



*Consiglio regionale della Calabria*

# PIANO TRIENNALE DELLA COMUNICAZIONE 2024 - 2026



## INDICE

<b>1</b>	<b>PREMESSA .....</b>	<b>3</b>
1.1	ANALISI DI CONTESTO .....	3
1.2	QUADRO SOCIO - ECONOMICO DI RIFERIMENTO.....	4
1.3	CONSUMI MEDIATICI.....	6
<b>2</b>	<b>COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE .....</b>	<b>7</b>
2.1	STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE E OBIETTIVI.....	7
2.2	INFORMATION GATHERING.....	8
2.3	STRUMENTI E UFFICI COMPETENTI .....	9
2.3.1	IL SITO INTERNET .....	10
2.3.2	LA SOCIAL MEDIA STRATEGY – LINEE GUIDA PROGRAMMATICHE .....	10
2.3.3	L’UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP).....	12
2.3.4	IL PROGETTO “RAGAZZI IN AULA” .....	13
	VISITE GUIDATE .....	13
	CONCORSO “FABIANA LUZZI” .....	14
2.4	IL PREMIO DON ITALO CALABRÒ .....	17
2.5	ALTERNANZA SCUOLA LAVORO .....	18
<b>3</b>	<b>INFORMAZIONE ISTITUZIONALE.....</b>	<b>20</b>
3.1	STRATEGIE DELL'INFORMAZIONE .....	20
3.2	CALABRIA ON WEB.....	20
3.3	LE AGENZIE DI STAMPA .....	22
<b>4</b>	<b>PIANO ANNUALE DELLE INSERZIONI ISTITUZIONALI .....</b>	<b>23</b>
4.1	CAMPAGNE ADV SU STAMPA QUOTIDIANA.....	23
4.2	CAMPAGNE ADV SU SITI INTERNET .....	24

4.3	CAMPAGNE ADV RADIO/TV.....	24
4.3.1.	LA CAMPAGNA #OPENPALAZZO .....	24
4.4	CAMPAGNE ADV SOCIAL .....	25
4.5	CAMPAGNE OUTDOOR.....	25
<b>5</b>	<b>EVENTI CULTURALI .....</b>	<b>26</b>
5.1	IL POLO CULTURALE “MATTIA PRETI” .....	26
5.1.1	IL PATRIMONIO .....	27
5.1.2	VOLUMI ANTICHI E PREGIATI .....	29
5.1.3	RASSEGNA STAMPA STORICA .....	30
5.2	STRUMENTI OPERATIVI E TARGET .....	30
5.3	ORGANIZZAZIONE DI INIZIATIVE ED EVENTI CULTURALI .....	32
5.3.1	RASSEGNA “VOCE AGLI AUTORI” .....	32
5.3.2	WORKSHOP “EDUCARE ALLE FONTI DOCUMENTALI” .....	33
5.3.3	PROGETTO “SEZIONE MINORANZE LINGUISTICHE CALABRESI” .....	33
5.3.4	PROGETTO “LABORATORIO DI RESTAURO APERTO AL PUBBLICO” .....	33
5.4	ALTRE INIZIATIVE, DA REALIZZARE CON IL COINVOLGIMENTO DELLA SOCIETÀ IN HOUSE “PORTANOVA SPA” .....	34
<b>6</b>	<b>RIFERIMENTI NORMATIVI.....</b>	<b>35</b>

# 1 PREMESSA

---

## 1.1 ANALISI DI CONTESTO

Il dibattito pubblico italiano, negli ultimi anni, ha dedicato ampio spazio al tema dei costi della politica, a quelli della democrazia, nonché all'esigenza, sempre più avvertita dai cittadini, di rendere più efficiente e razionale la spesa pubblica. Particolare attenzione viene rivolta dai mass media alle Regioni che, allontanandosi dalle iniziali competenze di programmazione e indirizzo, si sono trasformate in enti di gestione e, di conseguenza, in centri di spesa. Dentro questa cornice, i Consigli regionali sono stati spesso identificati con luoghi di spreco e di utilizzo ingiustificato di eccessive risorse pubbliche.

L'Ufficio di Presidenza del Consiglio regionale della Calabria ha già avviato un processo di razionalizzazione e riqualificazione della spesa, perseguendo obiettivi di *spending review* e di miglioramento della qualità dei servizi offerti a condizioni economiche più vantaggiose per il bilancio pubblico.

Numerosi sono stati i provvedimenti adottati in tale direzione. Decisioni mediante le quali il Consiglio regionale ha centrato gli obiettivi di riduzione della spesa, sia in termini percentuali sia in valore assoluto.

Contemporaneamente, attraverso tali misure, è possibile migliorare la percezione complessiva del Consiglio regionale in seno ai cittadini calabresi che chiedono un organismo istituzionale la cui azione politica e amministrativa sia contraddistinta da sobrietà e rigore nell'applicazione delle leggi.

La misurazione della percezione del Consiglio regionale nella società deve inoltre tener conto di almeno altri due fattori che rendono più complesso il dispiegarsi di un'efficace azione di comunicazione esterna, rivolta alla generalità dei cittadini.

Innanzitutto, la progressiva riduzione delle risorse libere disponibili nel bilancio della Regione per investimenti (secondo un trend che risale nel tempo di almeno tre lustri) ha diminuito il numero delle proposte di legge presentate; difatti i Consiglieri regionali responsabilmente hanno ridotto l'esercizio del potere di iniziativa legislativa per scongiurare l'approvazione di leggi cosiddette "manifesto".

In secondo luogo, sulla percezione del Consiglio regionale da parte di cittadini e *stakeholders* incide la perdurante crisi economica che condiziona pesantemente la libertà di iniziativa economica privata, anche alla luce della pervasiva presenza della criminalità organizzata che, soprattutto in alcune aree della regione, soffoca ogni forma di impresa sul libero mercato.

In tale quadro d'insieme, emerge una propensione alla diffidenza e alla sfiducia che colpisce innanzitutto le istituzioni e che finisce inevitabilmente per orientare anche le scelte del piano di comunicazione del Consiglio regionale della Calabria.

Ciò nonostante, dal primo report sulla reputazione di aziende e istituzioni italiane dal titolo *“I valori degli Italiani”*, ideato e redatto dal Censis, sono emersi dati interessanti circa il rapporto degli italiani e delle Regioni. Il report ha monitorato la reputazione delle Regioni, per capire *“se la crisi della credibilità di questi enti sia irreversibile oppure se esistano margini di recupero”*, analizzando la crisi di rappresentanza delle regioni, negli anni cresciuti. Da questa analisi, scrive il report Censis, *“la sensazione è che i territori non mollino e che il patrimonio di specificità, di ‘biodiversità sociale’, aveva trovato nella dimensione regionale un punto di equilibrio che difficilmente potrà essere sostituito da 40 aree vaste”*. Per chi, quindi, crede nell’importanza e nell’utilità delle Regioni appare fondamentale porre in essere azioni impostate sia a far conoscere di più l’utilità di Regioni e Consigli regionali, sia a contrastare l’azione di delegittimazione nei confronti delle autonomie, sia a sostenere le *“ragioni delle Regioni”*.

L’indagine Censis attesta che i *“popoli delle Regioni”* non si sentono più rappresentati quando si parla di *“rappresentanza delle proprie idee”* mentre si sentono ancora legati ad aspetti identitari quali la tipicità di dialetto/lingua, il patrimonio artistico-culturale ed enogastronomico. Nel mondo in rapida trasformazione il regionalismo - dice il Censis - appare tutt’altro che morto ed è percepito ancora come in grado di rispondere a bisogni primari oltre che di fornire servizi importanti.

Appare, dunque, indispensabile attivare un livello decisionale e rappresentativo adeguato alla domanda (comunque sempre meno forte) presente sul territorio, che sia capace di consentire confronto, ascolto e decisioni. Necessitano istituzioni solide che partano dall’oggi per pensare al domani, attraverso un lavoro mirato, che analizza la situazione e sceglie gli obiettivi.

## 1.2 QUADRO SOCIO - ECONOMICO DI RIFERIMENTO

Ai fini di un completamento del contesto complessivo di riferimento, nell’ambito del quale il Consiglio regionale della Calabria andrà a posizionare e scegliere le azioni che daranno contenuto al Piano di comunicazione che, con valenza triennale, sarà aggiornato annualmente, è essenziale delineare il quadro socio-economico regionale.

Secondo il rapporto Svimez 2022, due shock, come la pandemia e la crisi energetica, in rapidissima successione, hanno sottoposto l’intero sistema economico a una fortissima pressione. In un quadro di difficoltà estrema, il confronto fra l’andamento dell’economia italiana e le tendenze dell’area euro ha comunque messo in luce la tenuta dell’assetto socio-economico italiano, che nell’ultimo triennio non ha registrato un differenziale di crescita di segno negativo e non ha evidenziato una maggiore propensione all’inflazione rispetto alle altre economie dell’area euro; contemporaneamente, l’industria italiana ha sostanzialmente retto, evidenziando capacità riorganizzative e di adattamento anche nelle fasi di estrema difficoltà. D’altra parte, però, non mancano alcune criticità rappresentate – secondo il rapporto Svimez – proprio dalle incertezze in relazione alla capacità di portare avanti il programma di politica economica del PNRR, rispettandone le tempistiche e le finalità, senza però mettere in secondo piano l’attività ordinaria delle Amministrazioni, fra cui i piani programmatici

legati al nuovo ciclo dei fondi strutturali. In definitiva, le incertezze sulle prospettive restano elevate e la politica economica italiana ed europea non sono ancora uscite dalla fase straordinaria determinata dai due shock dell'ultimo triennio. Per questo motivo, le aspettative per il 2023 sono ridimensionate e i rischi per l'intera economia europea restano elevati.

Dopo lo shock della pandemia, la ripartenza dell'economia italiana è stata pressoché uniforme tra macro-aree. Il rimbalzo del PIL nel 2021, +6,6% a livello Paese, è stato sostenuto dalla ripresa degli investimenti, cresciuti del 17% (+22,3% quelli in costruzioni), e dalla domanda estera (le esportazioni sono cresciute del 16,7%). La ripresa ha interessato tutte le aree, ma è stata più rapida nel Nord (+7,5% nel Nord-Est; +7% nel Nord-Ovest); il Mezzogiorno ha comunque partecipato alla ripartenza e il PIL meridionale è cresciuto del 5,9% nel 2021. Tuttavia, il trauma della guerra ha cambiato il segno delle dinamiche in corso a livello internazionale determinando il rallentamento della ripresa, l'aumento del costo dell'energia e delle materie prime; la comparsa di nuove emergenze sociali e nuovi rischi per le imprese. Tali condizioni avverse hanno esposto, nel 2022, l'economia italiana a nuove turbolenze, allontanandola dal sentiero di una ripartenza relativamente sostenuta e coesa tra Nord e Sud del Paese, con conseguenze più gravi soprattutto per le regioni meridionali. Emerge, infine, lo squilibrio demografico di un paese duale. La tendenza alla diminuzione della popolazione, avviatasi nell'ultimo decennio, si è aggravata negli ultimi due anni per gli effetti della pandemia. Alla fine del 2021 risiedevano in Italia 58 milioni e 983 mila abitanti, 253 mila in meno rispetto all'inizio dell'anno. La perdita, sia in termini assoluti che relativi, è risultata più intensa nel Mezzogiorno: -130 mila unità (-6,5‰) a fronte di -122,8 mila (- 3,1‰) nel Centro-Nord.

