometriosi Campagna informativa per la gestione informatizzata dei buoni destinati ai pazienti celiaci e nefropatici Campagna informativa per l'uso responsabile degli antibiotici al fine di contrastare il fenomeno dell'antimicrobico resistenza Rafforzamento telemedicina Progetto Medicina di Iniziativa per la diagnosi precoce delle patologie croniche Adozione del Piano Regionale della Medicina di Genere
DG Politiche sociali		Ritornare a casa PLUS - Sostegno alla domiciliarità di persone non autosufficienti
DG Lavori pubblici	Diritto alla casa	Politiche abitative ed edilizia sociale

PROTEGGERE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
AGRIS Laore	Tutelare l'unicità	Valorizzazione dei prodotti identitari ed innovativi di origine animale Salvaguardare la biodiversità di interesse agricolo e alimentare Valorizzazione e promozione prodotti locali e regimi di qualità
Forestas		Reintroduzione in natura di specie a rischio estinzione (aquila di Bonelli, grifone, avvoltoio monaco in Sardegna) Campagne di sensibilizzazione su flora e fauna
AGRIS Protezione civile	Governance territoriale e ambientale	Difesa delle foreste (sugherete) Campagne Protezione Civile (Settimana nazionale di Protezione Civile, Antincendio, Io Non Rischio, Diffusione della cultura di Protezione Civile) Collaborazione con ANCI per la prevenzione incendi
Corpo Forestale e di vigilanza ambientale Enas		Sperimentazione e utilizzo di nuove tecnologie per il rilievo delle superfici percorse dagli incendi Progetti di interconnessione e per il superamento dell'emergenza idrica
Forestas		Campagna di comunicazione "dopo gli incendi": ripartire dai danni ai boschi registrati nelle ultime campagne AIB per spiegare come si rigenera un bosco, attraverso le politiche forestali regionali Campagna "Boschi resilienti" per diffondere i concetti più "attuali" sulla gestione forestale, con numeri e dati
DG Difesa dell'Ambiente		Campagna di comunicazione per l'avvistamento e segnalazione di nidi di tartarughe e per la sensibilizzazione sul prelievo di sabbia, ricci e pinna nobilis
Arpas DG Difesa dell'Ambiente		Monitoraggio delle acque di balneazione Piano regionale di gestione dei rifiuti Strategia regionale di adattamento ai cambiamenti climatici
DG enti locali e finanze		Incontri territoriali finalizzati alla stesura del Disegno di legge aree idonee e transizione energetica

PROTEGGERE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG della pianificazione urbanistica territoriale e della vigilanza edilizia		Piano di utilizzo del litorale, Piano paesaggistico regionale, Legge regionale urbanistica, evento sul demanio marittimo Rigenerazione urbana e territoriale, gestione e valorizzazione dei beni del demanio e patrimonio regionale Adozione Piano Energetico Ambientale Regionale (PEARS) Rinnovamento Sistema Informativo Territoriale Regionale (SITR)
Protezione civile	Vivere i territori	Gemellaggi con altre regioni, esercitazioni e manovre addestrative a carattere regionale Progetti UE di Protezione Civile (a titolarità RAS) Animazione territoriale per la promozione dei Piani Multirischio dei Comuni Attività di comunicazione su ambiti territoriali, presidio dei litorali e nuove dotazioni
Corpo Forestale e di vigilanza ambientale		Azioni di comunicazione e attivazione di un canale WhatsApp del CFVA Diffusione della coscienza ambientale nei cittadini attraverso interventi di educazione ambientale Istituzione di un presidio all'aeroporto di Cagliari Elmas per sensibilizzare sui danni ambientali derivanti dall'illecito depauperamento di beni naturali
Forestas		Realizzazione della Rete Sentieristica della Sardegna accessibile e relativa campagna "Sentieri per tutti" Scuola nel bosco e educazione ambientale nelle scuole Giornate scientifiche dell'Arpas rivolte agli operatori dei Centri di Educazione Ambientale della Sardegna (CEAS), al personale tecnico dell'amministrazione regionale e alle guide ambientali escursionistiche
DG Difesa dell'Ambiente		Progetto di Educazione alla cittadinanza Globale Azioni per migliorare la fruizione e la conoscenza dei beni archeologici e storico e valorizzare il patrimonio minerario come risorsa economica, culturale e turistica.
DG Industria	Energia e impresa	Portale SardegnaImpresa SUAPEE Sportello Unico per le Attività Produttive Edilizia ed Energia AU FER Autorizzazione Unica per gli impianti da Fonti di Energia Rinnovabili

PROMUOVERE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Turismo	Strumenti per lo sviluppo	Classificazione delle strutture ricettive RLO cittadino - Registro locazioni occasionali per i cittadini che intendono affittare le loro proprietà per periodi brevi Piattaforma INTERACTA a supporto degli operatori di settore Valorizzazione della vetrina dell'artigianato artistico e tradizionale e del nuovo marchio SARDEGNA Isola dell'Artigianato Turismo delle Radici, progetto attivato dal MiTur per la promozione rivolta agli emigrati di terza generazione Adesione alla Banca Dati nazionale delle Strutture Ricettive e degli immobili privati adibiti a locazione breve per finalità turistiche Realizzazione di un call-center allo scopo di ottimizzare l'interazione con gli operatori
	Sapere artigiano	Concessione di contributi alle imprese artigiane e credito agevolato Contributi all'organizzazione di manifestazioni pubbliche di grande interesse turistico Partecipazione alle più importanti fiere nazionali e internazionali Incentivi alle start-up innovative Iniziativa "Passaggio generazionale": concessione di incentivi alle imprese del comparto dell'artigianato coinvolte nel passaggio generazionale
	Turismo lento e sostenibile	Valorizzazione del turismo lento e sostenibile in Sardegna - 'Cammini, Destinazioni di pellegrinaggio e Borghi'. Organizzazione BITAS – Borsa internazionale del turismo attivo Campagne di comunicazione Capodanno in Sardegna, Carnevale 2025 e Riti della Settimana Santa

VALORIZZARE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Presidenza	Condividere la cultura	Sardegna Digital Library, contest MemoRAS e SardegnaArchivi
DG Beni Culturali		Sardegna Cultura, Àndalas de Cultura, app “Luoghi della cultura” Tutela e valorizzazione della lingua sarda con il progetto AI4Limba
ISRE		Campagne di comunicazione, promozione ISRE e collaborazioni con istituti e associazioni
DG Beni Culturali	Tutela del patrimonio linguistico	Promozione delle lingue di Sardegna attraverso personaggi famosi
		Presentazione degli sportelli linguistici, attività e corsi di formazione
		Certificazioni linguistiche e nuove prospettive lavorative
		Lingue sarde a scuola e vantaggi del plurilinguismo

