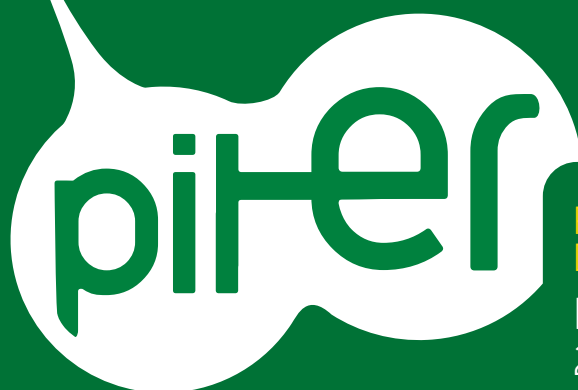


4

teniamoci in contatto



PIANO TELEMATICO
DELL'EMILIA-ROMAGNA

PIANO DI COMUNICAZIONE
2008/2010





ASSESSORATO ATTIVITÀ PRODUTTIVE. SVILUPPO ECONOMICO. PIANO TELEMATICO
DIREZIONE GENERALE CENTRALE ORGANIZZAZIONE,
PERSONALE, SISTEMI INFORMATIVI E TELEMATICA

comunicazionepiter@regione.emilia-romagna.it



PIANO TELEMATICO
DELL'EMILIA-ROMAGNA

PIANO DI COMUNICAZIONE
2008/2010 (PITER 2007/2009)

Indice

<i>Executive summary</i>	2
1 PREMESSA.....	8
2 INTRODUZIONE: IL PITER 2007-2009.....	9
3 ANALISI DI SCENARIO.....	18
4 CONTESTO COMUNICATIVO	24
5 SWOT ANALYSIS.....	30
6 OBIETTIVI GENERALI	34
7 I DESTINATARI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	35
8 OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	37
9 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	39
10 CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE.....	41
11 STRUMENTI E ATTIVITÀ.....	46
12 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	49
13 TABELLE RIASSUNTIVE.....	51
ALLEGATI.....	55
APPENDICE – PITER 2.0: IL PIANO TELEMATICO RACCONTATO AI E DAI SUOI PROTAGONISTI.....	81
CREDITI.....	82

EXECUTIVE SUMMARY

PREMESSA

Questo documento fa riferimento alla progettazione e alla pianificazione della attività di comunicazione del Piano Telematico dell'Emilia-Romagna 2007-2009 (d'ora in avanti PiTER 2007-2009). Le attività di comunicazione che saranno progettate e pianificate fanno riferimento esclusivo al livello di coordinamento del PiTER 2007-2009, affidato alla Direzione Generale Organizzazione Personale Sistemi Informativi e Telematica della Regione Emilia-Romagna. In questo executive summary se ne presenta una versione sintetica, che possa offrire una visione d'insieme per una lettura rapida. Ma, come è ovvio in questi casi, si rimanda alla versione integrale per coglierne al meglio i contenuti.

IL PiTER 2007-2009

Il PiTER 2007-2009 è il documento di programmazione messo a punto dalla Regione Emilia-Romagna per conseguire l'ambizioso obiettivo fissato nel 2000 a Lisbona: fare dell'Unione europea, entro il 2010, l'economia più dinamica e competitiva del mondo, anche e soprattutto sfruttando le opportunità e i vantaggi offerti dalla moderna società dell'informazione.

Per contribuire al raggiungimento di tale traguardo, la Regione Emilia-Romagna ha deciso di puntare forte, da qui ai prossimi anni, su una logica di sistema e concertazione con gli enti locali del territorio. L'obiettivo è di confrontarsi e decidere assieme per realizzare lo scenario della Pubblica Amministrazione digitale. Scenario fatto non tanto e non solo di tecnologie, ma anche e soprattutto di nuovi modelli culturali e organizzativi. Questi ultimi sono infatti divenuti ormai indispensabili per garantire il miglioramento dei rapporti con cittadini e imprese, e fare in modo che essi percepiscano i profondi cambiamenti che si accompagnano alla rivoluzione digitale in atto come una grande opportunità, piuttosto che come una minaccia.

ANALISI DI SCENARIO

Nel documento è stato analizzato il contesto all'interno del quale saranno concretamente declinati le strategie e gli indirizzi del PiTER 2007-2009. Nel farlo si è distinto tra lo scenario interno, caratterizzato dall'insieme degli enti locali emiliano-romagnoli che costituiscono i destinatari primari del PiTER 2007-2009, e uno scenario esterno, che comprende e contempla l'intero territorio emiliano-romagnolo nel suo insieme, il panorama nazionale e quello continentale, con specifico riferimento, in questi due ultimi casi, al grado di sviluppo della società dell'informazione e dell'innovazione digitale nel settore pubblico.

Sinteticamente:

SCENARIO INTERNO	SCENARIO ESTERNO
<ul style="list-style-type: none">- Le pubbliche amministrazioni E-R- La società dell'informazione in E-R- La Community Network dell'E-R- Il Comitato permanente di indirizzo e coordinamento con gli Enti locali- Il Centro di alta competenza- La Società Lepida spa- Il Comitato scientifico- Il Tavolo tecnico dell'Emilia-Romagna- Il CRC Emilia-Romagna	<ul style="list-style-type: none">- La Regione Emilia-Romagna- La società dell'informazione in Italia- L'e-government in Europa

Un'apposita sezione è stata poi dedicata all'analisi del contesto comunicativo, ritenuta strategica per poter progettare in modo consapevole e corretto le attività di comunicazione.

Da un lato si sottolinea la necessità di acquisire, in modo costante, informazioni in merito alle abitudini comunicative e più in generale, sui consumi mediatici delle popolazioni dell'Emilia-Romagna. Dall'altro sono stati oggetto di analisi i principali strumenti di comunicazione finora utilizzati dalla Regione Emilia-Romagna, per promuovere i programmi e le iniziative in materia di promozione dell'innovazione e sviluppo della società dell'informazione.

Uno degli impatti attesi di questo Piano è infatti anche quello di ottimizzare l'impiego di risorse e di canali, sia in un'ottica di risparmio (economico e di tempo), sia in termini di coerenza e sinergia tra gli stessi.

In sintesi la situazione attuale è la seguente:

TIPOLOGIA DI CANALE/STRUMENTO	RISORSE
Siti e portali	Emilia-Romagna Digitale, CRC Emilia-Romagna, siti dei progetti e delle iniziative del PiTER e dei progetti e delle iniziative finanziati negli scorsi anni con i Piani nazionali di e-government e e-democracy, Ermes, Autonomie locali, Extranet della Regione Emilia-Romagna
Stampa	Inserito Emilia-Romagna Digitale nella rivista "E-Gov"
Fiere e convegni	Fiere generaliste e di settore (ForumPA, EuroPA, ecc.), seminari e convegni (sia nell'ambito di manifestazioni che autogestiti)
Formazione	Percorsi Qualità del CRC Emilia-Romagna
Pubblicazioni	Collane PiTER, Emilia-Romagna Digitale
Tv digitale terrestre	Lepida TV

SWOT ANALYSIS

La swot analysis permette di evidenziare gli elementi più importanti dei quali tenere conto per elaborare le strategie di comunicazione utili a supportare il progetto. La classificazione che si propone permette di presentare gli elementi a seconda della loro esistenza attuale, o della possibilità che si verifichino in futuro. Nel primo caso si fa riferimento ai punti di forza e a quelli di debolezza; nel secondo si provano a evidenziare le opportunità e le minacce che potrebbero presentarsi nel prossimo futuro.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> Contesto favorevole alle pratiche di sviluppo della società dell'informazione Contesto normativo e programmatico favorevole allo sviluppo della società dell'informazione Forte investimento istituzionale sulla programmazione Elevata e consolidata abitudine alla concertazione interistituzionale nel governo del territorio Consolidata abitudine degli enti locali del territorio all'innovazione amministrativa, anche nel campo delle nuove tecnologie Esistenza di diversi strumenti di comunicazione regionale dedicati ai temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> Difficoltà alla creazione di una comunità regionale degli innovatori nella PA Mancanza di flussi informativi sufficientemente strutturati ed efficaci tra i vari livelli di governo/amministrazione degli enti locali emiliano-romagnoli Mancanza di un sistema regionale coordinato e integrato per la comunicazione e l'informazione sui temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione Budget pubblici e risorse professionali limitati e prevalenza nelle priorità amministrative di altre tematiche e materie
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none"> Istituzione della Community Network dell'Emilia-Romagna Crescente importanza dell'innovazione digitale nell'agenda pubblica Alto interesse mostrato dai cittadini e dalle imprese sullo sviluppo di canali digitali per le relazioni con le PA 	<ul style="list-style-type: none"> Scadenza dei mandati amministrativi locali

OBIETTIVI GENERALI E DI COMUNICAZIONE

Attraverso questo Piano di comunicazione ci si propone di conseguire due macro obiettivi direttamente correlati ai pubblici finali della programmazione (le Pubbliche Amministrazioni emiliano-romagnole in prima battuta e l'intero sistema territoriale in seconda), e un ulteriore macro obiettivo tendente ad una maggiore divulgazione e visibilità delle politiche regionali in materia di sviluppo della società dell'informazione, oltre i confini regionali e nazionali.

Questi i tre macro obiettivi:

- Trasmettere una visione unitaria coordinata e condivisa della programmazione negli enti locali emiliano-romagnoli;
- Divulgare ai cittadini e ai pubblici finali i risultati della programmazione regionale in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione;
- Diffondere la conoscenza della programmazione e dei suoi risultati oltre i confini regionali, nelle istituzioni e negli enti locali coinvolti in simili processi e nello scenario europeo.

Per declinare questi obiettivi strategici in linee di azione, e a partire dall'analisi di scenario, sono stati individuati i pubblici destinatari del piano, anche in questo caso distinguendo tra il livello interno e quello esterno:

- Destinatari interni delle PA emiliano-romagnole
- Vertici politici: assessori e/o sindaci;
- Vertici amministrativi: direttori generali e segretari comunali;
- Capi servizio, responsabili di progetto e dirigenti amministrativi.
- Destinatari esterni
- Cittadini, imprese, associazioni dell'Emilia-Romagna;
- Amministrazioni, enti locali ed esperti in materia di innovazione digitale nel contesto italiano ed europeo.

Gli obiettivi generali di comunicazione sono stati suddivisi in due grandi macro categorie. La prima, rivolta al secondo semestre 2008 e al 2009, fa riferimento alla necessità di promuovere e accompagnare le azioni nelle quali si articola e incarna il PiTER 2007/2009 presso i principali destinatari interni della programmazione, e quindi in primis le Pubbliche Amministrazioni che fanno parte della Community Network dell'Emilia-Romagna. Nel 2010, invece, con la scadenza del mandato amministrativo regionale, sarà necessario pensare a strategie e azioni di comunicazione finalizzate a divulgare i risultati derivanti dall'ultimo triennio di investimenti e programmazione regionale in materia di società dell'informazione.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL BIENNIO 2008/2009

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL 2010

Nel 2010 è prevista la prosecuzione degli obiettivi di comunicazione fissati per il 2008-2009, precedentemente tratteggiati a grandi linee. A ciò dovrà aggiungersi un lavoro di divulgazione e rendicontazione sui risultati ottenuti al termine della programmazione triennale, rivolto in particolar modo ai cittadini e ai pubblici finali del territorio (imprese, categorie, associazioni, ecc.).

OBIETTIVI/DESTINATARI

L'incrocio tra gli obiettivi ed i destinatari individuati è rappresentato nella tabella:

OBIETTIVI/DESTINATARI	vertici politici: assessori e/o sindaci	vertici amministrativi: direttori generali e segretari comunali	capi servizio, responsabili di progetto e dirigenti amministrativi	cittadini, imprese, associazioni dell'Emilia-Romagna	amministrazioni, enti locali ed esperti in materia di innovazione digitale nel contesto italiano ed europeo
• rendere maggiormente chiari e comprensibili la filosofia di base e gli obiettivi prioritari della programmazione	●	●	●		
• informare con cadenza periodica sugli strumenti, le applicazioni, i servizi e le opportunità offerti alle PA a seguito della graduale attuazione della programmazione	●	●			
• informare con cadenza periodica sulla riduzione del digital divide nel territorio regionale, derivante dalla graduale attuazione della programmazione	●	●	●	●	
• rendere periodicamente conto della programmazione e dei suoi principali risultati nello scenario italiano e in quello europeo e internazionale					●
• rendicontazione sui risultati ottenuti al termine della programmazione triennale	●	●	●	●	●

CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE: I “NUCLEI DI CONTENUTO”

La filosofia, gli obiettivi e le linee di azione indicati nel PITER 2007-2009 possono essere sintetizzati attraverso alcune parole chiave. Le attività e iniziative di comunicazione delineate con questo Piano dovranno veicolare e promuovere, in ultima analisi, sempre e comunque contenuti e argomenti che vi facciano riferimento. Poiché molte di queste parole, per la loro complessità e per l'appartenenza ad un linguaggio tecnico per addetti ai lavori, potrebbero essere non immediatamente fruibili e comprensibili per i destinatari, si è cercato di ridurle e portarle a ordine e sistema raggruppandole per “nuclei di contenuto” e, per ognuno di essi, sono stati individuati i destinatari ai quali sembrano essere maggiormente rivolti, elencandoli, laddove multipli, in ordine di priorità:

<ul style="list-style-type: none"> • investimenti 	<ul style="list-style-type: none"> • Attenzione, impegno e investimenti per l'innovazione 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • logica di sistema • concertazione 	<ul style="list-style-type: none"> • condivisione, rete, lavoro di squadra, Community Network 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • integrazione infrastrutture digitali e servizi • interoperabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • razionalizzazione, efficacia, efficienza back end unificato, PA digitale 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • standardizzazione di qualità • riuso 	<ul style="list-style-type: none"> • omogeneità, livello minimo di servizio, risparmio 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • servizi digitali • centralità del cittadino • multimodalità • mobilità • convergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • semplificazione, snellimento, risparmio, vicinanza, dialogo, partecipazione personalizzazione dei servizi 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • sanità elettronica 	<ul style="list-style-type: none"> • nuovo welfare, assistenza di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • scuole in rete 	<ul style="list-style-type: none"> • scuola digitale, formazione di qualità 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • e-adoption • e-learning 	<ul style="list-style-type: none"> • alfabetizzazione informatica, supporto all'innovazione 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese e associazioni
<ul style="list-style-type: none"> • ricerca e sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • ricerca, innovazione, competitività 	<ul style="list-style-type: none"> • imprese • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio e benchmarking 	<ul style="list-style-type: none"> • analisi, confronto, miglioramento 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • contrasto al digital divide e al knowledge divide • cittadinanza nella società dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> • uguaglianza, cittadinanza digitale, pari opportunità di accesso alla società dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”

STRUMENTI E ATTIVITÀ

Le attività previste dal Piano sono in alcuni casi propedeutiche per progettare in modo consapevole azioni più spiccatamente funzionali al raggiungimento degli obiettivi. Ci riferiamo in particolar modo alla necessità di acquisire maggiori informazioni sui pubblici/destinatari.

Come si è visto dall'analisi di scenario, si è oggi di fronte ad un paradosso: la Regione ha molte occasioni di confronto, dialogo e comunicazione sia rispetto ai suoi pubblici interni (gli Enti locali in particolare) sia rispetto a quelli esterni (i cittadini, le imprese), ma in tutte le occasioni che richiedono di raggiungere questi pubblici con comunicazioni mirate ci si trova nell'impasse di non sapere come raggiungerli (a volte nemmeno “chi”

raggiungere). In parte ciò è una conseguenza della complessità interna agli enti (che a seconda dei casi può significare turnover, sovraccarico sugli stessi o assenza di interlocutori) e dell'eccesso di offerta informativa in generale (effetto spamming). La soluzione fino ad oggi adottata consiste quasi sempre nell'inviare informazioni a "pioggia", e/o nell'utilizzare i media ed i canali disponibili in modo indifferenziato. Una comunicazione più mirata non solo consentirebbe una maggior probabilità di efficacia della stessa, ma permetterebbe anche di ottenere risparmi ed ottimizzazioni. Su queste due direttrici, attività di ricerca/conoscenza dei pubblici, e razionalizzazione dei canali e degli strumenti già attivi, si muovono le seguenti proposte. Infine, si assegna una rilevanza strategica alla nascente comunità tematica regionale dei Comunicatori della Community Network, come occasione di creazione di una comunità di pratica servente l'intero sistema.

AZIONI 2008-2010

- Restyling e razionalizzazione del portale Emilia-Romagna Digitale e degli altri strumenti di comunicazione on line della Regione Emilia-Romagna;
- Prosecuzione delle attività editoriali promosse con la newsletter "Newslett-ER" della Regione Emilia-Romagna, e realizzazione di alcune iniziative per ampliare il suo pubblico e renderla uno strumento di indagine periodico sui destinatari interni del Piano di comunicazione;
- Comunicazione mirata, ragionata e il più allargata possibile sul web nazionale (siti, community, newsletter ecc.);
- Potenziamento delle attività di comunicazione on line, su siti e newsletter di settore, in ambito europeo;
- Potenziamento delle attività di comunicazione sulla stampa di settore;
- Organizzazione di eventi e convegni di settore;
- Partecipazione a fiere ed eventi di settore;
- Partecipazione ad eventi e convegni promossi da soggetti terzi;
- Costituzione e concezione della comunità tematica dei comunicatori dell'e-government, all'interno della Community Network dell'Emilia-Romagna, anche come un veicolo di comunicazione interna, e informale, sui temi, gli aspetti e i risultati del PiTER 2007-2009;
- Indagine sulle abitudini di comunicazione dei destinatari esterni del Piano di comunicazione;
- Campagna di comunicazione regionale, declinata localmente, per la promozione presso cittadini, imprese e associazioni dell'uso dei servizi digitali.

1. PREMESSA

Il piano di comunicazione definito con questo documento fa riferimento alla progettazione e alla pianificazione della attività di comunicazione del Piano Telematico dell'Emilia-Romagna 2007-2009. Le attività di comunicazione che saranno progettate e pianificate riguardano esclusivamente il livello di coordinamento del Piano Telematico dell'Emilia-Romagna (d'ora in avanti PiTER 2007-2009), affidato alla Direzione Generale Organizzazione Personale Sistemi Informativi e Telematica della Regione Emilia-Romagna.

Non è escluso, ed è anzi altamente auspicabile, che le amministrazioni locali coinvolte a vario titolo negli indirizzi delineati con il PiTER organizzino iniziative di comunicazione e promozione di attività e risultati derivanti dall'attuazione dello stesso nelle singole realtà territoriali. Ciononostante, in questo documento si definiscono le sole attività di comunicazione che saranno promosse dalla cabina di regia e coordinamento della Regione Emilia-Romagna.

Il discorso è analogo per i singoli progetti e linee di attività che discendono dalla programmazione complessiva. Le attività di comunicazione pianificate potranno senz'altro avere ricadute in termini di visibilità su alcuni di essi. In generale però esse saranno sempre ricordate al livello di coordinamento del PiTER, e rimandano per quanto riguarda i singoli progetti e iniziative ai piani e alle attività di comunicazione specificamente pianificati per gli stessi.

Il periodo di riferimento del seguente piano di comunicazione va dal secondo semestre del 2008 all'intero arco del 2009 per quanto riguarda la pianificazione operativa. A livello strategico, anche in previsione della scadenza del mandato amministrativo regionale, si forniscono ulteriori riflessioni e indicazioni sulle attività e iniziative di comunicazione che potrebbero essere realizzate nel 2010.

2. INTRODUZIONE: IL PITER 2007-2009

2.1 L'EMILIA-ROMAGNA SULLA STRADA DI LISBONA

Il PITER 2007-2009 è il documento di programmazione messo a punto dalla Regione Emilia-Romagna per conseguire l'ambizioso obiettivo fissato nel 2000 a Lisbona: fare dell'Unione europea, entro il 2010, l'economia più dinamica e competitiva del mondo, anche e soprattutto sfruttando le opportunità e i vantaggi offerti dalla moderna società dell'informazione.

Per contribuire al raggiungimento di tale traguardo, la Regione Emilia-Romagna ha deciso di puntare forte, da qui ai prossimi anni, su una logica di sistema e concertazione con gli enti locali del territorio. L'obiettivo è di confrontarsi e decidere assieme per realizzare lo scenario della Pubblica Amministrazione digitale. Scenario fatto non tanto e non solo di tecnologie, ma anche e soprattutto di nuovi modelli culturali e organizzativi. Questi ultimi sono infatti divenuti ormai indispensabili per garantire il miglioramento dei rapporti con cittadini e imprese, e fare in modo che essi percepiscano i profondi cambiamenti che si accompagnano alla rivoluzione digitale in atto come una grande opportunità, piuttosto che come una minaccia.

2.2 UN SIGNIFICATIVO INVESTIMENTO PER LE INFRASTRUTTURE E I SERVIZI DIGITALI

Partendo da tali presupposti, il nuovo Piano Telematico Regionale permetterà di investire oltre 200 milioni di euro per lo sviluppo della società dell'informazione. Di essi circa 155 milioni saranno messi a disposizione dalla Regione Emilia-Romagna, 37 milioni saranno attinti dalle casse degli enti locali, e poco meno di 5 milioni arriveranno dallo Stato.

Il significativo investimento andrà a iscriversi nell'ambito di una strategia più ampia di promozione dell'innovazione, con particolare riferimento allo sviluppo delle ICT nel settore pubblico, che la Regione Emilia-Romagna persegue ormai da circa un decennio. Questa strategia ha puntato finora su due parole chiave: infrastrutture e servizi.

2.2.1 Le infrastrutture digitali

Nel primo caso si fa riferimento alle reti di comunicazione digitale, e in particolar modo a Lepida, la rete in fibra ottica delle Pubbliche Amministrazioni emiliano-romagnole, ed R3, la rete regionale radiomobile digitale per i servizi di emergenza. Entrambe le reti sono state realizzate negli scorsi anni, ed oggi tutti i Comuni del territorio emiliano-romagnolo sono connessi ad un'unica dorsale digitale ad alta velocità, progettata e realizzata in risposta agli indirizzi e programmi definiti nel precedente Piano Telematico Regionale. È proprio grazie al completamento di questo fondamentale investimento infrastrutturale che l'Emilia-Romagna si è dotata di una vera e propria ossatura tecnologica sulla quale innervare, d'ora in avanti, i futuri progetti di innovazione e sviluppo declinati in digitale.

2.2.2 I servizi digitali

I servizi fin qui realizzati, invece, sono soprattutto il frutto dei numerosi progetti di e-government portati avanti nel corso degli ultimi anni, anche in risposta alle recenti politiche nazionali finalizzate alla promozione dell'innovazione digitale e dell'e-government. I progetti sono stati promossi in maniera omogenea su tutto il territorio regionale, e possono essere considerati come veri e propri incubatori dei futuri servizi digitali. Questi ultimi sono in molti casi già erogati e fruiti da un significativo numero di cittadini ed imprese del territorio emiliano-romagnolo. Sempre più, d'ora in avanti, saranno essi a costituire il principale contenuto a "valore aggiunto" veicolato dalle infrastrutture digitali ad alta velocità citate in precedenza.

2.3 CONCERTARE, CONDIVIDERE E FARE RETE PER INNOVARE IN TUTTI I TERRITORI DELL'EMILIA-ROMAGNA

I risultati derivanti dalle precedenti programmazioni regionali in materia di innovazione fin qui brevemente riassunti pongono l'Emilia-Romagna in una posizione di assoluta avanguardia sia nel panorama nazionale, sia nel confronto con le più dinamiche regioni europee. Ciononostante, le attività di monitoraggio e indagine sullo sviluppo della società dell'informazione a livello regionale dimostrano come sia ancora necessario lavorare per garantire la massima omogeneità nella diffusione dei processi di innovazione e delle loro fondamentali ricadute.

Pur facendo registrare dinamiche di crescita, alcuni territori, in particolar modo quelli situati nelle aree di montagna e/o a maggiore caratterizzazione rurale, faticano a tenere il più veloce passo di marcia registrato nei principali centri urbani del territorio. A ciò si aggiunge un utilizzo dei servizi digitali da parte dei cittadini e delle imprese ancora al di sotto delle potenzialità esprimibili dal territorio emiliano-romagnolo. Pur essendo già disponibile una discreta offerta di prestazioni on line – e pur registrandosi in alcuni contesti locali risultati in termini di accesso e fruizione di assoluto rilievo nell'intero panorama continentale – i front end on line delle Pubbliche Amministrazioni locali sono ancora oggi complessivamente meno frequentati rispetto a quanto potrebbero esserlo. Come evidenziano le ultime attività di rilevazione e analisi effettuate, ciò dipende

anche dalla presenza di un'offerta ancora troppo frammentata e disunita. I servizi digitali ci sono, ma manca quella logica di sistema che permetterebbe di offrirli ai cittadini e alle imprese in maniera coordinata, coerente e integrata. Un presupposto essenziale, evidenziano gli studi, affinché non sia più necessario confrontarsi con tante Pubbliche Amministrazioni, quanto, piuttosto e finalmente, con una unica Pubblica Amministrazione digitale su scala regionale.

È proprio a questo fondamentale obiettivo che tendono gli indirizzi strategici e le declinazioni operative definiti nel nuovo Piano Telematico Regionale. Dopo lo sviluppo molto positivo delle infrastrutture e dei servizi, avvenuto seguendo percorsi affini ma non coincidenti, giunge il momento di unire le due direttrici di innovazione. Le infrastrutture di rete devono diventare la piattaforma di riferimento "naturale" per l'erogazione dei servizi e delle prestazioni digitali, con gli stessi livelli di qualità, efficacia ed efficienza, nell'intero territorio regionale.