Nella prima parte del 2022 l'economia calabrese ha ancora beneficiato della fase di ripresa avviatasi dopo la crisi pandemica. Secondo le stime della Banca d'Italia, basate sull'indicatore ITER, nel primo semestre l'attività economica ha registrato un incremento del 4,5 per cento. L'andamento congiunturale è risultato sostanzialmente simile tra i diversi settori. La produzione industriale ha continuato a crescere grazie alla ripresa della domanda interna ed estera. Le costruzioni sono state sostenute soprattutto dalle misure di agevolazione fiscale relative al comparto dell'edilizia residenziale, seppur in parte frenate dall'incertezza normativa e dalle difficoltà di cessione del credito d'imposta. Il terziario ha tratto vantaggio dall'andamento favorevole del comparto turistico e dalla ripresa dei trasporti. Il mercato del lavoro calabrese ha mantenuto una tendenza positiva, soprattutto nella prima metà dell'anno. Tuttavia, la crescita ha rallentato nel corso dell'anno, risentendo progressivamente delle conseguenze economiche del conflitto russo ucraino e dell'incertezza che ne deriva.

In questo contesto poco incoraggiante, la Calabria, in particolare, accuserà i contraccolpi della sommatoria di questi eventi negativi, congelando la ripresa in corso post Covid. Se nel 2023, infatti, il Centro Nord registrerà un Pil in crescita debole intorno al +0,5%, l'indice della ricchezza meridionale potrebbe contrarsi fino a -0,4% e in Calabria potrebbe scendere fino a -0,9%.

Tuttavia, secondo il rapporto sull'economia calabrese – pubblicato a giugno 2022 all'interno del rapporto annuale sulle economie regionali di Banca d'Italia - tra i fattori che potrebbero influire positivamente sulla crescita vi è proprio l'attuazione del PNRR che in

Calabria prevede vari investimenti su infrastrutture e servizi pubblici, che si sommeranno a quelli che saranno realizzati con altre risorse nazionali ed europee. I benefici di tali misure dipenderanno dalla capacità di progettazione e dalla velocità di realizzazione degli interventi da parte degli enti territoriali calabresi, che spesso nel passato sono risultate inadeguate.

Appare, dunque, indispensabile attivare un livello decisionale e rappresentativo adeguato alle sfide del presente, ma anche alle straordinarie opportunità del PNRR.

### 1.3 CONSUMI MEDIATICI

La rilevazione dei consumi mediatici degli italiani del 2022 evidenzia che è il web a fare la parte del leone. Secondo l'analisi effettuata dal Censis (18° rapporto sulla comunicazione), infatti, il dato degli utenti di Internet si attesta all'88% (in aumento del 4,5% rispetto al 2021). Di questi, una fetta consistente pari all'82,4% (+5,8% rispetto all'anno precedente) utilizza i social network: 83,6% Whatsapp, 65,7% Youtube, 64,7% Facebook, 49,4% Instagram, solo per citare i più diffusi.

Il dato di fruizione della televisione in generale vede un forte rialzo della tv via internet (web tv e smart tv salgono al 52,8% di utenza, ovvero oltre la metà della popolazione: +10,9% in un anno) e il boom della mobile tv, che è passata dall'1,0% di spettatori nel 2007 al 34,0% di oggi (più di un terzo degli italiani); la radio continua a rivelarsi all'avanguardia all'interno dei processi di ibridazione del sistema dei media: complessivamente, i radioascoltatori sono il 79,9% degli italiani (stabili da un anno all'altro).

In forte evoluzione lo scenario relativo ai dispositivi utilizzati per accedere ai vari network, con l'88% degli italiani (+4,7% rispetto al 2021) che usa regolarmente lo smartphone per accedere ai vari servizi.

Per quanto riguarda la cosiddetta informazione personalizzata, nel 2022 i telegiornali - storica roccaforte dell'informazione, hanno conosciuto un ridimensionamento, perdendo in un anno quasi il 9% degli utenti. Pur mantenendo la posizione di testa della graduatoria dei mezzi attraverso i quali gli italiani si informano, sono passati dal 60,1% al 51,2%.; a seguire Facebook (35,2%), i motori di ricerca (23,4%), le tv all news (21%) e i siti web di informazione (19,3%). Continua il ciclo di flessione per la carta stampata: -3,7% i lettori dei quotidiani rispetto al 2021, -0,9% quelli dei libri.

## 2 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

---

### 2.1 STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE E OBIETTIVI

La strategia di comunicazione nasce da una integrazione delle azioni sui media tradizionali e delle iniziative sui new media. Particolare attenzione verrà rivolta alla comunicazione digitale, mediante campagne veicolate su internet e sui *social network*.

La strategia del Piano tiene conto dell'evoluzione del sistema della comunicazione istituzionale e politica, in ragione del forte impulso che hanno ottenuto la diffusione delle nuove tecnologie e dell'utilizzo dei *social network*. Essa risulta altresì armonica con gli obiettivi strategici del Piano della Performance del Consiglio regionale della Calabria. Invero, tali obiettivi prevedono, fra l'altro, la valorizzazione del ruolo istituzionale del Consiglio regionale, rafforzando l'interlocuzione con le istituzioni europee, nazionali e anche locali, il miglioramento dell'efficienza, efficacia ed economicità dell'attività istituzionale e delle strutture organizzative; il potenziamento della gestione informatizzata dei processi interni ed incrementare il livello di digitalizzazione dei flussi documentali, anche mediante la reingegnerizzazione delle procedure e dello sviluppo di progetti diretti a consentire l'efficientamento dei processi e la riduzione dei tempi per la gestione delle attività; la creazione di valore pubblico promuovendo la comunicazione, la conoscibilità e la piena accessibilità ad ogni ambito delle attività dell'Ente, l'implementazione i livelli di trasparenza e la diffusione della cultura della legalità anche attraverso l'intervento nelle aree maggiormente esposte al rischio corruzione

#### OBIETTIVI

Il Consiglio regionale della Calabria, attraverso lo sviluppo della presente strategia, intende conseguire i seguenti obiettivi:

- a) far conoscere al maggior numero possibile di cittadini calabresi l'attività istituzionale svolta dall'Assemblea e dalle Commissioni, le leggi approvate, i provvedimenti amministrativi, le iniziative assunte, i progetti realizzati;
- b) riqualificare l'immagine dell'ente, promuovendo in seno all'opinione pubblica la consapevolezza dei risparmi di spesa conseguiti, nonché il miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia amministrativa dell'ente;
- c) proseguire nell'attività di promozione di un'immagine positiva del Consiglio quale "casa della democrazia calabrese", mediante campagne mirate che diano seguito a quella intrapresa nel 2015 e denominata #openpalazzo, in direzione di un'apertura fisica e metaforica ai cittadini della sede istituzionale, includendovi il Polo culturale "Mattia Preti" istituito presso palazzo Tommaso Campanella, con lo scopo di incrementare il numero di visitatori e fruitori dei servizi della struttura;



d) costruire intorno al Polo “Mattia Preti” un centro di produzione di eventi culturali mirato a valorizzare l'identità calabrese nel panorama europeo e internazionale.

## 2.2 INFORMATION GATHERING

La logica di costruzione del Piano si basa sul metodo dell'*information gathering*, essenziale per individuare le azioni comunicative più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti e propedeutica alla scelta delle iniziative da assumere. Solo un adeguato livello di accesso alle informazioni, infatti, può garantire l'autorevolezza, il valore e la rilevanza sociale della comunicazione istituzionale del Consiglio regionale. In tale direzione, risulta indispensabile utilizzare le fonti primarie di notizie (agenzie di stampa).

Il Consiglio regionale ha concluso nell'ambito della sezione del Piano di Comunicazione “Informazione istituzionale” il procedimento di selezione delle **agenzie di stampa**, individuando criteri di selezione che hanno consentito di coniugare le esigenze di informazione su ampia scala nazionale con quelle relative al territorio regionale che rimane, per le caratteristiche proprie delle attività del Consiglio e della Regione Calabria, uno dei principali *target* di riferimento.

Nel contesto della fase di *information gathering* va annoverato anche il servizio di  **rassegna stampa quotidiana**, in atto già erogato in forma digitale a favore dei Consiglieri regionali e del portavoce del Presidente del Consiglio regionale. Si ritiene utile ampliare la platea dei destinatari del servizio di rassegna stampa includendo anche il Segretario generale, i dirigenti del Consiglio e gli organi di garanzia della Regione Calabria. Tale servizio è stato acquisito già nel corso del 2015 - e rinnovato negli anni successivi - avvalendosi delle procedure aperte presenti sul Mercato elettronico della Pubblica Amministrazione che hanno già consentito un notevole risparmio. Si tratta di uno strumento indispensabile per garantire la possibilità di accedere in maniera organica e facilmente fruibile alle informazioni afferenti all'attività istituzionale (o quella ad essa comunque connessa) dell'Assemblea, digitalmente, da remoto e con dispositivi portatili, e rappresenta sicuramente uno dei più importanti strumenti di lavoro sia per la sua preminente funzione informativa sia per la verifica del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione istituzionale.

In tal senso, infatti, la rassegna stampa rappresenta un momento importante per osservare gli scenari di riferimento, per verificare la strategia di comunicazione e misurare il grado di penetrazione del messaggio trasmesso anche in relazione ai rapporti con i media e le agenzie giornalistiche.

In un contesto in cui l'informazione viaggia veloce sul web, il servizio di rassegna stampa telematico è indispensabile. Oltre a consentire la consultazione dei giornali da parte dei Consiglieri regionali, la rassegna telematica costituisce anche un archivio storico sulle notizie di

rilievo istituzionale di pronta e facile consultazione.

La rassegna, tuttavia, non può essere considerata esaustiva delle informazioni necessarie al più efficace esercizio delle attività di informazione/comunicazione istituzionale e, pertanto, tale servizio viene integrato con la **fornitura di giornali quotidiani e dei principali periodici** che interesserà innanzitutto il Polo culturale “Mattia Preti” presso il quale è ospitata la pregiata emeroteca del Consiglio regionale, nella quale sono conservati quotidiani e periodici che fanno data fin dall’inizio dell’esperienza regionalistica. Altresì, potrà essere estesa, nei limiti delle disponibilità di bilancio, su richiesta, anche ai componenti dell’Ufficio di Presidenza e alle strutture dedite all’informazione e comunicazione istituzionale del Consiglio (Calabria on web).

Secondo lo spirito del presente Piano di comunicazione, il monitoraggio delle informazioni deve spaziare anche nel vasto ambito dei social media, oggi indispensabile per una conoscenza immediata dei fatti e delle opinioni dei principali *influencer* del dibattito pubblico; e a tal fine appare opportuna l’acquisizione di un **servizio di fornitura che aggregi una selezione delle principali notizie provenienti dai social**.

Una corretta acquisizione di informazioni, sulla base della quale plasmare la strategia più efficace della comunicazione esterna dell’ente, non può prescindere dalle ricerche demoscopiche e segnatamente dall’acquisizione periodica di dati scientifici, presso agenzie già operanti secondo le regole stabilite dall’Agcom e dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, attraverso la realizzazione periodica di **sondaggi di opinione**. A questo fine sarà possibile avviare apposite indagini ex ante ed ex post per misurare gli effetti delle politiche adottate.

### 2.3 STRUMENTI E UFFICI COMPETENTI

Al fine di perseguire gli obiettivi in precedenza delineati, il Consiglio regionale utilizzerà, quali strumenti centrali: il sito web istituzionale ([www.consiglioregionale.calabria.it](http://www.consiglioregionale.calabria.it)) con le banche dati; i profili creati sui *social network*. In particolare, il profilo **Facebook**, da integrare con gli altri strumenti web del Consiglio, si indirizzerà alle attività di comunicazione e di promozione degli eventi culturali organizzati dal Consiglio; il profilo **Twitter** continuerà a essere prevalentemente dedicato alle attività di informazione giornalistica, sia per quanto concerne l’informazione istituzionale sia per quanto concerne il rilancio delle notizie del *magazine Calabria on web*. **L’uso di questi strumenti si orienterà e modellerà sui diversi target di riferimento.**

**Accanto a un’attività di rilancio e sviluppo di questi strumenti, saranno promossi approcci comunicativi nuovi che prevedono**

### **L'utilizzo di tecniche e spazi per il Consiglio inediti.**

Le unità organizzative coinvolte, nell'ambito delle rispettive competenze, sono: il Segretariato generale, l'Ufficio del Portavoce e, in generale, le strutture deputate all'informazione e comunicazione istituzionale ai sensi della L. 150/2000, il Settore Provveditorato Economato e Contratti ed ogni eventuale ed ulteriore ufficio di cui si rilevi un coinvolgimento nei procedimenti amministrativi relativi alle singole azioni del Piano.