CRESCERE

STRUTTURA	AZIONI	FABBISOGNO
DG Lavoro	Comunicare le politiche attive del lavoro	Conferenza regionale Politiche del Lavoro
Aspal		Comitato di Sorveglianza e Evento annuale PR FSE+ Sardegna 2021-2027
Laore	Agricoltura intelligente e sostenibile	Comunicazione sul PNRR, Job Day, Centri per l’impiego
		Attività di formazione per lo sviluppo dei mercati locali
		Attività di formazione del settore fattorie didattiche, dell’oleoturismo e dell’enoturismo
		Azioni informative per il comparto vitivinicolo, olivicolo oleario e frutticolo
DG Agricoltura		Piano d’azione di contrasto e contenimento delle infestazioni acridiche
		Programma di Sviluppo Rurale e Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale: piano di comunicazione e azioni di informazione per beneficiari e stakeholder
		Piano Nazionale FEAMPA (Fondo Europeo Affari Marittimi Pesca e Acquacoltura): piano di comunicazione
DG Turismo	Sapere artigiano	Ricostituzione dell’Ente ISOLA
		Riorganizzazione della piattaforma informatica regionale denominata “Vetrina dell’artigianato artistico”
DG Lavori pubblici	Opere pubbliche	Interventi strategici per le grandi opere di interesse regionale e per il superamento del gap infrastrutturale



PROGETTI SPECIALI A CARATTERE TRASVERSALE

Linee guida linguaggio inclusivo

La Regione promuove l'utilizzo di un linguaggio rispettoso delle differenze di genere. L'articolo 6 della legge regionale n. 24 del 2016 ha previsto l'adozione di un linguaggio non discriminatorio incaricando la Presidenza a provvedere alla revisione del lessico giuridico e amministrativo di atti, provvedimenti e comunicazioni, secondo gli orientamenti europei e nazionali in materia.

A questo scopo saranno elaborate le **"Linee guida per l'uso di un linguaggio istituzionale inclusivo e rispettoso delle differenze"**, con l'obiettivo di diffondere una nuova coscienza linguistica finalizzata a riconoscere la piena dignità, parità di genere e il rispetto delle differenze.

Il documento rappresenta uno strumento operativo, semplice e chiaro, per sensibilizzare all'uso corretto del linguaggio amministrativo.

L'obiettivo è quello di adottare parole e atteggiamenti non discriminatori, attenti alle differenze in una prospettiva di uguaglianza, apertura e inclusione.

Alle linee guida si integrano altre iniziative, tra cui l'adesione della Regione Sardegna al protocollo di intesa "No Women No Panel", proposto dalla Commissione europea nel 2018 e siglato, tra gli altri, dal Servizio Pubblico RAI, allo scopo di tradurre in pratica il principio di una adeguata rappresentanza delle donne nel dibattito pubblico.

A questo si aggiunge l'adozione del Piano per la parità di genere della Regione Autonoma Sardegna (Deliberazione n. 4/77 del 15.2.2024), documento strategico che definisce azioni, obiettivi e strumenti per promuovere la parità tra uomo e donna all'interno dell'amministrazione.

In quest'ottica si prevedono eventi informativi e formativi dedicati al personale finalizzati alla conoscenza e al corretto utilizzo delle linee guida. Inoltre saranno promosse iniziative di comunicazione rivolte ai cittadini e portatori di interesse per dare conto dell'impegno della Regione nell'ambito della promozione della parità di genere.

Comunicazione unitaria dei fondi europei

La politica di coesione europea trova attuazione nei territori attraverso i programmi regionali e nazionali che definiscono priorità, obiettivi e azioni per ciascuno dei fondi messi a disposizione con le relative prescrizioni per la comunicazione.

Il PR FESR contribuisce alla correzione dei principali squilibri esistenti tra la Sardegna e le altre Regioni dell'Unione; il PR FSE+ mira al miglioramento delle condizioni occupazionali, formative e di inclusione; il FSC è un fondo nazionale che concorre al perseguimento della finalità costituzionale di ridurre il divario economico, sociale e territoriale tra le diverse aree del Paese; il FEASR sostiene lo sviluppo del sistema agroalimentare e delle aree rurali in Sardegna, a cui si aggiungono i programmi legati alla Politica agricola comunitaria (PAC) e la

Politica comune per la pesca (PCP) - come il CRS 2023-2027 (Complemento regionale per lo sviluppo rurale in proseguimento del PSR 2014-2022) e il FE-AMPA (Fondo Europeo Affari Marittimi Pesca e Acquacoltura).

Oltre a questi si citano i programmi in materia di cooperazione che vedono l'Isola assumere un ruolo di primo piano come nel caso dell'Interreg NEXT MED 21-27 di cui la Sardegna è autorità di gestione.

Anche la Strategia Sardegna 2030 assume un ruolo decisivo, specie in riferimento alle diverse declinazioni del concetto di sostenibilità applicabili ai diversi programmi. Le nuove indicazioni europee sulla comunicazione includono inoltre i finanziamenti del Next Generation EU e quindi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

La programmazione europea rappresenta quindi una **reale opportunità di sviluppo e di superamento dei gap strutturali** dell'Isola. La sua attuazione non può prescindere da una programmazione unitaria pensata in maniera strategica, e da una comunicazione integrata che restituisca una rappresentazione complessiva dell'impatto della spesa dei fondi.

La Regione Sardegna ha la responsabilità di comunicare e documentare in maniera corretta ed efficace le opportunità per i potenziali beneficiari, le modalità di partecipazione e gli obiettivi. Contestualmente informa la collettività sui risultati raggiunti e sui fondi spesi al fine di garantire il rispetto della trasparenza.

Il miglioramento del livello di visibilità della politica di coesione è diventato una delle priorità degli ultimi anni: di conseguenza **anche la comunicazione necessita di una visione strategica e unitaria degli interventi** in grado di rafforzare ulteriormente la conoscenza dei benefici che l'UE apporta alla vita delle persone.

Due sono le principali direttrici secondo cui si articola la comunicazione della politica di coesione:

- **funzionale**: per creare coinvolgimento, comprensione del Programma e delle sue opportunità e garantire all'interno della stessa amministrazione regionale e del partenariato il processo di attuazione con azioni volte alla semplificazione delle procedure, alla trasparenza e alla comunicazione interna;
- **di integrazione simbolica**, per rafforzare la visibilità e la riconoscibilità dell'Unione europea, il ruolo dei fondi, i risultati, per costruire il livello di fiducia tra i cittadini e innescare percorsi di supporto da parte di intermediari dell'informazione, dei beneficiari dei fondi o di influencer che, a vario titolo, veicolano l'approccio positivo della coesione europea, nazionale e territoriale.