Concertazione, condivisione, rete e sistema diventano perciò le nuove parole d'ordine. D'ora in avanti gli enti emiliano-romagnoli saranno sempre di più chiamati a considerarsi e ad agire come componenti di un unico grande sistema. A sua volta concepito, e disegnato, con il contributo e l'apporto di tutti gli enti locali, a partire dal presupposto basilare della centralità del cittadino.

2.4 DALLA RETE IN FIBRA OTTICA ALLA COMMUNITY NETWORK DELL'EMILIA-ROMAGNA

Come accennato in precedenza, questo sistema si reggerà sulla solida e articolata ossatura digitale costituita innanzitutto dalla rete regionale in fibra ottica Lepida. Ma si caratterizzerà come una realtà molto più complessa: ai fondamentali aspetti di infrastrutturazione tecnologica, si accompagneranno infatti altrettanto basilari cambiamenti di carattere organizzativo e culturale nel vissuto di tutte le Pubbliche Amministrazioni emiliano-romagnole.

Per questo motivo, nel nuovo Piano Telematico Regionale si trascende il solo aspetto tecnologico e per indicare tale orizzonte si fa riferimento al termine Community Network. Esso riesce infatti ad abbracciare l'insieme dei livelli ed ambiti di innovazione cui saranno chiamati gli enti locali del territorio regionale (tecnologico, organizzativo, procedurale, culturale, ecc.), disegnando in maniera efficace l'immagine di un sistema, ancor meglio una comunità, chiamata a concepire le infrastrutture come la piattaforma di lavoro condivisa alla quale fare riferimento, d'ora in avanti, per l'esercizio di tutte attività le amministrative.

Lepida, e le altre infrastrutture digitali, saranno quindi molto più di una semplice strada di comunicazione digitale ad altissima velocità tra gli enti del territorio. Piuttosto si caratterizzeranno come un vero e proprio sistema nevralgico, che permetterà alle amministrazioni emiliano-romagnole di agire sempre più come una grande e articolata entità di riferimento per i cittadini e le imprese.

2.5 UN BACK END INTEGRATO PER PASSARE DALLE PA ALLA PA DIGITALE

Per raggiungere questo obiettivo, nel nuovo Piano Telematico Regionale si dedica moltissima attenzione alla realizzazione di un back end digitale unificato e condiviso da tutte le Pubbliche Amministrazioni regionali. Ciò significa che ai classici servizi di interconnessione si aggiungeranno servizi e soluzioni di comunicazione ad alto valore aggiunto.

Tra essi, ad esempio, la tecnologia di comunicazione vocale in digitale Voip, che sarà progressivamente estesa in tutti gli uffici pubblici della Regione. Ciò permetterà, tra le altre cose, di conseguire ingenti risparmi derivanti dall'abbattimento delle spese di telefonia tradizionale. In aggiunta, saranno progettati e promossi servizi comuni di identificazione e accesso alle banche dati documentali amministrative, e una serie di nuove soluzioni tese a favorire la cooperazione applicativa, ossia la capacità da parte di tutti gli enti del territorio di lavorare in comune, condividendo metodi, prassi e procedure.

L'orizzonte cui si tende è quello dell'interoperabilità, ormai considerato imprescindibile, anche negli ultimi documenti programmatici europei sullo sviluppo della società dell'informazione, per garantire la concreta affermazione di una Pubblica Amministrazione Digitale al servizio dei cittadini e delle imprese.

2.6 STANDARDIZZAZIONE DI QUALITÀ, CONTRO IL DIGITAL DIVIDE

I primi risultati attesi con la messa in atto degli indirizzi e programmi definiti nel nuovo Piano Telematico Regionale garantiranno di conseguenza quella che, nelle pagine dello stesso documento, è indicata come "standardizzazione di qualità". Tutti gli enti locali del territorio regionale, a prescindere dalla collocazione geografica e dai diversi "pesi specifici" amministrativi, arriveranno col tempo a offrire servizi e prestazioni in maniera uniforme, con evidenti ricadute positive in termini di riequilibrio e coesione del territorio.

È soprattutto in tal modo che la Regione Emilia-Romagna vuole contrastare il digital divide: d'ora in avanti, con la progressiva creazione di un sistema pubblico capace di agire e operare ovunque con gli stessi tempi, modi e gradi di efficacia, il termine cittadino digitale avrà identico significato tanto a Bologna, quanto nei Comuni dell'Appennino emiliano o romagnolo.

In aggiunta, il lavoro di infrastrutturazione digitale compiuto negli scorsi anni – e in via di completamento con la creazione delle reti cittadine connesse a Lepida – avrà, e in parte ne ha già avute, importanti ricadute anche sul versante hardware della lotta al digital divide. L'arrivo della banda larga in tutta l'Emilia-Romagna tramite

Lepida permette infatti di raggiungere con servizi di connessione ad alta velocità anche quei territori difficilmente appetibili per i principali attori di mercato. I fornitori privati locali, traendo beneficio dalla presenza della dorsale regionale nei propri territori, possono così presentare una offerta di connettività in banda larga ai privati altrimenti improponibile.

Infine, sempre nell'ottica di un'azione di contrasto al digital divide che si vuole integrata e condotta su più fronti, la Regione Emilia-Romagna e l'insieme degli enti pubblici del territorio investiranno in maniera significativa sul riuso tecnologico e organizzativo. Col termine si intende la possibilità di applicare soluzioni e procedure innovative, già sperimentate con successo in determinate realtà di governo locale, presso altre Pubbliche Amministrazioni del territorio. La pratica permette di diffondere best practice consolidate a basso costo, essendo di fatto necessario il solo lavoro di adattamento delle soluzioni presso i nuovi contesti di adozione. E in considerazione dall'alto numero di progetti, servizi e soluzioni di e-government già realizzati e promossi con efficacia in Emilia-Romagna negli ultimi anni, è destinata a fungere da fondamentale fattore per la disseminazione dell'innovazione nell'intero territorio regionale.

2.7 IL CITTADINO AL CENTRO IN TRE MOSSE

Pubblica Amministrazione digitale, come già accennato, non significa però solo cooperazione applicativa e interoperabilità tra i back end dei vari enti pubblici. A ciò si aggiunge, anche e soprattutto, la necessità di porre estrema attenzione alle aspettative e ai bisogni dei propri pubblici di riferimento. Ossia cittadini, imprese, associazioni, e tutti gli altri soggetti che vivono e animano il territorio. Realizzare un back end digitale, e implementarvi nuove e più efficaci modalità di condivisione, scambio e cooperazione, non è perciò un obiettivo concepito nella nuova programmazione regionale come fine a se stesso. Questo rivoluzionario passaggio resta comunque funzionale allo scopo di fondo, che è e resta la capacità di servire meglio i propri pubblici di riferimento, assecondando di fatto il fine ultimo per cui le Pubbliche Amministrazioni esistono ed operano, non a caso definito servizio pubblico.

Per questo motivo, nel nuovo Piano Telematico Regionale si afferma con forza la centralità del cittadino, che viene considerato di fatto come la stella polare dell'intero pacchetto di indirizzi e programmi finalizzati all'innovazione amministrativa. Tale centralità, inoltre, non è semplicemente affermata in maniera astratta e generica, ma viene concretamente declinata con una serie di termini che tratteggiano precisi scenari di sviluppo. Multimodalità, mobilità e convergenza: sono queste le tre parole d'ordine – impronunciabili in assenza dell'orizzonte dell'interoperabilità a cui tende il nuovo Piano Telematico Regionale – che permettono di passare dalle pur fondamentali enunciazioni di principio, all'ambito delle realizzazioni pratiche.

2.7.1 Multimodalità

Multimodalità nel senso di opportunità, per i pubblici delle Amministrazioni, di fruire di servizi e prestazioni secondo i modi, le forme e i tempi a loro più congeniali. E quindi ricorrendo come da tradizione agli sportelli fisici, o facendo affidamento alle numerose soluzioni permesse dallo sviluppo tecnologico in atto, quali il web, la corrispondenza elettronica, la telefonia fissa e mobile, la televisione digitale interattiva e tutti gli altri canali che permettono di avviare processi di relazione e transizione tra più soggetti. Tutto ciò a partire dal principio che il servizio deve restare invariato a prescindere dal canale utilizzato, e che nelle scelte di approccio e dialogo con le Pubbliche Amministrazioni, le persone possano imboccare anche percorsi misti, ossia utilizzare canali, strumenti e soluzioni diversi a seconda delle varie fasi che caratterizzano il completamento di un procedimento amministrativo.

2.7.2 Mobilità

Siccome la società dell'informazione ci vede sempre più nomadi e in movimento, non si può naturalmente pensare alla centralità del cittadino, né allo scenario della multimodalità, se non si ragiona anche in termini di mobilità del servizio. Molta importanza è perciò dedicata nel nuovo Piano Telematico Regionale all'avvio di programmi e progetti che permettano di implementare servizi e procedure attraverso i canali e gli strumenti di comunicazione mobile. La telefonia cellulare, il wireless e tutte le soluzioni che permettono di essere sempre connessi godranno d'ora in avanti di livelli di attenzione sempre maggiori, anche grazie al supporto garantito dalla Regione Emilia-Romagna alle attività di ricerca e sperimentazione in simili contesti di frontiera.

2.7.3 Convergenza

Convergenza, infine, come sintesi degli scenari appena descritti. Così come i back end degli enti locali emiliano-romagnoli dovranno connettersi e integrarsi per garantire l'efficace funzionamento di un'unica, grande Pubblica Amministrazione digitale, allo stesso modo tutti i front end pubblici on line, a prescindere dai numerosi strumenti e canali che rientreranno nei prossimi anni all'interno di tale categoria, dovranno essere concepiti come elementi di un unico sistema generale di relazione al servizio dei cittadini, delle imprese e delle associazioni dell'Emilia-Romagna.

2.8 SERVIZI SANITARI: IL DIGITALE ENTRA IN CORSIA

La gamma dei servizi e delle prestazioni digitali che sarà offerta ai milioni di donne e uomini che vivono, o visitano, il territorio regionale è estremamente vasta e articolata. In tutti gli ambiti che caratterizzano il vissuto quotidiano di cittadini e imprese, e le loro relazioni con le Pubbliche Amministrazioni, sono previsti significativi investimenti nella nuova programmazione regionale in materia. Nell'ambito di un simile, generalizzato livello di elevata attenzione, il nuovo Piano Telematico Regionale dedicherà però un particolare occhio di riguardo ai servizi sanitari. L'obiettivo, già perseguito con i piani e gli indirizzi definiti in precedenza, è la creazione di una rete integrata di assistenza sui temi della salute che, anche in questo caso, affermi l'assoluta centralità del cittadino/paziente.

I maggiori investimenti in tal senso punteranno a rendere più efficaci e soprattutto più tempestive le prestazioni sanitarie. Ciò avverrà sia con lo sviluppo di nuove procedure per l'interscambio dei dati clinici, sempre servendosi della rete Lepida, tra i vari attori coinvolti nella filiera sanitaria (medici di base, pediatri, medici specialistici, ambulatori, Aziende Sanitarie Locali, ecc.), sia con interventi finalizzati al miglioramento della rete per le prenotazioni e il monitoraggio delle liste d'attesa. L'orizzonte ultimo a cui si tende è quello dalla cartella clinica digitale. Il fascicolo conterrà tutte le informazioni relative alla storia clinica del cittadino, che non sarà più obbligato a raccogliere referti, prescrizioni e risultati di analisi per l'intero corso della sua vita. D'ora in avanti ciò si realizzerà infatti in automatico, e permetterà a queste informazioni di viaggiare più velocemente, con evidenti ritorni positivi per quanto riguarda i tempi di erogazione delle prestazioni. Ma permetterà anche di fornire un'assistenza più efficace ed efficiente: in ogni momento, collegandosi alla rete, i medici e gli altri operatori incaricati di assistere i propri pazienti disporranno dell'intera storia clinica dei cittadini. E, con essa, di quella visione di insieme considerata di fondamentale importanza per aumentare la qualità e l'efficacia dei servizi di cura.

Sul fronte delle applicazioni innovative, inoltre, saranno rafforzate le prime iniziative sperimentali di telemedicina e teleconsulto che permettono di assistere i pazienti anche a distanza, e spesso con il concorso di più operatori. Anche in questo caso, ciò sarà possibile grazie alla notevole ampiezza di banda garantita dalla rete Lepida, che già raggiunge le principali strutture sanitarie pubbliche del territorio regionale.

2.9 SCUOLA E FORMAZIONE: L'INNOVAZIONE SALE IN CATTEDRA

La prossima programmazione triennale dedica molta importanza anche ai servizi per l'istruzione. A tale proposito, nel nuovo Piano Telematico Regionale si definisce una serie di interventi per connettere tutti gli istituti scolastici del territorio regionale alla rete Lepida. Ciò permetterà sia di fornire servizi, utilità e supporti di back end alle strutture, sia di proporre nuove modalità di formazione e didattica, che contemplino anche l'utilizzo e la padronanza delle nuove tecnologie di rete, e mettano a disposizione degli studenti i numerosi e ricchissimi archivi multimediali pubblici già disponibili in rete, o attualmente in via di progettazione.

Per questo motivo, saranno anche aumentate le dotazioni informatiche nelle classi, ricorrendo tra l'altro al riutilizzo di pc dismessi da altri contesti e all'utilizzo di software open source. E si sperimenteranno ancora nuove iniziative di e-learning, miranti, tra le altre cose, anche a ridurre i fenomeni di pendolarismo e abbandono scolastico.

2.10 KNOWLEDGE DIVIDE: IL DIVARIO NON È SOLO DIGITAL

La promozione di una società dell'informazione realmente alla portata di tutti prevede anche interventi che trascendano i soli ambiti di infrastrutturazione e promozione dei servizi. In particolar modo, la Regione Emilia-Romagna punta a contrastare un fenomeno analogo, ma non identico, al digital divide, che sempre più spesso nella letteratura di riferimento prende il nome di knowledge divide. Con esso si intende la limitata capacità, da parte di Pubbliche Amministrazioni, imprese e cittadini, di fruire dei vantaggi e delle opportunità offerti dalla rivoluzione digitale, non tanto a causa della mancanza di strumenti e/o risorse materiali, quanto per lacune in termini di conoscenza critica sulla reale portata dei processi di innovazione in atto.

Le analisi regionali in materia testimoniano ad esempio di un ritardo, da parte delle piccole e medie imprese del territorio, nell'utilizzo delle nuove tecnologie come fattori fondamentali per la promozione di processi di innovazione organizzativa e di prodotto. Ritardo che sempre più rischia di trasformarsi in divario incolmabile, nel momento in cui è ormai ampiamente acquisito che i modelli di successo economico non possono prescindere da un uso consapevole, dinamico e avanzato delle nuove tecnologie.

2.10.1 E-adoption

Prendendo atto della situazione, la Regione Emilia-Romagna si impegnerà perciò a promuovere programmi e iniziative finalizzati alla cosiddetta e-adoption. Lo scopo è sensibilizzare in particolar modo le imprese, ma anche le associazioni e i privati cittadini, sull'esigenza di investire in innovazione tecnologica, sia per quanto riguarda l'acquisizione di strumenti e soluzioni, sia per quanto riguarda la capacità di promuoverne un utilizzo evoluto e al passo con le sfide imposte dalla società delle reti.

In questo contesto sono previste anche iniziative di informazione e formazione ai cittadini, coordinate dalla Regione e promosse da Comuni e Province nei territori. Un particolare occhio di riguardo, lungo tale direttrice

di intervento, sarà dedicato all'inclusione di coloro che sono rimasti finora ai margini, se non addirittura oltre i confini, della rivoluzione digitale, a partire da donne, anziani e nuove generazioni.

2.10.2 E-learning e knowledge management

E-adoption significherà anche formazione a distanza, in virtù della sua capacità di raggiungere ampie fasce di pubblico a costi limitati. In particolare, nel nuovo Piano Telematico Regionale si definisce lo sviluppo di sistemi di knowledge management e e-learning, puntando per la loro realizzazione anche sulla collaborazione del sistema delle università locali.

L'obiettivo principale è consolidare la struttura organizzativa e tecnologica denominata Sistema di e-learning federato per le Pubbliche Amministrazioni dell'Emilia-Romagna, sviluppata e promossa negli scorsi anni in modalità sperimentale, grazie al contributo dell'insieme degli enti locali della regione. Il progetto sarà accompagnato verso una piena maturità, ossia verso l'erogazione costante di iniziative di formazione in modalità e-learning, sia ai dipendenti pubblici dell'intero territorio regionale, sia ad utenze esterne interessate.

Allo stesso tempo, la piattaforma sarà integrata con altri strumenti di supporto alla condivisione di informazioni e al lavoro collaborativi. A sottendere questo ulteriore passaggio, sarà quella logica generale di knowledge management finalizzata alla creazione della Community Network regionale, di cui accennato in precedenza.

2.11 RICERCA E SVILUPPO: IL LABORATORIO DEL FUTURO

Investire sulla società dell'informazione non può non significare anche una costante opera di sperimentazione, ricerca e sviluppo. Anche su questo fronte la Regione Emilia-Romagna continuerà a giocare in prima linea, rinnovando l'impegno profuso negli scorsi anni. L'impegno sarà finalizzato soprattutto a promuovere iniziative per il miglioramento amministrativo e per lo sviluppo socio-economico del territorio.

Nel concreto, il nuovo Piano Telematico Regionale si propone di valorizzare e diffondere i risultati dei progetti di ricerca finanziati con il precedente Piano. Questi hanno interessato, e continueranno a farlo, diversi ambiti di frontiera. Tra essi lo sviluppo di sistemi multimediali richiedenti banda larga, la realizzazione di applicazioni per la cosiddetta ambient intelligence, la realizzazione di piattaforme e contenuti per l'e-learning, e ancora la definizione di soluzioni per favorire le organizzazioni a rete e i distretti industriali. Nella loro promozione, sistematically sarà il ricorso a sinergie con le università e gli enti di ricerca e sviluppo attivi nel territorio. Così come altrettanto importanti saranno i rapporti allacciati con quel tessuto imprenditoriale che, assieme agli enti locali del territorio regionale, sarà il principale beneficiario di tali attività.

La programmazione triennale attribuisce inoltre alla Regione Emilia-Romagna un importante compito di facilitazione nei processi di valutazione e adozione dei software open source nelle Pubbliche Amministrazioni locali. Ciò si tradurrà nella realizzazione di studi, in alcuni casi già efficacemente avviati, che permettano di valutare opportunità e criticità correlati all'intrapresa di simili iniziative. In aggiunta, è allo studio l'ipotesi di realizzare una vera e propria repository regionale di programmi e soluzioni open source promossi dagli enti locali e riusabili in altri contesti amministrativi.

2.12 VALUTAZIONE

Infine la messa in pratica degli indirizzi e delle strategie indicati nella programmazione triennale non sarà disgiunta dall'altrettanto importante pratica di valutazione su quanto progressivamente realizzato. La Regione Emilia-Romagna, e con essa gli enti locali impegnati in questa importante operazione di investimento, rinnoverà ed amplierà i propri sforzi in tal senso, sia monitorando costantemente l'avanzamento dei lavori definiti nel nuovo Piano Telematico Regionale, sia promuovendo più ampie e articolate attività di misurazione della società dell'informazione, con una particolare attenzione a quelle di benchmarking.

2.12.1 Monitoraggio

Il monitoraggio interesserà tutte le singole linee d'azione in cui si declina il Piano, e permetterà di tenere costantemente il polso allo stato di avanzamento dei lavori, sia per quanto riguarda gli aspetti di realizzazione, sia dal punto di vista dei risultati e dei ritorni che scaturiranno da essi. La pratica sarà anche funzionale, laddove necessario, a definire eventuali modifiche e aggiustamenti di tiro in corso d'opera.

2.12.2 Benchmarking

Per quanto riguarda gli aspetti di misurazione della società dell'informazione, lo scopo primario è allargare la conoscenza sullo stato dell'arte dell'innovazione digitale nel territorio regionale, permettendo anche di tracciare correlazioni, naturalmente non biunivoche, tra le attività di programmazione fin qui promosse, e il più generale quadro di sviluppo della società dell'informazione. Ciò avverrà anche e soprattutto con una sempre maggiore integrazione tra le varie attività di analisi e indagine finora promosse a livello regionale, e, tra esse, particolare attenzione continuerà a essere dedicata alla pratica del benchmarking. Il punto di "ripartenza", in questo specifico caso, sarà il progetto europeo UNDERSTAND ("European regions UNDER way towards STANDard indicators for benchmarking information society"), co-finanziato dall'Unione europea,

coordinato dalla Regione Emilia-Romagna e promosso in 11 Regioni di 7 Paesi membri dell'Unione. Il progetto ha portato finora alla all'elaborazione di una metodologia di misurazione in quattro ambiti chiave: uso di Internet tra famiglie e imprese, diffusione della banda larga, sviluppo dell'e-government e diffusione dell'innovazione tecnologica presso le imprese. I risultati di tali attività di indagine hanno già permesso di avviare un ulteriore processo di valutazione sulle diverse politiche regionali finalizzate all'innovazione, oltre che scambi di best practices tra le regioni coinvolte. Facendo tesoro di simili, importanti risultati, tali attività di benchmarking non solo proseguiranno nei prossimi anni, ma saranno estese anche ad alcune delle nuove filiere di sviluppo individuate nell'ultimo Piano Telematico Regionale, sanità e istruzione su tutte. Infine, sempre più spesso saranno integrate con le altre iniziative di misurazione della società dell'informazione promosse in Emilia-Romagna.

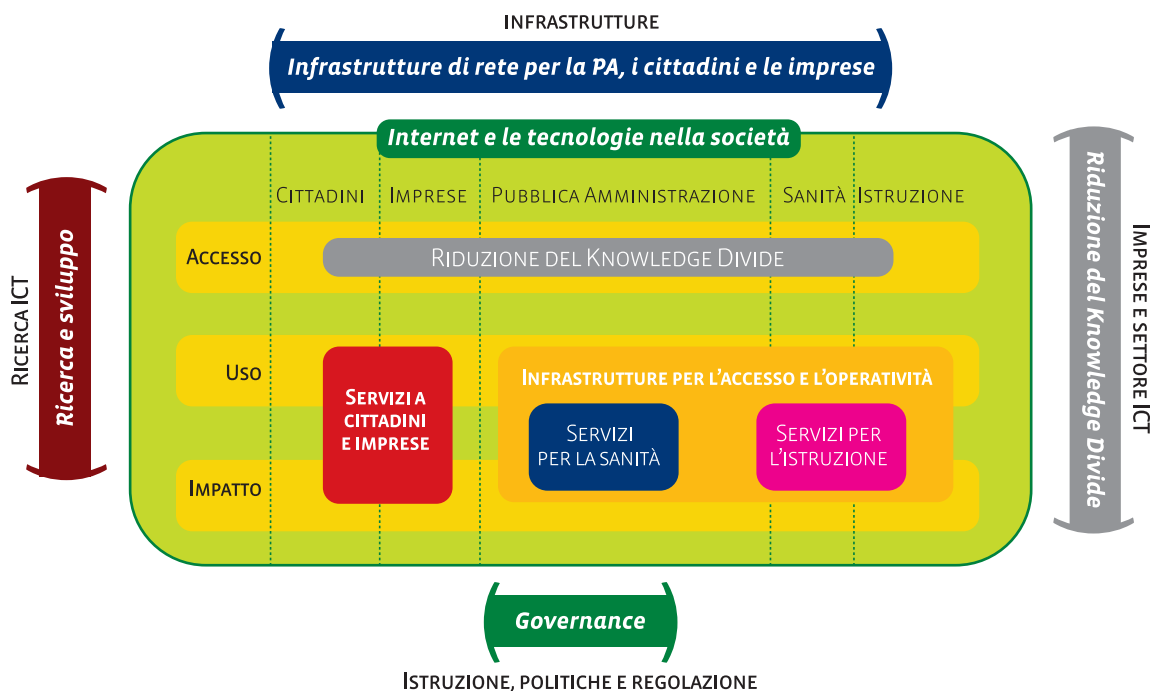
2.13 LA STRADA PER LISBONA IN 20 TAPPE

Logica di sistema, concertazione, investimenti, integrazione tra infrastrutture digitali e servizi, interoperabilità, standardizzazione di qualità, riuso. E ancora servizi digitali, centralità del cittadino, multimodalità, mobilità, convergenza, sanità elettronica, scuole in rete. Ma anche e-adoption, e-learning, ricerca e sviluppo, monitoraggio e benchmarking. Queste, quindi, le principali parole chiave che porteranno, con la realizzazione degli indirizzi e delle strategie indicati nel nuovo Piano Telematico Regionale, alla realizzazione della Community Network delle Pubbliche Amministrazioni dell'Emilia-Romagna. Sarà anche quest'ultima – grazie al suo fondamentale supporto in termini di contrasto al digital e al knowledge divide, e alla creazione delle migliori opportunità per vivere da protagonisti nella società dell'informazione – a permettere ai cittadini, alle imprese e alle associazioni dell'Emilia-Romagna, di procedere con passo spedito sul tanto impegnativo, quando fondamentale percorso che porta a Lisbona.

