

# PIANO DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE 2019

Approvato con decreto del Direttore n. 224 del 11/12/2018

## PIANO DELLA COMUNICAZIONE DI ASSAM

anno 2019

### Sommario

Premessa.....	3
Identità .....	3
Con chi comunichiamo (il pubblico).....	5
Costruire un sistema integrato di relazioni con i diversi pubblici .....	6
LA COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2019.....	7
Obiettivi .....	7
Strumenti .....	7
I siti web .....	7
Newsletter e Notiziari.....	8
Social Media.....	8
Le attività per il 2019.....	9
Indicatori .....	10

## Premessa

Il piano della comunicazione istituzionale dell'Agazia si basa sulla normativa che regola la trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa ed in particolare agli artt. 1 e 2 della Legge 150/2000 da cui si possono trarre le finalità delle attività di informazione e comunicazione di una pubblica amministrazione.

Obiettivo generale è quello di facilitare il rapporto con i cittadini, rafforzare il dialogo e renderlo più diretto ed efficace. Il piano della comunicazione è uno strumento che consente di coniugare gli obiettivi di una organizzazione con i propri pubblici di riferimento, le strategie e gli strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale. Il piano è anche una leva verso l'innovazione dell'intera organizzazione dell'Agazia in quanto consente di migliorare l'efficienza della comunicazione e consente di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e con l'esterno. Esso rappresenta anche uno strumento di lavoro per gli uffici siano essi coinvolti in maniera diretta o indiretta, e per questo è condiviso e a disposizione di tutto il personale dell'ente.

Il Piano di Comunicazione 2018 dell'Assam intende favorire la messa a sistema delle iniziative di comunicazione dell'Agazia e promuovere l'omogeneità degli stili della comunicazione tra tutte le strutture in modo da comunicare in modo coerente ed unitario le attività al servizio del mondo agricolo marchigiano ed al cittadino.

## Identità

L'ASSAM, l'Agazia per i Servizi nel Settore Agroalimentare delle Marche, in qualità di ente strumentale della Regione, svolge un importante ruolo di supporto all'azione pubblica nel settore agricolo e dello sviluppo rurale.

Con l'approvazione del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, questo compito è stato pienamente riconosciuto e valorizzato con particolare riferimento ad attività dell'Agazia che rispondono ad alcuni fabbisogni emersi nella regione Marche come la necessità di un maggiore raccordo tra impresa e R&S e di una più efficace interazione tra attività di formazione, ricerca, sperimentazione e consulenza.

L'ASSAM inoltre, più di recente, sta portando avanti una serie di attività che hanno accentuato il carattere di Agazia dell'Innovazione dell'Agroalimentare e della produzione primaria ed evidenziato

un ruolo di coordinamento territoriale legato alla diffusione e sperimentazione dell'innovazione applicata.

Di seguito sono elencate le macroaree di intervento dell'Agenzia:

- 1) Sviluppo sostenibile dell'agricoltura.** L'ASSAM lavora in settori e progetti coerenti con i temi previsti dal PAN (Piano di Azione Nazionale e sviluppo sostenibile dell'agricoltura) per ridurre i rischi derivanti dall'impiego di prodotti fitosanitari per la salute umana, l'ambiente e la biodiversità quali la taratura delle macchine, l'applicazione di tecniche di difesa integrata, l'uso sostenibile e la sicurezza nell'uso dei fitofarmaci, etc... L'Agenzia svolge inoltre azione formative per gli operatori e divulgative sulla difesa integrata.
- 2) Sperimentazione** nei seguenti campi: coltivazioni arboree (vite, olivo, frutta); coltivazione erbacee (ortivo, cerealicolo, colture industriali) ed agricoltura biologica. Le sperimentazioni vengono condotte sia a livello di impianto pilota presso e aziende dell'Assam sia presso gli impianti dei produttori.
- 3) Trasferimento/diffusione dell'innovazione** tramite azioni di analisi dei fabbisogni di innovazione degli attori del settore agro-alimentare; *Networking* per la cooperazione tra mondo istituzionale, accademico ed imprenditoriale, *Scouting* di risorse a valere su fondi europei, ideazione, organizzazione e partecipazione ad eventi tematici e formativi.
- 4) Monitoraggio dei cambiamenti climatici e diffusione delle tecniche di produzione integrata.** L'Agenzia supporta l'adozione di tecniche agronomiche sostenibili volte a ridurre gli input energetici e chimici, alla salvaguardia del territorio e delle risorse naturali fornendo un servizio di supporto alle scelte aziendali per la corretta gestione agronomica delle colture.
- 5) Valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità sul territorio regionale** attraverso l'erogazione di diversi servizi quali - controlli analitici per la verifica della qualità delle produzioni agroalimentari anche ai fini della certificazione dei relativi marchi di qualità - laboratorio di analisi sensoriale che opera nel comparto olio, miele e produzioni a Denominazione di Origine. Per il marchio QM-Qualità garantita dalle Marche l'ASSAM collabora con la Regione Marche nella stesura dei disciplinari.
- 6) Biodiversità.** L'ASSAM implementa azioni di tutela per le risorse genetiche animali e vegetali del territorio quali specie, varietà, razze, popolazioni, ecotipi, cloni e cultivar, autoctone, minacciate di erosione genetica o a rischio di estinzione a causa del loro abbandono o dell'inquinamento genetico e per le quali esista un interesse economico, scientifico, ambientale, paesaggistico o culturale.