Attraverso questo approccio la comunicazione istituzionale intende dare conto delle attività di programmazione legate ai **fondi strutturali e agli altri piani di investimento che incidono nella transizione dell'Isola**, con particolare attenzione alle attività più rilevanti in termini di ricaduta sul tessuto produttivo, economico e sociale.

A tal fine, la Regione si è dotata del **nuovo sito tematico Sardegna Programmazione** che ospita contenuti e documenti relativi ai diversi fondi e programmi, opportunità di finanziamento, notizie su bandi ed eventi, e di una **sezione dedicata al PNRR sul sito web istituzionale**.

Per dare conto della complessità e della varietà degli interventi finanziati con i fondi strutturali sarà organizzato un **sistema di comunicazione unitaria** con l'intento di mettere insieme le diverse azioni e i piani di comunicazione di ciascun fondo.

Riordino della disciplina regionale in materia di comunicazione

Il progetto prevede la redazione di un disegno di legge di **riforma organica della materia**, coerente con il quadro normativo nazionale ed europeo, che superi le contraddizioni dell'attuale impianto normativo regionale (in particolare la l. r. n. 22/1998 come modificata dalla l.r. 3/2015).

Il progetto di riforma dovrà includere **l'istituzione dell'ordinamento regionale della comunicazione** pubblica, nel rispetto del principio di legislazione concorrente di cui all'art. 117 Cost, e in concomitanza con il processo di riforma della legge n. 150 del 2000, per incidere sotto il profilo organizzativo, sulla ridefinizione delle attività riconducibili alla funzione di comunicazione e informazione, sulle competenze da attribuire alle strutture preposte allo svolgimento della funzione, e sui profili professionali da assegnare alle diverse attività.

Sperimentazione tecnologie web 4.0

Il progetto si propone di individuare le tecnologie basate su **intelligenza artificiale** e più in generale sui sistemi della **quarta generazione del web**, che possono essere utilizzati per migliorare alcune specifiche aree della comunicazione.

Verranno analizzate le tecnologie in uso in altre pubbliche amministrazioni italiane, in attuazione del Piano triennale 2024-2026 per l'informatica nella Pubblica Amministrazione, e in ambito europeo, tenuto conto della strategia già delineata dalla Commissione europea con l'iniziativa sul web 4.0 e i mondi virtuali (COM (2023) 442 final) e delle novità che saranno introdotte anche a seguito dell'entrata in vigore del Regolamento europeo sull'intelligenza artificiale (AI Act).

Il progetto di sperimentazione prevede dunque una fase di **analisi del contesto e dello scenario nazionale ed europeo**, la preliminare **valutazione degli ambiti della comunicazione** in cui potranno essere applicate le tecnologie, la valutazione circa le condizioni infrastrutturali e dei sistemi in uso nell'amministrazione regionale affinché vengano supportate le nuove soluzioni tecnologiche, l'analisi dei rischi e la valutazione di impatto in relazione alla **privacy e alla sicurezza**, la verifica delle implicazioni e delle conseguenze nell'adozione dei nuovi sistemi nelle **relazioni con i cittadini** e il pubblico esterno. Una volta effettuate le suddette fasi potrà essere avviato il progetto sperimentale che, a titolo esemplificativo, potrà riguardare il **miglioramento dei processi di pubblicazione** e aggiornamento delle pagine e sezioni del **sito web istituzionale**, la gestione delle **richieste di contatto da parte dei cittadini** attraverso un'ottimizzazione della piattaforma integrata SmartURP, la progettazione, il monitoraggio e la valutazione ex post delle **campagne di comunicazione**, la **gestione editoriale dei canali social** istituzionali.

L'utilizzo delle nuove tecnologie sarà a sua volta accompagnato da specifiche azioni e campagne di comunicazione istituzionale.

Comunicazione unitaria della Sanità

Trovare informazioni precise, puntuali e aggiornate in ambito sanitario è cruciale per garantire ai cittadini il pieno accesso alle cure e ai servizi, e agevolare in questo modo il diritto alla salute.

Vista l'importanza di una **corretta comunicazione delle informazioni in ambito sanitario**, la Regione Sardegna sta lavorando alla reingegnerizzazione di tutti i siti istituzionali delle aziende sanitarie, per migliorare l'esperienza di navigazione da parte degli utenti, facilitare la fruizione dei servizi e il reperimento delle informazioni.

Parallelamente occorre avviare una ricognizione dei contenuti attualmente online al fine di eliminare le informazioni non aggiornate e, al contempo, migliorare il posizionamento dei nuovi siti istituzionali e l'indicizzazione nei motori di ricerca.

L'intervento di reingegnerizzazione dovrà riguardare anche il **sito tematico Sardegna Salute**.

Contestualmente è fondamentale diffondere la conoscenza di strumenti digitali, quali il fascicolo sanitario elettronico, il CUPweb e il portale per la scelta del medico di medicina generale e del pediatra, che semplificano i rapporti con le strutture evitando di recarsi di persona negli uffici.

Infine, sempre in un'ottica di comunicazione integrata, la Regione Sardegna inserirà nel proprio piano editoriale social alcune importanti iniziative collegate a particolari ricorrenze come le giornate mondiali dedicate a specifici disturbi o patologie. L'obiettivo è potenziare la comunicazione delle strutture sanitarie rendendola più capillare e contribuire in questo modo a favorire una maggiore fiducia da parte della cittadinanza verso la sanità pubblica.

Saranno inoltre pianificate specifiche campagne di comunicazione per far conoscere le principali novità in tema di riforma della Sanità.

Assistenza tecnica specialistica per il Piano

Per l'attuazione del Piano è prevista l'attivazione di un servizio di assistenza tecnica specialistica per la comunicazione multimediale a supporto della realizzazione di prodotti di comunicazione da veicolare attraverso i canali digitali e tradizionali.

Il servizio collaborerà alla realizzazione della strategia di comunicazione digitale finalizzata a potenziare la presenza della Regione sul web e nelle piattaforme social e contribuirà alla realizzazione delle campagne di comunicazione ad alto impatto, attraverso l'integrazione strategica dei diversi mezzi online e offline.

L'assistenza tecnica specialistica verrà acquisita nel rispetto del Codice dei contratti pubblici (Decreto legislativo 31 marzo 2023 n. 36).



