

Il Direttore

## Piano editoriale 2021

Prima di tutto, prima ancora del Covid, dello streaming, dei social, delle reti e dei resoconti, dei giornalisti multitasking, delle agenzie e dei format tv, dei podcast, **un piano editoriale deve avere un'anima. Un progetto comune**, proprio come si dice per un'impresa, una grande opera oppure, più semplicemente, **per una comunità**. Oggi, un'istituzione.

Partirei da qui per raccontare come voglio fare crescere il Servizio Informazione e comunicazione della nostra Assemblea legislativa, e di come **ridare un volto e una storia ai suoi cinquanta consiglieri e alle figure di garanzia**, sempre più nascosti dietro uno schermo causa inevitabile overdose di call e streaming.

*La moda del settore ci chiede che si parli di **nuova narrazione**, ma forse basta dire semplicemente che serve far crescere e sviluppare il racconto di quello che stiamo facendo (i numeri parlano da soli) e dargli **un formato sempre più multimediale e social**: moltiplicare le dirette in streaming, dando loro più qualità e visibilità. Lavorare di più e meglio sui contenuti multimediali e la grafica uso stampa e social. Poi partire da quel tanto che è già stato fatto, per rilanciarlo con maggiore continuità e velocità.*

Oltre a qualche novità, di cui parlerò tra poco.

Partirei da qui, assieme, appunto, a un progetto condiviso, **un obiettivo comune** che dobbiamo per forza prendere dai documenti fondanti il cammino della nostra istituzione. E che sono gli obiettivi strategici contenuti all'interno del documento di **Pianificazione strategica 2020-2022** che vede, fra le priorità politiche dell'Ente per l'XI legislatura, quella di **accrescere la visibilità** dell'Assemblea legislativa e **farne conoscere ruolo e funzioni**, individuando i seguenti obiettivi:

1. promuovere le attività dell'Assemblea legislativa attraverso un piano editoriale e progetti volti allo sviluppo di relazioni coi media locali e nazionali;
2. promozione di piani e progetti relativi alla memoria volti alla valorizzazione delle identità territoriali;
3. gestione coordinata della comunicazione dell'Assemblea legislativa attraverso specifiche azioni dirette alla carta stampata, ai mezzi televisivi ed all'utilizzo di strumenti social;
4. realizzare un piano di interventi volti a garantire maggiore visibilità all'attività di indirizzo e controllo dell'Assemblea legislativa verso la Giunta, nonché all'attuazione delle leggi ed alla valutazione dei loro effetti.

E con un impegno: un **confronto periodico con la parte politica dell'Assemblea, come la conferenza dei capigruppo, per verificare la messa in opera di questo Piano editoriale, confrontarsi, prevedere aggiustamenti e raccogliere nuove sollecitazioni.**

### **Comunicare al tempo del Covid**

Inevitabilmente il **Covid ci ha fatto cambiare**. Ha imposto **nuovi tempi, ritmi, formati** ai quali anche noi del Servizio Informazione e comunicazione nei mesi ci siamo adeguati, con buoni successi. E **qualche fatica**. Un'Assemblea che si riunisce solo a metà in presenza e con tanti scranni vuoti non è facile da raccontare, e da fare vedere, così come una commissione vissuta davanti al pc non è la stessa cosa che sedersi in seconda fila in saletta B-C, quando i regolamenti lo permettono. **Ma ci siamo adattati di buon grado**. Un po' come hanno fatto i consiglieri. **Si chiama resilienza**, ed è una capacità di carattere proattivo cui tutti abbiamo fatto ricorso in questi difficili mesi di pandemia, istituzionale e non.

Ma in pratica cosa è successo? Ecco un po' di numeri:

- dai dati raccolti sui siti [cronacabianca.eu](http://cronacabianca.eu), [assemblea.emr.it](http://assemblea.emr.it) e [regione.emilia-romagna.it](http://regione.emilia-romagna.it) risultano, dalle elezioni del 23 novembre 2014 a quelle più recenti del 26 gennaio 2020, **9.582 atti pubblicati** (progetti di legge assembleari e dalla Giunta, risoluzioni, interpellanze, interrogazioni ecc.) di cui circa **130 progetti di legge della Giunta**.