#### 2.3.1 L SITO INTERNET

Il sito internet è il principale luogo di informazione istituzionale e di trasparenza nel web.

Una ristrutturazione profonda del sito web è oggi una esigenza prioritaria. La sua revisione complessiva offre l'occasione di consolidare il dialogo con i cittadini, consentendo loro un'informazione costante sulle attività istituzionali. In tale prospettiva, nel corso della X<sup>a</sup> legislatura è stata avviata con successo la *diretta streaming* delle sedute di Consiglio regionale, con la creazione di un canale **YouTube** ad esse dedicato.

L'attività di comunicazione e quella della struttura stampa, ognuno per la parte di propria competenza, dovranno avere come base imprescindibile un sito web istituzionale moderno, aggiornato, flessibile e consultabile facilmente dai differenti *devices* disponibili per informarsi.

Le informazioni di interesse del cittadino presenti sul sito saranno declinate in un linguaggio immediato e comprensibile (es. opportunità di lavoro, concorsi scolastici, leggi regionali sui giovani, etc.) e le banche dati saranno costantemente aggiornate anche in ossequio agli obblighi di trasparenza previsti dalla normativa vigente.

#### 2.3.2 LA SOCIAL MEDIA STRATEGY – LINEE GUIDA PROGRAMMATICHE

La nuova strategia di comunicazione incrementerà in maniera decisa la parte di comunicazione digitale, mediante campagne veicolate su internet e sui social network. Per il triennio precedente, era stata prevista una social media strategy diretta all'uso consapevole ed efficace dei social media come canale di comunicazione bidirezionale e luogo di interazione con la cittadinanza e gli stakeholder.

La strategia del nuovo Piano triennale tiene conto dell'evoluzione del sistema della comunicazione istituzionale e politica, in ragione del forte impulso che hanno ottenuto la diffusione delle nuove tecnologie e dell'utilizzo dei social network.

In tale prospettiva, il Consiglio regionale continuerà a utilizzare strumenti centrali quali il sito web ([www.consiglioregionale.calabria.it](http://www.consiglioregionale.calabria.it)) e l'URP e potenzierà l'utilizzo dei profili creati sui social network. La newsletter e le mailing list si affiancheranno al lavoro di informazione e

di relazione con il territorio che i singoli consiglieri assicurano. L'uso di questi strumenti si orienterà e modellerà sui diversi target di riferimento.

L'uso dei social sarà diversificato. Saranno confermate formule di successo come l'utilizzo di Twitter per le attività di informazione giornalistica e istituzionale sia, nonché per il rilancio delle notizie del magazine Calabria on web.

Accanto a un'attività di rilancio e sviluppo di questi strumenti, saranno promossi approcci comunicativi nuovi che prevedono l'utilizzo di tecniche e spazi per il Consiglio inediti.

Le informazioni di interesse del cittadino presenti sul sito saranno declinate in un linguaggio immediato e comprensibile (es. opportunità di lavoro, concorsi scolastici, leggi regionali sui giovani, etc.) e le banche dati saranno costantemente aggiornate anche in ossequio agli obblighi di trasparenza previsti dalla normativa vigente.

La principale novità sarà rappresentata dall'attivazione della pagina Facebook dell'URP, da integrare con gli altri strumenti web del Consiglio. È questo un ulteriore modo di avvicinare la Pubblica Amministrazione alla cittadinanza per rinsaldare un rapporto di fiducia con essa. La comunicazione social, con le sue essenziali caratteristiche di accessibilità, connettività universale, costi contenuti e interattività, è espressione di alcuni capisaldi della riforma della pubblica amministrazione: trasparenza, partecipazione, semplificazione e digitalizzazione.

In coerenza con la declaratoria delle funzioni dei Settori e dei Servizi in cui si articola l'Amministrazione, la gestione dei canali social media dell'Ente è coordinata dal Segretariato generale-Ufficio Relazioni con il pubblico (URP), cui compete per legge il rapporto con l'utenza. La corretta gestione dei canali media necessita di una costante attività diretta non solo a veicolare informazioni in sinergia con Enti e Istituzioni del territorio ma anche a programmare, nel rispetto della normativa vigente, adempimenti e provvedimenti consequenziali.

E' stato definito un piano complessivo per addivenire al migliore risultato in termini di contenuti e diffusione degli stessi, in coerenza con l'obiettivo generale fissato dall'Ufficio di Presidenza di "creare valore pubblico promuovendo la comunicazione, la conoscibilità e la piena accessibilità ad ogni ambito delle attività dell'Ente, implementando i livelli di trasparenza e la diffusione della cultura della legalità anche attraverso l'intervento nelle aree maggiormente esposte al rischio corruzione".

Si è svolta, pertanto, un'importante attività di studio e approfondimento circa la gestione di analoghe pagine social da parte di organismi omologhi nel panorama nazionale, conducendo un'azione di benchmarking focalizzata sui Consigli regionali delle altre regioni.

Detta attività propedeutica ha consentito di individuare le aree o rubriche tematiche di maggiore interesse per il target di utenza potenziale, così ripartite:

- ☐ Attività istituzionale: (diretta seduta consiliare – attività commissioni – incontri presidenza - Garanti)
- ☐ Attività culturale: (eventi polo culturale – convegni – eventi patrocinati e organizzati da noi – visite guidate – concorso ragazzi in "aula" e altri concorsi del Consiglio - Palazzo Campanella)

Per ciascuna area tematica è stato previsto un costante monitoraggio e collegamento con i fatti storici e di attualità più curiosi e/o importanti; per la loro implementazione, invece, si è puntato al coinvolgimento degli attori locali, mirando, al contempo, alla loro partecipazione e alla loro corresponsabilizzazione.

Nel caso della “Vetrina dei Comuni”, ad esempio, è stata predisposta apposita lettera di invito rivolta alle Amministrazioni locali, corredata di apposita scheda per la raccolta dati, per dare lustro e visibilità all’azione degli amministratori e alle caratteristiche orografiche, paesaggistiche, storiche e culturali dei territori, nonché di eventi patrocinati e organizzati dalle stesse amministrazioni comunali.

Le rubriche, nel loro complesso, sono state ideate come tasselli di un più grande mosaico riconducibile alle prime due Aree della pagina Facebook denominate “Attività istituzionale” e “Attività culturale” e finalizzate a creare e diffondere quel valore pubblico che, come Consiglio regionale, abbiamo la necessità e il dovere di promuovere.

Al fine di consentire il miglior utilizzo della pagina è stato adottato il “contratto Social Media Policy” finalizzato alla regolamentazione dell’utilizzo e la gestione dei canali social media del Consiglio regionale della Calabria.

Altre iniziative comunicative, seppure di taglio più tradizionale, saranno intraprese con l’ausilio del servizio di Cerimoniale e vedranno il supporto a tutta l’attività istituzionale dell’Ente, anche per quanto attiene alla convegnistica e ad iniziative culturali mirate. IN particolare, ci si occuperà di:

- organizzazione e supporto alle Sedute del Consiglio regionale, delle Commissioni permanenti e speciali, conferenza dei Capigruppo, Giunta delle elezioni, riunioni istituzionali varie, eventi formativi e informativi;
- organizzazione logistica e coordinamento alle iniziative organizzate dalla presidenza del Consiglio regionale e dall’Ufficio di Gabinetto;
- supporto logistico alle attività di divulgazione e informazione alle iniziative (concorso “Ragazzi in Aula” rivolto alle scuole del territorio).

Da quanto esposto sopra, si rileva che ci si relaziona molto con una utenza abbastanza diversificata che va, da quella interna strettamente istituzionale, a quella esterna (scuole, università, centri di ricerca, associazionismo, altri enti a carattere istituzionale e formativo, privati cittadini e portatori di interessi). (GIUSI PRIOLO)

### 2.3.3 L’UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP)

In Consiglio regionale è attivo l’Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) come strumento di trasparenza dell’istituzione e porta aperta verso

la cittadinanza e le pubbliche amministrazioni, in coerenza con la legge 7 giugno 2000, n. 150.

L'URP ha come compiti prevalenti facilitare il rapporto tra il pubblico e l'Assemblea regionale, promuovere una più diffusa conoscenza dell'attività e dei compiti istituzionali del Consiglio regionale e ricevere proposte e richieste dei cittadini o di altre amministrazioni da inoltrare agli uffici competenti.

Esso fornisce informazioni sull'attività dell'Assemblea regionale e dei suoi organi, sulle leggi regionali, sulle iniziative organizzate dal Consiglio regionale. Indirizza e orienta con precisione i cittadini verso gli uffici della Giunta e del più vasto sistema regionale ogni qual volta questo si renda necessario per soddisfare specifiche istanze.

Nel corso di questa Legislatura, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico è stato contattato da un numero maggiore di utenti rispetto agli anni precedenti, prevalentemente semplici cittadini, alla ricerca di informazioni sull'attività del Consiglio e più in generale su quelle della Regione Calabria. Nella maggior parte dei casi gli utenti entrano in contatto con l'URP attraverso il telefono e la posta elettronica. Nell'orizzonte temporale del Piano si prevede che l'Ufficio realizzi un Registro della comunicazione, strumento di comunicazione interna dedicato alla condivisione delle informazioni sulle attività a carattere pubblico realizzate a palazzo Campanella.

Si procederà, altresì, al potenziamento della sezione URP del sito.

#### 2.3.4 IL PROGETTO "RAGAZZI IN AULA"

##### VISITE GUIDATE

Già nell'anno in corso è stata incrementata l'attività riferita all'accoglienza di visite formative di studenti e associazioni, con riguardo alla differenziazione delle visite per *target* di età e ordine di scuola di provenienza.

Il servizio va ribadito e rinnovato soprattutto dal punto di vista della sua differenziazione in funzione del *target* di riferimento, avendo riguardo cioè all'uso di metodologie diverse che con riguardo alla differente maturità degli studenti, in considerazione della loro età, siano in grado di adeguare contenuti e linguaggi.

Si tratta cioè di utilizzare forme di linguaggio diversificate e proporre approfondimenti consoni al *target* specifico di riferimento.

Verrà, inoltre, previsto un maggiore coinvolgimento delle scuole di secondo grado, richiedendo loro la presentazione al Consiglio di temi

e proposte da approfondire.

Con il supporto della struttura consiliare, le proposte vanno quindi organizzate in documenti formali e le decisioni assunte dai ragazzi, dovranno essere oggetto di istruttoria da parte delle Commissioni “vere”, diventando cioè proposte assunte da Consiglieri e/o Gruppi.

Sulla base delle proposte dei dirigenti di Settore, si prevede che le proposte da elaborare da parte dei ragazzi utilizzino la documentazione già in possesso dell'Amministrazione, al fine di divulgare non solo la funzione legislativa ma anche quella di indirizzo e controllo e ancorare la discussione dei ragazzi in aula a casi concreti collegati alle attività degli organi consiliari.

Nel 2015 sono stati accolti 8740 studenti provenienti da 197 scuole; nel 2016 sono stati accolti n. 6395 studenti provenienti da 156 scuole; nel 2017 sono stati accolti 3577 studenti provenienti da 87 scuole; nel 2018 sono stati accolti 3644 studenti provenienti da 91 scuole. Ogni visita è stata documentata sul sito istituzionale del Consiglio regionale, in sezione apposita, previa autorizzazione dell'istituto scolastico di provenienza, con la pubblicazione di foto di gruppo.