## Con chi comunichiamo (il pubblico)

Per una comunicazione efficace è necessario avere chiaro qual è il pubblico a cui ci si rivolge. In generale possiamo suddividere il pubblico in due target principali e cioè possiamo individuare una comunicazione esterna ed un a comunicazione interna.

La comunicazione interna è rivolta ai dipendenti e collaboratori dell'agenzia, che sono direttamente coinvolti nei processi di gestione e di cambiamento organizzativo e di comunicazione. Questo è importante anche per la comunicazione esterna, se adeguatamente coinvolto nelle scelte strategiche e organizzative, con la condivisione delle informazioni, secondo una logica che superi l'appartenenza ai vari settori e centri operativi e metta invece al centro dei processi le persone e le loro capacità.

La comunicazione esterna può essere segmentata in almeno quattro gruppi omogenei:

- Cittadini, associazioni e imprese: coloro i quali hanno a che fare in modo diretto o indiretto con l'attività dell'agenzia, utenti dei servizi, destinatari e beneficiari.
- I MEDIA: l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa (stampa, tv e radio, internet);
- Istituzioni: la comunicazione rivolta ad altri enti pubblici di riferimento, in primis la Regione Marche, ma anche gli enti territoriali e sovraregionali.
- la comunicazione esterna specifica verso gli operatori del settore agricolo e agroalimentare;

A questo proposito, per garantire la massima trasparenza ed efficacia dell'attività dell'agenzia verrà realizzata nel corso del 2019 una carta dei servizi, che verrà adeguatamente pubblicizzata sul sito istituzionale.

Le attività di informazione e di comunicazione si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale, anche attraverso la comunicazione web, la pubblicità, le affissioni, l'organizzazione e la partecipazione a convegni, manifestazioni e seminari. Il processo comunicativo, fatto di contenuti e relazioni, richiede una unitaria attività istituzionale attraverso il coordinamento dei diversi settori operativi dell'Agenzia e tale coordinamento è affidato al Direttore dell'Agenzia.

## Costruire un sistema integrato di relazioni con i diversi pubblici

Una comunicazione efficace deve prevedere una fase di ANALISI/ASCOLTO e l'ideazione di attività mirate per entrare in relazione con **pubblici influenti**. Pertanto, la comunicazione di un ente come l'ASSAM, pur non avendo una struttura dedicata con professionalità specifiche, ha la necessità di coinvolgere la dirigenza e tutti i settori operativi in modo da costruire una comunicazione chiara, coerente, costante e riconoscibile (cioè riconducibile all'ente).

Le principali attività da svolgere possono essere riassunte nel modo seguente:

- front office esterno (numero di telefono, indirizzo mail, segnalazioni on line)
- redazione web (gestione e aggiornamento del sito internet e dei siti tematici, gestione dei social media)
- comunicazione esterna (ufficio stampa)
- comunicazione istituzionale (piano della comunicazione annuale, piano della comunicazione specifico per iniziative specifiche, linee guida per l'immagine coordinata).

Per svolgere tali attività sono individuate le seguenti figure:

- Redazione sito internet
- Social media group
- Rete dei referenti per ciascun centro operativo

## LA COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2019

### Obiettivi

1. Comunicare l'azione amministrativa dell'agenzia in modo unitario ed efficace
2. Comunicare l'attività ed i risultati ottenuti di maggior interesse per il settore agricolo regionale nonché l'attività istituzionale rilevante per quanto riguarda il settore fitosanitario;
3. Ottimizzare i sistemi di comunicazione considerando anche il contenimento dei costi e favorire l'integrazione funzionale tra i principali strumenti e canali attraverso i quali i risultati dell'Agenzia vengono diffusi e resi visibili

### Strumenti

#### I siti web

La comunicazione istituzionale dell'agenzia è basata prevalentemente sui siti web ed i canali multimediali

Oltre al sito principale che si trova all'indirizzo **[www.assam.marche.it](http://www.assam.marche.it)**, considerato il coinvolgimento dell'Agenzia su alcuni progetti comunitari, si ritiene di avviare, a partire **dall'anno 2019** una versione in lingua inglese del sito stesso.