Nell'attuale legislatura, **a dieci mesi dalle elezioni** invece:

- **gli atti sono già arrivati a 2.100** (che sono stati **trasformati in 2.310 comunicati stampa, circa 13 al giorno**) di fronte a una media annuale di 2.000 comunicati l'anno, da cui si desume che l'attività dei consiglieri, in questa prime fase di legislatura rispetto a quella scorsa, è in netto aumento: di questo passo se l'attività dei consiglieri continuerà a essere così intensa, entro la fine della legislatura potrebbero essere presentati circa 15.000 atti (rispetto ai 9.582 della scorsa), quasi tutti "targati" Assemblea. E questo senza contare che, nel 2019, ci sono stati due periodi di sospensione delle attività di comunicazione per *par condicio* (europee e amministrative di maggio e regionali di fine anno);
- **tutti i comunicati sono pubblicati** sul sito giornalistico e su quello istituzionale e **diffusi** attraverso i profili social dell'Assemblea (in particolare, Facebook e Telegram).

### **Le linee strategiche, partendo dallo streaming**

*(cfr punto 4) del documento di Pianificazione strategica 2020-2021: realizzare un piano di interventi volti a garantire maggiore visibilità all'attività di indirizzo e controllo dell'Assemblea legislativa verso la Giunta, nonché all'attuazione delle leggi ed alla valutazione dei loro effetti).*

**L'anima della comunicazione**, al tempo del Covid, **non può che essere social** (o se si preferisce, multimediale) **ma non può vivere da sola**. Ecco perché, in questi primi 2 mesi di lavoro, abbiamo speso **molte energie nel cercare di rilanciare i social** dell'Assemblea (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram), sia dal punto di vista dei contenuti che delle tecniche utilizzate, per dare maggiore visibilità ai fatti (come ad esempio lo **streaming** e una adeguata forma **grafica per raccontare le notizie**) e allargare il più possibile la cerchia di coloro che entrano in contatto con le nostre piattaforme. E i primi risultati stanno già arrivando.

Allo stesso tempo, per avere una efficace e autorevole comunicazione sulle piattaforme di scambio, serve avere importanti **punti di riferimento** dove appoggiare i nostri contenuti, ordinarli, renderli accessibili e trasparenti: sono il **sito istituzionale**, quello **giornalistico** Cronaca bianca, i **sotto-siti**, in particolare dei garanti, **le landing page** dei progetti di comunicazione cui abbiamo già lavorato in questi mesi. Oltre alla **televisione**, che parte da Lepida e migra sulle emittenti broadcasting della regione, produce contenuti per le reti regionali e nazionali mentre i formati più brevi e *smart* migrano sui social. Andiamo per ordine.

## **1. Il sito istituzionale e agli altri sotto-siti**

In capo al Servizio c'è la realizzazione dei contenuti, la gestione e il coordinamento tecnico di tutta la comunicazione web dell'Assemblea sul sito [www.assemblea.emr.it](http://www.assemblea.emr.it). È ancora attivo un **gruppo di lavoro** che ha collaborato, sotto la nostra regia, all'analisi e alla **revisione del sito e dei sotto-siti** che nel 2019 sono stati completamente rinnovati sia sul piano grafico che di contenuto. I sotto-siti, che inizialmente **erano 6** (Biblioteca, Europe Direct, Corecom, Garanti, Consulta degli emiliano-romagnoli e Cittadinanza), sono stati ridotti di numero, due di questi (Garanti e Cittadinanza) sono stati riportati all'interno del sito istituzionale con il risultato di avere minori costi e maggiori visualizzazioni. Le nuove versioni sono state rilasciate a gennaio 2020. Nel resto dell'anno la redazione ha lavorato alla manutenzione e per rispettare gli impegni presi per la "certificazione della qualità" che ci chiede di garantire **ogni sei mesi l'aggiornamento di tutti i contenuti** indicando la data dell'ultimo aggiornamento. Col nuovo anno **anche il gruppo si riunirà** per tracciare le nuove piste di lavoro per il 2021.

Le **visite totali** al sito nel **2020** sono state **345.250** con un aumento **dell'82,40%** rispetto alle visite effettuate nell'anno precedente (189.274). Nel 2018 sono state 159.846 (+ 116%). In dettaglio:

- 2 minuti 29 secondi durata media di una visita
- 820.992 pagine viste, 549.089 pagine viste uniche
- 50% visite rimbalzate (che hanno lasciato il sito dopo una pagina)

- 2,8 azioni per visita (pagine viste, download, outlinks e ricerche interne al sito)
- 0,43s tempo medio di generazione

Per quanto riguarda i sotto-siti:

### **Biblioteca**

La Biblioteca dell'Assemblea legislativa dal 1995 mette a disposizione anche del pubblico esterno il suo patrimonio che è attualmente composto da più di 52.000 volumi, 2.400 periodici e 4.400 video, tutti consultabili attraverso il catalogo on line, oltre a risorse digitali e banche dati specifiche di ambito giuridico.