Nell'orizzonte temporale del Piano, verrà realizzato un progetto **“Consiglieri per un giorno”**, già avviato, con la partecipazione esclusiva degli studenti delle scuole di secondo grado che dopo un percorso formativo, realizzato con la collaborazione di funzionari dell'istituzione, simuleranno una vera e propria seduta di Consiglio. L'iniziativa dovrebbe diventare annuale e prevedere il coinvolgimento di un numero sempre maggiore di studenti.

CONCORSO “FABIANA LUZZI”

Nell'ambito del progetto “Ragazzi in Aula”, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Calabria, è stato istituito a partire dal 2013/2014 il concorso “Fabiana Luzzi”, rivolto agli studenti calabresi delle scuole di ogni ordine e grado, che prevede la produzione di diversi elaborati, con caratteristiche differenziate per grado scolastico di provenienza, presentati sotto forma di fumetto/disegno, fotografie, video originali della durata massima di 3 minuti, che raccontino i temi di volta in volta prescelti e attinenti a vicende inerenti il territorio calabrese anche sotto il profilo socio culturale.

La prima edizione del concorso, 2013/2014, dal titolo **“EduchiAMO, PartecipiAMO, CollaboriAMO alla libertà”** (reperibile al link: [https://www.consiglioregionale.calabria.it/portale/Cittadino/ProgettiScuole/Scuole\\_concorsi\\_espletati](https://www.consiglioregionale.calabria.it/portale/Cittadino/ProgettiScuole/Scuole_concorsi_espletati)) è stata ideata considerando alcuni dei più significativi trattati europei in materia di protezione dei diritti dell'uomo ed è stato richiesto che i destinatari si ispirassero al principio secondo il quale “fare delle scelte consapevoli e non condizionate nel presente, potrà garantire un futuro libero alle nuove generazioni.” Le scuole vincitrici hanno ricevuto un premio in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di

3.000,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 2.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 1.000,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria ha ricevuto in premio un viaggio didattico di tre giorni in una città italiana.

La seconda edizione del concorso, 2014/2015, dal titolo **“MiglioriAMO, CuriAMO, GarantiAMO l'alimentazione”** è stata ideata con riferimento al tema centrale di Expo 2015, ovvero il diritto ad un'alimentazione sana, sicura e sufficiente per tutta l'umanità ed è stato richiesto che i partecipanti rappresentassero il tema attraverso particolari tematiche, specificatamente indicate: 1. Storia dell'uomo, storie di cibo; 2. Abbondanza e privazione: il paradosso del contemporaneo; 3. Il futuro del cibo: scienza e tecnologia per la sicurezza e la qualità; 4. Cibo sostenibile = mondo equo; 5. Il gusto è conoscenza. Le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria è stato premiato con un viaggio didattico di tre giorni con la possibilità di visitare i diversi padiglioni dell'EXPO Milano 2015. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni categoria, invece, è stato premiato con una giornata di attività laboratoriale organizzata sul territorio calabrese.

La terza edizione del concorso, 2015/2016, dal titolo **“ConosciAMO, ViviAMO, DiventiAMO l'Europa”** è stata ideata in considerazione della necessità di far “sentire” i giovani cittadini europei. Ai partecipanti è stato richiesto che, nella realizzazione dei lavori, si attenessero a considerazioni precise: conoscere l'Europa significa comprendere la storia dell'Unione Europea attraverso le tappe che hanno visto nascere, crescere ed evolversi: il suo ordinamento, la sua organizzazione, il suo funzionamento e le sue competenze; vivere l'Europa è consapevolezza del nuovo status di cittadino europeo; è partecipazione alla costruzione della cultura europea facendo coesistere le diverse culture nazionali; diventare l'Europa equivale a “tolleranza, integrazione e convivenza”, intese come valori da coltivare per offrire al mondo un contributo di equilibrio e di pace. Le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria è stato premiato con un viaggio didattico, inizialmente previsto a Bruxelles, la cui meta è cambiata a causa dei noti fatti terroristici che si sono verificati. Per ragioni di sicurezza, infatti, le destinazioni sono state 'Spazio Europa' di Roma e Ventotene. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni categoria, invece, è stato invece premiato con una o due giornate di laboratorio didattico sull'Europa nel territorio calabrese o siciliano.

La quarta edizione, per l'anno scolastico 2016/2017, ha affrontato il tema generale dal titolo **“Cultura, paesaggio, turismo sostenibile: un**



**confronto di civiltà per la pace nel mondo”** L’argomento, strettamente attinente alla linea dettata dall’Onu per il 2017, è stato declinato diversamente per ogni ordine e grado scolastico, come di seguito specificato:

“La bellezza del viaggio: conoscere un mondo senza muri né confini” (traccia: migranti) – scuole elementari;

“La tutela del paesaggio come dovere dei cittadini” (traccia: la Costituzione) – scuole secondario di primo grado;

“Identità e scambio tra culture diverse: il dialogo come chiave per un futuro di pace” - scuole secondarie di secondo grado.

**La quinta edizione**, per l’anno scolastico 2017/2018, dal titolo "**Riscopri il passato, esplora il futuro. Le risorse culturali calabresi patrimonio comune Europeo**", prendendo spunto dalla Decisione (UE) 2017/864 del Parlamento Europeo e del Consiglio, con la quale l’Unione Europea ha comunicato la designazione del 2018 quale anno europeo del patrimonio culturale, ha inteso valorizzare le conoscenze, le tradizioni e la memoria per promuovere il patrimonio storico e culturale del territorio. Per ogni sezione di concorso le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro, vincolato all’acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni sezione di concorso è stato premiato con un viaggio di due giorni presso un parco archeologico calabrese. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni sezione di concorso, è stato premiato con una giornata di laboratorio didattico inerente al tema del concorso in una località calabrese

**La sesta edizione del concorso**, per l’anno scolastico 2018/2019, dal titolo "**La Calabria e il paesaggio, un patrimonio da studiare**", ha avuto la finalità di stimolare una discussione e un approfondimento sul paesaggio, proprio sui versanti dell'educazione e della formazione delle nuove generazioni, così offrendo agli studenti un’opportunità per conoscere, apprezzare, salvaguardare e promuovere il paesaggio calabrese, prendendo spunto dall’art. 6 della Convenzione europea del paesaggio. Per ogni sezione di concorso le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro per l’acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati. Ogni studente del gruppo delle scuole primarie classificatosi al primo posto è stato premiato con un Tablet. Il gruppo di studenti delle scuole secondarie di primo e di secondo grado classificatosi al primo posto è stato premiato con un viaggio di due giorni presso una località ospitante un centro di promozione della qualità paesaggistica del territorio. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni sezione di concorso, è stato premiato con una giornata di laboratorio didattico inerente al tema del concorso in una località calabrese.

**La settima edizione del concorso**, per l’anno scolastico 2019/2020, dal titolo "**La mia Calabria è...**" ha avuto la finalità di dare agli studenti

un'opportunità di studio, crescita, formazione e lavoro per contribuire a frenare il cosiddetto fenomeno della "fuga dei cervelli". Il bando richiedeva agli studenti la presentazione di una foto contenente uno slogan sul tema scelto, con l'obiettivo di focalizzare desideri, aspettative e necessità delle nuove generazioni, alla luce di una società sempre più complessa e in evoluzione ed al fine di contribuire alla realizzazione di un futuro più promettente. Nello specifico, la foto e lo slogan dovevano contenere un'idea, una ispirazione o un avvenimento correlati con il tema scelto. Dunque, un tema ampio, dalle molteplici interpretazioni, che partendo dalla sfera personale poteva avere risvolti filosofici, sociali.

**L'ottava edizione del concorso**, per l'anno scolastico 2022/2023, dal titolo "**Eroi e Supereroi - Dalla fantasia alla realtà**" si caratterizza per l'adozione di una nuova metodologia, ossia la diversificazione dei bandi in relazione ai diversi ordini e gradi. La finalità di questa edizione è stata quella di dar modo agli studenti di creare un'opera che potesse esprimere in maniera originale ed inedita la loro visione degli Eroi e dei Supereroi: personaggi frutto della propria immaginazione. Il bando chiedeva agli studenti la realizzazione di un disegno - coerente con il tema scelto - corredato da una breve descrizione., con l'obiettivo di comunicare attraverso le immagini, così ponendo in essere un mezzo immediato di espressione, ulteriore strumento per poter elaborare emozioni e sentimenti e per poter dar forma alle proprie idee ed alla propria fantasia.

La documentazione relativa ai concorsi sopra descritti sono reperibili al link:

[https://www.consiglioregionale.calabria.it/portale/Cittadino/ProgettiScuole/Scuole\\_concorsi\\_espletati](https://www.consiglioregionale.calabria.it/portale/Cittadino/ProgettiScuole/Scuole_concorsi_espletati)

Per le future edizioni il Consiglio regionale potrà introdurre nuove formule di svolgimento del concorso anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, dei social media e delle opportunità da questi ultimi offerte per un sempre maggiore coinvolgimento di tutti gli istituti scolastici della regione di ogni ordine e grado.

#### 2.4 IL PREMIO DON ITALO CALABRÒ

In occasione del 25° anniversario della morte di Don Italo Calabrò, la Presidenza del Consiglio regionale ha stipulato un protocollo d'intesa con l'Arcidiocesi di Reggio Calabria e con l'Istituto Tecnico Industriale "Panella - Vallauri" (scuola in cui il sacerdote educatore ha insegnato), per l'istituzione del "Premio Don Italo Calabrò per l'educazione dei giovani".

La vita di Don Italo Calabrò è un fulgido esempio di impegno contro la 'ndrangheta e l'ingiustizia sociale. Egli è stato un sacerdote ammirevole, la cui opera è stata costantemente improntata al Vangelo. Nella sua costante esperienza pedagogica si radicano i più nobili concetti educativi pastorali e la sua spiritualità ha senz'altro arricchito la complessa comunità calabrese. Monsignor Calabrò ha

magistralmente coniugato la spiritualità e l'impegno civile, combattendo tenacemente ogni forma di condizionamento mafioso, di emarginazione e di disagio sociale, praticando l'inclusione, la generosità, l'amore per il prossimo. Le idee e lo spirito del suo metodo educativo risultano sempre attuali e rappresentano assi portanti dei migliori sistemi pedagogici cattolici. La sua impostazione formativa appare ancora oggi valida e preziosa. Spetta, pertanto, alla scuola, alla Chiesa, a tutte le formazioni sociali sane e ai singoli raccoglierne l'eredità e metterla a frutto, a vantaggio dei bambini, degli adolescenti, dei giovani e della comunità tutta.

I giovani necessitano di modelli positivi e Don Italo Calabrò è stato, nella nostra terra, un testimone credibile, che sui giovani ha scommesso, educandoli alla cittadinanza attiva, rendendoli consapevoli e responsabili, favorendo e incoraggiando il loro impegno di servizio a favore degli ultimi. Il fine è stato quello di sollecitare gli studenti a esprimersi, esporsi e confrontarsi sui valori e sulle scelte che hanno caratterizzato la vita di Don Italo Calabrò.

Il concorso, rivolto inizialmente alla comunità studentesca iscritta al 4° e al 5° anno dell'ITIS "Panella – Vallauri", prevede la predisposizione di elaborati grafici, fotografici e multimediali sugli episodi, gli eventi, i messaggi più significativi che hanno distinto la vita del sacerdote. Riprendendo le parole chiave del suo insegnamento, i giovani studenti si cimenteranno nel cercare, esplorare, praticare e raccontare le sensazioni e gli apprendimenti che derivano da tale, esemplare esperienza di vita, esprimendo altresì le proprie aspettative per il futuro.