2.14 IL PITER A COLORI

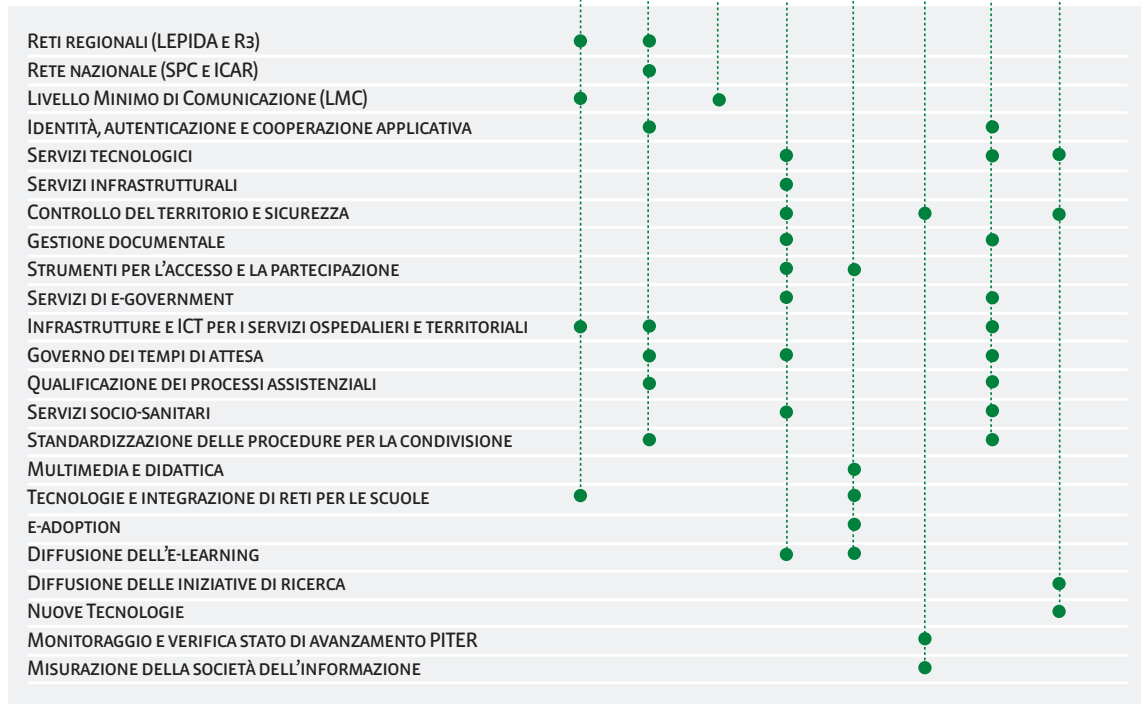
Si riportano di seguito alcuni grafici riassuntivi relativi ad alcuni aspetti del PiTER 2007-2009:

2.14.1 iniziative e parole chiave

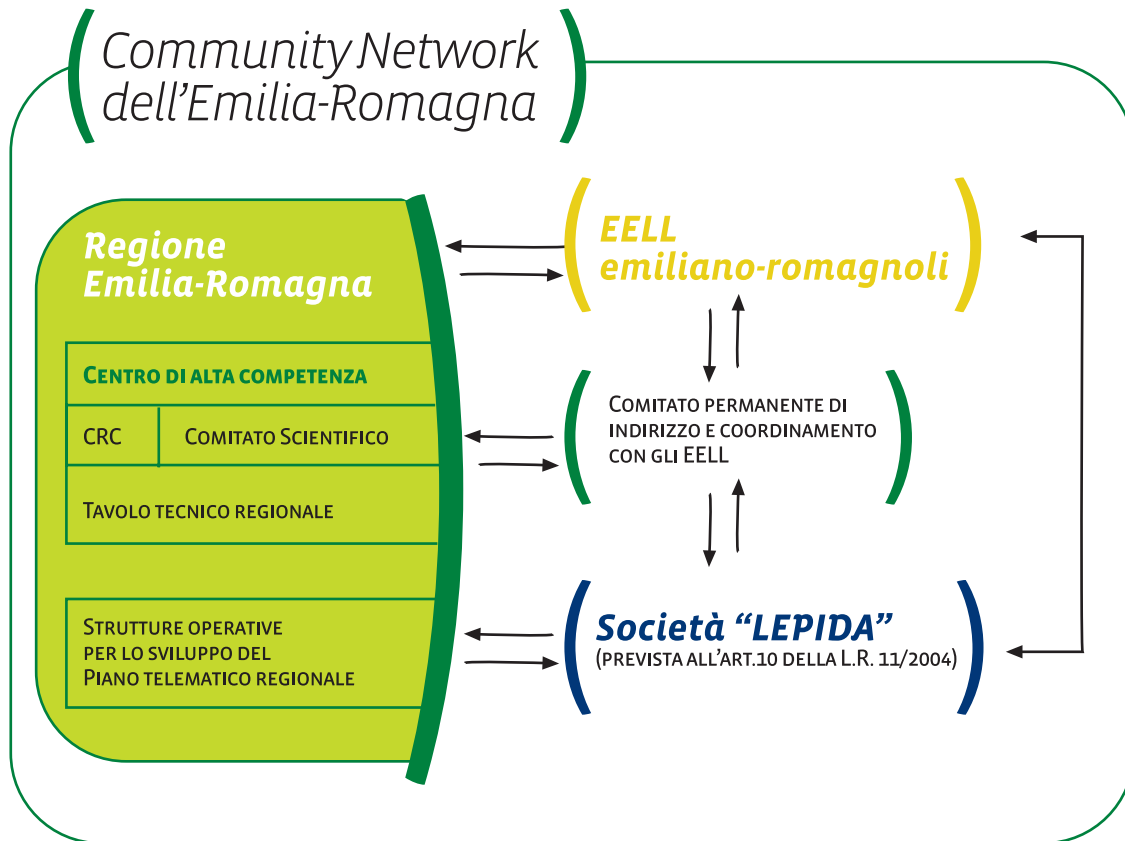


iniziative

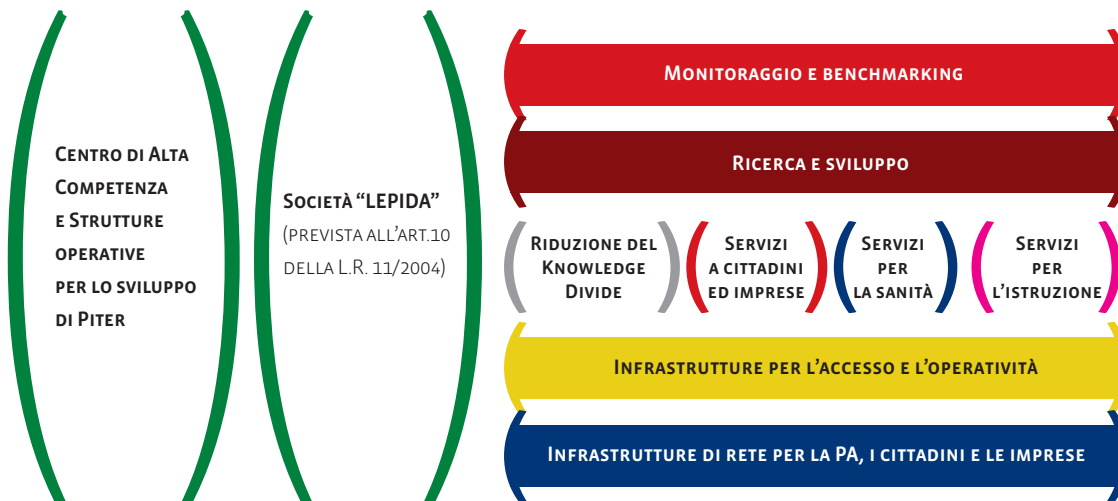
- Ricerca e sviluppo
- Innovazione dei procedimenti
- Monitoraggio
- Knowledge Divide
- Servizi
- Digital Divide
- Interoperabilità
- Infrastrutture



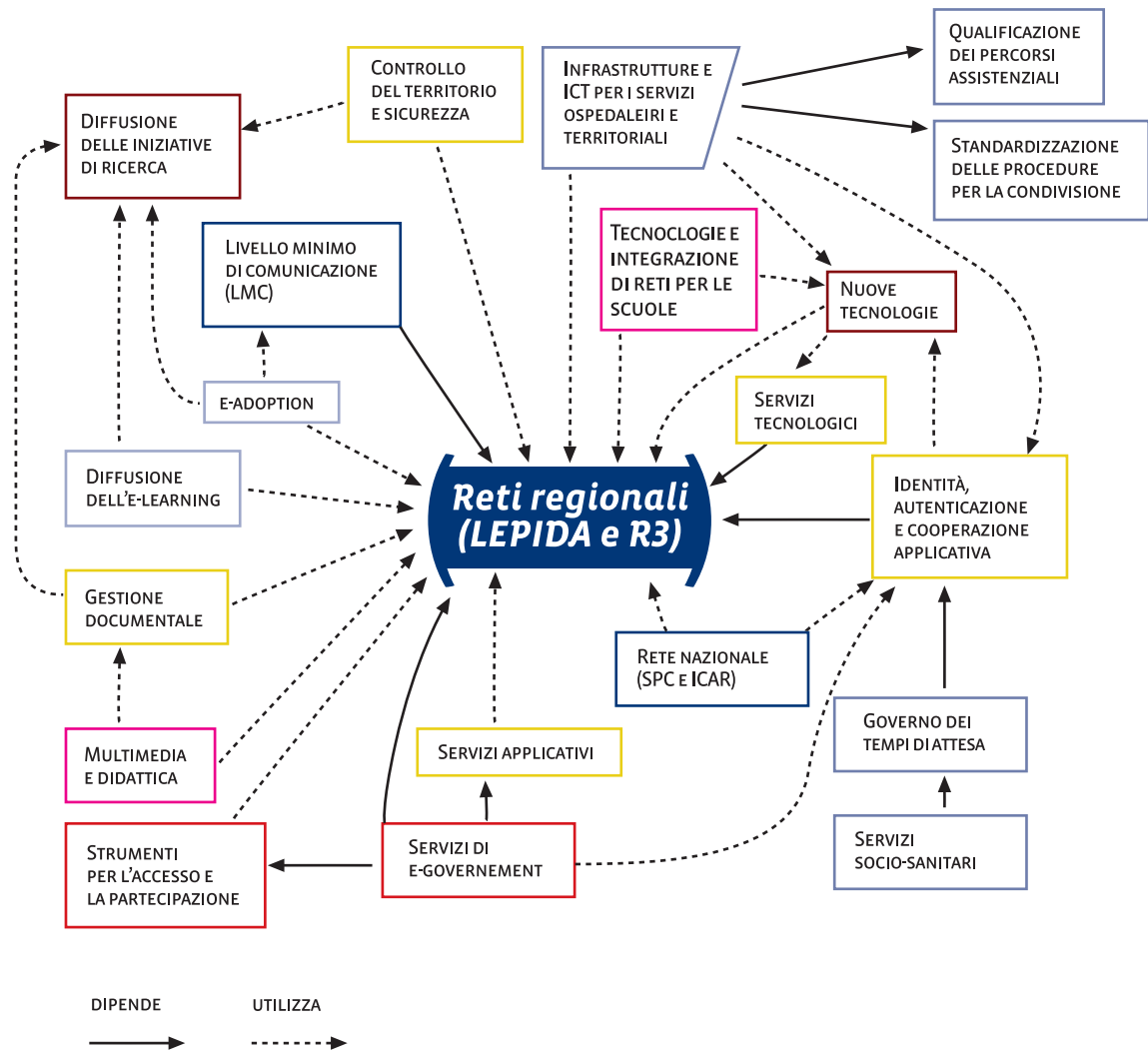
2.14.2 governance



2.14.2 schema logico gestionale



2.14.4 mappa delle relazioni



3. ANALISI DI SCENARIO

Si analizza di seguito, a grandi linee, il contesto all'interno del quale saranno concretamente declinati le strategie e gli indirizzi del PiTER 2007-2009. Nel farlo si distingue tra lo scenario interno, caratterizzato dall'insieme degli enti locali emiliano-romagnoli che costituiscono i destinatari primari del PiTER 2007-2009, e uno scenario esterno, che comprende e contempla l'intero territorio emiliano-romagnolo nel suo insieme, il panorama nazionale e quello continentale, con specifico riferimento, in questi due ultimi casi, al grado di sviluppo della società dell'informazione e dell'innovazione digitale nel settore pubblico.

3.1 SCENARIO INTERNO

3.1.1 Le PA dell'Emilia-Romagna

3.1.1.1 Pubbliche Amministrazioni

(Fonte Portale Statistico regionale, 2007)

Al 31 dicembre 2005, nei 341 Comuni dell'Emilia-Romagna, 220.476 persone erano impiegate nel pubblico impiego (servizio sanitario nazionale; enti pubblici non economici; enti di ricerca; regioni e autonomie locali; ministeri, agenzie, presidenza; aziende autonome; scuola e A.F.A.M.; università; corpi di polizia; forze armate; magistratura; diplomatici e prefetti; agenzie fiscali; presidenza del consiglio). Limitandosi al solo comparto Regione e Autonomie locali, si censivano 42.760 dipendenti, dei quali 3.208 presso la Regione Emilia-Romagna.

3.1.1.2 Società dell'informazione

Facendo riferimento al 2005 e alle indagini di benchmarking "Understand", nelle Pubbliche Amministrazioni emiliano-romagnole si registravano livelli di diffusione e utilizzo delle ICT sostanzialmente in linea con quelli registrati presso le altre regioni e realtà europee coinvolte nel progetto di misurazione comparativa. Una esposizione dettagliata dei principali risultati emersi dall'indagine è riportata negli Allegati finali

3.1.2 La Community Network dell'Emilia-Romagna

La Community Network Emilia-Romagna (CN-ER) è un sistema di servizi, standard e modelli di scambio che permette a tutti gli enti locali del territorio regionale di lavorare assieme per lo sviluppo della società dell'informazione e dei processi di innovazione. Si tratta di un modello interistituzionale concepito e realizzato affinché tutti gli enti possano disporre degli stessi strumenti e opportunità, per sfruttare i vantaggi e le potenzialità che si accompagnano allo sviluppo della società dell'informazione e al dispiegamento dei processi di e-government.

Oltre che per garantire questo fondamentale principio di equità, la Community Network nasce e opera per valorizzare e diffondere le eccellenze e le vocazioni specifiche maturate nei singoli territori.

La Community Network Emilia-Romagna:

- conferma la dimensione di coesione tra gli enti locali raggiunta in Emilia-Romagna, ed è riconosciuta dalle autorità ministeriali come interlocutore primario dello sviluppo del Piano telematico nazionale e del sistema pubblico di connettività;
- valorizza il sistema di accordi e di relazioni derivanti dalle convenzioni stipulate in passato tra le singole Province e i Comuni, le Comunità Montane, le Unioni di Comuni, le Associazioni intercomunali dei rispettivi territori;
- crea i presupposti per la partecipazione congiunta e l'adesione, anche in termini finanziari, alle iniziative e ai progetti definiti nel PiTER 2007-2009 e ai bandi e/o agli avvisi nazionali e comunitari, per progetti di interesse generale e comune.

La convenzione costitutiva della Community Network Emilia-Romagna è stata approvata da tutti gli Enti locali: la Regione, le Province, le Comunità montane e i Comuni, oltre alle loro forme associate. Dalla convenzione derivano specifici accordi attuativi per l'adesione alle singole iniziative di PiTER 2007-2009 e l'adesione a specifici progetti in risposta a bandi o avvisi nazionali e comunitari. Il primo accordo attuativo, per la partecipazione congiunta agli avvisi Ali e Riuso, è stato già approvato dagli Enti e ha previsto la definizione del "Progetto del Sistema a rete regionale".

3.1.3 Il Comitato permanente di indirizzo e coordinamento con gli Enti locali

Il Comitato permanente di indirizzo e coordinamento con gli Enti locali è indicato nella Legge regionale sullo sviluppo della società dell'informazione (L.R. 11/2004), assieme al Comitato scientifico (vedi paragrafo 3.1.6) come sede di supporto per la predisposizione e l'attuazione del Piano Telematico dell'Emilia-Romagna. La composizione del Comitato permanente di indirizzo e coordinamento è deliberata dalla Giunta regionale, previo parere della Conferenza Regione-Autonomie locali ai sensi dell'Art. 30 della legge regionale 21 aprile 1999, n. 3 (Riforma del sistema regionale e locale).

3.1.4 Il Centro di alta competenza

Il Centro di alta competenza ha il compito di supportare lo sviluppo integrato della rete LEPIDA e dei servizi che su di essa sono e saranno implementati, in coordinamento con le strutture tecniche degli enti locali, nonché di ricoprire un ruolo di indirizzo funzionale all'attività della Società Lepida spa (vedi paragrafo successivo). È il momento di integrazione tra il Comitato Scientifico, il Tavolo Tecnico regionale nell'ambito del quale si confrontano i responsabili tecnici di Regione ed enti locali, e il Centro Regionale di Competenza per l'e-government e la società dell'informazione (vedi paragrafi successivi).

3.1.5 La società Lepida spa

“Lepida S.p.A” è il nome della struttura ad esclusivo capitale pubblico istituita dalla Regione Emilia-Romagna. D'ora in avanti dovrà sia coordinare i lavori ancora necessari alla stesura della infrastruttura in tutti i territori dell'Emilia-Romagna, sia garantire la fornitura di tutti quei servizi di connettività, nonché avanzati, necessari per proiettare il territorio regionale nella moderna società dell'informazione. Da un lato, quindi, un lavoro di pianificazione della infrastruttura e di raccordo con gli operatori locali chiamati a realizzarla sul territorio. Dall'altro, oltre ai successivi compiti di manutenzione della rete fisica, l'attivazione di tutti quei servizi e prestazioni – dal semplice collegamento tra gli uffici pubblici, alla fornitura delle prestazioni avanzate di e-government – che renderanno di fatto la rete un animato e fertile crocevia di bit e informazioni, ma soprattutto di collaborazioni e interazioni, tra gli operatori pubblici e i cittadini dell'Emilia-Romagna.

3.1.6 Il Comitato scientifico

Il Comitato scientifico è composto da sette esperti la cui nomina è deliberata dalla Giunta regionale. Ha il compito di supportare la realizzazione e la predisposizione del PITER. Il Comitato è indicato nella Legge regionale sullo sviluppo della società dell'informazione (L.R. 11/2004), assieme al Comitato permanente di indirizzo e coordinamento con gli Enti locali (vedi paragrafo 3.1.3), come sede di supporto per la predisposizione e l'attuazione del Piano Telematico dell'Emilia-Romagna.

3.1.7 Il tavolo tecnico dell'Emilia-Romagna

Il Tavolo tecnico dell'Emilia-Romagna è costituito dai rappresentanti delle Province e dei Comuni capoluogo del territorio regionale e coordinato dalla Regione Emilia-Romagna. Si tratta della sede dove Regione ed enti locali definiscono le strategie, le iniziative e i progetti comuni da sviluppare sul territorio regionale, per implementare l'e-government e favorire lo sviluppo della società dell'informazione.

3.1.8 Il CRC Emilia-Romagna

Il Centro Regionale di Competenza per l'e-government e la società dell'informazione dell'Emilia-Romagna (CRC) è stato istituito nel 2002 dal Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie e la Regione Emilia-Romagna, ed è nato come il braccio operativo del Tavolo Tecnico regionale dell'Emilia-Romagna. La struttura è impegnata a:

- supportare il coordinamento del Piano Telematico Regionale e dei progetti in esso contenuti;
- fornire agli amministratori locali strumenti di conoscenza e comprensione dello sviluppo della Società dell'informazione in regione e di supporto alla definizione delle politiche;
- sviluppare attività di informazione, promozione e formazione sulle tematiche relative all'innovazione digitale e allo sviluppo della società dell'informazione.

Più in generale, il CRC Emilia-Romagna ha il compito di favorire la massima armonizzazione delle politiche nazionali in materia di e-government con quelle territoriali.

3.2 SCENARIO ESTERNO

3.2.1 La Regione Emilia-Romagna

3.2.1.1 Profilo socio-economico-produttivo

(Fonte Istat, 2007)

Al 31 dicembre 2006, la popolazione residente in Emilia-Romagna risultava essere di 4.223.264 residenti, dei quali 2.167.358 donne e 1.745.994 uomini.

1.844.228 le famiglie censite alla stessa data, con una media di componenti per nucleo familiare pari a 2,3.

La percentuale di stranieri residenti nel territorio regionale si attestava al 7,5%.

Per quanto riguarda le fasce d'età, si contavano 533.637 residenti di età compresa tra gli 0 e i 14 anni (12,6%), 2.727.625 residenti di età compresa tra i 15 e i 64 anni (64,6%), e 961.323 residenti con più di 65 anni (22,7%).

Relativamente al disagio fisico, che comprende il problema della disabilità, in Emilia-Romagna si stima che i disabili siano circa 190 mila.

Riguardo all'istruzione secondaria superiore, l'Emilia-Romagna presenta un tasso di scolarità (rapporto tra il totale degli iscritti alle scuole superiori e la popolazione residente tra i 14 ed i 18 anni) particolarmente elevato e pari al 93%.

Gli indicatori economici dell'Emilia-Romagna rappresentano una realtà economica vitale e una tra le regioni meglio posizionate in Italia per reddito, consumo pro capite e indici occupazionali. Nel 2006 la regione esprimeva un PIL complessivo pari 127.795 milioni di euro, pari a circa 30.626 euro per abitante, numerosi punti percentuali in più rispetto alla media nazionale (le ultime comparazioni valide attestavano una differenza a favore della Emilia-Romagna del 26%).

A livello lavorativo, a fine 2006 si registravano un tasso di attività media del 52,7% (al 44,2% quella femminile) e un tasso di disoccupazione media del 3,4%.

379.044 le imprese censite a fine 2006 nel territorio regionale. Di esse, la grandissima maggioranza, il 94,2%, è di medio-piccole dimensioni, contando un massimo di 10 dipendenti. Un aspetto fondamentale della competitività regionale è legato alla capacità di innovazione tecnologica e produttiva.

3.2.1.2 Società dell'informazione

(Fonte: "Benchmarking della società dell'informazione in Emilia-Romagna. Primo rapporto 2007: offerta e domanda di servizi di e-government in Emilia-Romagna. Anno di riferimento 2006" - DG Organizzazione Personale Sistemi Informativi e Telematici)

Nel 2006, il 47,20% delle famiglie emiliano-romagnole disponeva di un personal computer, il 38,14% di una connessione a Internet e il 16,36% di una connessione in banda larga.

In totale, il 44,6% degli emiliano-romagnoli con più di due anni usavano il personal computer (53,42% tra i 3 e i 13 anni; 83,14% tra i 14 e i 24; 64,4% tra i 25 e i 44; 39,83% tra i 45 e i 64; 4,35% oltre i 65). Per quanto riguarda i generi, il pc era usato dal 49,1% degli uomini e dal 40,41% delle donne.

Il 38,19% degli emiliano-romagnoli con più di 5 anni usava internet (33,68% tra i 3 e i 13 anni; 76,06% tra i 14 e i 24; 57,91% tra i 25 e i 44; 33,82% tra i 45 e i 64; 2,45% oltre i 65). Per quanto riguarda i generi, internet era usato dal 43,43% degli uomini e dal 33,25% delle donne.

Altri dati, ricavati dalla stessa indagine, sono riportati negli Allegati finali.

3.2.2 La società dell'informazione in Italia

3.2.2.1 Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui

(fonte Istat 2007, tratto dal sito "I numeri dell'Innovazione")

In Italia, i beni tecnologici più diffusi sono la televisione, presente nel 95,9% delle famiglie e il cellulare (85,5%). Seguono il videoregistratore (62%), il lettore DVD (56,7%), il personal computer (47,8%) e l'accesso ad Internet (38,8%). Tra i beni tecnologici presenti nelle famiglie hanno un certo rilievo anche l'antenna parabolica (28,6%), la videocamera (26,1%), il decoder digitale terrestre (19,3%) e la consolle per videogiochi (17,5%). Rispetto al 2006 aumenta soprattutto il possesso del lettore DVD (dal 51,7% al 56,7%) a discapito del videoregistratore, tecnologia in continuo calo (dal 64,3% al 62%) e destinata nei prossimi anni ad essere sostituita dal più moderno e versatile lettore DVD. In aumento anche la quota di famiglie che possiedono il decoder digitale terrestre (dal 15,5% al 19,3%), il cellulare (dall'82,3 all'85,5%), l'antenna parabolica (dal 25,6% al 28,6%) e il personal computer (dal 46,1% al 47,8%). L'accesso ad Internet passa dal 35,6% al 38,8% e migliora anche la qualità della connessione usata per accedervi da casa: diminuisce, infatti, la quota di connessioni a banda stretta tramite linea telefonica tradizionale o linea telefonica Isdn, che passa dal 18,7% al 14,7%, e aumenta, invece, la quota di famiglie con connessione a banda larga (linea telefonica ADSL o altro tipo di connessione a banda larga), che passa dal 14,4% al 22,6%.