- 46.411 visite
- 1 minuto 27 secondi durata media di una visita
- 70% visite rimbalzate (che hanno lasciato il sito dopo una pagina)
- 2 azioni per visita (pagine viste, download, outlinks e ricerche interne al sito)
- 0,65s tempo medio di generazione
- 77.150 pagine viste, 59.207 pagine viste uniche

### **Corecom**

Il Comitato regionale per le comunicazioni (Corecom) svolge funzioni di governo, garanzia e controllo sul sistema delle comunicazioni nel territorio dell'Emilia-Romagna.

- 39.783 visite
- 1 minuto 46 secondi durata media di una visita
- 57% visite rimbalzate (che hanno lasciato il sito dopo una pagina)
- 2,2 azioni per visita (pagine viste, download, outlinks e ricerche interne al sito)
- 0,39s tempo medio di generazione
- 75.871 pagine viste, 55.752 pagine viste uniche

### **Europe Direct**

Nato nel 2007 il Centro Europe direct dell'Emilia-Romagna collabora con altri enti del territorio per diffondere i servizi offerti dalla **rete europea** Europe direct.

Il Centro offre **informazioni e consulenza** sulle istituzioni, le politiche, i programmi e le opportunità di finanziamento offerte dall'Unione europea.

- 70.672 visite
- 1 minuto 26 secondi durata media di una visita
- 72% visite rimbalzate (che hanno lasciato il sito dopo una pagina)
- 1,8 azioni per visita (pagine viste, download, outlinks e ricerche interne al sito)
- 0,47s tempo medio di generazione
- 116.215 pagine viste, 86.193 pagine viste uniche

## 2. Cronaca bianca (il sito giornalistico)

Nel 2019 è stato rivisto anche il **sito giornalistico Cronaca bianca**: è stata innanzitutto snellita la home per rendere più rapido il caricamento e agevole la fruizione dei contenuti; è stata eliminata (poiché poco utilizzata) la sezione “Territori”, in cui venivano geolocalizzati- per provincia- i comunicati stampa; sono state **inserite diverse opzioni di layout** tra cui la possibilità di scegliere per adattare la prima pagina alle diverse esigenze della cronaca politica quotidiana; sono state infine affiancate le sezioni “Temi” e “Comunicati stampa”. Le modifiche hanno permesso di **accorciare lo scroll** e dunque rendere più user-friendly il servizio.

Nel 2019 le **visite totali** al sito sono state 93.792 (erano 77.666 nel 2018), nel 2020 sono state **134.740** con una percentuale di crescita del 43,7%.

Di seguito i dettagli:

- 1 minuto 25 secondi durata media di una visita
- 77% visite rimbalzate (che hanno lasciato il sito dopo una pagina)
- 1,7 azioni per visita (pagine viste, download, outlinks e ricerche interne al sito)
- 0,39s tempo medio di generazione
- 205.858 pagine viste, 166.472 pagine viste uniche

## 3. Social, inevitabilmente in crescita

*(cfr. punto 3 del documento di Pianificazione strategica 2020-2022: gestione coordinata della comunicazione dell'Assemblea legislativa attraverso specifiche azioni dirette alla carta stampata, ai mezzi televisivi ed all'utilizzo di strumenti social)*

Se l'**anima di questo piano** editoriale è **social e multimediale**, ecco dunque che l'attenzione per lo sviluppo e una maggiore strutturazione del servizio offerto delle piattaforme di scambio diventa fondamentale, soprattutto per una visibilità a livello nazionale. Un lavoro che è già cominciato e sta dando risultati importanti. Con una particolare attenzione a Facebook.

**Primo obiettivo è ampliare il pubblico** di riferimento:

- ampliare la collaborazione social con i consiglieri e con i loro staff
- intensificare le sinergie con le realtà territoriali e partner, su progetti di storia e memoria. Anche a livello nazionale.
- creare ulteriori link con le cerchie dei garanti, della Biblioteca e di Europe Direct
- incentivare le dirette Facebook in streaming su eventi e iniziative
- promuovere la diretta facebook per tutte le sedute dell'Assemblea entro il 2020
- ideare nuove rubriche per dare ritmo, nuova visibilità e coinvolgere nuove cerchie

- progettare grafiche ad hoc per i socialmedia
- programmazione social anche nel week end
- programmazione social anche dopo le ore 19
- prevedere sponsorizzazioni social per determinati eventi o particolari campagne
- ...