Il concorso ha previsto per la prima edizione buoni per l'acquisto di tecnologie e sussidi e/o corsi di formazione per l'importo complessivo di 3.500,00 euro per l'elaborato 1° classificato; buoni per l'acquisto di tecnologie e sussidi e/o corsi di formazione per l'importo complessivo di 1.500,00 euro per l'elaborato 2° classificato; menzione d'onore e targa per l'elaborato 3° classificato.

Si è trattato di una iniziativa sperimentale che verrà prevista annualmente, il cui intento è diffondere l'esempio civile e cristiano di Don Italo Calabrò ai giovani studenti, allo scopo di avvicinarli alla vita e all'insegnamento di questo grande sacerdote educatore.

L'iniziativa è stata rivolta, in una prima fase, agli istituti scolastici di secondo grado presenti sul territorio della Città Metropolitana di Reggio Calabria e, successivamente, dell'intero territorio regionale, attuata con bandi annuali, anche con la compartecipazione di altri Fondazioni, Enti o Associazioni senza scopo di lucro.

Il target degli studenti prescelto ed il contenuto del progetto verranno definiti nell'apposito avviso annuale.

## 2.5 ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

In aderenza alle disposizioni nazionali in materia di alternanza scuola lavoro (oggi PCTO - Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento, ai sensi della Legge 30 dicembre 2018, n.145), quale metodologia didattica che realizza un collegamento organico tra le

istituzioni scolastiche e formative ed il mondo del lavoro, consentendo la partecipazione attiva delle imprese e degli enti pubblici e privati, il Consiglio regionale ha previsto l'attivazione di percorsi di alternanza scuola lavoro presso le sue strutture amministrative (deliberazione Ufficio di Presidenza n. 11 del 23 febbraio 2017).

Reggio Calabria e, successivamente, dell'intero territorio regionale, attuata con bandi annuali, anche con la compartecipazione di altri Fondazioni, Enti o Associazioni senza scopo di lucro. Il target degli studenti prescelto ed il contenuto del progetto verranno definiti nell'apposito avviso annuale.

Certi che l'alternanza scuola-lavoro possa assumere valenza strategico educativa, realizzando un collegamento organico tra istituzioni scolastiche e formative e il mondo del lavoro, il Consiglio regionale ha provveduto all'iscrizione nel Registro nazionale per l'alternanza scuola lavoro, proponendo percorsi, rivolti inizialmente ad un numero massimo di 100 studenti, da effettuarsi presso le diverse unità organizzative in cui si articola la struttura amministrativa dell'Ente.

L'occasione riveste una duplice finalità: se da un lato l'Istituzione si pone doverosamente al servizio del sistema educativo italiano, collaborando all'attivazione dei percorsi ormai obbligatori per gli studenti ai sensi della legge n. 13 luglio 2015, n. 107, dall'altro risponde ad una sua necessità di avvicinamento ai cittadini, in particolare ai giovani calabresi, consentendo loro di conoscere dall'interno il Consiglio regionale, le sue funzioni, la mole di lavoro che ne caratterizza le attività e che sono spesso sconosciute ai cittadini, tanto più ai giovani.

Già nel corso del 2018 sono state sottoscritte tre convenzioni con altrettanti istituti scolastici del territorio ed è intenzione proseguire nel percorso avviato, implementando la platea dei destinatari, proponendo percorsi sempre più confacenti alle necessità delle istituzioni scolastiche e che siano in grado di soddisfare le richieste formative dei giovani studenti.

L'Ente sta proseguendo nell'attività volta alla stipula di convenzioni con istituti scolastici.

### 3 INFORMAZIONE ISTITUZIONALE

---

L'informazione istituzionale assolve ad un ruolo strategico nei processi democratici di conoscenza e partecipazione del cittadino alle scelte delle amministrazioni pubbliche; un compito insopprimibile di ogni articolazione dello Stato, garanzia di trasparenza, accessibilità e coinvolgimento attivo della comunità nei processi decisionali. Ad essa sono deputate le strutture dell'Ente addette all'informazione e comunicazione istituzionale ai sensi della Legge 7 giugno 2000, n. 150.

#### 3.1 STRATEGIE DELL'INFORMAZIONE

Fra le linee d'indirizzo: aumentare la platea dei destinatari dell'informazione, favorendo la conoscenza di tutte le leggi e dei provvedimenti approvati, fornendo tutti gli elementi utili per far luce sui procedimenti e l'*iter* di definizione dell'attività legislativa, con uno sguardo particolare ai provvedimenti di maggiore impatto ed interesse per i calabresi, affinché gli stessi producano immediate positive ricadute sulla vita dei cittadini.

Ciò verrà realizzato a partire dagli strumenti già esistenti e attraverso i nuovi canali comunicativi, come, ad esempio, *Calabria on web*, *magazine* del Consiglio regionale della Calabria e l'attivazione di specifiche presenze sui nuovi canali social. Il *target* di riferimento delle attività informative è costituito prioritariamente da tutti gli organi di stampa, specificamente di rilievo regionale, i quali vengono raggiunti attraverso lo strumento del "comunicato stampa" che i giornalisti redigono, conformemente alla normativa nazionale e regionale sulla stampa e nel "rispetto della verità sostanziale dei fatti" (art. 2 della legge 3 febbraio 1963, n. 69 *Ordinamento della professione di giornalista*).

#### 3.2 CALABRIA ON WEB

L'attività dell'Assemblea e di tutte le sue articolazioni trova sul *magazine* del Consiglio regionale della Calabria - *Calabria on web* - una vetrina di primo piano.

Organo d'informazione originale, agile e tempestivo nel fornire notizie sulla politica regionale, *Calabria on web* coniuga le nuove esigenze di un'informazione veloce e immediata con quelle di approfondimento.

Il rilancio di questo strumento - voluto dall'Ufficio di Presidenza (deliberazione n. 53 del 12 ottobre 2015 che ha approvato il Regolamento

del *magazine*, modificato e integrato con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n. 38 del 22 settembre 2016; con successiva deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n.11 del 28 febbraio 2022 è stato approvato il nuovo testo del Regolamento, che ha sostituito integralmente il Regolamento approvato con le precedenti deliberazioni dell'Ufficio di Presidenza), certifica la volontà del Consiglio regionale di stare al passo con un'informazione che sta cambiando volto ma che ha il dovere di tenere sempre ben saldi regole e valori di riferimento.

La scelta di valorizzare questo strumento d'informazione *on line*, consente all'Assemblea regionale di accedere alle moderne frontiere tecnologiche, diffondendo in tempo reale informazioni e notizie anche utilizzando i nuovi codici della più avanzata comunicazione.

Si realizzeranno altresì:

- l'innovazione, senza disperdere la memoria, puntando all'ampliamento del *target* e della platea di riferimento, grazie a nuovi canali, strategie e piattaforme che consentano un'integrazione dei sistemi d'informazione per una migliore e più capillare visibilità del *magazine*;
- l'accrescimento significativo del livello di diffusione e capillarità dell'informazione istituzionale, anche in virtù del rilancio delle notizie e della condivisione sui *social network*;
- un nuovo impulso a *Calabria on web*, innovandolo nei contenuti, nelle sezioni tematiche e in seguito, anche nella veste grafica;
- la pubblicazione del giornale *on line* anche in lingua inglese, con l'obiettivo non solo d'informare ma anche di diffondere proposte utili ad incentivare politiche di relazioni esterne del Consiglio regionale della Calabria;
- il rafforzamento dei rapporti anche con le tante "Calabrie" sparse nelle regioni d'Italia e nel mondo;
- l'apertura della rivista *on line* ai contributi di diverse voci del giornalismo;
- la valorizzazione delle tematiche di particolare rilevanza o dal forte impatto culturale, sociale ed economico, mediante la realizzazione di "quaderni" in formato digitale tratti da pubblicazioni contenute sulla testata *on line*, la cui fruizione sarà resa possibile anche attraverso i canali dei *social network* e del sito istituzionale del Consiglio regionale;
- la pubblicazione di racconti dello scrittore Mimmo Gangemi, apparsi su *Calabria on web*, mediante una collaborazione tra Consiglio regionale e una casa editrice calabrese;
- la creazione di un'apposita sezione dedicata al Consiglio delle Autonomie Locali (CAL), alle sue iniziative e proposte, che saranno veicolate con gli ordinari strumenti dell'Ufficio Stampa;

- la creazione di un link alle note biografiche dei Consiglieri regionali, corredate da foto, già presenti sul sito istituzionale del Consiglio regionale e predisposte dall'Ufficio Stampa.

### 3.3 LE AGENZIE DI STAMPA

Le agenzie di stampa sono fonti d'informazione primarie, contenitori di notizie raccolte e divulgate in tempo reale su tutto quello che accade in Calabria, in Italia e nel mondo.

Strumento di lavoro indispensabile per lo svolgimento dell'attività legislativa dei Consiglieri regionali, le agenzie consentono in gergo "di stare sulla notizia".

## 4 PIANO ANNUALE DELLE INSERZIONI ISTITUZIONALI

---

Previsto dall'art. 137, comma 2 del Regolamento interno, il Piano annuale delle inserzioni e dell'attività editoriale del Consiglio regionale, più che un semplice adempimento normativo può essere inteso in termini diversi come ulteriore occasione per introdurre novità e cambiamento.

Anche tale atto può rappresentare una opportunità nella consapevolezza ormai diffusa e consolidata del ruolo della comunicazione quale elemento strategico dei processi di *governance* e strumento indispensabile per ridurre la distanza, rafforzando il dialogo tra istituzioni e cittadini.

La proposta di Piano delle inserzioni e dell'editoria si muoverà lungo due principali direttrici: da un lato sarà l'alveo naturale nel quale troveranno compiuta visibilità l'attività dell'Istituzione ed in particolar modo le iniziative politiche e legislative dell'Assise consiliare, in tutte le sue articolazioni e dell'Ufficio di Presidenza; dall'altro, sarà la proiezione dell'agire amministrativo.

La diffusione delle informazioni, la documentazione, gli aggiornamenti e gli approfondimenti delle attività del Consiglio di maggior interesse pubblico, saranno così veicolati attraverso le pagine speciali di informazione istituzionale, destinate alla pubblicazione, tradizionalmente negli "speciali" di fine e inizio anno nella stampa quotidiana e in un elenco selezionato di periodici locali.

Le leggi e i provvedimenti di maggior impatto saranno messi in primo piano, insieme alla scelta qualificante di tagliare ulteriormente i cosiddetti "costi della politica".

Iniziative di tale portata, che contribuiscono a cambiare la prassi e l'agire concreto dell'Ente Regione, necessitano di un proficuo scambio di informazioni tra l'Istituzione in fase di cambiamento e il pubblico che, se coinvolto, potrà essere il portavoce principale.

Nella ripartizione delle risorse del Piano, si adotterà un principio di proporzionalità legato all'effettivo numero di utenti raggiunti (a titolo esemplificativo e non esaustivo, le copie vendute per i quotidiani, gli accessi unici per i siti web, i telespettatori e/o lo share per l'emittenza radiotelevisiva) sulla base di dati certificati da authority o soggetti terzi di riconosciuta autorevolezza.

### 4.1 CAMPAGNE ADV SU STAMPA QUOTIDIANA

L'acquisto di spazi pubblicitari sulla stampa quotidiana rappresenta un elemento indispensabile sia per l'autorevolezza delle testate, sia perché le copie vendute colpiscono un *target* di lettori largamente sovrapponibile con il *target* del piano. Tali campagne avranno cadenza periodica e si prefiggono lo scopo generale di un incremento della conoscenza delle attività istituzionale, del Polo e di tutti gli eventi culturali ad esso connessi.