COPERTURA FINANZIARIA

L'attuazione del Piano trova copertura finanziaria nel capitolo di spesa SC.01.0446 Missione 01 "Servizi istituzionali, generali e di gestione" Programma 01 "CDR 00.01.01.16 del Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione generale della Presidenza.

La successiva programmazione verrà approvata a seguito degli aggiornamenti alla definizione del fabbisogno comunicativo da parte delle diverse strutture della Regione.

Alcune azioni saranno finanziate direttamente attraverso le risorse già stanziare nei rispettivi CDR delle Direzioni generali, a partire dai fondi in capo alle AdG dei programmi operativi dei fondi strutturali, che potranno avviare autonomamente le relative procedure di gara per la realizzazione di campagne e iniziative in coordinamento con il Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione generale della Presidenza.

PIANO SOCIAL 2025-2027



PIANO SOCIAL

01.

LA
COMUNICAZIONE
SOCIAL
DELLA REGIONEContesto
e finalità

La presenza dell'amministrazione pubblica nelle piattaforme social è notevolmente cresciuta negli ultimi anni e si è rivelata una modalità efficace e sempre più necessaria per implementare la comunicazione istituzionale e raggiungere un pubblico ampio e variegato.

In questo rinnovato contesto della comunicazione digitale, la Regione Sardegna intende **rafforzare l'utilizzo dei canali social** e migliorare le modalità di condivisione dei contenuti di interesse generale e delle informazioni relative all'azione istituzionale e governativa, per intercettare le diverse tipologie di target a cui si rivolgono le politiche e gli interventi posti in essere dall'amministrazione regionale.

L'attività redazionale nei **canali social istituzionali** attivi sulle piattaforme Facebook, Instagram, LinkedIn, X, YouTube, e nel canale TikTok di recente apertura, ha permesso di instaurare un rapporto diretto e immediato con gli utenti, che sarà potenziato anche con l'utilizzo di Messenger quale ulteriore strumento di comunicazione per accrescere i punti di contatto tra Regione e cittadini. L'intento è quello di ampliare le opportunità di interazione diretta fornendo un ulteriore servizio, più personalizzato, che si affianca agli strumenti già consolidati. A questo scopo sono esplorati diversi approcci comunicativi che si esplicitano in formati sempre innovativi in grado di facilitare la relazione tra i diversi target e l'istituzione regionale.

Ai canali citati si è aggiunto di recente il numero WhatsApp della rete degli Uffici Relazioni con il Pubblico nell'ambito del progetto SmartURP, per fornire agli utenti un ulteriore punto di contatto con l'URP della Presidenza e degli Assessorati.

Nel triennio 2025-2027 si prevede inoltre di potenziare la presenza della Regione nelle piattaforme social con l'attivazione del canale WhatsApp per l'invio di aggiornamenti in modalità broadcasting (one to many) e la riattivazione del canale Telegram per le comunicazioni a cura dell'Ufficio stampa.

I profili social istituzionali rivestono un ruolo importante anche nel favorire la **reale percezione dell'operato dell'amministrazione e del governo regionale** in un'ottica di **trasparenza e accountability**, per rendere conto

01. LA COMUNICAZIONE SOCIAL DELLA REGIONE

alla collettività dell'attività svolta, dei benefici e del valore pubblico generato. In uno scenario che vede in Italia quasi 43 milioni di persone attive sui social (dati report [We are social 2024](#)), migliorare l'operatività della pubblica amministrazione su queste piattaforme è di fondamentale importanza per **stare al passo con le trasformazioni in atto nella società** e saper rispondere alle esigenze di comunicazione da parte dei cittadini con modalità e strumenti più agevoli e semplificati. I dati forniti da We are social rivelano che gli utenti italiani connessi ai social network sono circa il 73%, e le piattaforme maggiormente utilizzate sono le chat di messaggistica (96,7%), seguite dai social media (94,6%).

PIATTAFORME SOCIAL PIÙ USATE IN ITALIA	
WhatsApp	90,3%
Facebook	77,5%
Instagram	73,5%
Messenger	50,2%
Telegram	47,7%
TikTok	40,8%
LinkedIn	26,8%
X (Twitter)	25,3%

Interessante anche il dato sul tempo trascorso nelle diverse piattaforme: su TikTok è pari a 32 ore e 12 minuti al mese, 18 ore e 15 minuti su YouTube e 16 ore e 37 minuti su Facebook, 15 ore e 13 minuti su Instagram e 13 ore e 54 minuti su WhatsApp. Alla luce di queste tendenze che rappresentano un andamento in costante crescita dell'utilizzo delle piattaforme social da parte dei cittadini, la **strategia di comunicazione digitale delle Regione** è orientata al potenziamento dei canali istituzionali e all'espansione degli spazi e mezzi di divulgazione per cogliere tutte le opportunità offerte dai nuovi strumenti che si renderanno disponibili anche grazie all'evoluzione delle tecnologie digitali e alle potenzialità della quarta generazione del web e dell'intelligenza artificiale.

Approccio e metodo

Attraverso i canali social istituzionali vengono regolarmente comunicate le **politiche**, le **azioni** programmate e i relativi interventi, **bandi**, **progetti** e **opportunità** promossi dalla Regione, in tutti gli ambiti in cui esercita le proprie funzioni. I canali social della Regione rappresentano il luogo ideale per la diffusione delle campagne di promozione istituzionale e turistica, di valorizzazione del patrimonio culturale e identitario della Sardegna, di partecipazione alle iniziative ed eventi. Sono inoltre divulgate tutte le campagne di sensibilizzazione su tematiche riguardanti la salute, il welfare e le politiche sociali, la tutela ambientale e la transizione ecologica, per coinvolgere i cittadini su argomenti di particolare interesse per la collettività e promuovere comportamenti corretti e buone pratiche. Le pubblicazioni sui social sono realizzate e diffuse per garantire, da un lato, la trasparenza e, dall'altro, la condivisione e il coinvolgimento da parte del pubblico, per favorire la percezione di **un'amministrazione regionale più vicina ai cittadini** e ai loro bisogni.

Il nuovo Piano social rappresenta il consolidamento di quanto già realizzato e un impegno a migliorare le performance della comunicazione digitale attraverso il potenziamento delle attività redazionali anche con l'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dalle piattaforme, per accrescere il rapporto di fidelizzazione e l'engagement del pubblico.