Per maggiori info:

www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20080116_00/testointegrale20080116.pdf

3.2.2.2 Cittadini e PA nell'era della comunicazione digitale

(fonte: Nielsen Netratings 2007, tratto dal sito www.forumpa.it)

La Ricerca "Il rapporto tra la Pubblica amministrazione e il cittadino nell'era della comunicazione digitale", indaga diversi aspetti e dimensioni attinenti al rapporto di comunicazione tra cittadino e PA, riportando i dati relativi. Lo scenario di riferimento è quello internazionale, con un'attenzione particolare alla situazione italiana. Le dimensioni indagate sono le seguenti:

- l'Internet italiano: circa 9,7 milioni di famiglie italiane hanno un accesso ad Internet da casa tramite PC, con 38 sessioni di navigazione web per persona al mese, 18 ore e 25 minuti e un universo di navigatori attivi nel mese di marzo 2007 pari a 20,749,404. In continua crescita i navigatori da ufficio; studenti e impiegati i navigatori più attivi;
- lo scenario media: l'incidenza della PA sul totale degli investimenti pubblicitari netti è dello 0,6%, con una percentuale dello 0,5% su Internet, in crescita del 9,4% nel 2006 rispetto al 2005. Ministeri e Regioni sono i Top spender on line, con al primo posto il Ministero del lavoro e della previdenza sociale. I valori di investimento più alti su periodici (1,1%) e affissioni (1,0%);
- il cittadino e la PA on line: a marzo 2007 i siti della PA superano i 10 milioni di visitatori, con una crescita del

7% contro il 4% della Rete. La sottocategoria Government interessa 10,4 milioni di utenti, ovvero il 50% degli internauti. Il profilo socio demografico predominante dei navigatori dei siti di Government: maschio 25-49, Impiegato, Insegnante, Libero professionista, di cultura media superiore. Il sito del Ministero della Pubblica Istruzione è il più visitato. Il 60% degli utilizzatori dei siti della PA si dichiara soddisfatto, il restante 40% lamenta difficoltà di reperimento delle informazioni e scarsa fruibilità dei siti per impostazione e linguaggio; - verso una rete "partecipativa": il web 2.0 appare un patrimonio enorme per la comunicazione della PA italiana, un terreno ricco di opportunità. Ai primi posti figurano Portal communities, Giant e Blogging/Diari in rete.

conclusioni:

- la rivoluzione dei media digitali e lo sviluppo di Internet rappresentano un'opportunità enorme per la PA italiana;
- lo scenario italiano presenta:
- buona penetrazione dei new media;
- sorprendente ed elevata predisposizione del cittadino a cercare on line tematiche relative alla PA;
- un controverso e ancora critico rapporto tra domanda e offerta di servizi on line;
- la sfida per la PA è capitalizzare tale elevata propensione e attenzione del cittadino:
- eccellendo in tutte le componenti della filiera della comunicazione, dalla qualità dei siti allo sviluppo della creatività comunicativa on line;
- sviluppando curve di esperienza e modelli condivisi;
- non avendo paura dei piccoli numeri e di parlare a segmenti della popolazione;
- aprendosi progressivamente con trasparenza e credibilità alla rivoluzione del web 2.0

Per maggiori info: www.forumpa.it/archivio/4000/4100/4170/4172/google_nielsen.pdf

3.2.2.3 Informatizzazione delle PA centrali

(fonte CNIPA, 2007, tratto dal sito "I numeri dell'Innovazione")

Il Rapporto sullo stato dell'informatizzazione della pubblica amministrazione centrale presentato dal CNIPA fa rilevare progressi, nell'ambito sia dei servizi erogati, sia della crescita delle infrastrutture, nonostante un'ulteriore riduzione, rispetto al 2005, della spesa per beni e servizi ICT. Per quanto riguarda i servizi a cittadini e imprese, il numero dei servizi disponibili in rete cresce dell'11%, con un totale di 260 milioni di transazioni effettuate on line nel 2006. Alla quasi totalità dei servizi che richiedono l'autenticazione dell'utente, si accede ancora con procedure di identificazione tradizionali; solo il 2% prevede l'utilizzo di carte personali.

Relativamente ai sistemi contabili, sono ampiamente diffuse nelle amministrazioni centrali dello Stato, con un alto grado di standardizzazione e qualità funzionale, le procedure relative alla contabilità finanziaria (SICOGE) e ai sistemi di pagamento (SIPA). Invece, i sistemi informativi per la contabilità economica, la contabilità analitica e il controllo di gestione sono ancora poco diffusi. Anche i sistemi per la gestione del personale riguardano per lo più il trattamento economico e la gestione amministrativa. Va però rilevata l'introduzione su vasta scala del cosiddetto cedolino elettronico: attualmente oltre un milione, in maggior parte nel mondo della scuola. Continua a crescere l'utilizzo della posta elettronica, sia come numero di utenti sia come messaggi scambiati; ma il fenomeno nuovo del 2006 è l'avvio della PEC, la posta elettronica certificata. Alla fine del 2006 erano stati abilitati 15 fornitori di servizi di Posta Elettronica Certificata e il numero delle caselle postali era stimato in 200 mila, di cui 20 mila intestate a uffici pubblici. Per quanto riguarda la firma digitale, a fine 2006 risultavano distribuiti in Italia oltre tre milioni di dispositivi, soprattutto presso le imprese per i loro rapporti con le Camere di Commercio. L'incremento rispetto all'anno precedente supera il 30%.

L'infrastruttura tecnologica - intesa come numero, localizzazione e dimensione dei centri di elaborazione dati - è rimasta sostanzialmente invariata, mentre un importante cambiamento è avvenuto nelle infrastrutture di rete. Le postazioni di lavoro complessive ammontano a 552 mila, con un incremento del 3% rispetto al 2005. Risulta così coperta la quasi totalità dei dipendenti pubblici delle amministrazioni centrali, che ne hanno esigenza. Quattro postazioni di lavoro su cinque sono collegate in rete locale, due su tre in rete geografica con connessioni in banda larga a Internet. Il numero degli addetti ICT rimane praticamente invariato rispetto al 2005. La conoscenza effettiva degli strumenti informatici di base da parte dei dipendenti risulta, invece, maggiormente diffusa, anche se formalmente non certificata. Molte amministrazioni continuano a soffrire di carenze di personale informatico capace di indirizzare, governare e controllare gli interventi sui sistemi informativi e di raccorderli con le trasformazioni organizzative. A tale carenza di addetti ICT le amministrazioni suppliscono con l'acquisizione di risorse professionali dall'esterno.

Nel 2006 la spesa per l'acquisto di beni e servizi informatici da parte delle PA centrali è diminuita del 5%. Infine, alla potenziale ricchezza di dati in rete offerta dalla PA - oltre 1.000 siti per le sole amministrazioni centrali - non sempre corrisponde una qualità adeguata delle informazioni in termini di chiarezza espositiva, facilità di accesso e frequenza di aggiornamento.

Per maggiori info: www.cnipa.gov.it/site/_files/cnipa_relazo6_v2.pdf

3.2.2.4 Informatizzazione nelle PA locali

(fonte, Assinform 2007, tratto dal sito "I numeri dell'Innovazione")

Con 1.380 milioni di euro raggiunti nel 2006, la spesa in informatica delle amministrazioni locali è risultata complessivamente in crescita rispetto all'anno precedente. Tuttavia la domanda è stata troppo concentrata su stessa. Da una parte, infatti, le amministrazioni hanno teso a privilegiare interventi sulle funzioni interne: gestione del personale, contabilità, tributi, mentre è stato trascurato l'ammodernamento tecnologico delle funzioni che hanno impatto diretto sui cittadini e sullo sviluppo locale, quali ad esempio la sanità e i centri di prenotazione dei servizi sanitari per le Regioni, la gestione dei catasti e le relazioni con il pubblico per i Comuni.

- Trend e destinazione della spesa in informatica della Pal: il trend di spesa It della Pal sale complessivamente nel 2006 del 2,9%, raggiungendo un volume totale (enti locali + ASL e utilities) pari a 1.383 milioni di euro. Ma è un trend in rallentamento rispetto all'anno precedente, quando la crescita è stata del 3,4%. In dettaglio si vede che, in realtà, cala la spesa di Comuni (-3,2%), Province (-2,1%) e Comunità montane (-2,3%), mentre l'unica a crescere è la spesa delle Regioni, con un trend annuo del 6,5%, quasi doppio rispetto al 2005. Considerando solo gli Enti locali, si evidenzia come le Regioni rappresentino il maggior centro di spesa in informatica con 421,7 milioni di euro, equivalente a oltre un terzo della spesa degli enti. Le ragioni di tale andamento risiedono nel ruolo assunto dall'ente regionale come soggetto coordinatore di tutte le realtà locali e interlocutore privilegiato della PA centrale, nonché diretto beneficiario dei finanziamenti statali ed europei di cui dovrebbero poi beneficiarne anche gli altri enti locali.

- I risultati del processo di informatizzazione per tipologia di enti: a livello generale si riscontra una buona copertura informatica per le funzioni interne (back-end), mentre appare ancora assai carente sul fronte dei servizi diretti al cittadino e all'impresa (front-end). Fatti salvi i servizi anagrafici dei Comuni, questa situazione è riscontrabile, pur se in diversa misura, a tutti i livelli dell'organizzazione pubblica.

Per le Regioni la copertura informatica del 100% riguarda solo funzioni di back end quali la contabilità e bilancio, amministrazione del personale; scende all'80%, per la gestione delibere e del patrimonio e non supera il 67% per funzioni essenziali come il controllo di gestione, la contabilità dei lavori pubblici e progetti. Sul fronte dei servizi diretti ai cittadini e alle imprese, a parte l'eccezione riscontrabile nell'area dei Suap (Sportello unico attività produttive), coperta nell'80% dei casi, è sotto le aspettative la copertura di aree critiche, per altro di esclusiva pertinenza regionale, come la gestione sanitaria (60%) e il Cup (47%); così come anche quelle riguardanti l'ammodernamento dei processi, quali l'archiviazione elettronica dei documenti, coperta in meno della metà dei casi.

Dall'analisi delle applicazioni presso i Comuni, si nota una copertura informatica elevata, oltre il 91%, per i servizi anagrafici, ma per il resto si conferma la tendenza a privilegiare l'informatizzazione delle funzioni di back end, come la gestione contabilità (87,2%) gestione tributi (83%), paghe e stipendi. Ma più ancora che nelle regioni, e per effetto del gran numero di piccoli comuni, resta nella maggior parte dei casi irrisolta la copertura informatica delle aree più critiche e innovative: contabilità lavori pubblici (40,7% dei casi coperti), gestione del territorio e catasto (39%) gestione procedimenti (32%) gestione acquisti (17,9%), Suap (17,6%), Urp (10,9%).

Analoga sotto il profilo strutturale, anche se con un grado di copertura più vicino a quello delle regioni, la situazione riscontrabile nelle Province, ove il grado di copertura superiore al 90% dei casi è riscontrabile solo per l'amministrazione del personale e la contabilità economico-finanziaria.

Un dato appare evidente per tutti gli enti locali: il mancato o quanto meno deludente decollo delle iniziative per l'e-government successive al 2003. Solo il 29,3% dei Comuni, il 16,7% delle Province, il 25,9% delle Comunità montane e il 7,1% delle regioni tra quelle che hanno partecipato ai bandi hanno dichiarato di aver concluso entro il 2006 i progetti finanziati, mentre è risultata molto elevata la percentuale di enti (es. 33,3% delle province) che hanno dichiarato di aver abbandonato o sospeso i progetti a causa del blocco dei finanziamenti.

La spesa aggregata Ict (informatica + telecomunicazioni): la dinamica di spesa aggregata Ict della PA locale appare sempre più lenta in rapporto alle dinamiche di mercato. La spesa aggregata in informatica e telecomunicazioni è infatti passata da tassi di crescita superiori a quelli del mercato nazionale, a tassi inferiori. Nel 2004 è risultata pari a 1.330 milioni e in crescita dell'1,9% (contro il +1,5% del mercato nazionale); nel 2005 pari a 1.354 milioni e in crescita dell'1,8% (contro il 2,3% del mercato nazionale); nel 2006 pari a 1.368 milioni e in crescita dell'1% (contro il +2% del mercato nazionale).

L'informatizzazione nella PA locale per tipologia tecnologica: buona la connettività di rete negli Enti di medie e grandi dimensioni, ma ancora molto carente nei piccoli Comuni e Comunità Montane. La copertura di Internet è quasi totale. Esistono tuttavia realtà in cui la quota di PC connessi a Internet scende sotto il 50%: 8,3% dei Comuni e 13,4% delle Province. Si tratta di quote non trascurabili, che vanno ad aggiungersi al 26,7% di Regioni che dichiarano tra il 25% e il 50% di PC non connessi a Internet, giustificato dalla presenza di personale che non svolge mansioni che richiedono l'utilizzo di un PC. Il fenomeno è più marcato tra le Regioni del Sud e le Isole. Interessante è anche la rilevazione del tipo di connessione, che vede Regioni, Province, Comunità Montane e grandi Comuni utilizzare nel 60-70% dei casi collegamenti ad alta velocità (Fibra ottica, ADSL, HDSL, ecc.), mentre ancora una volta emergono le difficoltà dei piccoli Comuni, con quasi il 40% di essi ancora con-

nessi in modalità ISDN e il 6,5% con un semplice modem. Diffusione crescente anche se lenta dei collegamenti alle RUPAR (Reti Unitarie della Pubblica Amministrazione Regionale), che toccano il 38% dei Comuni, il 66,7% delle Province, il 57,4% delle Comunità Montane, il 93,3% delle Regioni; ma soprattutto per servizi di connettività e trasporto dati, mentre servizi più evoluti, quali interoperabilità di base e servizi di firma digitale o di supporto, sono ancora poco diffusi. Fanno eccezione in questo quadro le Province, che più di tutti gli altri Enti utilizzano la RUPAR anche per servizi avanzati.

Avvio della penetrazione dei servizi di comunicazione voce via Internet (VOIP). Il 93,3% delle Regioni, il 71,4% delle Province, il 53,9% delle Comunità Montane utilizzano o prevedono di introdurre il VoIP, contro il 29,2% dei Comuni. Il risparmio sui costi è all'origine della popolarità di tale tecnologia.

Modesto sviluppo dei portali dedicati ai rapporti con i cittadini. Fatta eccezione per le Regioni, ove la disponibilità di portali di servizio propriamente detti è relativamente elevata (80% dei casi), il quadro è ancora al di sotto delle aspettative. Una buona copertura interessa infatti solo il 53,3% delle Province e il 18% dei Comuni. Inoltre sono ancora pochi gli Enti che mettono a disposizione dei cittadini veri servizi interattivi, e cioè servizi che consentono a cittadini e imprese di effettuare transazioni on line. Solo il 15% fra i Comuni dotati di portale hanno a disposizione più del 20% dei servizi con un grado avanzato di interattività, e lo stesso vale in maniera sostanzialmente analoga per Province e Regioni.

Necessità di incrementare le competenze IT. La mancanza di competenze è ancora un problema sentito all'interno delle Amministrazioni, con l'83% delle Comunità Montane che ammette l'esistenza di gap nelle competenze informatiche, seguite da Regioni (73,3%), Province (73,3%) e Comuni (60,2%). Più significativo ancora è il fatto che il gap di competenze non è avvertito solo per l'utilizzo di applicazioni specializzate (con punte del 90% nelle Regioni e del 69% nei Comuni), ma anche e in buona parte per l'utilizzo corrente dei più comuni strumenti informatici di base (PC e strumenti di produttività individuale). E infatti questo problema è avvertito addirittura nel 72,7% delle Regioni, nel 63,6% delle Province, nel 58,1% delle Comunità montane e nel 48,4% dei Comuni.

Per maggiori info: <http://paolosub.files.wordpress.com/2007/04/assinformpalocale2006.ppt>

3.3 L'E-GOVERNMENT IN EUROPA

(fonte Capgemini 2007)

Il 7° Rapporto Annuale Capgemini sull'e-Government mostra un significativo passo avanti nel raggiungimento degli obiettivi previsti dall'e-Government "i2010", il programma nato per migliorare la disponibilità dei servizi on line delle amministrazioni pubbliche. Si registra infatti un forte aumento della disponibilità di servizi pubblici completamente on-line (fully available on-line), passati dal 50% del 2006 al 58% nel 2007, ma soprattutto della qualità dei servizi messi a disposizione dei cittadini.

Il Rapporto rappresenta per la Commissione europea lo strumento di monitoraggio sull'attuazione del programma "i2010: una società europea dell'informazione per la crescita e l'occupazione", lanciato il 1° giugno 2005 per affrontare le principali sfide e cambiamenti nella società dell'informazione e dei media entro il 2010. Lo studio è stato realizzato analizzando più di 5.000 enti pubblici di 31 Paesi, ossia i 27 Stati membri dell'Unione europea con l'aggiunta di Islanda, Norvegia, Svizzera e Turchia. Ad oggi, tutti gli Stati presenti nello studio hanno migliorato sia la disponibilità dei servizi pubblici on-line sia il livello di sofisticazione dei servizi a cui imprese e cittadini possono accedere via web.

In particolare, l'Austria risulta il Paese più avanzato in termini di accessibilità ai servizi di e-government, raggiungendo il 100% di adesione ai criteri previsti dalla Commissione Europea sui 20 servizi rilevati. Anche altri Paesi stanno registrando una rapida crescita nelle procedure di adeguamento agli standard UE. Fra questi emerge il Portogallo, che ha raggiunto gli standard di Malta, Estonia e Slovenia.

Nonostante uno scenario positivo, rimane tuttavia un gap del 20% tra i servizi completamente disponibili on-line per i cittadini (50%) e quelli disponibili per le imprese (70%).

Di rilievo anche la differenza registrata, pari al 90%, tra il Paese leader, l'Austria, e le Nazioni ultime in classifica. Riconoscendo i progressi nell'erogazione dei servizi on-line, nell'edizione 2007 del Rendiconto è stato inserito un pacchetto di rilevazioni incentrato sull'utente, per valutare sicurezza dei dati, l'accesso multicanale, la facilità di immissione dei dati e la conformità agli standard di accessibilità: il 24% dei siti Internet valutati forniscono canali di accesso alternativi (call center, cellulari, cabine telefoniche, televisione digitale), dimostrando un vero e proprio progresso nell'offrire ai clienti alternative differenti. Sebbene siano state attuate politiche europee di identificazione elettronica, soltanto il 27% dei siti web dell'Unione ne è dotato e solamente il 5% dei siti web è conforme agli standard di accessibilità internazionali.

Riscontri più positivi riguardano la valutazione dei portali nazionali che rendono disponibili in media il 75% dei 20 servizi rilevati. La piena fruibilità su Internet dei servizi governativi non è dunque più un sogno.

L'Italia ha compiuto notevoli progressi rispetto allo scorso anno, con un punteggio pari al 79% per il livello di sofisticazione complessiva ed un miglioramento della disponibilità completa on-line che passa dal 58% al 70%. Riguardo alla centralità dell'utente, l'Italia ottiene un punteggio pari al 20%, sullo stesso piano della media dei 27 Stati membri (19%).

Per maggiori info:

www.capgemini.com/resources/thought_leadership/benchmarking_the_supply_of_online_public_services

4. CONTESTO COMUNICATIVO

In questa sezione si sottolinea la necessità di effettuare analisi sulle abitudini comunicative e di acquisizione presso gli enti locali e gli amministrazioni dell'Emilia-Romagna e, più in generale, sui consumi mediatici delle popolazioni dell'Emilia-Romagna. A ciò si aggiunge l'elencazione dei principali strumenti di comunicazione finora utilizzati dalla Regione Emilia-Romagna, per promuovere i programmi e le iniziative in materia di promozione dell'innovazione e sviluppo della società dell'informazione.

4.1 I CONSUMI MEDIATICI IN EMILIA-ROMAGNA (PA E TERRITORIO)

4.1.1 I consumi mediatici e le strategie di acquisizione dell'informazione nelle PA dell'Emilia-Romagna

Come anticipato nella definizione degli obiettivi generali di questo piano di comunicazione, il PiTER 2007-2009, i suoi presupposti, strategie, azioni e risultati, dovranno essere prima di tutto comunicati alle amministrazioni locali che rappresentano di fatto i primi destinatari di questa politica di programmazione. Perché ciò possa avvenire nel migliore dei modi, si ritiene utile intraprendere attività analitiche e di indagine che permettano di definire con un minimo di chiarezza in che modo all'interno degli enti locali emiliano-romagnoli si è soliti informarsi sulle politiche amministrative. Evidenziando la necessità di simili attività di indagine, si auspica anche che parte di esse possa essere dedicata a se e come i pubblici primari del PiTER 2007-2009 si rapportino con gli strumenti di comunicazione sulle tematiche dell'innovazione e della società dell'informazione di cui dispone la Regione Emilia-Romagna (vedi paragrafo 4.2). Avere informazioni in tal senso permetterebbe di capire se e quanto questi strumenti sono efficaci, e sarebbe di notevole supporto per il ridisegno di questo specifico sistema di comunicazione.

4.1.2 I consumi mediatici in Emilia-Romagna

Nel 2010, come già accennato in apertura di questo documento, la Regione Emilia-Romagna sarà chiamata a comunicare ai cittadini, tra le altre cose, i risultati degli ultimi 5 anni di programmazione e investimento in materia di innovazione e promozione della società dell'informazione. Per farlo in modo ottimale, sarebbe auspicabile disporre di un minimo di conoscenze relative a come i cittadini emiliano-romagnoli, ma anche altri tipi di pubblici finali (imprese, categorie, associazioni, ecc.), sono soliti informarsi sui temi di attualità e, più nello specifico, sulle questioni di interesse pubblico. Per questo motivo, tenendo conto del fatto che l'ultimo studio su scala regionale sulla "dieta mediatica" dei cittadini emiliano-romagnoli è datato 2004, e dando per scontato che 6 anni nella società dell'informazione sono un lasso di tempo enorme, si spera che nel prossimo futuro possano essere realizzate specifiche indagini in tal senso. Questo auspicio è inoltre rafforzato dalla constatazione che nell'ambito del sistema a rete regionale dell'Emilia-Romagna, la Community Network del territorio regionale sarà anche chiamata, tra la fine del 2008 e il 2009, alla realizzazione di una campagna di comunicazione sui servizi di e-government. Tenendo conto di ciò, la speranza è che parte del lavoro di preparazione della campagna svolto in seno alla Community Network possa essere finalizzato proprio alla realizzazione di indagini sui consumi e le abitudini mediatiche nei territori dell'Emilia-Romagna. Stanti queste premesse, si riportano di seguito due tabelle, ricavate dalle indagini Multiscopo Istat del 2007, che forniscono alcune indicazioni sui consumi mediatici e di intrattenimento registrati in Emilia-Romagna.

TAVOLA 18.2 - PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ CHE GUARDANO LA TELEVISIONE E ASCOLTANO LA RADIO E PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE LEGGONO QUOTIDIANI O HANNO LETTO LIBRI NEGLI ULTIMI 12 MESI PER REGIONE, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E TIPO DI COMUNE - ANNO 2006

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE TIPI DI COMUNE	GUARDANO LA TV (A)	DI CUI QUALCHE GIORNO (B)	ASCOLTANO LA RADIO (A)	DI CUI TUTTI I GIORNI (B)	LEGGONO QUO- TIDIANI ALMENO UNA VOLTA ALLA SETTIMANA (C)	DI CUI 5 VOLTE E PIÙ (D)	LEGGONO LIBRI (C) (E)	DA 1 A 3 LIBRI (D)	12 E PIÙ LIBRI (D)
Piemonte	93,2	8,6	65,9	63,0	64,0	38,4	48,9	47,8	11,8
Valle d'Aosta - Vallée d'Aoste	94,3	8,4	65,1	68,4	68,2	43,9	51,7	37,2	16,1
Lombardia	94,2	9,8	67,0	63,4	65,0	43,7	54,0	39,3	16,6
Trentino-Alto Adige	93,4	13,6	74,9	68,3	73,2	50,9	56,4	37,1	19,3
Bolzano - Bozen	95,3	15,8	81,7	73,0	78,8	57,4	58,3	36,7	20,3
Trento	91,5	11,5	68,4	62,9	67,9	43,7	54,6	37,5	18,4
Veneto	94,3	9,9	66,5	62,7	63,4	39,7	51,5	44,3	14,7
Friuli-Venezia Giulia	91,0	9,2	63,6	66,3	66,4	51,2	52,0	42,1	17,2
Liguria	94,0	9,9	54,5	62,5	67,9	45,7	51,9	37,2	17,1
Emilia-Romagna	94,8	8,2	60,6	62,8	68,4	46,7	50,0	42,9	16,1
Toscana	95,6	8,0	60,0	57,2	65,6	42,9	50,4	46,2	12,3
Umbria	96,1	7,6	61,0	56,0	56,6	35,5	44,3	52,4	9,4
Marche	94,4	6,9	59,1	62,4	54,5	37,2	42,2	48,7	12,3
Lazio	91,9	8,0	63,3	62,6	59,9	41,9	45,1	46,2	12,6
Abruzzo	95,9	6,2	59,0	58,8	51,2	34,8	36,0	60,9	7,2
Molise	95,8	5,7	60,4	55,5	46,3	28,0	36,6	58,4	7,4
Campania	94,3	6,6	60,1	55,0	43,3	29,7	30,2	58,2	7,9
Puglia	95,2	7,0	60,8	58,2	48,8	31,2	34,8	60,7	5,6
Basilicata	95,9	5,8	60,6	55,9	42,3	32,3	35,7	55,1	9,1
Calabria	93,6	6,2	60,7	55,7	47,0	29,1	30,5	62,1	7,0
Sicilia	95,0	5,9	62,5	59,8	44,9	35,3	30,3	59,7	7,9
Sardegna	93,1	7,1	63,9	60,8	67,8	49,0	43,1	50,5	12,6
Nord-ovest	93,9	9,5	65,4	63,2	65,0	42,5	52,3	41,3	15,4
Nord-est	94,1	9,5	64,7	63,7	66,5	44,8	51,4	42,8	16,0
Centro	93,7	7,8	61,5	60,4	60,7	41,2	46,3	47,0	12,2
Sud	94,7	6,6	60,3	56,4	46,2	30,7	32,5	59,7	7,0
Isole	94,5	6,2	62,8	60,0	50,6	39,9	33,5	56,8	9,4
Comune centro dell'area metropolitana	92,8	10,4	63,1	63,5	65,0	47,3	51,8	39,0	17,6
Periferia dell'area metropolitana	92,6	8,7	67,4	60,0	55,3	34,1	47,0	50,3	10,9
Fino a 2.000 abitanti	93,9	8,4	60,0	58,2	55,0	39,4	37,6	49,9	13,4
Da 2.001 a 10.000 abitanti	94,3	7,9	63,1	59,8	56,8	37,7	41,3	49,9	11,6
Da 10.001 a 50.000 abitanti	94,9	7,2	62,9	61,5	55,0	37,2	41,3	49,0	10,8
50.001 abitanti e più	95,2	7,1	60,7	60,6	63,0	45,2	45,9	47,2	14,1
Italia	94,2	8,1	63,0	60,9	58,3	40,2	44,1	47,3	12,9

(A) PER 100 PERSONE DI 3 ANNI E PIÙ DELLA STESSA ZONA.