#### 4.2 CAMPAGNE ADV SU SITI INTERNET

Alla luce dell'analisi di contesto e, segnatamente, dei consumi mediatici italiani, a cui quelli calabresi è ragionevole pensare si sovrappongono, in assenza di specifiche analisi in tal senso, oggi internet costituisce, com'è di ogni evidenza, uno dei principali strumenti di informazione dei cittadini. Pertanto, una parte consistente delle risorse disponibili sarà impiegata sull'adv online (soprattutto mobile) mediante il coinvolgimento delle testate giornalistiche più lette in Calabria, selezionate mediante procedure che tengano conto, nella fase di ripartizione delle risorse, del numero dei lettori, dell'origine del traffico web su base territoriale (nazionale/regionale/provinciale), dell'effettiva copertura giornalistica delle attività istituzionali del Consiglio regionale.

#### 4.3 CAMPAGNE ADV RADIO/TV

La televisione, nell'ambito dell'informazione locale, continua a essere il medium più diffuso e penetrante in Calabria. Altrettanta importanza va attribuita alla radio, medium "caldo" che riesce a favorire il coinvolgimento e a destare la curiosità e l'interesse degli ascoltatori. Nel caso specifico dell'emittenza locale radio/tv, alle tradizionali campagne ADV condotte con la realizzazione di spot, saranno affiancati dei redazionali a pagamento finalizzati a un approfondimento delle attività istituzionali, culturali (anche relative al Polo culturale) e delle relative opportunità.

##### 4.3.1.LA CAMPAGNA #OPENPALAZZO

La necessità di una piena applicazione del principio di trasparenza è oggi particolarmente avvertita dai cittadini italiani e calabresi, che chiedono di avere maggiori opportunità di conoscere direttamente, senza alcuna mediazione, l'attività del mondo politico, affinché possano formulare una loro opinione diretta e non filtrata.

Al fine di garantire la massima trasparenza dell'azione amministrativa, il Consiglio regionale ha disposto una serie di provvedimenti culminata nella campagna **#openpalazzo**. Tra le altre misure, è stata disposta, sul sito istituzionale del Consiglio regionale, la pubblicazione online dei redditi dei Consiglieri regionali, nonché la trasmissione in diretta streaming delle sedute del Consiglio regionale (nell'apposito canale *YouTube*), per assicurare a chiunque sia interessato la più ampia facoltà di avere accesso diretto "dentro" il Palazzo e, addirittura, dentro l'Aula.

Rientra anche in questo contesto la decisione di allargare, sul versante della trasparenza amministrativa, le maglie dell'accesso agli atti attraverso l'innovativo strumento dell'accesso cosiddetto "civico".

In questa direzione, anche alla luce dell'elevato numero di utenti che continuano a informarsi soprattutto attraverso la televisione, il Consiglio regionale realizzerà **un'attività di service da erogare a favore delle emittenti radio-televisive regionali**. Il servizio viene affidato, secondo le procedure stabilite dal Codice dei contratti pubblici, a un soggetto esterno all'amministrazione che, disponendo di un adeguato locale all'interno della sede del Consiglio regionale, fornisca quotidianamente, nel rispetto della linea editoriale istituzionale, interviste,

servizi filmati e collegamenti in diretta a tutte le emittenti regionali, favorendo la conoscenza delle attività dell'aula. In particolare, saranno forniti resoconti quotidiani dell'attività delle Commissioni consiliari, degli organismi e uffici istituiti presso il Consiglio, dell'Ufficio di Presidenza e di ogni ulteriore soggetto istituzionale, legato da un rapporto funzionale con l'Assemblea, di cui l'Amministrazione ritenga di promuoverne il lavoro.

#### 4.4 CAMPAGNE ADV SOCIAL

Un numero sempre più alto di cittadini, soprattutto nella fascia d'età 18-45 anni, usa i social network per aggiornarsi. Per tale ragione, un investimento pubblicitario sui principali canali social media può rivelarsi vincente, oltre che caratterizzato da un rapporto costi/benefici estremamente positivo. Presupposto necessario per realizzare tale campagna è l'apertura di canali social istituzionali del Consiglio regionale.

#### 4.5 CAMPAGNE OUTDOOR

Sono previste altresì campagne di ADV outdoor: statiche (es. 6x3) da collocare in posizioni di massima visibilità (ad esempio, aeroporti, stazioni ferroviarie, grandi piazze) o dinamiche (bus di linee urbane). Lo scopo fondamentale di tali azioni è quello di accrescere il valore della struttura e degli eventi che vi saranno ospitati sia tra i cittadini sia tra i visitatori della città di Reggio Calabria, sede del Consiglio regionale.

## 5 EVENTI CULTURALI

---

Il progetto di comunicazione e informazione istituzionale del Consiglio regionale assegna particolare rilievo al Polo culturale “Mattia Preti”, oggetto di un focus specifico del presente Piano.

L’obiettivo delineato dall’Ufficio di Presidenza consiste oltre che nella piena valorizzazione di un importante patrimonio culturale e scientifico della collettività, favorendo la più ampia fruizione dei numerosi testi in esso conservati, nella trasformazione del Polo in centro di produzione di eventi culturali capaci di valorizzare l’identità calabrese.

Il Polo culturale è istituito in seno al Segretariato generale del Consiglio regionale. Le competenze della gestione del Polo sono affidate in via esclusiva al Segretario generale.

### 5.1 IL POLO CULTURALE “MATTIA PRETI”

Il Polo culturale Mattia Preti, inaugurato il 31 gennaio 2014, è un sistema integrato di gestione culturale che si configura - a livello territoriale - come punto di accesso per l’assolvimento dei diritti all’informazione, al sapere e alla conoscenza, nel rispetto della legislazione italiana e in coerenza con gli orientamenti formulati dalle organizzazioni internazionali quali l’ONU, l’UNESCO, l’Unione Europea, l’IFLA.

Il Consiglio regionale della Calabria attraverso il Polo culturale “Mattia Preti” si propone di soddisfare le esigenze di studio e ricerca dei portatori di interessi mediante un’offerta culturale composita e variegata. Nel rispetto di quanto stabilito dal Regolamento e dalla Carta dei Servizi, è possibile richiedere la consultazione di atti relativi all’*iter* legislativo e approfondire tematiche dibattute durante l’attività consiliare mediante la visione di documentazione, resoconti, pubblicazioni a tema, dossier, articoli di stampa.

Consistente è il numero di opere di carattere socioculturale che interessano la Calabria, con una serie di testi inerenti alla storia, alla cultura, al folklore ed al fenomeno della ‘ndrangheta nonché documentari finalizzati a promuovere l’identità calabrese e il patrimonio culturale e paesaggistico della Calabria.

L’offerta è specializzata nei profili tematici del diritto amministrativo, costituzionale, regionale, internazionale, dell’economia e delle scienze politiche e sociali, ma non mancano volumi e riviste attinenti ad altre discipline. Tra le opere si annoverano le più importanti e prestigiose collane afferenti alle tematiche elencate.

La consultazione del catalogo Sebina/OPAC permette di identificare le pubblicazioni monografiche e seriali di interesse, individuare le biblioteche che possiedono tali pubblicazioni e accedere al servizio di prestito interbibliotecario.

La ricerca, effettuata per autore, titolo o inserimento di testo libero, può essere compiuta su tre livelli: catalogo del Polo culturale, catalogo del Polo regionale, catalogo nazionale.

#### 5.1.1 IL PATRIMONIO

Il Consiglio regionale della Calabria, attraverso il Polo culturale “Mattia Preti”, si propone di soddisfare le esigenze di studio e ricerca della collettività grazie a un’offerta culturale composita e variegata.

Le raccolte di documenti, disponibili su diversi supporti, riflettono gli orientamenti e l’evoluzione della società, costituendo un punto di riferimento per le diversità culturali e contribuendo al contempo ad accrescere la consapevolezza dell’eredità culturale e a trasmetterla alle generazioni future.

Il patrimonio del Polo si suddivide in tre fondi: il FONDO BIBLIOGRAFICO, il FONDO DOCUMENTALE e il FONDO EMEROGRAFICO e costituisce una preziosa fonte di documentazione sulla realtà locale e territoriale.

Il FONDO BIBLIOGRAFICO comprende circa 45.000 volumi, catalogati e consultabili secondo la classificazione Dewey; include una piattaforma digitale per il prestito di ebook (MLOL), diverse banche dati digitali (Leggi d’Italia, Sistema P.A., Dejure, Top24Diritto, My Desk 24, Publika) e risorse video di vario argomento.

L’offerta, composta da pubblicazioni monografiche e periodiche, è specializzata nei profili tematici del diritto amministrativo, costituzionale, regionale, internazionale, nelle discipline economiche e delle scienze politiche e sociali, ma non mancano volumi e riviste attinenti ad altre discipline o dedicati ad argomenti specifici come le raccolte sul contrasto alla violenza di genere, sul linguaggio d’odio e sul fenomeno della ‘ndrangheta e delle mafie.

Con un consistente numero di opere di carattere socioculturale di interesse regionale, si segnalano fra le sezioni più interessanti:

- la Sezione “Calabria” che contempla la documentazione di interesse locale e territoriale, inclusi diversi documentari - accessibili dalle postazioni multimediali della sala lettura - sulla storia, sulla cultura e sui personaggi illustri della regione;
- la Sezione multimediale “Minoranze linguistiche storiche della Calabria” che, unitamente alla documentazione cartacea, annovera al suo interno anche un archivio digitale con circa 200 (duecento) documentari visionabili dalle postazioni multimediali del Polo. I filmati di cui la maggior parte inediti - documentano il patrimonio culturale e linguistico delle comunità arbëreshe, grecofona e occitana;

- la Sezione “Moti di Reggio Calabria” che raccoglie il materiale posseduto sulla rivolta della città di Reggio Calabria svoltasi nel 1970 per la mancata attribuzione del capoluogo di regione, questione di ordine politico-sociale dalla quale scaturì quella che fu definita “la rivolta più lunga e socialmente estesa della storia dell'Italia repubblicana”.

Le suddette sezioni sono state istituite in ossequio alla specifica responsabilità delle biblioteche pubbliche di fungere da “memoria del passato” – come raccomandato dalle linee guida IFLA sul servizio bibliotecario pubblico - raccogliendo, conservando e mettendo a disposizione il materiale e le informazioni che riguardano la storia della comunità e degli individui a essa appartenenti con la finalità di aiutare la collettività a discutere e decidere in maniera documentata e consapevole sulle questioni più importanti del proprio territorio.

Il FONDO DOCUMENTALE è risalente all'anno 1970 ed è costituito dalla documentazione dell'Ente a valenza storico-amministrativa. Rientrano nel fondo i resoconti consiliari, la cui raccolta è esposta nella sala lettura del Polo quale massima testimonianza ed espressione del patrimonio documentale della Regione Calabria prodotto dall'Assemblea legislativa.

Il FONDO EMEROTECA, costituito nel 1971, annovera al suo interno circa 100 testate giornalistiche (quotidiani locali e nazionali, riviste e periodici), fra le quali serie rare e complete e per la quasi totalità rilegate in volumi.

L'Emeroteca dispone, nel dettaglio, del patrimonio costituito dalle seguenti testate (con i relativi periodi): Epoca dal 1975 al 1996; L'Espresso dal 1975; L'Europeo dal 1975 al 1995; Il Mondo dal 1981; Mondo Economico dal 1985 al 1997; Panorama dal 1975; Panorama Mese dal 1983 al 1984; Rinascita dal 1975 al 1989; L'Avanti; Corriere della Sera; Il Domani; Gazzetta del Sud; Il Giornale di Calabria; Il Giorno; Il Manifesto; Il Mattino; Il Messaggero; L'Occhio; Oggi Sud; Paese Sera; Il Popolo; La Provincia Cosentina; Il Quotidiano.