Inoltre vi sono alcuni siti specifici su progetti/attività rilevanti e che avevano necessità di essere gestite e rendicontate in modo autonomo quali:

**[www.meteo.marche.it](http://www.meteo.marche.it)** dedicato all'attività agrometeo dell'agenzia;

**[www.apcassam.it](http://www.apcassam.it)** dedicato all'autorità pubblica di controllo in ASSAM;

**[www.innovamarche.it](http://www.innovamarche.it)** dedicato all'attività di innovation broker svolto da ASSAM per la costituzione dei Gruppi Operativi del PEI tramite PSR Marche;

**[www.olimonovarietali.it](http://www.olimonovarietali.it)** dedicato alla divulgazione dei risultati del progetto oli monovarietali e alla promozione degli eventi collegati (Rassegna nazionale degli oli monovarietali e campionato potatura olivo);

**[www.tarloasiatico.marche.it](http://www.tarloasiatico.marche.it)** dedicato all'emergenza del parassita alieno e alle disposizioni obbligatorie che sono necessarie per il suo controllo.

All'interno del sito principale sono state istituite alcune sezioni di particolare rilievo istituzionale o tecnico, quali le sezioni:

**Amministrazione Trasparente**

**Emergenze Fitosanitarie**

**Biodiversità agraria**

## **Newsletter e Notiziari**

Associata ad alcune piattaforme è stata strutturata la possibilità di inviare delle **newsletter** per coloro che manifestano l'esplicita volontà di essere inseriti ed informati.

Una ulteriore attività di particolare rilievo tecnico è la produzione di un **notiziario settimanale agrometeo**, articolato per quattro sedi provinciali, in cui viene illustrata la previsione del tempo regionale, a cui viene associata una informativa sullo stato delle colture in atto con i consigli di intervento relativi alla difesa, con particolare attenzione alla difesa integrata e al biologico.

In tale notiziario vengono anche segnalati eventi di rilievo su iniziative ASSAM o di altri enti/organizzazioni.

## **Social Media**

Nel piano della comunicazione va presa in considerazione l'attività dedicata alla gestione dei social media (Facebook, Instagram, Twitter) alcuni attivati e altri da attivare o gestire in modo più efficiente.

I social media ci darebbero poi anche la possibilità di monitorare i target e gli utenti raggiunti andando a monitorare:

- N. di iscritti alla pagina Facebook/ al canale YouTube
- N. di follower
- N. di visualizzazioni
- N. di video pubblicati



## Le attività per il 2019

Per l'anno 2019 l'attività consiste principalmente nella gestione/aggiornamento del sito principale e dei siti tematici, ed in particolare l'avvio della versione inglese del sito principale.

Una importanza rilevante nella comunicazione dell'agenzia sarà rappresentata dalla possibilità di promuovere un'immagine unitaria delle attività. Pertanto, alla gestione efficiente del sito/portale, verrà realizzata una brochure istituzionale, in formato cartaceo e informatico, che potrà essere utilizzata nelle partecipazioni alle fiere o alle manifestazioni locali o nazionali, o anche alla presentazione dei convegni. Tutti gli incontri informativi, le mostre, le iniziative pubbliche dell'agenzia sono coordinate e inserite in un programma di comunicazione omogeneo.

Per una migliore organizzazione dell'attività verrà predisposto un regolamento interno per garantirne il corretto utilizzo dei social media (quali informazioni pubblicare, chi le pubblica, con quali modalità) e per renderne più efficace l'uso da parte di tutti i settori di attività dell'agenzia e verrà identificato un social media team all'interno dell'Agenzia.

Tutti gli incontri informativi, le mostre, le iniziative pubbliche dell'Agenzia verranno inseriti in un programma di comunicazione omogeneo.

Qui di seguito sono riportati gli eventi principali della divulgazione tecnica organizzati dall'Agenzia:

	<b>settore</b>	<b>Tipo iniziativa</b>	<b>periodo</b>
1	olivicoltura	Campionato nazionale potatura olivo	marzo
2	olivicoltura	Rassegna nazionale oli monovarietali	maggio
3	cereali	Visite guidate ai campi sperimentali	giugno
4	Biodiversità agraria	Partecipazione -evento a - Tipicità (Fermo)	marzo
5	Biodiversità agraria	Giornata nazionale Biodiversità	maggio
6	Frutticoltura	Mostre pomologiche	Luglio - ottobre

## Indicatori

- Avvio della sezione in lingua inglese del sito ASSAM
- Realizzazione di una brochure di presentazione dell'agenzia in formato digitale e cartaceo in lingua italiana ed inglese
- Stesura e condivisione di un regolamento interno per l'utilizzo dei social media
- Identificazione di un social media team all'interno dell'Agenzia per la gestione dei social media e realizzazione di un workshop formativo per il miglior utilizzo degli stessi
- Realizzazione di eventi divulgativi: n. 10