(B) PER 100 PERSONE SPETTATORI E/O ASCOLTATORI DELLA STESSA ZONA.

(C) PER 100 PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ DELLA STESSA ZONA.

(D) PER 100 LETTORI DELLA STESSA ZONA.

(E) ALMENO UN LIBRO NEGLI ULTIMI 12 MESI.

TAVOLA 20.2 - PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE HANNO FRUITO NELL'ULTIMO ANNO DEI VARI TIPI DI SPETTACOLI E INTRATTENIMENTI, PER REGIONE, RIPARTIZIONE GEOGRAFICA E TIPO DI COMUNE - ANNO 2006 (PER 100 PERSONE DELLA STESSA ZONA)

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE TIPI DI COMUNE	TEATRO	CINEMA	MUSEI. MOSTRE	CONCERTI DI MUSICA CLASSICA, OPERA	ALTRI CONCERTI DI MUSICA (A)	SPETTACOLI SPORTIVI	DISCOTEQUE, BALERE ECC	SITI ARCHEOLOGICI E MONUMENTI
Piemonte	18,2	49,1	34,1	9,7	18,8	27,5	27,1	25,1
Valle d'Aosta - Vallée d'Aoste	14,0	44,7	31,9	8,5	21,5	30,7	30,4	25,0
Lombardia	23,8	51,2	35,7	9,7	18,4	29,1	26,3	26,1
Trentino-Alto Adige	31,4	39,8	41,1	13,8	29,2	36,1	29,2	25,8
Bolzano - Bozen	38,1	36,5	42,0	15,3	34,5	40,9	34,3	24,6
Trento	24,9	43,0	40,3	12,4	24,0	31,5	24,4	27,0
Veneto	19,6	46,7	35,1	11,6	19,9	30,3	25,3	26,1
Friuli-Venezia Giulia	20,0	45,7	30,4	9,2	17,6	29,7	23,1	22,9
Liguria	18,7	47,1	26,3	8,5	16,4	27,2	20,7	18,3
Emilia-Romagna	25,3	53,1	32,6	11,1	20,2	26,1	27,6	26,2
Toscana	22,3	54,4	31,6	10,3	20,0	27,9	26,5	22,7
Umbria	20,4	50,0	28,4	9,5	20,8	31,6	27,7	20,2
Marche	20,5	50,2	26,5	12,0	20,4	28,1	31,9	20,9
Lazio	23,9	53,4	28,1	10,7	19,6	24,9	23,2	24,0
Abruzzo	19,4	54,4	22,1	9,6	22,3	32,2	27,0	15,1
Molise	15,5	45,0	16,2	7,6	20,8	26,0	23,7	14,0
Campania	17,2	49,0	18,1	6,8	19,0	27,0	23,3	14,7
Puglia	16,1	48,8	18,1	7,5	18,9	24,9	22,3	13,5
Basilicata	17,9	43,6	21,5	8,4	22,5	26,3	20,9	15,6
Calabria	13,5	39,6	16,8	6,8	22,7	24,7	18,5	10,8
Sicilia	15,3	43,0	16,5	7,6	16,7	21,2	23,0	13,0
Sardegna	10,5	41,3	26,2	8,6	25,0	32,5	22,6	27,1
Nord-ovest	21,6	50,1	34,2	9,6	18,3	28,5	26,0	25,0
Nord-est	22,9	48,4	34,2	11,4	20,6	29,1	26,3	25,8
Centro	22,7	53,0	29,0	10,7	19,9	26,8	25,8	22,9
Sud	16,6	47,8	18,4	7,4	20,0	26,5	22,6	13,8
Isole	14,1	42,5	18,9	7,8	18,7	24,0	22,9	16,5
Comune centro dell'area metropolitana	28,0	53,1	33,3	12,0	19,1	23,7	22,8	24,7
Periferia dell'area metropolitana	22,0	56,1	28,2	9,0	19,3	27,9	25,2	23,0
Fino a 2.000 abitanti	12,4	38,3	22,4	6,9	19,6	24,5	23,8	15,8
Da 2.001 a 10.000 abitanti	16,0	44,1	25,9	8,4	20,4	28,7	25,9	19,7
Da 10.001 a 50.000 abitanti	18,4	48,4	26,3	8,7	18,9	28,2	25,2	19,9
50.001 abitanti e più	22,4	51,7	28,8	10,8	19,5	27,7	24,5	22,1
Italia	20,0	48,9	27,7	9,4	19,5	27,3	24,8	21,1

(A) CONCERTI DI MUSICA LEGGERA, ECCETERA.

4.2 LA COMUNICAZIONE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA IN MATERIA DI POLITICHE E SERVIZI PER L'INNOVAZIONE DIGITALE E LA PROMOZIONE DELLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

4.2.1 Il portale tematico Emilia-Romagna Digitale

Il portale tematico Emilia-Romagna Digitale è il principale strumento di comunicazione finora promosso dalla Regione Emilia-Romagna per rendere conto delle strategie, delle politiche, dei progetti e dei servizi in materia di innovazione digitale delle PA e sviluppo della società dell'informazione. Concepito inizialmente come uno strumento rivolto in particolar modo agli addetti ai lavori, specie quelli attivi negli enti locali, nel tempo ha assunto una connotazione ibrida, fornendo al contempo sia informazioni e materiali specialistici destinati agli addetti ai lavori, sia notizie e approfondimenti maggiormente rivolti a un pubblico generalista. Sempre agli utenti finali, cittadini, imprese e PA, è indirizzato quello che si caratterizza al momento come il principale valore aggiunto potenziale del portale, il database dei servizi on line forniti dalle PA emiliano-romagnole, una vera e propria porta di accesso unificata ai servizi digitali offerti sui siti istituzionali degli enti locali, che è stata anche oggetto di recenti di specifiche iniziative di comunicazione e promozione, quali la realizzazione e la distribuzione di brochure e materiale cartaceo presso gli URP del territorio emiliano-romagnolo e la sua presentazione presso manifestazioni e fiere di settore. In prospettiva, il database dei servizi on line dovrebbe caratterizzarsi sempre più come il cuore del portale e, da questo punto di vista, avere anche una predominanza dal punto di vista dell'impatto visivo rispetto agli altri contenuti offerti dallo strumento.

Si elencano di seguito i principali dati relativi agli accessi al portale Emilia-Romagna Digitale nel periodo 13 marzo 2007- 13 marzo 2008:

- 169.333 visite;
- 462 visite al giorno di media;
- punte nei giorni feriali fino a 1.000 visite;
- 92.497 visitatori unici;
- 11.731 visitatori che hanno visitato il sito più di una volta;
- 1,83 visite medie per visitatore;
- +35,2% di visite rispetto al periodo marzo 2006 – marzo 2007 (125.267);
- + 16% di visitatori unici rispetto al periodo marzo 2006 – marzo 2007;
- + 29,6% di visitatori assidui rispetto al periodo marzo 2006 – marzo 2007;
- 30% di visite dai domini riconducibili a Regione Emilia-Romagna e Telecom. Molto frammentati gli altri;
- più della metà delle visite (51%) di traffico diretto, ossia non provenienti da motori di ricerca o link; Il 24,4% delle visite è arrivato su Regione Digitale da Google, il 7,3% da Hermes;
- pagine di accesso: il 29,1% dei visitatori accede a ER Digitale dalla home; seguono le pagine dedicate ai servizi on line (complessivamente 10,8%), Lepida (6%), Osservando (complessivamente il 4,5%) e la Rassegna web (2,2%).

4.2.2 La newsletter "Newslett-ER"

Newslett-ER è un notiziario elettronico inviato ogni quindici giorni via e-mail a circa 1.200 dirigenti, funzionari e dipendenti pubblici del territorio emiliano-romagnolo. Il notiziario è prodotto dal personale del CRC Emilia-Romagna e ripropone le principali notizie di attualità realizzate e pubblicate sul portale Emilia-Romagna Digitale. Lo strumento è diviso nelle seguenti rubriche: "CRC ER informa" (aggiornamenti sulle attività e i progetti promossi dal CRC Emilia-Romagna); "E-R Gov" (notizie sull'innovazione digitale dal territorio regionale); "Italia.Gov" (notizie sull'innovazione digitale dal territorio nazionale); "UE.Gov" (notizie sull'innovazione digitale dal territorio europeo, con specifico riferimento a quelle di interesse e carattere comunitario); e "WWWorld" (notizie sull'innovazione digitale di carattere internazionale).

4.2.3 Il sito del CRC Emilia-Romagna

Per la promozione delle proprie attività e iniziative, e inizialmente anche per rendere conto dell'attualità italiana e internazionale in materia di società dell'informazione, il CRC Emilia-Romagna si è dotato a partire dal 2005 di un sito internet dedicato in particolar modo a tutti gli operatori pubblici coinvolti nei suoi progetti e iniziative (monitoraggio società dell'informazione, formazione e divulgazione, e-learning, ecc.). Col tempo, e col progressivo transitare dell'attualità informativa sul portale tematico Emilia-Romagna Digitale, il sito ha sensibilmente ridotto la sua attività informativa, limitandosi a rendicontare sulle iniziative e i progetti promossi direttamente dal CRC E-R, e soprattutto caratterizzandosi come repository dei materiali e dei prodotti derivanti dalle iniziative e dai progetti del Centro che coinvolgono i dipendenti degli enti locali del territorio regionale. L'attuale configurazione tecnica che sottende il sito del CRC Emilia-Romagna non permette di ottenere informazioni sugli accessi al canale. Il CRC Emilia-Romagna dispone anche di una pagina informativa dinamica sul portale nazionale del progetto CRC. Essa viene periodicamente aggiornata con la pubblicazione delle notizie di attualità relative al territorio regionale, pubblicate sul portale tematico Emilia-Romagna Digitale.

4.2.4 I siti dei progetti e delle iniziative del PiTER e dei progetti e delle iniziative finanziati negli scorsi anni con i Piani nazionali di e-government e e-democracy

Nel tempo, con la progressiva intrapresa di progetti finalizzati alla realizzazione di servizi digitali e altre iniziative per la promozione dell'innovazione digitale, alcune delle singole filiere operative si sono dotate di strumenti informativi on line dedicati alla loro. Limitandosi ai soli siti direttamente accessibili dal portale Emilia-Romagna Digitale, si segnalano quelli dei progetti "Partecipa.net" (e-democracy), "Sigmater" (decenramento catastale), "Rilfedeur" (Rilevazione dei fenomeni di degrado urbano), "Intercent-ER" (sistema di intermediazione digitale) "Sil" (Sistema informativo lavoro) e "Sole" (Sanità on line).

4.2.5 Il portale Ermes

Il portale istituzionale della Regione riporta le principali notizie relative alla programmazione e alle iniziative regionali in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione prodotte dall'Agenzia di stampa della Giunta regionale (vedi punto successivo). In aggiunta rimanda periodicamente dalla home page a notizie e approfondimenti pubblicati sul portale tematico Emilia-Romagna Digitale. Una sezione del portale è inoltre dedicata al tema "La comunicazione, l'informazione e la telematica". In essa trovano posto informazioni statiche, documenti e normative, recapiti e riferimenti e link a siti specialistici relativamente ai seguenti argomenti: "Banda larga", "Comunicazione sul web", "Comunità professionali on line", "Convegni e seminari", "E-government", "Partecipazione a fiere e manifestazioni di settore" e "Società dell'Informazione". Nella home page del portale, infine, esiste un collegamento diretto alla banca dati dei servizi on line degli enti locali emiliano-romagnoli, attivata sul portale tematico Emilia-Romagna Digitale.

4.2.6 Il portale tematico regionale delle Autonomie locali

Autonomie, il portale tematico regionale delle Autonomie locali, rappresenta il principale strumento di comunicazione della Regione Emilia-Romagna nei confronti degli enti locali del territorio regionale. Tra i temi di attualità e approfondimento divulgati, ampio spazio è dedicato alle politiche, alle strategie, ai programmi e alle azioni in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione promossi dalla Regione Emilia-Romagna e, più in generale, dagli enti e dalle amministrazioni locali del territorio regionale.

4.2.7 La Extranet della Regione Emilia-Romagna

La Extranet regionale dell'Emilia-Romagna è un ambiente di lavoro destinato a tutto il territorio dell'Emilia-Romagna e in particolare a quei progetti, servizi, applicazioni che vedono coinvolti sia collaboratori dell'Ente Regione sia collaboratori delle altre Pubbliche amministrazioni o dell'associazionismo regionale. Gli obiettivi della Extranet sono lo sviluppo di un ambiente operativo unitario e la diffusione di strumenti di lavoro collaborativo che favoriscano la comunicazione integrata. L'accesso è pubblico per quanto riguarda la home page e le parti introduttive, mentre tutti gli ambiti operativi sono ad accesso riservato.

La Extranet è divisa in tre sezioni:

- le applicazioni extranet sono applicazioni di varia natura (dalla gestione e aggiornamento di banche dati, alla redazione di siti web, ad applicazioni in ambiente ms-sharepoint) residenti sui server della Regione ER, a cui hanno accesso sia soggetti pubblici che privati;
- i servizi sono frutto dei Piani telematici regionali e riguardano diversi ambiti (agricoltura, integrazione tra sistemi informativi geografici e dati catastali, e-procurement);
- le comunità tematiche sono gruppi di lavoro di varia natura e ambito, ognuno dei quali ha accesso ad un proprio ambiente di lavoro collaborativo (comprendente tool di comunicazione, quali messaggistica, forum e chat; agenda; condivisione di file e scrittura collaborativa).

4.2.8 Le fiere e le iniziative di settore

Nel corso dell'anno, la Regione Emilia-Romagna prende parte a diversi appuntamenti fieristici per dare conto del proprio operato istituzionale. Tra essi, in particolar modo FORUM-PA, COM-PA, EURO P.A., Handymatica, R2B e il Motorshow permettono di informare e aggiornare sui programmi, le iniziative e i servizi riguardanti l'innovazione digitale e lo sviluppo della società dell'informazione.

4.2.9 Seminari, convegni e iniziative pubbliche

Su impulso della Giunta, dell'Assemblea legislativa e delle Direzioni Generali, la Regione Emilia-Romagna organizza numerosi convegni e seminari dedicati ai vari aspetti dell'operato istituzionale. Tra essi anche specifiche iniziative sui programmi, le iniziative e i servizi riguardanti l'innovazione digitale e lo sviluppo della società dell'informazione.

4.2.10 I Percorsi Qualità del CRC Emilia-Romagna

I Percorsi per la Qualità dei Servizi Pubblici On Line del CRC della Regione Emilia-Romagna consistono in cicli di Seminari (di carattere divulgativo/teorico) e Laboratori (di stampo operativo), rivolti a dipendenti pubblici, studenti e professionisti del settore ICT, finalizzati al confronto allargato sulle tematiche dell'e-gov e della

comunicazione istituzionale e alla definizione di parametri di qualità nello sviluppo e nella gestione dei servizi pubblici digitali. Condotti da docenti universitari, professionisti ed esperti delle tematiche di volta in volta affrontate, gli incontri costituiscono anche occasione per la presentazione di esperienze e iniziative di successo (best practice), realizzate nell'ambito delle realtà territoriali coinvolte. I percorsi sono stati organizzati con cadenza annuale dal 2004 al 2007. Non è prevista al momento la loro organizzazione nel 2008.

4.2.11 Le pubblicazioni

Con la collana "Emilia-Romagna digitale", la Regione Emilia-Romagna fornisce dati e approfondisce i temi e le esperienze più significative relative allo sviluppo della società dell'informazione nel territorio regionale. Ad oggi sono stati pubblicati volumi dedicati al benchmarking della società dell'informazione, all'accessibilità, alla programmazione regionale in materia e all'open source nelle PA. Dalla fine del 2007, dopo l'approvazione ufficiale delle Linee guida del PiTER 2007-2009, la Regione Emilia-Romagna ha inaugurato una nuova collana, direttamente collegata anche nello stile grafico al PiTER, dedicata alla programmazione regionale in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione e alle specifiche linee di azione della stessa. Ad oggi, giugno 2008, per la collana sono stati pubblicati le stesse linee guida del PiTER 2007-2009 e un volume dedicato al progetto "Eross - Emilia-Romagna Open Source Survey". Anche il CRC Emilia-Romagna ha realizzato diverse pubblicazioni, da dossier tematici provinciali sullo stato dell'arte della società dell'informazione, a volumi di sintesi e bilancio dei Percorsi Qualità, a pubblicazioni sull'e-learning e la formazione nelle PA. Molti dei progetti e delle filiere di attività discendenti o comunque contemplati nella programmazione regionale in innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione hanno inoltre realizzato pubblicazioni e volumi e, in diversi casi, sono in procinto di farlo nel prossimo futuro.

4.2.12 L'inserito Emilia-Romagna Digitale nella rivista "E-Gov"

Fino al 2007, la Regione Emilia-Romagna ha curato un inserto informativo di otto pagine allegato alla rivista "E-Gov", pubblicata da Maggioli. Con l'inserto si è informato periodicamente sui servizi e i progetti sviluppati in Emilia-Romagna in materia di e-government e sviluppo della società dell'informazione.

4.2.13 Lepida.tv

Con Casper (Canale di Servizio Pubblico dell'Emilia-Romagna), progetto cofinanziato dal Cnipa, la Regione Emilia-Romagna ha sperimentato nel corso del 2006 le tecniche digitali e l'utilizzo della tv digitale terrestre (Dtt), per accedere alle informazioni e ai servizi di pubblica utilità sulla propria tv di casa. La sperimentazione mirava principalmente ad aumentare la fruibilità di contenuti già presenti sul web, e fornire un'alternativa agli utenti che non hanno accesso ad Internet. LepidaTV è, oggi, la proposta di sistema a rete federata degli enti pubblici, che sfrutta l'esperienza di Casper per fornire all'intero territorio regionale un unico e facilitato accesso alle PA dell'Emilia-Romagna. I servizi, una volta a regime, saranno sia di tipo informativo (secondo il modello del supertelevideo) che interattivo (possibilità di richieste personalizzate dei servizi attraverso il canale di ritorno telefonico). Inoltre, nell'area JukeBox, sarà a disposizione un archivio di documentari e prodotti culturali audiovideo che gli utenti potranno vedere secondo un palinsesto creato dalle loro stesse richieste. Al momento Lepida TV è già visibile sul digitale terrestre e offre un palinsesto definito e realizzato dal team di progetto.

5. SWOT ANALYSIS

La swot analysis permette di evidenziare gli elementi più importanti dei quali tenere conto per elaborare le strategie di comunicazione utili a supportare il progetto. La classificazione che si propone permette di presentare gli elementi a seconda della loro esistenza già attuale, o della possibilità che si verifichino in futuro. Nel primo caso si fa riferimento perciò ai punti di forza e a quelli di debolezza; nel secondo si provano a evidenziare le opportunità e le minacce che potrebbero presentarsi nel prossimo futuro.

La Swot si concentra in particolare su quelli che sono i vincoli e le opportunità legate alla leva comunicativa, sulla quale può dare un contributo il presente piano, piuttosto che su variabili, quali la volontà e/o le posizioni politico/amministrative rispetto alle quali la comunicazione non può incidere.

5.1 PUNTI DI FORZA

5.1.1 Contesto favorevole alle pratiche di sviluppo della società dell'informazione

Oltre a possedere una realtà economica vitale, l'Emilia-Romagna è una delle regioni meglio posizionate in Italia per reddito, consumo pro-capite e indici occupazionali. È dotata di una buona capacità di innovazione tecnologica, ha un tasso di scolarizzazione pari al 93% e l'utilizzo delle tecnologie ICT è frequente.

5.1.2. Contesto normativo e programmatico favorevole allo sviluppo della società dell'informazione

Con una apposita normativa e la stessa definizione delle programmazione periodica in materia, la Regione Emilia-Romagna si è dotata di una cornice di riferimento di fondamentale importanza per la promozione di politiche e iniziative finalizzati allo sviluppo della società dell'informazione. La comunicazione può quindi contare su un "contenuto" certo, definito e condiviso.

5.1.3 Forte investimento istituzionale sulla programmazione

Il PiTER 2007-2009 è frutto di un significativo investimento, sia in termini di risorse economiche che umane, messo in atto dalla Regione Emilia-Romagna e dagli altri enti del territorio emiliano-romagnolo, per promuovere lo sviluppo della società dell'informazione.

Lo sviluppo di attività per la promozione e la comunicazione della società dell'informazione è inoltre oggetto di specifici progetti del Piano Operativo.

5.1.4 Elevata e consolidata abitudine alla concertazione interistituzionale nel governo del territorio

La concertazione interistituzionale è un tratto caratteristico ampiamente consolidato nel territorio emiliano-romagnolo. Le sedi per essa definite (i diversi tavoli) sono importanti occasioni di comunicazione tra gli enti.

5.1.5 Consolidata abitudine degli enti locali del territorio all'innovazione amministrativa, anche nel campo delle nuove tecnologie

Da sempre gli enti locali dell'Emilia-Romagna si sono distinti per l'elevata capacità di innovare nel campo amministrativo. Questa positiva tradizione è stata ampiamente confermata e consolidata anche all'indomani dell'esplosione del fenomeno della telematica civica, successivamente confluito nel più ampio complesso di cambiamenti e innovazioni che rientra sotto l'ombrello concettuale dell'e-government. Le principali classifiche di settore, periodicamente stilate da istituti di ricerca, riviste di settore e altri enti/organismi, contemplano spesso gli enti locali dell'Emilia-Romagna, specie per quanto riguarda i Comuni maggiori e la Regione, nelle prime posizioni. Si tratta di un valido termometro sulla capacità di innovazione e dinamismo propria del territorio, e delle sue istituzioni, su questi aspetti. Tali constatazioni sono confermate anche dai dati sulla presenza on line dei Comuni emiliano-romagnoli e sulla qualità dei propri siti, ricavati dall'indagine "Benchmarking della società dell'informazione in Emilia-Romagna. Primo rapporto 2007: offerta e domanda di servizi di e-government in Emilia-Romagna. Anno di riferimento 2006" (vedi Allegati finali).

5.1.6 Esistenza di diversi strumenti di comunicazione regionali dedicati ai temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione

Come evidenziato nel paragrafo 5.2, la Regione Emilia-Romagna dispone al momento di un numero significativo di strumenti e canali di informazione e comunicazione dedicati ai temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione. Si tratta sicuramente di un ottimo punto di partenza nel momento in cui si ritiene necessario avviare piani e iniziative di comunicazione per divulgare i presupposti, le strategie e le linee operative della programmazione regionale in materia. Bisogna inoltre considerare che anche molte amministrazioni locali del territorio regionale informano e comunicano da tempo su queste tematiche. La "potenza di fuoco" sulla quale si può potenzialmente contare è quindi ancora più ampia e articolata.

5.2 PUNTI DI DEBOLEZZA

5.2.1 Difficoltà alla creazione di una comunità regionale degli innovatori nella PA

Nonostante gli sforzi effettuati in tal senso in passato, ad oggi non si è ancora riusciti a costituire una vera e propria comunità regionale che metta in rete la grande maggioranza dei professionisti dell'innovazione presso gli enti e le amministrazioni locali. Diverse comunità professionali finalizzate al raggiungimento di questo scopo sono state create in tal senso, e spesso il loro lavoro ha anche dato ottimi risultati. In generale però si è finora scontata una mancanza di visione di insieme che permettesse di gestire in maniera integrata e coordinata il lavoro delle comunità. Lo scenario è stato perciò caratterizzato da una eccessiva frammentazione. Si tratta di un limite notevole, perché impedisce di avere dei riferimenti certi ai quali fare affidamento per condividere ovunque, con lo stesso grado di coinvolgimento e consapevolezza, i presupposti, le strategie, gli obiettivi e le azioni della programmazione.