Da qui l'esigenza di una **programmazione editoriale diversificata** per argomenti e target di utenza, con un'attenzione alla qualità dei contenuti e alla tempestività nelle pubblicazioni che avvengono con cadenza giornaliera. Questo approccio necessita di un continuo lavoro di verifica, pianificazione e adattamento del piano editoriale, considerate le eventuali urgenze e priorità che possono presentarsi nell'arco della giornata. I contenuti sono strutturati e proposti tenendo conto delle caratteristiche e degli strumenti di interazione di ciascuna piattaforma social, oltre che dell'argomento oggetto del post, rispetto al quale viene fatta un'accurata scelta del linguaggio,

01. LA COMUNICAZIONE SOCIAL DELLA REGIONE

degli hashtag, dei tag e dei prodotti multimediali (immagini, infografiche, card statiche e dinamiche, foto e video).

La scelta della **componente visuale** ha una particolare rilevanza per attirare l'attenzione del pubblico sempre più distratto e soggetto all'**information overload**, ovvero al sovraccarico informativo di contenuti e notizie che circolano nel web.

I canali social istituzionali, inoltre, rappresentano una fonte ufficiale e autorevole in grado di **contrastare il pericolo della disinformazione** che si manifesta maggiormente sulle piattaforme social.

L'approccio metodologico editoriale sui canali social dell'amministrazione regionale vede distinti due principali tipologie di contenuti riconducibili rispettivamente alla **comunicazione istituzionale** e alla **comunicazione politica**. Nel primo caso sono veicolati i contenuti che nel sito web istituzionale sono classificati tra le notizie provenienti dal sistema regione, riferite ai bandi, avvisi, progetti, opportunità e iniziative rivolte ai diversi gruppi target, mentre nel secondo caso sono diffusi i comunicati stampa e altri contenuti riguardanti l'attività di governo, le dichiarazioni della Presidente e dei componenti la Giunta regionale.

La convivenza tra le due forme di comunicazione pubblica, pur tenendo conto delle rispettive specificità, garantisce una **rappresentazione completa dell'attività della Regione** sotto il profilo politico e amministrativo.

Dal punto di vista organizzativo il team redazionale pertanto è composto dal personale del Servizio Comunicazione istituzionale e dell'Ufficio stampa, coinvolto nella creazione dei contenuti e del materiale multimediale per le due tipologie di pubblicazioni di competenza.

Social e comunicazione fondi europei

L'utilizzo dei social media è raccomandato dalle istituzioni europee per raggiungere un pubblico più vasto e ampliare la visibilità dei progetti finanziati con i programmi europei. Con i canali social istituzionali la Regione comunica gli aggiornamenti su programmi e iniziative finanziate a valere sui vari fondi attraverso materiali appositamente realizzati nel rispetto delle regole indicate dalla Commissione europea, in particolare:

1. Ogni azione di comunicazione deve riportare l'origine dei finanziamenti e garantirne la visibilità, ovvero segnalare i fondi europei che finanziano l'azione o il progetto promosso;
2. L'emblema dell'UE è l'unico e fondamentale marchio visivo utilizzato per rendere nota l'origine dei finanziamenti dell'UE e garantirne la visibilità. Deve essere esposto in modo corretto e ben visibile. Se accanto all'emblema figurano altri logotipi, l'emblema dell'Unione deve presentare almeno dimensioni uguali a quelle del più grande degli altri logotipi;
3. La dicitura "Finanziato dall'Unione europea" o "Cofinanziato dall'Unione europea" deve essere sempre scritta per esteso e posta accanto all'emblema;
4. Per la comunicazione sui social media i comunicatori sono incoraggiati a utilizzare gli hashtag ufficiali dei programmi, rispettando la notazione a cammello. È inoltre suggerito il tag delle pagine correlate ai programmi, delle istituzioni europee e delle agenzie promotrici delle azioni oggetto dei post.



PIANO SOCIAL

02.

SOCIAL MEDIA STRATEGY

La gestione dei canali social istituzionali tiene conto delle caratteristiche e degli strumenti delle diverse piattaforme utilizzate. Il tono di voce adottato mira a raggiungere le varie categorie di target adattandosi allo strumento utilizzato pur mantenendo un carattere di autorevolezza e istituzionalità.

FACEBOOK



La pagina Facebook RAS - Regione Autonoma della Sardegna conta attualmente oltre 117.000 follower.

Facebook è una piattaforma generalista rivolta al vasto pubblico, compreso in una fascia di età molto ampia. In ragione di tali caratteristiche, la pagina si presta a ospitare contenuti che comprendono tutte le attività della Regione e si rivolgono a diversi target di utenza:

1. informazioni su avvisi, atti e bandi
2. notizie e opportunità
3. eventi e iniziative
4. campagne di comunicazione, di promozione istituzionale e di sensibilizzazione
5. progetti dell'amministrazione regionale
6. comunicati stampa e servizi a cura dell'Ufficio stampa

Tutti gli argomenti trattati nei post trovano riscontro sul sito istituzionale e sui siti tematici, con un collegamento alle pagine di approfondimento e alla documentazione amministrativa.

Le statistiche sui visitatori e sulle interazioni registrate nella pagina forniscono alcune informazioni interessanti: il pubblico è prevalentemente femminile (61%) e si concentra nelle fasce di età comprese tra 35 e 44 anni e tra 45 e 54 anni (senza differenze sostanziali tra le due fasce).

Per quanto riguarda la provenienza degli utenti che visitano la pagina, la città di Cagliari è in testa con una percentuale del 10,9%, segue Sassari con il 5,9%. Roma è la prima delle città non sarde con l'1,6%.

Alla luce di questi dati, anche per il prossimo triennio, Facebook si conferma lo strumento social principale di diffusione dei contenuti provenienti dalla Regione, di carattere sia politico che istituzionale. L'obiettivo è consolidare il ruolo della

02. SOCIAL MEDIA
STRATEGY

pagina come punto di riferimento multi target per un’informazione complessiva rispetto al sistema Regione.
A questo si aggiunge la necessità di coinvolgere maggiormente il pubblico anche con specifiche call to action legate ad argomenti di particolare interesse per la popolazione, alternate a temi più “leggeri”, entrambi in grado di attivare discussioni e confronti, aumentando l’engagement.
(In quest’ottica entrano a far parte del piano editoriale specifiche giornate mondiali e nazionali e più in generale, iniziative ad alto impatto sociale).

INSTAGRAM



La pagina Instagram ha superato i 20mila follower.
Il canale Instagram si presta alla diffusione di contenuti di carattere generale. Da maggio 2024 si è aggiunto l’utilizzo delle stories e dei reel, strumenti più adatti a raggiungere il pubblico mediamente più giovane presente su IG.