Grazie al processo di digitalizzazione promosso nell'ambito degli obiettivi strategici dell'Ente, è possibile accedere alla versione digitalizzata di alcune delle più importanti riviste che maggiormente rappresentano e testimoniano la storia del territorio.

Sono attualmente consultabili dalle postazioni multimediali le seguenti riviste:

- “Calabria” edita dal Consiglio regionale della Calabria;
- “La Regione Calabria” e “La Regione Calabria. Emigrazione” editate dalla Regione Calabria;
- “Calabria 2000”.

Ai fini dell'ampliamento e dell'arricchimento del patrimonio bibliografico, il Polo - ai sensi dell'art. 4 del proprio Regolamento approvato con delibera U.P. n. 4 del 15/01/2014 - accetta la donazione di libri ed altri documenti da parte di privati, previa visione e valutazione del materiale, coerentemente ai criteri adottati sulla gestione delle raccolte.

Non vengono accettate:

- opere o altri documenti incompleti, obsoleti o in cattivo stato di conservazione;
- opere d'uso strettamente scolastico;
- opere edite prima del 2000, ad eccezione di quelle considerate di particolare interesse culturale o bibliografico;
- opere a carattere confessionale di qualsiasi religione;
- opere già possedute di cui non si ritenga utile detenere ulteriori copie.

#### 5.1.2 VOLUMI ANTICHI E PREGIATI

All'interno del patrimonio bibliografico del Polo si distingue la Sezione "Opere antiche e testi rari" nella quale sono custoditi 14 libri antichi e 10 testi rari riguardanti la storiografia, la cultura e la tradizione regionale. Recentemente, l'intera collezione di opere antiche e parte dei testi rari sono stati oggetto di un intervento di restauro sotto la supervisione della Soprintendenza Archivistica e Bibliografica della Calabria.

I testi più antichi sono le due seicentine: "Croniche et antichità di Calabria" dello storiografo e umanista calabrese Girolamo Marafioti e "Astrologicorum. Libri VII" del filosofo originario di Stilo, Tommaso Campanella. La prima opera, stampata a Padova nel 1601, rappresenta la più antica storiografia calabrese in lingua volgare, mentre il trattato astrologico, stampato a Francoforte nel 1630, costituisce una testimonianza di altissimo valore storico e scientifico. Da menzionare è anche il testo antico in latino "Pantopologia calabra" - vera e propria rarità bibliografica - del frate Elia D'Amato. Pubblicato a Napoli nel 1725, l'opera rappresenta una sorta di "guida turistica" settecentesca dei luoghi della Calabria, come suggerisce il titolo che significa letterariamente muovendo il piede, camminando, ossia girando qua e là per la Calabria.

Fra le sezioni bibliografiche maggiormente rilevanti, si evidenzia la Sezione "Opere di pregio". Consultabile esclusivamente in loco, essa è costituita da 70 opere in edizione di pregio, limitate e numerate, realizzate secondo criteri di alta maestria artigianale.

Le opere antiche e di pregio sono escluse dal prestito. Sono ammesse alla consultazione secondo le modalità e i termini di cui al Regolamento e alla Carta dei Servizi.

### 5.1.3 RASSEGNA STAMPA STORICA

La Rassegna Stampa Storica è frutto della selezione e della raccolta sistematica di articoli pubblicati dai maggiori quotidiani concernenti le attività e gli avvenimenti che hanno interessato la Calabria dal 1971 al 2006.

Curata nel corso degli anni in formato cartaceo, è stata successivamente acquisita digitalmente mediante scansioni OCR ed implementata in uno specifico archivio.

Al fine di valorizzarne l'importanza e di permetterne la più ampia e rapida fruizione è possibile consultare la rassegna stampa storica dalle postazioni multimediali del Polo.

Le sezioni accessibili sono due:

- Rassegna stampa giornaliera, con un arco temporale di consultazione che va dal 1991 al 2006;
- Rassegna stampa storico-tematica, che comprende dossier prodotti dal 1971 al 2005.

È possibile accedere alle informazioni di proprio interesse scorrendo gli appositi menu o utilizzando la maschera di ricerca indicizzata.

### 5.2 STRUMENTI OPERATIVI E TARGET

Il *target* di riferimento della strategia di comunicazione del Polo culturale si presenta composito. Esso abbraccia, infatti, a titolo esemplificativo, la platea degli studenti delle Università della Calabria ed in particolare dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria, logisticamente dislocata a poca distanza dalla sede del Consiglio regionale; docenti e studenti della scuola; i giovani professionisti interessati all'opportunità di poter accedere a vaste fonti di documentazione; il mondo intellettuale, le associazioni, i club service, le parti sociali, i partiti e movimenti politici.

Al fine di raggiungere un universo così ampio, è necessario in via preliminare pubblicizzare l'esistenza stessa del Polo, creando contestualmente un logo e un brand riconoscibili. Tale azione è considerata propedeutica al lancio della campagna di comunicazione sul Polo, che si svilupperà lungo le seguenti direttrici e che potrà essere realizzato mediante un "media center" specializzato.

### 5.3 ORGANIZZAZIONE DI INIZIATIVE ED EVENTI CULTURALI

Un fattore fondamentale per la promozione del Polo culturale "Mattia Preti" consiste nella possibilità di far "vivere" questo luogo ai

cittadini, in particolare quelli più interessati alle tematiche culturali. Ecco dunque che assume particolare importanza l'organizzazione di iniziative ed eventi culturali, anche mediante il coinvolgimento del mondo dell'Università e delle case editrici calabresi per la valorizzazione di opere e autori del nostro territorio.

In particolare, saranno organizzati:

1. seminari di studio dedicati agli studenti ed occasioni di confronto, con uno sguardo attento ai risultati conseguiti sia dalle politiche regionali sia dagli Atenei, non solo quelli calabresi, nei settori della ricerca, dell'innovazione e della competitività;
2. periodiche conferenze di eminenti accademici su temi di rilevante attualità;
3. eventi dedicati ad argomenti specifici affrontati nelle rubriche di *Calabria on web*, a partire da quelli istituzionali, con il coinvolgimento dell'Ordine dei giornalisti e della Federazione della Stampa;
4. presentazioni di libri di rilevante interesse regionale;
5. iniziative e appuntamenti culturali che potranno anche essere veicolati da *Calabria on web* (mediante uno spazio dedicato che includa anche puntuali approfondimenti), sul sito istituzionale del Consiglio regionale e sui *social network*;
6. focus tematici di approfondimento di carattere storiografico e socio-politico che abbiano principalmente lo scopo di dare visibilità al patrimonio bibliografico del Polo culturale. A tal fine viene individuato un focus tematico permanente denominato 'Calabria Una e Indivisibile', che consiste in una specifica iniziativa di approfondimento di carattere storiografico e socio - politico sui Moti di Reggio del 1970

Il Consiglio regionale, per la realizzazione delle attività sopra riportate e anche per promuovere e valorizzare il Polo medesimo, potrà attivare collaborazioni e partnership con altri soggetti pubblici o del privato sociale, anche attraverso la stipula di convenzioni, in ossequio ai principi di sussidiarietà orizzontale, così come declinati dalla Costituzione; dette collaborazioni dovranno interessare nuove forme, anche sperimentali, di collaborazione e di partenariato, finalizzate ad introdurre modelli di gestione di eventi culturali che assicurino lo scambio di know how ed il trasferimento di conoscenze reciproche.

Con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n. 68 del 24 novembre 2017 è stato adottato il Disciplinare sui criteri e modalità per l'acquisto di libri, pubblicazioni e altro materiale illustrativo o documentario che valorizzino la conoscenza di cultura, arti, ambiente, costumi e tradizioni della Calabria o abbiano ad oggetto tematiche di interesse regionale per promuovere ed incentivare le attività letterarie che contribuiscano alla valorizzazione dell'identità della Calabria ed alla promozione e sensibilizzazione della conoscenza della cultura, della storia, delle istituzioni e del particolarismo regionale calabrese in ambito nazionale ed internazionale. In tale disciplinare sono stati



regolamentati puntualmente i criteri, le modalità, la procedura e gli obiettivi.

#### 5.3.1 RASSEGNA “VOCE AGLI AUTORI”

Nell’ambito del punto 4) del precedente paragrafo verrà realizzata la rassegna intitolata “VOCE AGLI AUTORI” che si prefigge di valorizzare le opere di autori calabresi contemporanei e/o le opere inerenti a profili storico socio-culturali della Calabria attraverso la presentazione da parte degli stessi autori. Le opere e gli autori verranno individuati privilegiando i temi e gli argomenti più idonei per opportunità e coerenza alle iniziative regionali maggiormente di interesse e tenendo in considerazione i seguenti elementi:

- a) gli eventuali premi o riconoscimenti assegnati alle pubblicazioni da parte di enti, associazioni, circoli, fondazioni di comprovato valore e interesse culturale;
- b) la partecipazione degli autori a festival letterari, convegni, fiere dell’editoria di elevato prestigio con particolare riferimento al Salone internazionale del Libro di Torino - la più grande fiera italiana dell’editoria - alla quale la Regione Calabria partecipa con un proprio stand istituzionale al fine di promuovere gli editori e gli autori calabresi;
- c) la pertinenza delle opere individuate con le sezioni tematiche presenti nel Fondo Biblioteca del Polo culturale.

L’organizzazione della rassegna sarà a cura del Polo culturale “Mattia Preti” e le presentazioni delle opere si svolgeranno presso la sala lettura del Polo (o presso altra sala del Consiglio regionale, se ritenuta più idonea per eventuali esigenze di capienza) con la possibilità sia di ospitare pubblico in presenza fino alla disponibilità consentita, sia di trasmettere l’evento in diretta dal canale Youtube del Consiglio regionale.

Le registrazioni delle presentazioni dei libri saranno acquisite all’interno della documentazione bibliografica del Polo e confluiranno nella costituenda sezione tematica multimediale “AUTORI CALABRESI CONTEMPORANEI” formata dalle opere (in formato cartaceo) e da un archivio digitale contenente i filmati degli eventi organizzati accessibile dalle postazioni multimediali del Polo. Parallelamente, verrà creata sul sito web del Polo culturale una sezione digitale ad hoc, al fine di dare maggiore visibilità esterna all’iniziativa.

Nell’orizzonte temporale del Piano, all’interno della rassegna summenzionata, verrà implementata anche una sezione “EMERGENTI” per gli autori non ancora noti al grande pubblico che siano di origine calabrese e/o che abbiano scritto su temi o aspetti di interesse regionale. Per la realizzazione della sezione “Emergenti” saranno predisposte e attivate le procedure idonee per l’individuazione degli scrittori interessati a presentare la propria opera presso il Consiglio regionale, che offrirà supporto all’organizzazione delle presentazioni

concedendo gratuitamente i locali, il personale, gli strumenti e i servizi per la realizzazione degli eventi programmati.

#### 5.3.2 WORKSHOP “EDUCARE ALLE FONTI DOCUMENTALI”

È un’iniziativa rivolta agli studenti degli Istituti scolastici superiori di primo e secondo grado, finalizzata all’apprendimento di un metodo di ricerca e all’accrescimento della competenza informativa (information literacy) per l’uso consapevole delle fonti documentali nella produzione di lavori o studi.

La scuola o il singolo docente interessato possono concordare con il personale del Polo i tempi e le modalità del percorso di apprendimento in base al numero e all’età degli studenti.

#### 5.3.3 PROGETTO “SEZIONE MINORANZE LINGUISTICHE CALABRESI”

L’iniziativa, in linea con quanto previsto dal quadro normativo vigente, si prefigge, attraverso il Polo culturale «Mattia Preti», di promuovere le minoranze linguistiche esistenti nella Regione Calabria, preservandole dall’oblio del tempo, dall’omologazione della modernità e dalla dispersione derivante dal multiculturalismo.