Un esempio interessante e che ha dato buoni risultati è stata la **conferenza stampa in streaming** organizzata il 18 novembre 2020 sulle commemorazioni **per la strage del Salvemini** e mandata in diretta: sono state **10.291** le persone raggiunte, 168 tra 'mi piace', commenti e condivisioni e 297 clic sul post. Altro esempio, **la diretta del seminario 'Per gioco e per cura'** organizzato dal Centro Alberto Manzi: **4734** persone raggiunte, 201 tra 'mi piace', commenti e condivisioni e 376 clic sul post. Per questo le dirette potrebbero essere un'opportunità in questo periodo, anche per far conoscere meglio l'Assemblea legislativa ai cittadini.

Buon successo hanno anche avuto la realizzazione di **card grafiche** per promuovere la **giornata mondiale contro la violenza alle donne** del 25 novembre, in collaborazione con la consigliera di parità. Anche qui parlano i numeri: 22 condivisioni, oltre **3000** persone raggiunte, 57 like (e tutto senza spendere 1 euro in sponsorizzazioni).

Nel linguaggio del social marketing si dice "brandizzare il marchio": **rendere l'Assemblea più conosciuta, darle un marchio riconoscibile, un suo stile, un'anima**, dicevamo. Per questo sono importanti gli aspetti grafici, per rendere l'Assemblea più conosciuta e identificabile, anche e soprattutto tra i cittadini: dunque, anche per questo pensare card che abbiano una grafica, un font, un logo riconoscibile e ricollegabile all'Assemblea diventa fondamentale, perché i canali social diventino anche canali di informazione e, quindi, di riferimento.

Alcuni dati.

### Facebook

Analizzando i dati dal 17 al 23 novembre, emerge che le visualizzazioni della pagina sono aumentate del **121%** rispetto ai sette giorni precedenti. Le persone raggiunte sono aumentate del **31%**, arrivando a **25.870**. I fans della pagina dell'Assemblea legislativa sono oggi **6014** (erano 5722 a metà ottobre) mentre i followers sono **6511** (erano 5885 a metà ottobre).

Confrontando i dati in un range più ampio, dal 27 ottobre al 23 novembre, emerge che le persone raggiunte dai post hanno avuto un incremento del **54%** rispetto ai 28 giorni precedenti, arrivando a **94.434** persone. Le interazioni con i post hanno avuto un incremento del **106%**, sempre rispetto ai 28 giorni precedenti, arrivando a **10.669**.

### Instagram

I followers della pagina, aperta recentemente, sono **955** e vedono un incremento del **22,7%** rispetto ai 30 giorni precedenti. Erano 779 a metà ottobre, 454 nel 2019. Sempre

prendendo in esame gli ultimi 30 giorni, le interazioni con i contenuti sono state 620 (con un incremento del **90,7%** rispetto al mese precedente) e gli account raggiunti sono **1.828** (incremento del **76,9%**).

### **Twitter**

Il confronto tra il periodo preso in esame (dal 27 ottobre al 23 novembre) con i 28 giorni precedenti fa emergere un incremento del **4,7%** delle visualizzazioni dei tweet, arrivando a **92.300**. I follower, rispetto a metà ottobre, sono aumentati da 3.222 a 3244. I dati dell'ultimo anno mostrano una copertura dei tweet con **807.300** visualizzazioni (66100 solo nel mese di novembre).

### **Telegram**

Tutti i comunicati prodotti dall'Ufficio stampa sono pubblicati in automatico sul sito giornalistico **Cronaca bianca** (cronacabianca.eu) e contestualmente inviati agli organi di informazione tramite apposite mailing list. Poco dopo la pubblicazione, i comunicati vengono rivisti, rititolati e trasformati in articoli per essere eventualmente inseriti in testata. Da Cronaca bianca ogni articolo viene inoltrato al canale CronacaBiancaER sul social Telegram e da questa piattaforma diffuso su Twitter. Oggi il **canale di Telegram CronacaBiancaER** conta 159 iscritti. Telegram è un servizio di messaggistica istantanea che funziona anche come emittente di contenuti multimediali (è da valutare la diffusione degli articoli e dei videocomunicati dell'Ufficio stampa anche su altri social quali Facebook e Instagram).

## **I nuovi format social**

**L'obiettivo** è quello di rendere i profili social dell'Assemblea **sempre più attivi e aggiornati**, a partire dallo streaming e con notizie che riguardino in primo luogo l'attività dell'Assemblea legislativa e dei consiglieri ma anche con altre rubriche sul territorio o la storia della nostra regione. Multimedialità, visibilità, velocità, condivisione devono essere le nostre parole d'ordine. Soprattutto se si vuole coinvolgere un pubblico nazionale.