5.2.2 Mancanza di flussi informativi sufficientemente strutturati ed efficaci

tra i vari livelli di governo/amministrazione degli enti locali emiliano-romagnoli

Nei territori emiliano-romagnoli, funzionari e dipendenti degli enti locali hanno a più riprese mostrato grande volontà e dinamismo per l'intrapresa di progetti condivisi e coordinati, finalizzati alla promozione dell'innovazione digitale e allo sviluppo della società dell'informazione. L'onere della condivisione all'interno dei singoli enti, e quindi del superamento delle logiche dei "comparti stagni" tra settori delle amministrazioni, è però spesso lasciato ai referenti stessi. Questo si traduce a volte in una difficoltà oggettiva nel fare in modo che le informazioni di rilevanza regionale circolino in maniera fluida ed efficace dai centri di coordinamento e confronto regionale, che normalmente contemplan anche la presenza di referenti delle amministrazioni locali, verso le stesse amministrazioni locali. Ciò significa che se normalmente presso i tavoli di lavoro e le altre strutture di coordinamento e collaborazione interistituzionale si tendono a condividere mission, obiettivi e informazioni sui piani e programmi di lavoro, non sempre questi saperi e competenze vengono poi efficacemente e prontamente trasmessi presso i centri decisionali e/o operativi delle realtà locali.

La messa a sistema di modalità/strumenti di comunicazione che agevolino questo flusso informativo, anche a cura della Regione, può essere di supporto ai referenti, senza nulla togliere al loro ruolo di "mediatori", ma cercando di supportarli per far sì che quello che oggi è percepito soprattutto come un onere possa diventare un "onore".

5.2.3 Mancanza di un sistema regionale coordinato e integrato per la comunicazione e l'informazione sui temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione

Pur disponendo di numerosi strumenti di comunicazione sui temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione, la Regione Emilia-Romagna non ha al momento un sufficiente coordinamento e integrazione delle attività e iniziative promosse nelle singole filiere. Gli attori deputati alla comunicazione, così come i canali, sono numerosi ed agiscono in autonomia a volte a prescindere l'uno dall'altro. Questo vale sia all'interno della Regione Emilia-Romagna, tra strutture e progetti diversi, sia sul territorio. Il risultato rischia di essere un eccesso informativo non strutturato e senza chiavi interpretative per i destinatari, che non solo riduce l'efficacia complessiva della comunicazione, ma genera anche inefficienze, perché porta in ripetute occasioni a replicare sforzi e iniziative nel tentativo di comunicare/promuovere le stesse cose da punti diversi della filiera. Una pecca particolarmente significativa, quest'ultima, se si pensa alle scarse risorse economiche e in termini di personale nelle quali ci si trova spesso a operare. La stessa realizzazione di questo piano di comunicazione, d'altronde, prende spunto anche e soprattutto da questo limite di fondo, ed è finalizzata nei limiti del possibile a rendere più coordinate ed integrate le attività di comunicazione in materia.

5.2.4 Budget pubblici e risorse professionali limitati, e prevalenza nelle priorità amministrative di altre tematiche e materie

Pur essendo un tema molto importante in molte realtà amministrative locali, la società dell'informazione scivola spesso in subordine rispetto ad altri temi ed argomenti ritenuti spesso prioritari dagli amministratori del territorio. Per questo motivo, soprattutto nel momento in cui i budget si assottigliano e le risorse professionali scarseggiano, capita spesso che gli interventi, le azioni e le attenzioni in materia siano messi in secondo piano rispetto ad altre questioni.

Questo significa che gli impegni economici che si propongono/richiedono per le attività di comunicazione devono avere le caratteristiche dell'investimento, cioè prefigurare benefici concreti per i destinatari e prevedere forme di verifica del raggiungimento degli obiettivi/risultati.

5.3 OPPORTUNITÀ

5.3.1 Istituzione della Community Network dell'Emilia-Romagna

Della Community Network dell'Emilia-Romagna si parla in maniera dettagliata nell'introduzione al PiTER 2007-2009 e al paragrafo 4.2.2. Qui ci si limita a constatare che la sua costituzione, e gli obiettivi che la sottendono, rappresentano una significativa e imperdibile opportunità per accrescere il coordinamento ed ottenere una visione di insieme delle politiche per la società dell'informazione, usando la comunicazione come leva strategica.

5.3.2 Crescente importanza dell'innovazione digitale nell'agenda pubblica

In tutto il mondo occidentale, e anche in Italia, pur se sicuramente in maniera minore rispetto alle realtà più avanzate, l'innovazione comincia a essere un tema prioritario nell'agenda pubblica, e molto presumibilmente il livello di importanza di questi aspetti ed argomenti è destinato a crescere ulteriormente nel prossimo futuro. Ciò varrà probabilmente ancora di più se si concentra lo sguardo sul solo settore pubblico. A fronte di budget sempre più limitati, e soprattutto in considerazione di una sempre più diffusa attenzione nell'opinione pubblica verso il tema dei cosiddetti costi "costi della politica e dell'amministrare", è facile prevedere che d'ora in avanti sarà sempre maggiore la pressione per l'intrapresa di programmi e iniziative che possano portare ad abbattere tali costi. Tra queste, è un'opinione abbastanza condivisa, figurano anche i processi di innovazione digitale nel settore pubblico che, si ipotizza tra queste righe, saranno perciò sempre più oggetto di attenzione, se non di vera e propria richiesta, da parte dei cittadini e dei pubblici finali delle Pubbliche Amministrazioni. La realizzazione di un simile scenario dovrebbe in ultima analisi permettere alle istituzioni di spostare ulteriori risorse e attenzioni sulle tematiche dell'innovazione, accrescendo perciò le possibilità di realizzazione degli indirizzi e degli obiettivi fissati nelle varie programmazioni in materia, tra cui anche quella oggetto di questo piano di comunicazione.

5.3.3 Alto interesse mostrato dai cittadini e dalle imprese emiliano-romagnoli sullo sviluppo di canali digitali per le relazioni con le PA

Come mostrano anche i dati presentati al paragrafo 4.2.1.2, pur non essendo altissime le percentuali di accesso da parte di cittadini e imprese ai siti delle PA, esiste un consistente interesse da parte dei pubblici finali allo sviluppo del web come canale alternativo a quelli tradizionali per relazionarsi con le istituzioni. Stando a quanto riportato infatti nell'ultima indagine di benchmark pubblicata dalla Regione Emilia-Romagna, datata 2007 e riferita al 2006, se è vero che solo il 19% degli utenti Internet aveva usato questo canale per relazionarsi con le PA negli ultimi tre mesi precedenti le rilevazioni, lo è anche che il 36% degli utenti, pur non avendolo fatto, si era mostrato interessato a farlo. Ne risulta insomma che la maggioranza degli utenti Internet emiliano-romagnoli, il 55%, vede generalmente di buon occhio lo sviluppo del canale digitale come strumento di relazione e interazione con le PA.

5.4 MINACCE

5.4.1 Scadenza dei mandati amministrativi locali: rischio di "assoli" comunicativi

Tra il 2008 e il 2010 molte amministrazioni locali dell'Emilia-Romagna saranno chiamate al rinnovo delle proprie cariche governative. La scadenza dei mandati amministrativi presenta un altro rischio fisiologico. Nella norma infatti, all'approssimarsi della chiusura del mandato, tutti gli enti locali tendono a comunicare ai cittadini e ai pubblici finali i risultati delle loro politiche, per dar conto del loro operato. È chiaro che una tale "naturale" attitudine si scontra almeno in parte con i propositi di comunicare la nuova programmazione regionale in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione in maniera integrata, condivisa e coordinata tra i territori, così come con l'esigenza di limitare al minimo la comunicazione di stampo propagandistico, fatta per lo più di annunci ed iperboli, per dare spazio invece ad una realistica rendicontazione dei risultati dei processi in atto.

5.5 TABELLA SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none">• Contesto favorevole alle pratiche di sviluppo della società dell'informazione• Contesto normativo e programmatico favorevole allo sviluppo della società dell'informazione• Forte investimento istituzionale sulla programmazione• Elevata e consolidata abitudine alla concertazione interistituzionale nel governo del territorio• Consolidata abitudine degli enti locali del territorio all'innovazione amministrativa, anche nel campo delle nuove tecnologie• Esistenza di diversi strumenti di comunicazione regionale dedicati ai temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione	<ul style="list-style-type: none">• Difficoltà alla creazione di una comunità regionale degli innovatori nella PA• Mancanza di flussi informativi sufficientemente strutturati ed efficaci tra i vari livelli di governo/amministrazione degli enti locali emiliano-romagnoli• Mancanza di un sistema regionale coordinato e integrato per la comunicazione e l'informazione sui temi dell'innovazione digitale e dello sviluppo della società dell'informazione• Budget pubblici e risorse professionali limitati e prevalenza nelle priorità amministrative di altre tematiche e materie
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">• Istituzione della Community Network dell'Emilia-Romagna• Crescente importanza dell'innovazione digitale nell'agenda pubblica• Alto interesse mostrato dai cittadini e dalle imprese emiliano-romagnoli sullo sviluppo di canali digitali per le relazioni con le PA	<ul style="list-style-type: none">• Scadenza dei mandati amministrativi locali

6. OBIETTIVI GENERALI

Dalle analisi e dalle osservazioni fin qui esposte, discendono due macro obiettivi direttamente correlati ai pubblici finali della programmazione (le Pubbliche Amministrazioni emiliano-romagnole in prima battuta e l'intero sistema territoriale in seconda), e un ulteriore macro obiettivo, tendente a una maggiore divulgazione e visibilità delle politiche regionali in materia di sviluppo della società dell'informazione oltre i confini regionali e nazionali.

6.1 DIFFONDERE UNA VISIONE UNITARIA COORDINATA E CONDIVISA

DELLA PROGRAMMAZIONE PRESSO GLI ENTI LOCALI EMILIANO-ROMAGNOLI

Il primo obiettivo è di offrire una visione unitaria, coordinata e condivisa dei vantaggi e delle opportunità che deriveranno dall'attuazione del PiTER 2007-2009 presso l'insieme degli enti locali emiliano-romagnoli. Il presupposto di fondo è che nel medio e breve periodo saranno soprattutto le Pubbliche Amministrazioni locali dell'Emilia-Romagna a beneficiare degli indirizzi e delle strategie definiti con questa programmazione. Perché ciò possa avvenire al massimo livello, queste amministrazioni dovranno essere in grado di conoscere e comprendere le numerose ricadute e opportunità positive derivanti dall'attuazione della programmazione, così come di condividere e fare propri i presupposti generali che sono alla base della stessa. La realizzazione di questa condizione è un presupposto basilare affinché le amministrazioni locali possano compiere le giuste scelte in materia di politiche per l'innovazione e lo sviluppo della società dell'informazione.

6.2 DIVULGARE AI CITTADINI E AI PUBBLICI FINALI I RISULTATI DELLA PROGRAMMAZIONE REGIONALE IN MATERIA DI INNOVAZIONE DIGITALE E SVILUPPO DELLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

Sul lungo periodo sarà necessario inoltre comunicare ai cittadini e agli altri pubblici di riferimento finali (tesuto produttivo e imprenditoriale, categorie economiche, associazionismo, ecc.) i risultati ottenuti con l'attuazione delle strategie e degli indirizzi del PiTER, anche e soprattutto per rendere conto degli esiti degli ingenti investimenti attuati nel sistema territoriale regionale, per promuovere l'innovazione digitale e lo sviluppo della società dell'informazione.

6.3 DIFFONDERE LA CONOSCENZA DELLA PROGRAMMAZIONE E DEI SUOI RISULTATI OLTRE I CONFINI REGIONALI, PRESSO LE ISTITUZIONI E GLI ENTI LOCALI COINVOLTI IN SIMILI PROCESSI E NELLO SCENARIO EUROPEO

Il terzo macro obiettivo di comunicazione è meno legato alle ricadute concrete del PiTER 2007-2009 presso le Pubbliche Amministrazioni locali e più in generale sul territorio regionale, ma è considerato ugualmente importante dai promotori e dai coordinatori della programmazione. Esso tende alla divulgazione dei principali risultati derivanti dall'attuazione del PiTER 2007-2009 presso le altre regioni italiane, così come nello scenario europeo ed internazionale. L'idea di base è che non sempre i pur significativi risultati raggiunti dal sistema regionale emiliano-romagnolo in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione siano sufficientemente ed efficacemente divulgati al di fuori del contesto regionale e oltre i confini nazionali. Partendo da questo presupposto, e considerando che la competitività e il grado di attrazione dei territori dipendono sempre più dalla loro capacità di essere e mostrarsi dinamici nella promozione di politiche e strategie finalizzate allo sviluppo della società dell'informazione, si ritiene fondamentale accrescere il grado di visibilità dei programmi attuati e dei risultati conseguiti in materia, nei territori dell'Emilia-Romagna.

7. I DESTINATARI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Si elencano di seguito le principali tipologie di destinatari sulle quali si ritiene opportuno concentrare le iniziative di comunicazione che saranno successivamente indicate. I destinatari sono presentati con una breve sintesi dei loro profili. Infine si elenca una serie di dati e analisi di cui sarebbe opportuno disporre per pianificare al meglio le iniziative di comunicazione. Questi dati ed analisi fanno riferimento in particolar modo ai consumi mediatici dei destinatari del piano di comunicazione.

7.1 I DESTINATARI INTERNI DELLE PA EMILIANO-ROMAGNOLE

7.1.1 Vertici politici: assessori e/o sindaci

Gran parte dei risultati conseguiti con la graduale attuazione del PiTER 2007-2009 andrà resa nota e comunicata innanzitutto ai vertici politici degli enti locali. Sono loro per primi infatti a dover prendere atto del ritorno degli investimenti fin qui effettuati in materia e, soprattutto, essere consapevoli dei benefici e delle opportunità che si schiudono per le proprie amministrazioni e i propri territori. Sarebbe utile per questo motivo conoscere, anche a grandi linee, quali sono gli strumenti e/o i canali di relazione maggiormente utilizzati da questa categoria di pubblico per rimanere aggiornati sui temi attinenti al proprio vissuto lavorativo. È comunque presumibile che queste figure di vertice siano in costante contatto con le figure apicali a livello amministrativo, siano essi i direttori generali o, nelle realtà minori, i segretari comunali. Di conseguenza si presuppone anche che potrebbe essere sufficiente, per gli scopi comunicativi generali di questo piano, concentrare le proprie iniziative di comunicazione sui vertici amministrativi.

7.1.2 Vertici amministrativi: direttori generali e segretari comunali

Le persone che ricoprono ruoli apicali a livello amministrativo negli enti locali dell'Emilia-Romagna sono senz'altro un target strategico per gli scopi generali di comunicazione di questo piano. Non solo sono il principale punto di riferimento e relazione con i vertici politici per quanto attiene la vita dell'ente, ma allo stesso tempo, vista la loro posizione, sono quelli che meglio di tutti possono comunicare ai propri dipendenti il senso dei cambiamenti in atto e anche i modelli di azione e intervento da perseguire, per sfruttare al meglio le opportunità e i vantaggi che si accompagnano a tali cambiamenti. Si ritiene pertanto che gran parte delle iniziative di comunicazione indicate successivamente in questo documento dovranno essere rivolte a questo specifico segmento. Allo stesso tempo però si denota l'assoluta mancanza di informazioni su come direttori generali, segretari comunali e loro affini tendono ad acquisire dati, informazioni e aggiornamenti sul proprio vissuto lavorativo.

7.1.3 Capi servizio, responsabili di progetto e dirigenti amministrativi

Per questa categoria di figure professionali valgono in sostanza i ragionamenti fatti in precedenza. Da un lato si tratta di un target strategico, soprattutto se si considera che questi professionisti sono direttamente impegnati nella promozione dei progetti e delle attività amministrative. D'altra parte, essendo quotidianamente impegnati "sul campo", possono essere quelle col maggior potere di sensibilizzazione nei confronti dei propri diretti superiori, siano essi i direttori generali e/o i segretari comunali. Anche in questo caso però, al momento non esistono informazioni codificate su che tipo di strumenti e mezzi utilizzano per tenersi aggiornati sul proprio vissuto lavorativo. L'impressione, confermata anche da colloqui con i referenti del "Progetto di sistema a rete regionale dell'Emilia-Romagna", è che gran parte delle informazioni e delle notizie, specie se relative alle questioni regionali, circolino soprattutto in maniera informale e, spesso, attraverso i vari tavoli di lavoro tematici istituiti in ambito regionale. Ma se questa impressione è indubbiamente un'utile traccia iniziale, anche in questo caso sarebbe utile un minimo di chiarezza ulteriore su come le informazioni di lavoro circolino in tali ambiti.

7.2 I DESTINATARI ESTERNI

7.2.1 Cittadini, imprese, associazioni dell'Emilia-Romagna

Come ampiamente anticipato nei paragrafi precedenti, le attività di comunicazione relative ai risultati del PiTER 2007-2009 nei confronti degli utenti finali saranno perseguite, ma soprattutto a partire dal 2010. Per una segmentazione dei pubblici sui quali concentrarsi si rimanda quindi a successive scritture da contemplare in questo documento, o in documenti successivi. Sin da ora però si sottolinea la assoluta necessità di reperire, o effettuare, indagini e studi che permettano di capire in che modo i cittadini dell'Emilia-Romagna, e con essi i soggetti imprenditoriali e associativi, sono soliti informarsi sui temi che attengono alla vita pubblica dei propri territori.

7.2.2 Amministrazioni, enti locali ed esperti in materia di innovazione digitale nel contesto italiano ed europeo

Tenendo fede all'obiettivo generale indicato al punto 6.3 di questo documento, un ulteriore destinatario al quale rivolgere specifiche attività e iniziative di comunicazione va individuato al di fuori dei confini regionali e oltre quelli nazionali, presso quegli enti, e quei professionisti, che si occupano di sviluppo della società dell'informazione e dei processi di innovazione digitale in atto nel settore pubblico. Questa categoria viene quindi indicata in maniera assolutamente vaga e generica, senza alcuna indicazione di contesto, seppur minima, sui profili e le abitudini comunicative dei suoi componenti. Così come indicato nel punto precedente, si sottolinea sin da ora la necessità, nel momento in cui si arriverà a declinare specifiche iniziative e attività di comunicazione rivolte a questo target, di effettuare un minimo di analisi ed indagini dell'esistente, anche e soprattutto per quanto riguarda gli strumenti di comunicazione dedicati alle tematiche dell'innovazione e rivolti a questi pubblici.

8. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Gli obiettivi generali di comunicazione perseguiti con questo piano possono essere suddivisi in due grandi macro categorie. La prima, riferita al secondo semestre 2008 e al 2009, fa riferimento alla necessità di promuovere e accompagnare le azioni nelle quali si articola e incarna il PiTER 2007/2009 presso i principali destinatari interni della programmazione, e quindi in primis le Pubbliche Amministrazioni che fanno parte della Community Network dell'Emilia-Romagna. Nel 2010, invece, con la scadenza del mandato amministrativo regionale, sarà necessario pensare alla declinazione di strategie e azioni di comunicazione finalizzate a divulgare i risultati derivanti dall'ultimo triennio di investimenti e programmazione regionale in materia di società dell'informazione.

8.1 OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL BIENNIO 2008/2009

8.1.1 Rendere maggiormente chiari e comprensibili la filosofia di base e gli obiettivi prioritari della programmazione

Pur essendo figlio di una strategia di concertazione che ha coinvolto l'insieme degli enti locali emiliano-romagnoli, il PiTER 2007-2009, i suoi obiettivi di fondo, e la sua complessa articolazione non sono pienamente padroneggiati presso i destinatari primari della stessa programmazione, a cominciare dagli enti locali che saranno i primi e principali beneficiari della sua attuazione. Per questo motivo si ritiene necessario intervenire con azioni di comunicazione che permettano di diffondere una visione sintetica, condivisa e facilmente comprensibile del piano e dei suoi obiettivi presso l'intera Community Network dell'Emilia-Romagna. Ciò servirebbe anche e soprattutto per permettere agli enti locali, specie ai più piccoli, di effettuare le proprie scelte in materia di innovazione avendo ben presenti i vantaggi che potrebbero scaturire per loro dall'attuazione della programmazione regionale in materia.

8.1.2 Informare con cadenza periodica sugli strumenti, le applicazioni, i servizi e le opportunità offerti alle Pubbliche Amministrazioni a seguito della graduale attuazione della programmazione

La progressiva realizzazione degli indirizzi e delle attività definiti nel PiTER 2007-2009 porterà al rilascio di una serie di servizi e opportunità, e al dischiudersi di vantaggi, per tutti gli enti che fanno parte della Community Network dell'Emilia-Romagna, e in particolar modo per quelli di dimensioni minori, di fatto i principali beneficiari di una programmazione generale che tra i suoi obiettivi strategici annovera proprio la necessità di tenere le realtà più piccole al passo con quelle di maggiore peso e dimensione. Il raggiungimento graduale dei traguardi operativi fissati nella programmazione dovrà perciò essere accompagnato da una parallela azione di comunicazione, che permetta di informare tempestivamente le amministrazioni locali sui nuovi servizi e le nuove opportunità dei quali potranno fruire.

8.1.3 Informare con cadenza periodica sulla riduzione del digital divide nel territorio regionale, derivante dalla graduale attuazione della programmazione

La progressiva realizzazione degli indirizzi e delle attività definiti nel PiTER 2007-2009 porterà anche ad una sempre maggiore e capillare diffusione ed estensione dei servizi di connettività, e di quelli avanzati permessi da questi, nei territori dell'Emilia-Romagna. Mano a mano che il termine società dell'informazione diverrà perciò una realtà concreta, sarà necessario informare le persone che vivono e lavorano nei territori raggiunti dai nuovi servizi, delle opportunità e dei vantaggi derivanti dal dispiegarsi di tali processi. Ciò vale in particolar modo per le aree geografiche interessate dal cosiddetto digital divide di lungo periodo, ossia non ancora raggiunte dalla banda larga perché considerati non appetibili dagli operatori di mercato. È qui che la Regione e gli enti locali hanno investito fortemente in termini di infrastrutturazione digitale, coordinandosi con gli operatori delle telecomunicazioni affinché questi ultimi, una volta create le reti, possano presentare una offerta ai cittadini e alle imprese che vivono e operano in questi territori. Anticipando solo minimamente, e comunque a livello generale, quello che verrà dettagliatamente declinato in seguito, si osserva che gli obiettivi, e le conseguenti attività e iniziative di comunicazione relativi a questo aspetto, dovranno sicuramente essere almeno in parte concordati quindi con gli operatori privati incaricati di formulare le offerte di connettività ai cittadini e alle imprese. Questa constatazione particolare non esclude però che anche in questi territori, così come in tutti i restanti territori dell'Emilia-Romagna, saranno necessarie specifiche azioni e iniziative di comunicazione finalizzate a promuovere l'utilizzo dei servizi digitali offerti dalle PA emiliano-romagnole.

8.1.4 Rendere periodicamente conto della programmazione e dei suoi principali risultati nello scenario italiano e in quello europeo e internazionale

L'Emilia-Romagna è senza ombra di dubbio una regione all'avanguardia, sia in Italia sia nel panorama continentale, per quanto riguarda gli attuali livelli di sviluppo della società dell'informazione. Ancora di più lo è, soprattutto nel panorama italiano, per gli strumenti normativi, strategici, programmatici e istituzionali dei quali si è dotata nel tempo per sostenere questi processi. Ciononostante, il sistema regionale non ha finora comunicato a sufficienza, e con la dovuta efficacia, tali aspetti (sia per quanto riguarda la programmazione, sia facendo riferimento ai risultati finora ottenuti) nel panorama nazionale e più in generale in ambito europeo e internazionale. Per colmare questa lacuna, si ritiene perciò necessaria un'opera di comunicazione che permetta di rendicontare periodicamente, presso i soggetti istituzionali e i pubblici prioritariamente interessati a tali argomenti, sui risultati progressivamente raggiunti con l'attuazione delle strategie e degli indirizzi delineati nel PITER 2007-2009.

8.2 OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE PER IL 2010

Nel 2010 è prevista la prosecuzione degli obiettivi di comunicazione fissati per il 2008-2009, precedentemente tratteggiati a grandi linee. A ciò dovrà aggiungersi un lavoro di divulgazione e rendicontazione sui risultati ottenuti al termine della programmazione triennale, rivolto in particolar modo ai cittadini e ai pubblici finali del territorio (imprese, categorie, associazioni, ecc.). Questo ulteriore obiettivo di comunicazione si renderà assolutamente necessario soprattutto per permettere ai cittadini e ai pubblici finali di valutare il ritorno degli ingenti e significativi investimenti in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione realizzati dalla Regione Emilia-Romagna, e più in generale dal sistema regionale degli enti locali, nel corso dell'ultimo mandato amministrativo. Per la declinazione delle attività e delle iniziative specifiche di comunicazione correlate a questo obiettivo, si rimanda però a una successiva programmazione, che sarà elaborata entro il 2009.

9. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

In estrema sintesi, le attività e le iniziative di comunicazione sul PiTER 2007-2009 saranno differenziate a seconda dei diversi destinatari individuati nel Piano di comunicazione; persuasive per quanto riguarda le modalità di relazione con i destinatari; dirette e su piccola scala per quel che concerne le modalità di contatto; e infine caratterizzate da uno stile di comunicazione che sarà per lo più di stampo informativo ed educativo, senza rinunciare, quando possibile, a stili maggiormente finalizzati ad evocare e coinvolgere i destinatari in maniera emozionale.

9.1 LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE RISPETTO AI DESTINATARI: DIFFERENZIATA

Le attività e iniziative di comunicazione che saranno definite con questo Piano di comunicazione varieranno nei messaggi, e a volte anche negli stili, a seconda delle diverse tipologie di destinatari individuate nello stesso documento. Se quindi per i destinatari interni si prevede di veicolare determinati contenuti con determinati stili, per quelli esterni, e specie per quelli finali (cittadini e imprese) che si intende raggiungere soprattutto a partire dal 2010, l'attenzione, anche facendo ricorso a stili comunicativi molto diversi, sarà concentrata su altri aspetti e tematiche.