Le statistiche di Meta forniscono alcune indicazioni utili a mettere a fuoco le differenze esistenti tra Facebook e Instagram. Se la prevalenza dell’utenza femminile è sostanzialmente speculare, le fasce di età si distribuiscono in maniera diversa: quella dei 25-34 anni è superiore in Instagram rispetto a Facebook (ampiamente sopra il 10% per Instagram e sotto per quanto riguarda Facebook), mentre la presenza di follower sopra i 55 anni è più ampia per Facebook rispetto a Instagram. Le fasce di età più rappresentate rimangono comunque quelle comprese tra 35 e 44 anni e tra 45 e 54 anni.

I dati relativi alla provenienza degli utenti si discostano da quelli di Facebook: se anche in questo caso Cagliari si attesta oltre il 10% ed è la prima città rappresentata, a sorpresa segue Roma con il 7% degli utenti.

Il Piano social prevede una differenziazione degli strumenti: da un lato i reel per comunicare iniziative contingenti di particolare rilievo, come ad esempio campagne di comunicazione su argomenti ad alto impatto, dall’altro post e

stories per veicolare quotidianamente notizie e opportunità provenienti dalla Regione. L’utilizzo integrato di post, stories e reel consente di raggiungere il pubblico presente sulla piattaforma, come detto, generalmente più giovane di quello di Facebook. Il raggruppamento in categorie delle stories in evidenza permette all’utente di ritrovare velocemente gli argomenti di interesse.

LINKEDIN



La pagina LinkedIn conta oltre 19mila follower.
Attualmente ospita gli stessi contenuti condivisi su Facebook, ma in un’ottica di maggiore specializzazione dei canali social è utilizzato per veicolare in particolare azioni legate al tema del lavoro.

Trattandosi di un social orientato al mondo della professionalità, e quindi una vetrina virtuale delle competenze, gli argomenti inseriti sono generalmente scelti in base ai portatori d’interesse specifico.

Si prevede quindi una selezione dei contenuti che privilegi notizie relative al mondo del lavoro, della formazione e delle professioni, alle opportunità per le imprese, ai temi della ricerca e dell’innovazione.
La pagina sarà anche utilizzata come canale privilegiato per favorire il raggiungimento e un maggiore coinvolgimento di cluster specifici di portatori di interesse nei processi partecipativi proposti tramite la piattaforma SardegnaParteciPA. LinkedIn si presta inoltre a comunicare gli esiti delle consultazioni effettuate.

DATI SUI CANALI SOCIAL DA MAGGIO 2023 A MAGGIO 2024			
	FACEBOOK	INSTAGRAM	LINKEDIN
Post pubblicati	710	750	250
Visualizzazioni totali post	1,5 milioni	218.639	423.237
Interazioni (include mi piace, reazioni, salvataggi, commenti, condivisioni e risposte)	140.348	18.000	5.115

02. SOCIAL MEDIA STRATEGY

X (ex TWITTER)



Il canale conta oltre 5.500 follower e si propone come strumento di informazione costante sull'attività dell'amministrazione regionale. La comunicazione su questo medium privilegia la brevità, dunque viene principalmente utilizzato come spazio di lancio per notizie su bandi, concorsi o altro tipo di sostegno a imprese e cittadini, con un rimando al sito istituzionale per gli approfondimenti.

Ai contenuti pubblicati attualmente sul profilo, si aggiungerà un utilizzo del canale legato a eventi e situazioni contingenti che necessitano di una diffusione immediata e di un aggiornamento continuo, ad esempio grandi eventi o emergenze meteorologiche e ambientali. Il ricorso agli hashtag ufficiali e specifici consente, in questi contesti, di raggruppare e ritrovare tutte le informazioni utili in maniera tempestiva ed esaustiva.

YOUTUBE



Il canale YouTube, che conta oltre 1200 iscritti, è destinato a contenere i video dell'Amministrazione. Qui trovano posto anche i grandi spot promozionali finalizzati a far conoscere l'Isola.

Il canale è organizzato per playlist tematiche che accolgono i contenuti proposti da diverse strutture del sistema Regione e diverse campagne di comunicazione, tra cui alcune miniserie o raccolte dedicate a specifiche tematiche, ad esempio agricoltura, ambiente, misure di contrasto allo spopolamento etc.

Sono inoltre presenti specifici format finalizzati a diffondere le attività e le opportunità dall'amministrazione, tra cui "Ventanas, pillole di comunicazione istituzionale". Il profilo ospita inoltre i sotto-canali istituzionali della strategia

Sardegna 2030 e della Protezione civile.

Per il triennio 2024-2026 si prevede di continuare ad alimentare il canale aprendolo ulteriormente ai contenuti provenienti dal sistema Regione e, nello stesso tempo, di sperimentare ulteriori possibilità di comunicazione attraverso gli strumenti offerti dalla piattaforma, come ad esempio gli short video che si prestano a comunicazioni brevi ma di impatto e alla costruzione di uno storytelling su temi di interesse.

TIKTOK



TikTok è una piattaforma di video sharing: gli utenti possono creare brevi clip di durata variabile. L'utilizzo del social è cresciuto esponenzialmente quale strumento di intrattenimento e di informazione.

La Regione Sardegna ha aperto un account su TikTok con oltre 2mila follower per veicolare campagne e iniziative selezionate che trovano nelle fasce d'età più giovani il proprio target di riferimento. In particolare, l'apertura del canale è stata occasione per lanciare la campagna istituzionale sull'endometriosi rivolta alle ragazze giovani come target principale, ma anche alla società in genere al fine di sensibilizzare tutti su una patologia molto diffusa e che ha un profondo impatto sulla quotidianità di chi ne soffre.

Si prevede di segmentare ulteriormente il target con contenuti dedicati al mondo della scuola, all'inserimento lavorativo, alle iniziative culturali e turistiche

02. SOCIAL MEDIA STRATEGY

e alla mobilità giovanile.

WHATSAPP



WhatsApp è un'applicazione di messaggistica che, come servizio di base, consente la comunicazione tra singole persone o in gruppi.

In Italia conta oltre 33 milioni di utenti, è evidente dunque che il suo utilizzo da parte di organizzazioni pubbliche o private consente di raggiungere un pubblico molto ampio.

La Regione attraverso la rete degli URP - Uffici relazioni con il pubblico ha attivato il proprio numero WhatsApp. Dalle pagine del sito istituzionale è possibile aggiungere il numero della Regione sulla propria app Whatsapp e comunicare direttamente con l'amministrazione via chat.

Le comunicazioni inviate dagli utenti sono smistate agli URP di competenza e gestite al pari delle richieste ricevute attraverso gli altri canali (e-mail e telefono).