## **Dirette streaming dell'Aula, delle Commissioni, eventi e conferenze stampa**

Dà velocità, engagement (partecipazione), riconoscibilità e condivisione: dopo le prime sperimentazioni fatte nei mesi di ottobre e novembre 2020, la diretta streaming (di momenti dell'Assemblea, delle Commissioni, delle conferenze stampa, degli eventi, ...) deve diventare **il nostro marchio di riconoscibilità**. L'Assemblea è un organo vivo, fatto di persone (in presenza o virtuali, non importa) e deve essere raccontata. In primo luogo, con le immagini. Per il 2021 dunque, sarà lo streaming a dare voce ai consiglieri con le dirette su Facebook e sul nostro sito istituzionale.

La collaborazione con il Comune di Casalecchio per le celebrazioni della **strage del Salvemini** che 30 anni fa tolse la vita a 12 ragazzi, sono state un altro esempio

interessante. La cerimonia del 6 dicembre, 30° anniversario della strage, è stata trasmessa in diretta in cross-posting, in collaborazione con Lepida, anche sulla pagina facebook dell'Assemblea raccogliendo circa 300 persone in collegamento.

- **#NotiziedaiGaranti**

**Un appuntamento settimanale con i Garanti:** eventi, corsi, notizie. Con foto, card grafiche, interviste video. Una rubrica da utilizzare, in particolar modo, su Facebook e Instagram.

- **#AccaddeOggi**

**Una rubrica** che prevede, in date significative, la pubblicazione di **date del passato** importanti per la nostra regione, anche estrapolate dal webdoc pubblicato sul sito [www.cronacabianca.eu](http://www.cronacabianca.eu) e che riguardino la storia istituzionale, politica o anche curiosità del territorio. Rubrica, questa, per Twitter e Facebook. Con una cura particolare per la grafica.

- **#CartolinedallEmiliaRomagna**

**Un format** che prevede la pubblicazione periodica di **una foto del territorio** emiliano-romagnolo: da Piacenza a Rimini, collina, mare e montagna. Rubrica, in questo periodo, che punta anche a 'far viaggiare' i cittadini tramite le pagine social dell'Assemblea, visto le difficoltà di spostarsi causa pandemia. Format da utilizzare su Facebook e su Instagram. Con una cura particolare per la grafica.

#### **4. L'informazione Tv, dal broadcasting ai social**

##### **Videogallery e oltre**

*(cfr. punto 2) del documento di Pianificazione strategica 2020-2022: promozione di piani e progetti relativi alla memoria volti alla valorizzazione delle identità territoriali).*

L'esperienza recente più innovativa è stata quella di realizzare nel mese di novembre 2020 una video gallery in tre parti sulla mostra **"Nilde Iotti e l'Emilia-Romagna"**. Tre puntate di racconto della durata di circa cinque minuti ciascuna. Buoni numeri in rete al tempo del Covid, un buon successo per una bella mostra che, causa ultimo DPCM, non è stato possibile visitare. Ecco, questi formati sono il nostro futuro per il **2021**: video gallery, musei virtuali, resoconti multimediali. La redazione multimedia è già allertata e al lavoro: a partire dalla prossima esposizione al piano ammezzato sui presepi di Natale.

##### **La Tv**

*(cfr. punto 3) e 4) del documento di Pianificazione strategica 2020-2022: gestione coordinata della comunicazione dell'Assemblea legislativa attraverso specifiche azioni dirette alla carta stampata, ai mezzi televisivi ed all'utilizzo di*



*strumenti social; realizzare un piano di interventi volti a garantire maggiore visibilità all'attività di indirizzo e controllo dell'Assemblea legislativa verso la Giunta, nonché all'attuazione delle leggi ed alla valutazione dei loro effetti).*

In mancanza di un direttore responsabile, la produzione e diffusione dei **tradizionali format** (*Assemblea On Er e Forum Regione*) si è conclusa a dicembre 2019, e riprenderà con nuove forme già nei primi mesi del 2021. Evitando però il tradizionale “panino” tra voci di maggioranza a voci di opposizione che è stato sperimentato non accontenta né gli uni né gli altri.