9.2 LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE RISPETTO ALLA RELAZIONE TRA LA REGIONE E I DESTINATARI: PERSUASIVA

Sia nei confronti dei destinatari interni, sia di quelli esterni, la strategia di comunicazione sarà di tipo persuasivo, ossia finalizzata a fornire argomentazioni razionali e sufficientemente articolate, che permettano a coloro che le ricevono di "schierarsi" dalla parte dell'emittente dei messaggi. La volontà è di fornire tutti gli argomenti e le conoscenze di contesto necessarie, per far sì che i destinatari possano condividere gli obiettivi di fondo che ispirano il PiTER 2007-2009, e, con le proprie azioni, contribuire a una loro più completa realizzazione.

9.3 LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE RISPETTO ALLE MODALITÀ DI CONTATTO: DIRETTA E SU PICCOLA SCALA, ALMENO NEL BREVE TERMINE

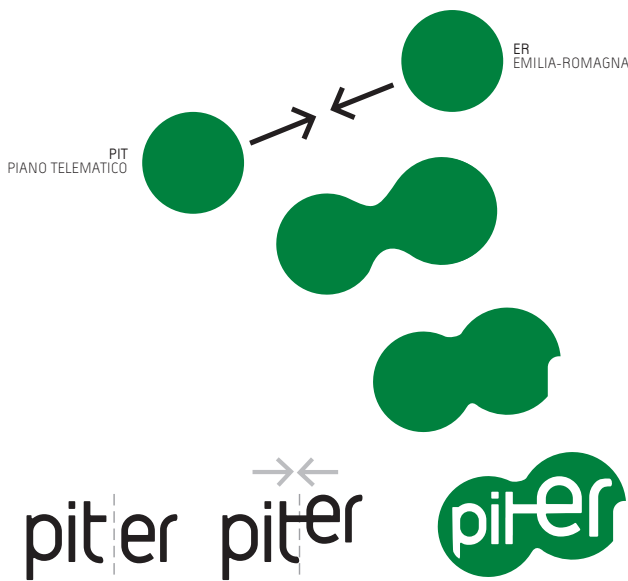
Almeno per quanto riguarda i primi obiettivi di comunicazione fissati a livello temporale con il Piano di comunicazione, si conta di contattare una platea abbastanza circoscritta di destinatari e quindi, secondo il gergo tecnico della comunicazione, di agire senza ombra di dubbio su piccola scala. Per quel che concerne le modalità di contatto con questi destinatari, si prevede di agire secondo una modalità diretta, ossia lasciando che sia la stessa Regione a veicolare i propri messaggi e contenuti ai destinatari, senza che essi siano mediati e/o filtrati da altri soggetti e/o categorie di destinatari. È però prevedibile fin da ora che quando si passerà a comunicare il PiTER, i suoi obiettivi e i suoi risultati ai pubblici finali, le modalità di contatto potranno essere tarate su una scala molto più vasta, e magari contemplare anche relazioni di tipo indiretto. Lo stesso varrà, come si evidenzia dettagliatamente nel paragrafo 11.9, per quelle attività e strumenti di comunicazione che ci cercherà di veicolare facendo affidamento sulla nascente Community Network dell'Emilia-Romagna. I referenti delle comunità tematiche, e in particolar modo quelli della comunità dedicata alla comunicazione dell'e-government, saranno infatti degli intermediari ideali per veicolare messaggi e contenuti in maniera indiretta ad alcuni dei destinatari interni definiti nel Piano di comunicazione, a cominciare dai vertici amministrativi e politici.

9.4 LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE RISPETTO AGLI STILI: EDUCATIVO/INFORMATIVA, MA DI STAMPO AMICHEVOLE E COLLOQUIALE, ALMENO NEL BREVE TERMINE

Anche in questo caso valgono almeno in parte i ragionamenti effettuati al punto precedente. Per i destinatari interni, che sono anche i primi in ordine temporale, è prevista una comunicazione che sia soprattutto di tono educativo/informativo, ossia volta a fornire informazioni, saperi e competenze, secondo uno stile neutro e razionale, che permettano di conoscere gli obiettivi, le azioni e i risultati del PiTER 2007-2009, e, a partire da ciò, di agire in modo da sfruttare appieno i benefici che discendono dalla sua attuazione. A tale proposito, senza rinunciare a quell'autorevolezza di fondo che deve comunque caratterizzare tutte le attività di comunicazione della Regione Emilia-Romagna, si cercherà anche di fare leva il più possibile su atteggiamenti e toni che possano essere di natura colloquiale ed amichevole, anche e soprattutto per assecondare quegli obiettivi di condivisione, comunicazione e collaborazione che sono alla base dello stesso PiTER 2007-2009. Gli stili e i toni appena indicati saranno usati in prevalenza anche quando si comincerà a comunicare ai destinatari esterni, ma in tal caso si prevede fin da ora di ricorrere pure a stili e toni di tipo accattivante e finalizzati almeno in parte a coinvolgere i destinatari anche da un punto di vista emozionale.

9.4.1 L'immagine coordinata del PiTER 2007-2009: il primo passo per una strategia di comunicazione informativa e razionale, ma anche colloquiale e amichevole

Alla fine del 2007, lo staff di comunicazione della Direzione Generale Organizzazione Personale Sistemi Informativi e Telematica della Regione Emilia-Romagna, avvalendosi della collaborazione di un fornitore esterno, ha realizzato un logo identificativo ed un'immagine coordinata, oltre che di una normativa grafica, del PiTER 2007-2009.



Il logo è stato realizzato per rendere graficamente l'incontro tra due significati già presenti nel nome "PiTER": ossia Piano Telematico ed Emilia-Romagna.

I due cerchi che generano il marchio, posti su due piani leggermente distanti, sono stati scelti perché evocano il fenomeno dell'osmosi cellulare e quello dei vasi comunicanti, e quindi di conseguenza del contatto, dell'interazione e della condivisione tra le persone, che sono in ultima analisi gli obiettivi di fondo che ispirano il PiTER 2007-2009. Gli aspetti di osmosi e contatto sono stati inoltre veicolati anche attraverso l'incrocio tra la "t" e la "e", e, soprattutto, con la scelta di un claim, "teniamoci in contatto", che, abbinato alle forme morbide e rotonde che caratterizzano l'intero logotipo, mira proprio a fornire l'idea di una forte propensione alla condivisione e all'interazione.

Per questo motivo si ritiene che il logo identificativo del PiTER 2007-2009, il suo claim, e più in generale l'immagine coordinata e la normativa grafica che a essi si accompagnano, siano di fatto il primo concreto passo per l'attuazione di una strategia di comunicazione che voglia e sappia coniugare i toni e gli stili razionali, e anche sufficientemente autorevoli, con quel minimo di calore, colore e colloquialità che si ritiene indispensabile per arrivare alla concreta realizzazione degli obiettivi di interazione e condivisione fissati nella programmazione regionale.

10. CONTENUTI DELLA COMUNICAZIONE

10.1 LE PAROLE CHIAVE DEL PITER 2007-2009

Riallacciandoci all'analisi introduttiva e di contesto formulata nel secondo capitolo, e nello specifico al paragrafo riassuntivo di questa sezione (2.13), la filosofia, gli obiettivi e le linee di azione indicati nel PITER 2007-2009 possono essere estremamente sintetizzati con le seguenti parole chiave:

- **logica di sistema;**
- **concertazione;**
- **investimenti;**
- **integrazione tra infrastrutture digitali e servizi;**
- **interoperabilità;**
- **standardizzazione di qualità;**
- **riuso;**
- **servizi digitali;**
- **centralità del cittadino;**
- **multimodalità;**
- **mobilità;**
- **convergenza;**
- **sanità elettronica;**
- **scuole in rete;**
- **e-adoption;**
- **e-learning;**
- **ricerca e sviluppo;**
- **monitoraggio e benchmarking;**
- **contrasto al digital e al knowledge divide;**
- **cittadinanza nella società dell'informazione.**

Le attività e iniziative di comunicazione che saranno delineate con questo Piano dovranno veicolare e promuovere in ultima analisi contenuti e argomenti che facciano riferimento ad almeno uno dei termini appena indicati. Ciononostante, si riconosce che molte delle parole contemplate nell'elenco, per la loro complessità e per l'appartenenza ad un linguaggio tecnico per addetti ai lavori, potrebbero essere non immediatamente fruibili e comprensibili per i destinatari del Piano di comunicazione, specie se si fa riferimento ai pubblici finali (cittadini, imprese e associazioni). A ciò si aggiunge un'ulteriore e ovvia constatazione: le parole chiave elencate in precedenza sintetizzano e condensano strategie, programmi e linee di azione rivolte a pubblici e destinatari diversi. Esse stesse quindi, in quanto riferimento ultimo dei contenuti che saranno veicolati, non potranno essere "pronunciate" indifferentemente nei confronti di tutti i destinatari. Piuttosto dovranno essere selezionate, classificate, e dove necessario "semplificate", anche a seconda dei diversi destinatari del Piano di comunicazione.

10.2 DALLE PAROLE CHIAVE DEL PITER 2007-2009 AI “NUCLEI DI CONTENUTO”

Nel tentativo di ridurre e portare a ordine e sistema le parole chiave elencate nel precedente paragrafo, si prova a suddividerle nei seguenti raggruppamenti. Per ognuno di essi si individuano quindi i destinatari ai quali sembrano essere maggiormente rivolti. Quando sono multipli, questi ultimi sono elencati in ordine di priorità:

PAROLE CHIAVE	DESTINATARI
<ul style="list-style-type: none"> • investimenti 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • logica di sistema • concertazione 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • integrazione infrastrutture digitali e servizi • interoperabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole
<ul style="list-style-type: none"> • standardizzazione di qualità • riuso 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • servizi digitali • centralità del cittadino • multimodalità • mobilità • convergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • sanità elettronica 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • scuole in rete 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • e-learning • e-adoption 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese e associazioni
<ul style="list-style-type: none"> • ricerca e sviluppo 	<ul style="list-style-type: none"> • imprese • destinatari europei
<ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio e benchmarking 	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • contrasto al digital e al knowledge divide • cittadinanza nella società dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”

Mantenendo la corrispondenza tra i raggruppamenti di parole chiave e i loro destinatari, per ogni raggruppamento si individua un “nucleo di contenuto” unitario. Quest’ultimo passaggio ci permette di sintetizzare in un’unica formula i diversi significati espressi dalle parole chiave

PAROLE CHIAVE	NUCLEO DI CONTENUTO	DESTINATARI
<ul style="list-style-type: none"> • investimenti 	attenzione impegno e investimenti per l’innovazione	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • logica di sistema • concertazione 	condivisione, rete, lavoro di squadra, Community Network	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • integrazione infrastrutture digitali e servizi • interoperabilità 	razionalizzazione, efficacia, efficienza back end unificato, PA digitale	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole
<ul style="list-style-type: none"> • standardizzazione di qualità • riuso 	omogeneità, livello minimo di servizio, risparmio	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • servizi digitali • centralità del cittadino • multimodalità • mobilità • convergenza 	semplificazione, snellimento, risparmio vicinanza, dialogo, partecipazione personalizzazione dei servizi	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • sanità elettronica 	nuovo welfare, assistenza di qualità	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • scuole in rete 	scuola digitale, formazione di qualità	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • e-learning • e-adoption 	alfabetizzazione informatica, supporto all’innovazione	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese e associazioni
<ul style="list-style-type: none"> • ricerca e sviluppo 	ricerca, innovazione, competitività	<ul style="list-style-type: none"> • imprese • destinatari europei
<ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio e benchmarking 	analisi, confronto, miglioramento	<ul style="list-style-type: none"> • PA emiliano-romagnole • imprese • destinatari “italiani” ed “europei”
<ul style="list-style-type: none"> • contrasto al digital e al knowledge divide • cittadinanza nella società dell’informazione 	uguaglianza, cittadinanza digitale, pari opportunità di accesso alla società dell’informazione	<ul style="list-style-type: none"> • cittadini, imprese e associazioni • PA emiliano-romagnole • destinatari “italiani” ed “europei”

10.3 I “NUCLEI DI CONTENUTO” DELLA COMUNICAZIONE DEL PiTER 2007-2009

Prima di elencare e dettagliare brevemente i singoli nuclei di contenuto, è necessaria una ulteriore premessa. Con la loro definizione, qui si prova a individuare unità concettuali di senso che dovrebbero rendere più agevoli, razionali e coerenti le iniziative di comunicazione. L’obiettivo è definire pochi concetti chiari e semplici, e per questo di immediata fruizione, che possano permettere ai destinatari delle iniziative di comunicazione di capire perché la Regione Emilia-Romagna e gli altri enti locali del territorio regionale hanno effettuato una programmazione in materia di innovazione digitale delle PA e sviluppo della società dell’informazione, quali principi e valori ispirano questa programmazione, cosa si vuole ottenere con la sua attuazione, e cosa, col passare del tempo, sarà stato realmente ottenuto.

Ciononostante, pur essendo ovvio che ogni “nucleo di contenuto” ha una propria autonomia di significato e può funzionare al meglio se comunicato singolarmente, vista la forte affinità tra molti degli universi concettuali individuati, e considerato che molto spesso le aree di senso a cui fanno riferimento almeno in parte si sovrappongono, non si esclude assolutamente che le singole attività e iniziative di comunicazione possano fare riferimento anche a più “nuclei di contenuto”.

Affidandosi al buon senso, in queste pagine si auspica solo che tutte le iniziative e attività di comunicazione possano focalizzarsi su uno o comunque pochi aspetti, possibilmente affini tra loro, e li veicolino ai destinatari con la massima semplicità e chiarezza possibili.

10.3.1 Attenzione, impegno e investimenti per l’innovazione

Soprattutto in considerazione della ormai prossima scadenza dei mandati amministrativi, specie per quanto riguarda quello regionale (2010), gli enti locali sono chiamati come da tradizione a fare un bilancio nei confronti dei propri interlocutori – cittadini, imprese e associazioni su tutti – spiegando cosa hanno realizzato e come hanno investito a tale scopo i fondi della collettività a disposizione. Un contenuto di comunicazione forte del PiTER, soprattutto nei confronti dei pubblici finali, potrebbero perciò essere i significativi investimenti effettuati dalla Regione e dagli enti locali per tenere il passo della società dell’informazione e, soprattutto, per migliorare e ammodernare la Pubblica Amministrazione. La comunicazione di tali aspetti può avere naturalmente una efficacia di gran lunga maggiore nel momento in cui, oltre a lasciar trasparire l’entità significativa degli investimenti, offra anche informazioni dettagliate sui ritorni, soprattutto in termini di risparmi, che ne derivano.

10.3.2 Condivisione, rete, lavoro di squadra, Community Network

I termini sopra indicati sono solo alcuni esempi di una comunicazione che, soprattutto nei confronti dei destinatari interni di questo Piano, e ancora di più di coloro che con le loro azioni potranno contribuire ad una sua positiva attuazione, dovrà puntare forte sulla necessità di fare squadra e sistema.

10.3.3 Razionalizzazione, efficacia, efficienza, back end unificato, PA digitale

Tutte le azioni del PiTER 2007-2009 finalizzate a mettere in rete gli uffici delle varie PA, siano esse la condivisione di banche dati, i sistemi di lavoro collaborativi on line, o altro, tendono in ultima analisi a razionalizzare il lavoro delle singole amministrazioni, renderlo più efficace ed efficiente, e soprattutto fare in modo che i singoli uffici riescano a fornire risposte e servizi integrati ai cittadini. L’aspetto andrà comunicato quando le opportunità tecnologiche per l’interoperabilità e la collaborazione in rete verranno gradualmente messe a disposizione delle PA emiliano-romagnole.

10.3.4 Omogeneità, livello minimo di servizio, risparmio

La graduale attuazione del PiTER 2007-2009 metterà a disposizione delle PA, specie di quelle di minori dimensioni, una serie di strumenti, applicazioni e opportunità che dovrebbero standardizzare il più possibile la qualità del lavoro e dell’agire. Il tema andrà comunicato con forza ai destinatari interni.

10.3.5 Semplificazione, snellimento, risparmio, vicinanza, dialogo, partecipazione, personalizzazione dei servizi

Il fine ultimo delle strategie, degli obiettivi e delle azioni del PiTER 2007-2009 è amministrare in maniera più efficace ed efficiente nei confronti dei cittadini e delle imprese, servendosi anche delle nuove tecnologie per assecondare al massimo le loro specifiche esigenze. Quando si tratterà di comunicare ai cittadini i risultati della programmazione, si dovrà insistere molto su tali aspetti. Nel farlo si dovrà anche tenere ben chiaro in mente che le tecnologie sono e restano un mezzo per una amministrazione più snella, efficace, efficiente e colloquiale, e che di conseguenza il focus delle attività di comunicazione deve essere sempre centrato su questo secondo elemento, piuttosto che sulle tecnologie in quanto tali.

10.3.6 Nuovo welfare, assistenza di qualità

Il PiTER 2007-2009 dedica molte attenzioni e risorse al tema della sanità in rete, ed essendo questo tema sempre prioritario nell’interesse dei pubblici finali, non potranno mancare focalizzazioni specifiche delle attività

e iniziative di comunicazione su come i percorsi assistenziali, di cura e più in generale del welfare cambiano e migliorano grazie alla rivoluzione tecnologica e organizzativa in atto.

10.3.7 Scuola digitale, formazione di qualità

La digitalizzazione e l'interconnessione delle scuole è uno dei presupposti per l'innalzamento della qualità dei percorsi formativi e la fornitura di quegli strumenti e competenze che saranno sempre più necessari agli adulti del domani, per vivere da protagonisti nella società dell'informazione. Il tema andrà evidenziato ogni volta che si comunicheranno iniziative e risultati relativi a quella parte di programmazione specificamente dedicata alla diffusione delle tecnologie di rete nei contesti scolastici, e più in generale della formazione.

10.3.8 Alfabetizzazione informatica, supporto all'innovazione

La comunicazione di questo concetto si rende necessaria per i motivi elencati nel paragrafo precedente. In questo caso, l'unica differenza è che una formazione critica, ed un supporto attivo alla padronanza e all'utilizzo avanzato delle nuove tecnologie digitali, sono rivolti ai dipendenti pubblici, affinché possano condividere i valori di fondo e la mission alla base dei processi di ammodernamento in atto; e alle imprese, sempre più chiamate a tenere il passo della rivoluzione digitale in atto, per essere realmente competitive sullo scenario globale.

10.3.9 Ricerca, innovazione, competitività

Sempre alle imprese, e sostanzialmente per gli stessi motivi indicati in precedenza, sarà importante comunicare le iniziative e i progetti messi in campo, e i loro risultati, per accrescere le attività di ricerca e sviluppo nei settori delle nuove tecnologie.

10.3.10 Analisi, confronto, miglioramento

Il PiTER 2007-2009 dedica molte attenzioni al tema del confronto con le altre realtà europee. Da tempo la Regione Emilia-Romagna, studiando anche quanto avviene in altri contesti territoriali, verifica lo stato dell'arte nella propria realtà regionale e, al contempo, individua i punti di forza e debolezza sui quali intervenire per migliorare l'esistente. Questi aspetti andranno comunicati, sia nei confronti dei destinatari interni, sia nei confronti di pubblici esterni come le imprese, sia infine verso i cosiddetti destinatari europei, a cominciare da quelli coinvolti nelle periodiche indagini di benchmarking. In tutti questi casi, sarà fondamentale far passare il messaggio queste attività di analisi e confronto sono fondamentali per impostare più efficacemente causa le politiche e i programmi in materia.

10.4 UGUAGLIANZA, CITTADINANZA, PARI OPPORTUNITÀ DI ACCESSO ALLA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

All'ultimo "nucleo di contenuto" si attribuisce una importanza maggiore: si tratta del messaggio da far passare in maniera forte e chiara in occasione di tutte le iniziative e attività di comunicazione previste in questo documento. I singoli "nuclei di contenuto" indicati in precedenza rappresentano infatti delle declinazioni puntuali di questo aspetto, che potrebbe essere definito come un vero e proprio "meta contenuto", che potrebbe essere riassunto con la seguente formula: i valori di fondo, le strategie, i programmi e le azioni concrete definiti nel PiTER 2007-2009 sono finalizzati a far sì che tutti i soggetti che vivono e operano nel territorio emiliano-romagnolo siano messi nelle migliori condizioni possibili per sfruttare i vantaggi e le opportunità offerti dalla società dell'informazione. Questo a partire dalla consapevolezza che l'accesso a tali strumenti e opportunità è un prerequisito essenziale nella stessa definizione contemporanea del concetto di cittadinanza.

11. STRUMENTI E ATTIVITÀ

Prima di enunciare le attività e gli strumenti di comunicazione che già oggi, alla data di prima stesura del Piano di comunicazione (primavera-estate 2008), è possibile definire con un minimo di approssimazione, è necessaria una premessa. Alcuni strumenti e attività di questo Piano, soprattutto quelli che saranno rivolti ai destinatari finali, potranno essere definiti solo quando si disporrà di un minimo di conoscenze più articolate sugli stessi destinatari. Ciò vale in particolar modo per le loro abitudini di fruizione informativa su temi e argomenti affini a quelli oggetto del PiTER 2007-2009. In questa sezione si elencheranno perciò anche interventi che dovrebbero in realtà essere considerati come azioni preliminari di analisi e indagine, finalizzati alla successiva intrapresa di azioni di comunicazione. Questo Piano di comunicazione potrà perciò anche essere aggiornato e integrato in futuro, con ulteriori strumenti e attività di comunicazione definiti a partire dai risultati delle analisi e delle indagini che saranno promosse nei prossimi mesi.

11.1 RESTYLING E RAZIONALIZZAZIONE DEL PORTALE EMILIA-ROMAGNA DIGITALE E DEGLI ALTRI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ON LINE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Sia per quanto riguarda gli addetti ai lavori, i cosiddetti destinatari esterni, sia per quanto riguarda i destinatari finali (cittadini, imprese, associazioni, ecc.), il portale Emilia-Romagna Digitale rappresenta, e sempre più dovrà farlo, la porta d'accesso principale della Regione Emilia-Romagna sul mondo dell'innovazione digitale amministrativa. Per questo motivo, attraverso uno stretto coordinamento tra la cabina di regia del PiTER 2007-2009, il Servizio comunicazione; educazione alla sostenibilità della Regione, e il CRC Emilia-Romagna, si realizzeranno un restyling e una razionalizzazione del portale che, tra le altre cose, dovranno portare ad un "accorpamento" del sito del CRC Emilia-Romagna. Il restyling sarà finalizzato a creare una interfaccia intuitiva di accesso a tutti i servizi digitali on line forniti a cittadini, imprese e associazioni dell'Emilia-Romagna, dall'insieme degli enti locali del territorio regionale. Ciò avverrà potenziando, sia tecnicamente sia soprattutto graficamente, il database dei servizi on line già presente nel sito. Questa interfaccia unificata dovrà essere rivolta principalmente ai destinatari finali, e per questo dovrà essere progettata e realizzata tenendo in massima considerazione le loro esigenze e abitudini di fruizione. Il portale dovrà inoltre essere completato con un'area dedicata agli addetti ai lavori, ossia ai destinatari interni del PiTER 2007-2009 e delle sue attività di comunicazione. L'area aggiornerà periodicamente sui progressi della programmazione, e fornirà tutti i materiali, i documenti, le applicazioni e gli strumenti necessari alla collaborazione degli addetti ai lavori su queste tematiche. Il portale dovrà infine ospitare i video e gli altri materiali di comunicazione, oltre che offrire spazi di commento e intervento diretto ai destinatari dell'iniziativa, che saranno prodotti nell'ambito del progetto di comunicazione "PiTer 2.0", contemplato nell'ambito di questo piano di comunicazione e illustrato nel dettaglio nella sua appendice.

11.2 PROSECUZIONE DELLE ATTIVITÀ EDITORIALI PROMOSSE CON LA NEWSLETTER "NEWSLETT-ER" DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA, E REALIZZAZIONE DI ALCUNE INIZIATIVE PER AMPLIARE IL SUO PUBBLICO E RENDERLA UNO STRUMENTO DI INDAGINE PERIODICO SUI DESTINATARI INTERNI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Come anticipato, il portale Emilia-Romagna Digitale si trasformerà sempre più in una porta di accesso unificato ai servizi pubblici on line del territorio regionale. La sua missione informativa sarà quindi sensibilmente ridimensionata. Per questo motivo, la newsletter regionale dedicata ai temi dell'innovazione digitale dovrà configurarsi sempre più come uno strumento primario informazione diretta nei confronti dei destinatari interni del PiTER 2007-2009. D'ora in avanti, le sue uscite dovranno perciò essere pianificate anche in considerazione delle necessità di comunicazione riguardanti il PiTER 2007-2009 e la sua graduale attuazione. Si realizzeranno inoltre iniziative e attività finalizzate ad ampliare il numero di destinatari della newsletter, puntando in particolar modo a raggiungere quelle tipologie di destinatari interni considerate strategiche in questo documento. Infine, sempre in un'ottica di potenziamento della comunicazione interna, la newsletter diverrà uno strumento utile per la raccolta di informazioni su come i destinatari interni del PiTER si informano sulle politiche locali di innovazione. La prima azione in tal senso sarà la realizzazione di un questionario, rivolto a tutti i destinatari della newsletter, finalizzato a capire che tipo di strumenti e canali usano, oltre ad essa, per aggiornarsi su questi argomenti. La realizzazione dell'indagine permetterà di definire ulteriori attività e strumenti di comunicazione.