È in programma l'apertura del canale Whatsapp ufficiale della Regione Sardegna, un servizio di messaggistica uno-a-molti che permette l'invio di notizie, aggiornamenti e comunicazioni ai propri utenti e follower. Il canale si aggiungerà alle pagine social istituzionali attualmente attive e diventerà un ulteriore strumento per raggiungere nuovi utenti e allargare il pubblico.



PIANO SOCIAL

03.

SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING

L'elaborazione di una **strategia di comunicazione digitale** consente di misurare la qualità e l'efficacia del lavoro e di interpretare al meglio i dati, ovvero di utilizzarli come parametro per impostare nuovi progetti e nuove iniziative di comunicazione online.

In quest'ottica, per le principali campagne di comunicazione è prevista un'impostazione del lavoro che comprende le fasi:

1. analisi del rischio
2. identificazione dei target destinatari
3. determinazione degli obiettivi
4. monitoraggio dei risultati (insight)
5. valutazione della performance

Oltre alla pubblicazione di contenuti organici, che continuano a essere in misura prevalente nei canali social istituzionali, si prevede di integrare con gli **strumenti di social media marketing** proposti dalle diverse piattaforme, per **accrescere le interazioni, stimolare l'attenzione del target e generare engagement** rispetto all'azione svolta dalla Regione.

La produzione editoriale sui canali social tiene conto del principio **"mobile first"** per la ricerca, navigazione e la fruizione di contenuti online, considerate le tendenze attuali che registrano una crescente frequenza di connessione da parte degli utenti tramite smartphone e dispositivi mobili.

Grazie alle preferenze che gli utenti forniscono attraverso i propri account è possibile definire in modo preciso e stringente le **strategie di comunicazione più efficaci e mirate**. Il social advertising rappresenta pertanto un tassello fondamentale nella creazione di una strategia di comunicazione digitale.

Ricerca, comparazione e conversione sono coperte da ulteriori strumenti di **advertising** volti a seguire le pagine, interagire con il post o essere indirizzati su un sito esterno.

Mantenere una corretta comunicazione sui media digitali con un piano editoriale dedicato e con focus su attività sponsorizzate, immagini ben strutturate e un buon **community management** sono elementi prioritari per svolgere al meglio l'erogazione dei servizi e migliorare la **web reputation** della Regione.

Il **digital marketing** si affianca a campagne di comunicazione e promozione con strumenti tradizionali per consolidare una maggiore presenza e un contatto diretto con i cittadini.

PIANO SOCIAL

04.

PIANO EDITORIALE

La comunicazione sui canali social è sempre preceduta da una pianificazione che comprende diverse fasi: dalla ricognizione delle politiche, degli atti amministrativi che hanno maggiore rilevanza esterna, alla elaborazione del relativo comunicato stampa o notizia sul sito web istituzionale, a cui segue la creazione di contenuti adatti per i social con prodotti multimediali come card statiche e dinamiche, infografiche e video.

Il piano editoriale è per definizione dinamico e in continuo aggiornamento: la pianificazione delle pubblicazioni è suscettibile di costanti adeguamenti connessi alle esigenze contingenti di **comunicazione istituzionale** manifestate dalle strutture del Sistema Regione, riguardanti nuovi progetti, bandi, concorsi, opportunità, o eventi di grande interesse, divulgazione dei comunicati stampa e delle iniziative da parte della Presidente e della Giunta regionale.

Una programmazione più puntuale viene effettuata in occasione della diffusione delle campagne di comunicazione che necessitano di essere pianificate in modo integrato con gli altri strumenti previsti e con piani editoriali dedicati.

Vengono pianificate tutte le attività che si possono considerare costanti nel flusso della comunicazione, come ad esempio, le grandi campagne legate alla donazione del sangue, la lotta agli incendi, il rispetto del patrimonio marino e ambientale, la promozione turistica e culturale. A questi punti fermi si affiancano le attività quotidiane di diffusione delle informazioni definite ordinarie.

PIANO SOCIAL

05.

SOCIAL MEDIA POLICY

Social media policy esterna

La gestione delle pagine social del Sistema Regione deve essere conforme alle regole e ai principi riportati nel presente Piano. La Regione ha adottato una social media policy esterna con le regole di comportamento che gli utenti sono tenuti a osservare quando interagiscono con le pagine e i profili social istituzionali della RAS.

Gestione

Le pagine social istituzionali gestite sotto il profilo tecnico ed editoriale dal Servizio Comunicazione istituzionale della Direzione generale della Presidenza, in collaborazione con l'Ufficio Stampa.

Contenuti

Sono pubblicati post contenenti informazioni su avvisi, atti e bandi, notizie su eventi e opportunità, progetti e iniziative dell'amministrazione regionale, comunicati stampa e servizi inerenti l'attività di governo, anche attraverso collegamenti al portale istituzionale, ai siti tematici e speciali, e siti di altre istituzioni.

I post sono corredati da materiale multimediale (foto, video, infografiche, card statiche e dinamiche) che, a seconda dei casi, può essere rilasciato con licenza Creative Commons CC BY NC SA o essere basato su licenze acquisite per l'utilizzo non commerciale di immagini e video, soggette quindi a divieti di vendita, download, distribuzione o usi commerciali di altro genere.

I contenuti diffusi attraverso i canali social non sono esaustivi degli obblighi di pubblicazione sul sito web istituzionale, a cui si rinvia per la pubblicità legale degli atti e per la trasparenza.

Comportamenti consentiti agli utenti

È ammessa la partecipazione alle conversazioni solo agli utenti identificabili, attraverso nome e cognome. A garanzia della libertà di espressione e al fine di favorire il dibattito pubblico, sono accolti contributi liberi purché rispettosi, critiche costruttive orientate a segnalare problematiche e disservizi e a suggerire soluzioni e nuove iniziative. Ciascun utente è direttamente responsabile del proprio pensiero, che è tenuto ad esprimere in maniera corretta e non lesiva degli altri utenti e dell'amministrazione regionale, nel rispetto delle opinioni altrui.

05. SOCIAL MEDIA POLICY

Comportamenti non consentiti agli utenti

Non è consentita la presenza di profili non identificabili. Non è tollerato il linguaggio offensivo o discriminatorio rispetto a genere, orientamento sessuale, età, religione, opinioni personali e politiche, etnia, disabilità. L'amministrazione provvede a rimuovere commenti ritenuti illeciti, diffamatori e/o calunniosi, lesivi della privacy altrui. In coerenza con la legge 150/2000, e nel rispetto dell'interesse pubblico generale, verranno inoltre rimossi i contenuti di natura pubblicitaria e propagandistica e, più in generale, che utilizzino i messaggi a scopo commerciale o politico, o in violazione del diritto d'autore, a sostegno di attività illegali.