È continuata invece la messa in onda su canale 118 e in simulcast su [www.lepida.tv](http://www.lepida.tv) del **format di rassegna stampa L'Assemblea in Edicola**. Nel 2020 la programmazione è iniziata il 27 gennaio, all'indomani delle elezioni regionali, ed **terminata il 10 dicembre**. Comprendendo le date di dicembre, in tutto abbiamo realizzato **101 puntate**. Dal 13 maggio, con il regolare avvio delle attività istituzionali, in particolare quelle delle commissioni, la programmazione è ripresa regolarmente con ospiti in trasmissione (per lo più consiglieri regionali). Sono stati ospitati tutti i garanti e, tra gennaio e febbraio, anche alcuni colleghi per parlare di Centro Europe Direct, Biblioteca, Videoteca e Servizio legislativo. Sempre dal 13 maggio, in concomitanza con le puntate di Assemblea in Edicola, il nostro servizio confeziona un **breve video per Facebook** (pillola) con alcuni passaggi salienti dell'intervista al consigliere ospite.

Il format è realizzato in collaborazione con Lepida, e si potrebbe prevedere **l'incremento della messa in onda 5 giorni su 7** (contro gli attuali 3) con l'impegno però di trovare nuove strade per dare maggiore visibilità e ascolti a un prodotto che già oggi mantiene buoni standard di qualità (anche, grazie a Lepida, con i consiglieri in remoto).

Sempre nell'ambito della collaborazione con Lepida, nel 2019 sono state sperimentate le **dirette a margine dei lavori d'Aula** con interviste ai consiglieri sugli argomenti all'ordine del giorno. Il format **L'Assemblea in diretta** è andato in onda senza una periodicità specifica sia in diretta tv sul canale 118 che in live streaming. Lo si è fatto il 28 febbraio, **in occasione dell'insediamento dell'Assemblea legislativa**, quando è stata realizzata una diretta dei lavori della durata di tre ore. Pensiamo di riprenderlo, a integrazione o per spezzare le dirette streaming su Facebook di momenti del Consiglio. Tutto materiale multimediale che poi andrà girato alle emittenti locali regionali e, quando il tema è di interesse, anche nazionale, per renderle in grado di realizzare servizi tv giornalistici in autonomia.

## **5. Un podcast per raccontare**

*(cfr. punto 2) e 4) del documento di Pianificazione strategica 2020-2022: promozione di piani e progetti relativi alla memoria volti alla valorizzazione delle identità territoriali; realizzare un piano di interventi volti a garantire maggiore visibilità all'attività di indirizzo e controllo dell'Assemblea legislativa verso la Giunta, nonché all'attuazione delle leggi ed alla valutazione dei loro effetti).*

Il podcast è una tecnologia che permette l'**ascolto di file audio su internet** attraverso la distribuzione di aggiornamenti chiamati "feed RSS", a cui un utente si può iscrivere. Scaricabili su un lettore Mp3, un pc, un tablet, uno smartphone oppure ascoltabili in rete. È una tecnologia povera, e anche poco costosa, che sta avendo un buon successo a partire dal 2018, e che è esplosa al tempo del Covid. E' un ascolto **più lento e profondo, adatto per trasmettere contenuti**. Come per la video gallery, il podcast ci aiuta a raccontare storie ed eventi non traducibili in altre forme. Oppure che vogliamo raccontare solo in forma di audio.

L'idea è quella di realizzare **un ciclo di podcast radiofonici** di approfondimento. Le puntate, della durata di **massimo 30 minuti**, saranno pubblicate **una volta al mese** e andranno ad approfondire temi di attualità, eventi storici che hanno riguardato la nostra regione, progetti di legge e provvedimenti al centro del dibattito politico di Aula e commissioni.

Le **voci dei consiglieri regionali** si uniranno a quelle dei Garanti e dei servizi dell'Assemblea, ma anche ad interventi di esperti, professori universitari, esponenti del mondo dell'associazionismo regionale. L'obiettivo è quello di portare ai cittadini uno spaccato completo dei temi al centro dell'attività del parlamento regionale, ma anche di fornire ai consiglieri stessi e a chi lavora in Assemblea uno strumento per approfondire e nuovi stimoli per il proprio lavoro quotidiano. Le puntate seguiranno **due filoni**, da una parte **uno più storico-culturale** e dall'altra **uno sull'attualità e i temi al centro dell'attività legislativa** del parlamento regionale.

Prevediamo la realizzazione **in via sperimentale di 10 podcast** nel corso del 2021. Oltre all'ideazione di un format, e agli accordi per la distribuzione sulle maggiori piattaforme italiane.