L’implementazione della sezione, oltre che con i consueti strumenti a disposizione dell’Ente (procedure di acquisto, donazioni, ecc...) potrà avvenire attraverso la stipula di apposite convenzioni con altri enti pubblici e/o associazioni le cui finalità siano quelle della tutela e valorizzazione delle minoranze linguistiche della Regione Calabria. Nell’orizzonte temporale del Piano verrà predisposto, attraverso gli strumenti informatici in possesso dell’amministrazione, un accesso da remoto ad una sezione specifica del sito istituzionale per la fruizione del patrimonio digitalizzato nonché una mediateca.

#### 5.3.4 PROGETTO “LABORATORIO DI RESTAURO APERTO AL PUBBLICO”

Già nel 2009 e sino al 2013, Palazzo Campanella ha ospitato il laboratorio di restauro aperto dei Bronzi di Riace, in collaborazione con il Museo Nazionale di Reggio Calabria, per il tramite del MiBACT, riscuotendo notevole successo in termini di ritorno di immagine positiva e di Istituzione attenta e interessata ai beni archeologici e culturali del territorio.

Sul solco di tale esperienza positiva è stata stipulata apposita convenzione con il MiBACT (Rep. 5273 del 12.07.2019) per l’allestimento di

un laboratorio di restauro della struttura della vara e degli elementi decorativi della sacra effigie della Madonna della Consolazione di Reggio Calabria e di un annesso spazio espositivo presso la sede del Consiglio regionale della Calabria, per consentire ai cittadini, turisti e studiosi, di poter assistere alle operazioni di restauro, promuovendo tale attività sia in termini culturali che testimoniali.

Al fine di sostenere il rafforzamento dell'offerta culturale ed il potenziamento della fruizione turistica con interventi per la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale e per la messa in rete delle risorse culturali materiali e immateriali, sono state avviate tutte le iniziative necessarie per l'organizzazione di eventi culturali, mostre, ecc, finalizzati alla riscoperta dell'immagine identitaria della Vara e delle pratiche devozionali a Maria SS. della Consolazione, utilizzando il know how del Consiglio regionale e del MiBACT.

Sulla scorta di quanto fatto, resta ferma la disponibilità del Consiglio regionale alla concessione di sale quali laboratori di restauro.

#### 5.4 ALTRE INIZIATIVE, DA REALIZZARE CON IL COINVOLGIMENTO DELLA SOCIETÀ IN HOUSE "PORTANOVA SPA"

1. Progressiva digitalizzazione del patrimonio dell'emeroteca.

2. Raccolte tematiche in formato digitale su temi di rilevante interesse regionale. Nell'orizzonte temporale del Piano si realizzeranno le raccolte sui seguenti temi: regionalismo e riforme istituzionali; il porto di Gioia Tauro, forestazione; ambiente, fenomeni criminali.

## 6 RIFERIMENTI NORMATIVI

---

### **Legge 7 giugno 2000, n. 150 *Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni***

#### *Art. 12 Piano di comunicazione*

1. Sulla base dei programmi presentati dalle amministrazioni statali, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria predispone annualmente il piano di comunicazione, integrativo del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, che è approvato dal Presidente del Consiglio dei Ministri.
2. Una copia del piano approvato e' trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono al Presidente del Consiglio dei Ministri una relazione su quanto previsto dal presente comma.

### **Decreto legislativo 22 gennaio 2000, n. 42 *Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137***

#### *Art. 122 Archivi di Stato e archivi storici degli enti pubblici: consultabilità dei documenti*

1. I documenti conservati negli archivi di Stato e negli archivi storici delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico sono liberamente consultabili, ad eccezione:
  - a) di quelli dichiarati di carattere riservato, ai sensi dell'articolo 125, relativi alla politica estera o interna dello Stato, che diventano consultabili cinquanta anni dopo la loro data;
  - b) di quelli contenenti i dati sensibili nonché i dati relativi a provvedimenti di natura penale espressamente indicati dalla normativa in materia di trattamento dei dati personali, che diventano consultabili quaranta anni dopo la loro data. Il termine è di settanta anni se i dati sono idonei a rivelare lo stato di salute, la vita sessuale o rapporti riservati di tipo familiare.b-bis) ((LETTERA ABROGATA DAL D.L. 31 MAGGIO 2014, N. 83, CONVERTITO CON MODIFICAZIONI DALLA L. 29 LUGLIO 2014, N. 106)).
2. Anteriormente al decorso dei termini indicati nel comma 1, i documenti restano accessibili ai sensi della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi. Sull'istanza di accesso provvede l'amministrazione che deteneva il documento prima del versamento o del deposito, ove ancora operante, ovvero quella che ad essa è subentrata nell'esercizio delle relative competenze.
3. Alle disposizioni del comma 1 sono assoggettati anche gli archivi e i documenti di proprietà privata depositati negli archivi di Stato e negli archivi storici degli enti pubblici, o agli archivi medesimi donati o venduti o lasciati in eredità o legato. I depositanti e coloro che donano o vendono o

lasciano in eredità o legato i documenti possono anche stabilire la condizione della non consultabilità di tutti o di parte dei documenti dell'ultimo settantennio. Tale limitazione, così come quella generale stabilita dal comma 1, lettera b), non opera nei riguardi dei depositanti, dei donanti, dei venditori e di qualsiasi altra persona da essi designata; detta limitazione è altresì inoperante nei confronti degli aventi causa dai depositanti, donanti e venditori, quando si tratti di documenti concernenti oggetti patrimoniali, ai quali essi siano interessati per il titolo di acquisto.

#### *Art. 123 Archivi di Stato e archivi storici degli enti pubblici: consultabilità dei documenti riservati*

1. Il Ministro dell'interno, previo parere del direttore dell'Archivio di Stato competente e udita la commissione per le questioni inerenti alla consultabilità degli atti di archivio riservati, istituita presso il Ministero dell'interno, può autorizzare la consultazione per scopi storici di documenti di carattere riservato conservati negli archivi di Stato anche prima della scadenza dei termini indicati nell'articolo 122, comma 1.

L'autorizzazione è rilasciata, a parità di condizioni, ad ogni richiedente.

2. I documenti per i quali è autorizzata la consultazione ai sensi del comma 1 conservano il loro carattere riservato e non possono essere ((ulteriormente utilizzati da altri soggetti senza la relativa autorizzazione)).

3. Alle disposizioni dei commi 1 e 2 è assoggettata anche la consultazione per scopi storici di documenti di carattere riservato conservati negli archivi storici delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico. Il parere di cui al comma 1 è reso dal soprintendente archivistico.

#### *Art. 124 Consultabilità a scopi storici degli archivi correnti*

1. Salvo quanto disposto dalla vigente normativa in materia di accesso agli atti della pubblica amministrazione, lo Stato, le regioni e gli altri enti pubblici territoriali disciplinano la consultazione a scopi storici dei propri archivi correnti e di deposito.

2. La consultazione ai fini del comma 1 degli archivi correnti e di deposito degli altri enti ed istituti pubblici, è regolata dagli enti ed istituti medesimi, sulla base di indirizzi generali stabiliti dal Ministero.

#### *Art. 125 Declaratoria di riservatezza*

1. L'accertamento dell'esistenza e della natura degli atti non liberamente consultabili indicati agli articoli 122 e 127 è effettuato dal Ministero dell'interno, d'intesa con il Ministero.

#### *Art. 126 Protezione di dati personali*

1. Qualora il titolare di dati personali abbia esercitato i diritti a lui riconosciuti dalla normativa che ne disciplina il trattamento, i documenti degli archivi storici sono conservati e consultabili unitamente alla documentazione relativa all'esercizio degli stessi diritti.

2. Su richiesta del titolare medesimo, può essere disposto il blocco dei dati personali che non siano di rilevante interesse pubblico, qualora il loro trattamento comporti un concreto pericolo di lesione della dignità, della riservatezza o dell'identità personale dell'interessato.

3. La consultazione per scopi storici dei documenti contenenti dati personali è assoggettata anche alle disposizioni del codice di deontologia e di buona condotta previsto dalla normativa in materia di trattamento dei dati personali.

#### **Art. 127 Consultabilità degli archivi privati**

1. I privati proprietari, possessori o detentori a qualsiasi titolo di archivi o di singoli documenti dichiarati ai sensi dell'articolo 13 hanno l'obbligo di permettere agli studiosi, che ne facciano motivata richiesta tramite il soprintendente archivistico, la consultazione dei documenti secondo modalità concordate tra i privati stessi e il soprintendente. Le relative spese sono a carico dello studioso.

2. Sono esclusi dalla consultazione i singoli documenti dichiarati di carattere riservato ai sensi dell'articolo 125. Possono essere esclusi dalla consultazione anche i documenti per i quali sia stata posta la condizione di non consultabilità ai sensi dell'articolo 122, comma 3.

3. Agli archivi privati utilizzati per scopi storici, anche se non dichiarati a norma dell'articolo 13, si applicano le disposizioni di cui agli articoli 123, comma 3, e 126, comma 3.

#### **Legge regionale 19 ottobre 2004, n. 25 Statuto della Regione Calabria**

##### **Art. 9 Informazione**

1. La Regione, nel rispetto del pluralismo, predispone gli strumenti necessari per offrire un'informazione costante sull'attività istituzionale e per acquisire informazioni sulle esigenze e sulle aspirazioni della comunità calabrese in Italia e all'estero.

2. La Regione istituisce appositi organismi per assistere i cittadini nella ricerca ed acquisizione di informazioni sull'attività regionale e per favorire il controllo sociale sul buon andamento e sull'imparzialità dell'azione amministrativa.

3. La Regione riconosce nel diritto all'informazione il presupposto fondamentale della partecipazione ed un aspetto essenziale dei diritti del cittadino ed assicura la più ampia informazione sugli atti, sui programmi e sulle iniziative di propria competenza, nonché sul funzionamento dei propri organi ed uffici attraverso l'impiego di strumenti di informazione e di comunicazione di massa e, in particolare, di quelli radiotelevisivi.

#### **Deliberazione del Consiglio regionale n. 5 del 27 maggio 2005 Regolamento interno del Consiglio regionale**

##### **Art. 136 Biblioteca**

1. L'Ufficio di Presidenza, sentita la Conferenza dei Presidenti dei Gruppi, approva il Regolamento per la valorizzazione e l'uso del patrimonio bibliografico del Consiglio, garantendo l'apertura della biblioteca generale e giuridica, anche con collegamenti telematici, ai centri scientifici, alle scuole e ai singoli cittadini che ne facciano richiesta.

### *Art. 137 Informazione sulle attività consiliari*

1. Il Presidente, in relazione alla rilevanza sociale delle materie trattate, dispone la ripresa televisiva diretta delle sedute del Consiglio riguardanti lo svolgimento delle interrogazioni a risposta immediata e dei dibattiti politici.
2. L'Ufficio di Presidenza approva entro il 30 novembre il piano per l'anno successivo delle inserzioni e dispone per l'attività editoriale del Consiglio regionale in relazione alle iniziative dallo stesso promosse e realizzate, nonché delle leggi e dei provvedimenti di rilevante importanza sociale. Per l'anno 2005 l'Ufficio di Presidenza approva il piano entro il 30 giugno.
3. Nell'ambito della struttura burocratica del Consiglio, oltre all'Ufficio stampa, è prevista l'istituzione dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico, aperto a tutti, in grado di fornire tutte le informazioni sull'attività del Consiglio regionale e, per quanto possibile, di quelle della Giunta regionale.
4. Nell'ambito della struttura burocratica del Consiglio, è altresì prevista la organizzazione di un apposito servizio per la gestione informatica del flusso informativo sulle attività dei diversi organismi consiliari e per la produzione di strumenti multimediali, nonché per lo sviluppo e la gestione del sito internet del Consiglio regionale, secondo le modalità ed i principi recati nelle specifiche leggi statali e regionali.