Moderazione

Commenti e messaggi vengono monitorati e moderati all'occorrenza. Gli amministratori dell'account hanno facoltà di eliminare senza preavviso i commenti non conformi alla presente policy, quelli contrari alla legge e con rilevanza penale che, nei casi più gravi, saranno segnalati alle autorità competenti. Salvo situazioni di emergenza, la moderazione avviene negli orari di ufficio, dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 18:00. I tempi di risposta possono variare in base all'argomento proposto e al tempo necessario per reperire le informazioni richieste.

Gli amministratori dell'account hanno facoltà di eliminare senza preavviso i commenti non conformi alla presente policy e, in particolare:

- contenuti di natura pubblicitaria o a scopo commerciale;
- contenuti di carattere propagandistico o elettorale;
- contenuti che violano la privacy;
- contenuti che violano le norme sul diritto d'autore;
- contenuti a sostegno di attività illegali;

e ogni altro contenuto contrario alla legge e con rilevanza penale, con conseguente segnalazione alle autorità competenti.

Social media policy interna

La social media policy interna definisce le norme di comportamento a cui sono tenuti i dipendenti del Sistema Regione, delle società partecipate e i collaboratori nei casi in cui:

1. amministrino i profili social regionali
2. utilizzino i propri account social personali

Le indicazioni di seguito riportate sono tese a tutelare l'immagine istituzionale e la reputazione della Regione sul web, nonché salvaguardare i dipendenti e il loro lavoro.

Comportamento dei dipendenti e dei collaboratori sui propri account personali

I social network sono spazi pubblici: il dipendente che li utilizza con account propri è tenuto quindi a rispettare anche in quest'ambito l'amministrazione per cui lavora mantenendo sempre un comportamento decoroso e corretto verso di essa, in linea con la normativa vigente e con il "Codice di comportamento del personale del Sistema Regione e delle Società partecipate della Regione Autonoma della Sardegna" adottato con Delibera del 29 ottobre 2021, n. 43/7. Fermi restando il diritto di critica e le libertà sindacali, il dipendente o il collaboratore si deve astenere da affermazioni offensive, diffamatorie e lesive del prestigio e dell'immagine dell'Amministrazione regionale anche sui propri canali social.

Il personale che decide di rendere nota la propria attività lavorativa presso l'amministrazione regionale attraverso i propri profili social deve indicare la qualifica ricoperta e citare l'account della Regione Sardegna se presente sullo stesso social network.

Il personale che rilasci dichiarazioni pubbliche adotta tutte le possibili cautele per evitare che manifestazioni di pensiero frutto delle proprie opinioni personali e non rese in rappresentanza dell'Ente possano essere riconducibili o attribuibili

05. SOCIAL MEDIA POLICY

all'amministrazione, soprattutto quando è palese la propria identità e il proprio status di soggetto appartenente all'amministrazione.

È fatto divieto di utilizzare i loghi istituzionali su account privati. In assenza di esplicite autorizzazioni delle strutture preposte, ed è fatto divieto di divulgare attraverso i social network fotografie, video e immagini multimediali che riprendano i luoghi di lavoro e personale.

Privacy e riservatezza

Il personale non usa a fini privati le informazioni di cui dispone per ragioni di ufficio, evita situazioni e comportamenti che possano ostacolare il corretto adempimento dei compiti o nuocere agli interessi o all'immagine della pubblica amministrazione, (Art. 3, comma 4 Codice di comportamento).

Il personale osserva il segreto d'ufficio e la normativa in materia di tutela e trattamento dei dati personali (Art. 16, comma 7 del Codice di comportamento). Procedimenti e iniziative dell'Amministrazione non ancora resi pubblici non devono essere divulgati. Fermo restando il diritto a manifestare libere opinioni, il personale si attiene ai limiti di contenenza formale e sostanziale, mantenendo un atteggiamento responsabile, consapevole e misurato.

Nell'utilizzo per interesse personale dei canali di comunicazione telematica condivisa (quali ad esempio chat, social media, network, blog o forum), il personale si astiene dal riportare commenti, informazioni d'ufficio o notizie che rappresentino una violazione del segreto d'ufficio e del corretto trattamento dei dati personali o pubblicare contenuti che possano recare un danno ingiusto all'immagine o al prestigio dell'amministrazione o impedire la continuità e regolarità dell'azione dell'amministrazione. Il personale competente, nell'ambito delle proprie funzioni, ad intrattenere rapporti istituzionali con i mezzi di comunicazione di massa e con canali di comunicazione telematica condivisa (quali ad esempio chat, social media, network, blog o forum) si attiene alle disposizioni interne e garantisce la funzione strategica della comunicazione istituzionale, quale dovere nei confronti dei cittadini e diritto di questi ultimi alla trasparenza, correttezza, chiarezza e tempestività delle fonti informative (Art. 18 del Codice di comportamento).

Indicazioni per gli amministratori e/o gestori dei contenuti dei profili social della Regione Sardegna

Il dipendente o il collaboratore che accede ai canali social della Regione Sardegna utilizzando le credenziali di accesso istituzionale con compiti di amministrazione e/o editor dei contenuti agisce in nome e per conto dell'Amministrazione regionale. È quindi tenuto al rispetto delle regole sopra riportate. I dipendenti che operano sulle piattaforme social e con un account istituzionale sono personalmente responsabili della titolarità dell'account e della riservatezza dei codici di accesso ricevuti.

Non è consentito usare i profili social dell'amministrazione regionale per scopi privati, personali, politici o commerciali. Il dipendente utilizza sempre un tono consono alla comunicazione istituzionale, evita e contrasta le fake news, favorisce le buone pratiche al fine di migliorare il sentimento di fiducia nei confronti dell'amministrazione.

Sanzioni

Qualora la mancata osservanza delle indicazioni fornite, sia nella gestione degli account istituzionali che personali, manifesti una violazione delle norme di comportamento, essa costituirà uno degli indicatori rilevanti ai fini della misurazione e valutazione della performance. Inoltre, in caso di mancato rispetto delle regole del Codice di comportamento, e ferme restando le ipotesi in cui le violazioni implicino responsabilità penali accertate, l'Amministrazione potrà avviare un procedimento disciplinare, nel rispetto dei principi di colpevolezza, gradualità e proporzionalità delle sanzioni.



**REGIONE AUTÒNOMA
DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA
DELLA SARDEGNA**

TRANSIZIONE SARDEGNA

PIANO DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
PRESIDENZA