## **6. Campagne di comunicazione**

*(cfr. punto 3 del documento di Pianificazione strategica 2020-2022: gestione coordinata della comunicazione dell'Assemblea legislativa attraverso specifiche azioni dirette alla carta stampata, ai mezzi televisivi ed all'utilizzo di strumenti social)*

In collaborazione con la Giunta sono stati realizzati nei mesi di ottobre e novembre 2020 **due campagne di comunicazione istituzionale** (stampa, manifesti, web, radio, tv + pianificazione media), una sulla "**Partecipazione**" e una sulla "**Legalità**". Erano parte di un pacchetto di sei previste dal Bando regionale del luglio scorso per il sostegno all'editoria locale. In capo alle beneficiarie dei contributi, c'era l'obbligo di diffondere sui loro canali i contenuti delle campagne realizzate dalla Regione. Il lavoro, complesso, è stato realizzato da quattro collaboratori del Servizio con il supporto di uno studio grafico che si è occupato dell'attività di ideazione, progettazione e realizzazione dei materiali grafici. Il risultato è stato più che soddisfacente. Prevediamo almeno **altre 2 nuove iniziative** simili per il 2021.

## 7. Le agenzie di informazione

Assemblea legislativa e Giunta hanno individuato un unico fornitore per il servizio di consultazione delle agenzie stampa. La piattaforma che funge da aggregatore dei lanci di agenzia è **Getnews**, realizzata e gestita dalla ditta **Data stampa**. Attualmente sono **sei le agenzie stampa** nazionali che curano notiziari per conto della Regione. **Adnkronos** gestisce il notiziario nazionale mentre **Dire** quello regionale. A questi due notiziari più generali se ne affiancano quattro tematici curati da **Italpress** (giovani e cultura), **Radiocor** (economia e finanza), **Dire** (ambiente e territorio) e **Redattore sociale** (sanità e welfare).

Stretto e costante è il rapporto del Servizio informazione con le agenzie stampa. Per quanto riguarda i notiziari tematici, l'obiettivo è di **valorizzare l'attività delle commissioni consiliari** competenti per materia sulla base delle indicazioni dei giornalisti della redazione e dei colleghi che seguono la comunicazione dei gruppi assembleari. Le commissioni **Bilancio** ed **Economia** nonché la commissione **Statuto** sono appannaggio di **Radiocor**, la commissione **Territorio** di **Dire**, la commissione **Sanità** di **Redattore sociale**, la commissione **Cultura** e la commissione **Parità** di **Italpress**.

A ottobre si è chiuso il bando di gara istruito in modo congiunto da Assemblea legislativa e Giunta e gestito da Intercent-ER. La commissione giudicatrice sta effettuando la valutazione delle offerte pervenute. Le aggiudicazioni sono previste per la metà di febbraio 2021.

## 8. La rassegna stampa dell'Assemblea

La realizzazione della rassegna stampa quotidiana, e di eventuali rassegne stampa a tema, è una delle attività fondamentali del Servizio informazione e comunicazione. Da poco si è conclusa la gara per l'affidamento del servizio che, per il prossimo biennio, sarà gestito, in continuità, dalla ditta **Telpress**.

La rassegna stampa è costituita da **un unico database** che contiene **tutte le fonti monitorate** (stampa, radio e tv, web e agenzie) con la possibilità di effettuare **ricerche su tutti gli archivi disponibili**. Si tratta di un sistema di **classificazione degli argomenti** che consente una panoramica completa e immediata sulle notizie del giorno. La rassegna stampa integrale (cartacea, audio/video, web e social) viene realizzata **tutti i giorni** della settimana (lavorativi festivi e prefestivi compresi) ed è **consultabile, 24 ore al giorno**, senza alcuna limitazione, **anche da remoto**.

La rassegna stampa presenta **una media giornaliera di 250 articoli** selezionati e richiede al personale del Servizio **un impegno particolare** in termini di **disponibilità oraria e competenza**. Sono infatti i giornalisti, sulla base di turnazioni settimanali, a perfezionare il lavoro fatto dal fornitore, aggiungendo o eliminando contenuti, modificando le classificazioni proposte, effettuando, se necessario, rititolazioni. Solo una volta ricevuto il

via libera dalla redazione, la segreteria del servizio provvede all'invio agli indirizzi mail dei consiglieri o a mailing list specifiche.

L'**attuale configurazione** della rassegna stampa risponde a un importante obiettivo espresso dal Servizio: la ricognizione completa delle notizie riguardanti l'attività dell'Assemblea legislativa, anche per avere contezza del livello di ripresa, sia locale che nazionale, da parte dei media, dei nostri comunicati e dei nostri prodotti multimediali. Tutto questo è visualizzabile, in particolare, nella sezione **Assemblea legislativa**, dedicata alle notizie relative a iniziative istituzionali di presidente e componenti dell'Ufficio di presidenza, degli Organi di garanzia e dei Servizi dell'Assemblea, nella sezione **Atti ispettivi, lavori di Commissione e di Aula**, riservata alle notizie sull'attività dei consiglieri nel parlamento regionale, e nella sezione **Territori**, in cui compaiono notizie di carattere locale, comprese quelle relative all'attività politica dei consiglieri. Oggi la completezza della rassegna e la ripresa totale e spesso integrale dei comunicati (talvolta perfino nel titolo e nel catenaccio) e degli audiovideo del servizio di Ufficio stampa testimoniano il suo funzionamento.

Anche un servizio buono, però, è migliorabile. In sede di rinnovo, pertanto, al gestore è stata richiesta la fornitura di **un prodotto finito e pronto** per la visualizzazione, la consultazione e la stampa da parte di tutti gli utenti abilitati, quindi una rassegna stampa quotidiana **integralmente preconfezionata** secondo precisi **criteri di completezza e adeguatezza** stabiliti dall'Ufficio stampa. Il fornitore, inoltre, mediante suo personale specializzato, dovrà garantire che il prodotto finito **non contenga errori o refusi** (ad esempio, nei titoli o nelle trascrizioni), **contenuti mancanti, eccedenti o non pertinenti, duplicazioni o riproduzioni** che nulla aggiungono in termini informativi e/o che non coinvolgono direttamente l'attività dell'Assemblea legislativa.

Compito dell'Ufficio stampa è comunicare al fornitore quali sono le **fonti** da monitorare (quindi i giornali, ma anche le agenzie, le radio, le tv e il web) e sulla base di quali **parole-chiave** e di quali **argomenti** farlo. Ed è sempre compito nostro tenerle aggiornate. Nostro è anche il compito di dire come deve essere strutturata la rassegna, cioè quali sono le **sezioni** che la compongono.

Il nuovo elenco delle parole-chiave e degli argomenti nonché il loro corretto utilizzo saranno oggetto di uno **specifico incontro** con il fornitore. Il Servizio informazione, infatti, in forza delle richieste e dei suggerimenti dei componenti dell'Ufficio di presidenza e dei presidenti dei Gruppi assembleari, sta affinando i criteri di ricerca nonché modificando e integrando l'elenco delle parole chiave, degli argomenti e delle sezioni tematiche.

Su suggerimento di alcuni consiglieri regionali, **dal 1° dicembre 2020** sono disponibili in Rassegna stampa **anche le pagine dei giornali locali e di quelli nazionali**.

## 9. La formazione

Alla **formazione dei redattori web** dell'Assemblea, nel 2019, sono stati dedicati **due momenti formativi**: il primo sulle tecniche di scrittura sul web, il secondo sull'utilizzo del CMS Plone. È stato prodotto anche un breve vademecum per garantire omogeneità di stili e linguaggi.

Sul piano della formazione, **nel 2020**, si è scelto di proporre ai colleghi un **intervento più strutturato** (5 i moduli realizzati, 4 da parte del personale del Servizio) che ha toccato vari aspetti della comunicazione (dalla costruzione del piano alla grafica, dalla comunicazione web e social alla normativa in materia) ed è stato esteso a tutti coloro che, in Assemblea, si occupano della gestione e della organizzazione di eventi e iniziative. Il corso di formazione "**La promozione di un evento**", realizzato dalla Direzione generale (Area innovazione organizzativa) in collaborazione con il Servizio informazione nel mese di ottobre e novembre 2020, ha raccolto una **valutazione finale di 3,54 punti su 4**. Davvero un ottimo risultato.

Interventi di questo tipo potrebbero essere possibili anche in futuro. Per il 2021, ne prevediamo **almeno due**: particolare attenzione verrà data al tema delle **fakenews** in collaborazione con il Servizio diritti dei cittadini dell'Assemblea legislativa.

#### **10. La collaborazione col Master in Giornalismo di UniBo**

La collaborazione con il **Master in Giornalismo dell'Università di Bologna** è proseguita nel 2020 con il **cofinanziamento di una borsa biennale di studio** e con **l'accoglienza di una tirocinante** in Assemblea nei mesi di novembre e dicembre. La convenzione prevede la possibilità di sviluppare altre attività congiunte. Con il Direttore del Master, stiamo pensando alla realizzazione di **seminari, laboratori, convegni** ma anche di servizi e interviste sull'attività assembleare da diffondere attraverso i canali e le piattaforme del Master. Anche nel 2021 è prevista l'accoglienza di nuovi stagisti.

**Il Direttore**  
Mauro Sarti