11.3 COMUNICAZIONE MIRATA, RAGIONATA E IL PIÙ ALLARGATA POSSIBILE SUL WEB NAZIONALE (SITI, COMMUNITY, NEWSLETTER ECC.)

Nel panorama nazionale, diversi siti, newsletter e altri strumenti di comunicazione on line informano periodicamente sui processi di innovazione amministrativa. Già oggi la Regione Emilia-Romagna presidia almeno

in parte alcuni di questi canali (si veda ad esempio la rubrica “Er Gov” curata dal CRC Emilia-Romagna all’interno della newsletter istituzionale dell’Associazione “Comunicazione Pubblica” – circa 8.000 iscritti). Nei prossimi mesi, il presidio sarà razionalizzato e accresciuto, innanzitutto effettuando uno studio. I risultati dello studio saranno utilizzati per avviare relazioni e contatti con le strutture redazionali che saranno disponibili a dare spazio ai temi del PITER 2007-2009.

11.4 POTENZIAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE ON LINE, SU SITI E NEWSLETTER DI SETTORE, IN AMBITO EUROPEO

Per questo paragrafo valgono in buona sostanza, anche se andranno declinate sul più ampio scenario europeo, le indicazioni del precedente paragrafo. Una ricognizione iniziale permetterà di individuare un numero ristretto di strumenti e canali, siti tematici e newsletter su tutti, che a livello europeo informano e aggiornano periodicamente sulle politiche pubbliche di innovazione. I risultati dello studio saranno utilizzati per instaurare contatti e relazioni con le strutture redazionali di questi canali.

11.5 POTENZIAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE SULLA STAMPA DI SETTORE

Anche in questo caso la prima attività consisterà in uno studio dell’esistente, che permetterà di valutare se e con quali testate cartacee si potranno avviare rapporti di collaborazione editoriale.

11.6 ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E CONVEGNI DI SETTORE

Nel prossimo futuro si definirà una scaletta di massima delle iniziative convegnistiche promosse direttamente dalla Regione e dalle sue articolazioni. La scaletta servirà soprattutto per razionalizzare le “uscite di comunicazione” in occasione di questi eventi, e fare in modo che nel tempo si possa veicolare il maggior numero possibile dei “nuclei di comunicazione” indicati in questo Piano, evitando ridondanze e omissioni.

11.7 PARTECIPAZIONE A FIERE ED EVENTI DI SETTORE

Anche la presenza alle fiere e manifestazioni di settore promosse da terzi sarà pianificata con una scaletta finalizzata a razionalizzare le “uscite di comunicazione”, e permettere una efficace veicolazione dei “nuclei di comunicazione” indicati in questo Piano.

11.8 PARTECIPAZIONE AD EVENTI E CONVEGNI PROMOSSI DA SOGGETTI TERZI

Per questo punto valgono sostanzialmente le stesse riflessioni appena enunciate. La presenza dei relatori della Regione Emilia-Romagna presso eventi e convegni promossi da terzi sarà nei limiti del possibile coordinata da una cabina di regia incaricata di razionalizzare le “uscite di comunicazione”, e permettere una efficace veicolazione dei “nuclei di comunicazione” indicati in questo Piano.

11.9 COSTITUZIONE E CONCEZIONE DELLA COMUNITÀ TEMATICA DEI COMUNICATORI DELL’E-GOVERNMENT, ALL’INTERNO DELLA COMMUNITY NETWORK DELL’EMILIA-ROMAGNA, ANCHE COME UN VEICOLO DI COMUNICAZIONE INTERNA E INFORMALE SUL PITER 2007-2009

Come enunciato nel paragrafo 3.1.2, e per altri versi nel paragrafo 5.4.4, la Regione Emilia-Romagna e gli enti locali del territorio emiliano-romagnolo stanno puntando forte sulla formazione di una Community Network composta da professionisti e dipendenti della Regione e degli enti locali. La Community Network dovrà presidiare tutti gli aspetti relativi ai processi di innovazione digitale amministrativa in corso, e favorire la condivisione di saperi, strumenti, pratiche e modelli organizzativi, affinché l’attuazione delle strategie e dei programmi in materia possa avvenire col massimo grado di omogeneità in tutti i territori dell’Emilia-Romagna. Nell’ambito di tale disegno di fondo, all’interno della Community Network è prevista anche la costituzione, già avviata, di una comunità professionale dei comunicatori pubblici dell’e-government. Contando sul supporto di un fornitore privato già individuato dopo lo svolgimento di un’apposita gara, la comunità dovrà progettare una campagna di comunicazione sull’e-government. Quest’ultima sarà realizzata su scala regionale, ma declinata sui singoli territori, e sarà finalizzata a comunicare e promuovere presso cittadini, imprese e associazioni l’esistenza e l’uso dei servizi pubblici on line. La formazione della comunità, e il suo lavoro, saranno fondamentali per il raggiungimento di molti degli obiettivi definiti in questo Piano di comunicazione. Non solo essa porterà infatti alla realizzazione della campagna, che sarà sicuramente uno dei principali “prodotti” di questa pianificazione. Allo stesso tempo, gli esponenti della comunità saranno chiamati a trasmettere informalmente quanto appreso, così come i principi e valori di fondo che ispirano il PITER 2007-2009, presso le proprie amministrazioni di appartenenza. Ancora, potranno essere molto utili per capire quali strumenti utilizzano i destinatari interni di questo Piano di comunicazione, per informarsi sui temi dell’innovazione. La comunità tematica dei comunicatori pubblici dell’e-government – e più in generale tutte le comunità tematiche della Community Network – funzionerà perciò come un vero e proprio canale informativo bidirezionale. Da un lato,

i suoi referenti trasmetteranno informazioni, saperi ed esperienze dalla cabina di regia regionale verso le proprie amministrazioni; dall'altro, forniranno alla cabina di regia dati e informazioni che permetteranno di pianificare meglio le attività e gli interventi di comunicazione rivolti ai destinatari interni del Piano di comunicazione.

11.10 INDAGINE SULLE ABITUDINI DI COMUNICAZIONE DEI DESTINATARI ESTERNI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Per realizzare gli obiettivi di comunicazione di lungo periodo indicati in questo Piano di comunicazione (vedi paragrafo 8.2), si dovranno effettuare indagini e analisi sulle abitudini di comunicazione e consumo mediatico dei destinatari esterni (cittadini, imprese, associazioni, ecc.). I risultati delle indagini permetteranno di pianificare con maggiore efficacia le successive attività di comunicazione.

11.11 CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE REGIONALE, DECLINATA LOCALMENTE, PER LA PROMOZIONE PRESSO CITTADINI, IMPRESE E ASSOCIAZIONI DELL'USO DEI SERVIZI DIGITALI

Come già enunciato in altri paragrafi di questo Piano di comunicazione, la comunità tematica regionale dei comunicatori dell'e-government sarà supportata da un fornitore privato per la progettazione e la realizzazione di una campagna di comunicazione sull'e-government. Per i mezzi e le risorse che potranno essere messi in campo, la campagna costituirà il principale strumento di comunicazione rivolto ai destinatari finali di questo Piano di comunicazione. Ad essa si aggiungeranno comunque ulteriori iniziative e strumenti di comunicazione rivolti ai destinatari esterni. Questi saranno definiti nel dettaglio, così come d'altronde le attività previste nell'ambito della stessa campagna, dopo che saranno state realizzate le indagini sulle abitudini di comunicazione dei destinatari esterni.

12. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il monitoraggio degli strumenti e delle attività previsti in questo Piano di comunicazione, e la conseguente valutazione sul loro reale grado di efficacia, saranno effettuati in itinere durante tutto l'intero arco temporale che circonda la programmazione, oltre che, naturalmente, al termine della stessa. La raccolta e l'analisi degli elementi quantitativi e dei dati qualitativi sarà utile sia per fornire a posteriori una valutazione complessiva dei risultati del progetto, sia, in corso d'opera, per fornire indicazioni ed elementi validi per far fronte ad eventuali fattori critici, definendo adeguati interventi correttivi.

Nello specifico, il monitoraggio e la valutazione saranno riferiti a due "dimensioni" principali:

- il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione fissati nel piano (in gergo tecnico quello che si definisce l'impatto della comunicazione): lo scopo sarà verificare il livello di diffusione, comprensione ed accettazione dei messaggi. Per essere massimamente attendibile, la verifica sarà effettuata soprattutto al termine della programmazione, con la realizzazione di indagini di tipo quantitativo e, soprattutto, qualitativo, quali interviste e focus group, che permettano di "misurare" se e quanto gli obiettivi di comunicazione siano stati effettivamente realizzati;
- l'efficacia e l'efficienza dei singoli strumenti e attività di comunicazione (in gergo tecnico, la congruenza tra obiettivi e gli strumenti): in questo caso, anche e soprattutto in corso d'opera, si cercherà di stabilire quanto le singole azioni programmate siano state effettivamente efficaci. Le attività di monitoraggio e valutazione relative a questa dimensione saranno realizzate sia con indagini e analisi di tipo quantitativo e qualitativo, sia con l'osservazione di dati e altri indicatori "oggettivi", quali ad esempio, per quanto riguarda le attività pianificate sul web, le statistiche relative agli accessi e ai comportamenti di navigazione on line.

12.1 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE RISPETTO AGLI OBIETTIVI STRATEGICI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Gli obiettivi strategici di questo Piano di comunicazione, indicati nel capitolo 6, sono i seguenti:

- diffondere una visione unitaria coordinata e condivisa della programmazione presso gli enti locali emiliano-romagnoli;
- divulgare ai cittadini e ai pubblici finali i risultati della programmazione regionale in materia di innovazione digitale e sviluppo della società dell'informazione;
- diffondere la conoscenza della programmazione e dei suoi risultati oltre i confini regionali, presso le istituzioni e gli enti locali coinvolti in simili processi e nello scenario europeo.

Per ognuno di essi, al termine di tutti gli interventi e le attività di comunicazioni pianificati con questo documento, si prevede la realizzazione di specifiche analisi e indagini, ricorrendo in particolar modo a metodologie qualitative, che permettano di verificare se e quanto appunto essi saranno stati conseguiti.

12.2 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE RISPETTO AI SINGOLI STRUMENTI E ATTIVITÀ DEFINITI NEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti e le attività di questo Piano di comunicazione, indicati nel capitolo 11, sono i seguenti:

- restyling e razionalizzazione del portale Emilia-Romagna Digitale e degli altri strumenti di comunicazione on line della Regione Emilia-Romagna;
- prosecuzione delle attività editoriali promosse con la newsletter "Newslett-ER" della Regione Emilia-Romagna, e realizzazione di alcune iniziative per ampliare il suo pubblico e renderla uno strumento di indagine periodico sui destinatari interni del Piano di comunicazione;
- comunicazione mirata, ragionata e il più allargata possibile sul web nazionale (siti, community, newsletter ecc.);
- potenziamento delle attività di comunicazione on line, su siti e newsletter di settore, in ambito europeo;
- potenziamento delle attività di comunicazione sulla stampa di settore;
- organizzazione di eventi e convegni di settore;
- partecipazione a fiere ed eventi di settore;
- partecipazione ad eventi e convegni promossi da soggetti terzi;
- costituzione e concezione della comunità tematica dei comunicatori dell'e-government, all'interno della Community Network dell'Emilia-Romagna, anche come un veicolo di comunicazione interna, e informale, sui temi, gli aspetti e i risultati del PiTER 2007-2009;
- indagine sulle abitudini di comunicazione dei destinatari esterni del Piano di comunicazione;
- campagna di comunicazione regionale, declinata localmente, per la promozione presso cittadini, imprese e associazioni dell'uso dei servizi digitali.

Per ognuno di essi, si prevede di realizzare sia delle attività di monitoraggio quantitativo, sia delle attività di valutazione finale. Per quanto riguarda il monitoraggio quantitativo, esso sarà effettuato in termini di output, ossia di prodotti di comunicazione realizzati e out-take, ossia ritorni da parte dei destinatari, quali ad esempio

il numero di accessi a un sito e/o il numero di uscite sulla stampa di settore. A livello di valutazione qualitativa invece, si rimanda a quanto accennato nel paragrafo precedente. Partendo da queste premesse, per le attività e gli strumenti di comunicazione indicati in precedenza si prevede di realizzare le seguenti forme di monitoraggio e valutazione:

ATTIVITÀ/MONITORAGGIO VALUTAZIONE	OUTPUT	OUT TAKE	VALUTAZIONE QUALITATIVA
• restyling E-R Digitale e strumenti Comunicazione on line E-R	• rendicontazione sul restyling • rendicontazione sulle attività editoriali	• analisi degli accessi e dei comportamenti di navigazione	• questionari e indagini on e off line ai navigatori
• attività editoriali “Newslett-ER” e iniziative per ampliare suo pubblico e renderla strumento di indagine periodico	• rendicontazione sulle attività editoriali	• analisi dei comportamenti di lettura e delle dinamiche di iscrizione allo strumento	• questionari ai lettori
• comunicazione web nazionale	• rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni on line	• rassegna stampa on line	
• comunicazione web europeo	• rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni on line	• rassegna stampa on line	
• potenziamento comunicazione stampa di settore	• rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni	• rassegna stampa	
• organizzazione eventi/ convegni	• rendicontazione quantitativa sui convegni; • rendicontazione quantitativa sul materiale cartaceo e/o digitale prodotto per queste occasioni	• rendicontazione quantitativa sulle presenze agli stand e agli altri spazi espositivi; • rendicontazione quantitativa sul numero di output cartacei e/o digitali distribuiti ai partecipanti	• questionari ai partecipanti
• partecipazione fiere	• rendicontazione quantitativa sulle presenze alle fiere; • rendicontazione quantitativa sul materiale cartaceo e/o digitale prodotto per queste occasioni	• rendicontazione quantitativa sulle presenze agli stand e agli altri spazi espositivi; • rendicontazione quantitativa sul numero di output cartacei e/o digitali distribuiti ai partecipanti	• questionari ai partecipanti
• partecipazione eventi/convegni	• rendicontazione quantitativa sulla partecipazione ai convegni	• rendicontazione quantitativa sulle presenze di pubblico ai convegni	
• costituzione comunità comunicatori e-gov	• rendicontazione sugli incontri e i “prodotti” realizzati (ad es. capitolo di gara della campagna di comunicazione)		• questionari agli esponenti della comunità tematica e, tramite essi, ai loro referenti amministrativi
• indagine abitudini comunicazione destinatari esterni	• realizzazione dell’indagine		• analisi dei risultati dell’indagine
• campagna comunicazione e-gov	• campagna di comunicazione	• rendicontazione sul numero di “uscite” (rassegna stampa on e off line, affissioni, ecc.); • analisi successive sull’impatto nell’utilizzo dei servizi on line.	• Studi e indagini presso i destinatari finali qualitative per verificare il grado di recepimento dei contenuti veicolati con la campagna

13. TABELLE RIASSUNTIVE

13.1 OBIETTIVI/DESTINATARI

OBIETTIVI/DESTINATARI					
	vertici politici: assessori e/o sindaci	vertici amministrativi: direttori generali e segretari comunali	capi servizio, responsabili di progetto e dirigenti amministrativi	cittadini, imprese, associazioni dell'Emilia-Romagna	amministrazioni, enti locali ed esperti in materia di innovazione digitale nel contesto italiano ed europeo
• rendere maggiormente chiari e comprensibili la filosofia di base e gli obiettivi prioritari della programmazione	●	●	●		
• informare con cadenza periodica sugli strumenti, le applicazioni, i servizi e le opportunità offerti alle PA a seguito della graduale attuazione della programmazione	●	●	●		
• informare con cadenza periodica sulla riduzione del digital divide nel territorio regionale	●	●	●	●	●
• rendere periodicamente conto della programmazione e dei suoi principali risultati nello scenario italiano e in quello europeo e internazionale					●
• rendicontazione sui risultati ottenuti al termine della programmazione triennale	●	●	●	●	●

13.2 ATTIVITÀ/DESTINATARI

ATTIVITÀ/DESTINATARI	vertici politici: assessori e/o sindaci	vertici amministrativi: direttori generali e segretari comunali	capi servizio, responsabili di progetto e dirigenti amministrativi	cittadini, imprese, associazioni dell'Emilia-Romagna	amministrazioni, enti locali ed esperti in materia di innovazione digitale nel contesto italiano ed europeo
• restyling E-R Digitale e strumenti Comunicazione on line E-R	●	●	●	●	●
• attività editoriali "Newslett-ER" e iniziative per ampliare suo pubblico e renderla strumento di indagine periodico	●	●	●		●
• comunicazione web nazionale				●	●
• comunicazione web europeo					●
• potenziamento comunicazione stampa di settore	●	●	●		●
• organizzazione eventi/ convegni	●	●	●		●
• partecipazione fiere	●	●	●		●
• partecipazione eventi/convegni	●	●	●		●
• costituzione comunità comunicatori e-gov	●	●	●		●
• indagine abitudini comunicazione destinatari esterni				●	
• campagna comunicazione e-gov				●	

13.3 ATTIVITÀ/TEMPI

ATTIVITÀ/TEMPI	2008					2009					2010																															
	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D																							
• restyling E-R Digitale e strumenti Comunicazione on line E-R						progettazione				esecuzione										operatività editoriale											operatività											
• attività editoriali “Newslett-ER” e iniziative per ampliare suo pubblico e renderla strumento di indagine periodico						progettazione attività di indagine																									operatività editoriale				operatività attività di indagini periodiche							
• comunicazione web nazionale						studio esistente e individuazione canali																													operatività							
• comunicazione web europeo						studio esistente e individuazione canali																													operatività							
• potenziamento comunicazione stampa di settore						studio esistente e individuazione canali																													operatività							
• organizzazione eventi/ convegni																																			operatività							
• partecipazione fiere																																			operatività							
• partecipazione eventi/convegni																																			operatività							
• costituzione comunità comunicatori e-gov						costituzione comunità																																	operatività			
• indagine abitudini comunicazione destinatari esterni						progettazione e realizzazione indagine																													utilizzo risultati indagine per attività di comunicazione esterna							
• campagna comunicazione e-gov						realizzazione capitolato di gara; indicazione e assegnazione gara																									progettazione campagna								operatività			

13.4 ATTIVITÀ/MONITORAGGIO-VALUTAZIONE

ATTIVITÀ/MONITORAGGIO VALUTAZIONE	OUTPUT	OUT TAKE	VALUTAZIONE QUALITATIVA
<ul style="list-style-type: none"> restyling E-R Digitale e strumenti Comunicazione on line E-R 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione sul restyling rendicontazione sulle attività editoriali 	<ul style="list-style-type: none"> analisi degli accessi e dei comportamenti di navigazione 	<ul style="list-style-type: none"> questionari e indagini on e off line ai navigatori
<ul style="list-style-type: none"> attività editoriali "Newslett-ER" e iniziative per ampliare suo pubblico e renderla strumento di indagine periodico 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione sulle attività editoriali 	<ul style="list-style-type: none"> analisi dei comportamenti di lettura e delle dinamiche di iscrizione allo strumento 	<ul style="list-style-type: none"> questionari ai lettori
<ul style="list-style-type: none"> comunicazione web nazionale 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni on line 	<ul style="list-style-type: none"> rassegna stampa on line 	
<ul style="list-style-type: none"> comunicazione web europeo 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni on line 	<ul style="list-style-type: none"> rassegna stampa on line 	
<ul style="list-style-type: none"> potenziamento comunicazione stampa di settore 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle notizie segnalate alle redazioni 	<ul style="list-style-type: none"> rassegna stampa 	
<ul style="list-style-type: none"> organizzazione eventi/ convegni 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sui convegni; rendicontazione quantitativa sul materiale cartaceo e/o digitale prodotto per queste occasioni 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle presenze agli stand e agli altri spazi espositivi; rendicontazione quantitativa sul numero di output cartacei e/o digitali distribuiti ai partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> questionari ai partecipanti
<ul style="list-style-type: none"> partecipazione fiere 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle presenze alle fiere; rendicontazione quantitativa sul materiale cartaceo e/o digitale prodotto per queste occasioni 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle presenze agli stand e agli altri spazi espositivi; rendicontazione quantitativa sul numero di output cartacei e/o digitali distribuiti ai partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> questionari ai partecipanti
<ul style="list-style-type: none"> partecipazione eventi/convegni 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulla partecipazione ai convegni 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione quantitativa sulle presenze di pubblico ai convegni 	
<ul style="list-style-type: none"> costituzione comunità comunicatori e-gov 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione sugli incontri e i "prodotti" realizzati (ad es. capitolo di gara della campagna di comunicazione) 		<ul style="list-style-type: none"> questionari agli esponenti della comunità tematica e, tramite essi, ai loro referenti amministrativi
<ul style="list-style-type: none"> indagine abitudini comunicazione destinatari esterni 	<ul style="list-style-type: none"> realizzazione dell'indagine 		<ul style="list-style-type: none"> analisi dei risultati dell'indagine
<ul style="list-style-type: none"> campagna comunicazione e-gov 	<ul style="list-style-type: none"> campagna di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> rendicontazione sul numero di "uscite" (rassegna stampa on e off line, affissioni, ecc.); analisi successive sull'impatto nell'utilizzo dei servizi on line. 	<ul style="list-style-type: none"> Studi e indagini presso i destinatari finali qualitative per verificare il grado di recepimento dei contenuti veicolati con la campagna

14. ALLEGATI

14.1 LE PA DELL'EMILIA-ROMAGNA E LA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

Si riporta di seguito una serie di dati, grafici e tabelle ricavati dall'indagine "Benchmarking della società dell'informazione in Emilia-Romagna. Primo rapporto 2007: offerta e domanda di servizi di e-government in Emilia-Romagna. Anno di riferimento 2006" (DG Organizzazione Personale Sistemi Informativi e Telematici). I dati sono relativi a:

CONNESSIONI A INTERNET NEI COMUNI:

	INTERNET A BANDA LARGA	SITO WEB PROPRIO	INTRANET
Piacenza	35,90	75,00	43,59
Parma	89,74	100,00	64,10
Reggio Emilia	96,88	86,67	31,25
Modena	89,47	97,87	60,53
Bologna	81,08	95,00	56,76
Ferrara	73,08	100,00	73,08
Ravenna	76,47	100,00	58,82
Forlì-Cesena	88,00	96,67	52,00
Rimini	86,67	75,00	53,33
Totale	78,73	91,79	54,48

PROTOCOLLO INFORMATICO E FIRMA DIGITALE NEI COMUNI:

	PROTOCOLLO INFORMATICO	FIRMA DIGITALE
Piacenza	89,74	35,90
Parma	94,87	51,28
Reggio Emilia	93,75	46,88
Modena	86,84	50,00
Bologna	94,59	75,68
Ferrara	84,62	53,85
Ravenna	88,24	41,18
Forlì-Cesena	84,00	72,00
Rimini	100,00	20,00
Totale	90,67	51,49

ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE INFORMATICA NEI COMUNI:

	SERVIZIO INFORMATICA	ALMENO UN DIPENDENTE DEDICATO ALL'ICT	FORMAZIONE INFORMATICA
Piacenza	7,69	15,38	12,82
Parma	23,08	25,64	38,46
Reggio Emilia	28,13	56,25	34,38
Modena	39,47	34,21	28,95
Bologna	45,95	45,95	54,05
Ferrara	50,00	65,38	38,46
Ravenna	64,71	70,59	47,06
Forlì-Cesena	16,00	32,00	48,00
Rimini	40,00	46,67	20,00
Totale	32,46	40,30	35,45

ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE INFORMATICA NEI COMUNI:

	GESTIONE PERSONALE	GESTIONE CONTABILITÀ	GESTIONE PROVVEDITORATO	CONTROLLO DI GESTIONE	GESTIONE PAGAMENTI	GESTIONE ATTIVITÀ AMMINISTRATIVE	GESTIONE PROTOCOLLO	GESTIONE TRIBUTI	ANAGRAFE E STATO CIVILE
Piacenza	66,67	97,44	7,69	35,90	84,62	71,79	97,44	92,31	97,44
Parma	71,79	94,87	38,46	43,59	79,49	89,74	94,87	89,74	94,87
Reggio Emilia	96,88	100,00	56,25	71,88	90,63	90,63	96,88	96,88	96,88
Modena	94,74	97,37	42,11	57,89	89,47	89,47	97,37	100,00	97,37
Bologna	100,00	100,00	43,24	48,65	91,89	91,89	97,30	100,00	100,00
Ferrara	96,15	100,00	50,00	46,15	69,23	80,77	100,00	100,00	100,00
Ravenna	76,47	100,00	41,18	47,06	70,59	64,71	94,12	88,24	100,00
Forlì-Cesena	92,00	96,00	24,00	48,00	92,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Rimini	100,00	100,00	26,67	40,00	93,33	86,67	100,00	100,00	100,00
Totale	87,31	98,13	36,57	49,25	85,07	85,82	97,39	96,27	98,13

Nell'ambito del progetto europeo di benchmarking "Understand", la situazione delle PA emiliano-romagnole è paragonabile anche a quella di alcune regioni europee per quanto riguarda:

CONNESSIONE A INTERNET:

	INTERNET A BANDA LARGA	SITO WEB	INTRANET
Emilia-Romagna	79	92	54
Puglia	82	80	50
Comunidad Valenciana (E)	62	53	32
Hessen (D)	77	99	51
Wielkopolska (PL)	84	100	33
Yorkshire & The Humber (UK)	100	100	93
Wales (UK)	100	100	100

PROTOCOLLO INFORMATICO E FIRMA DIGITALE:

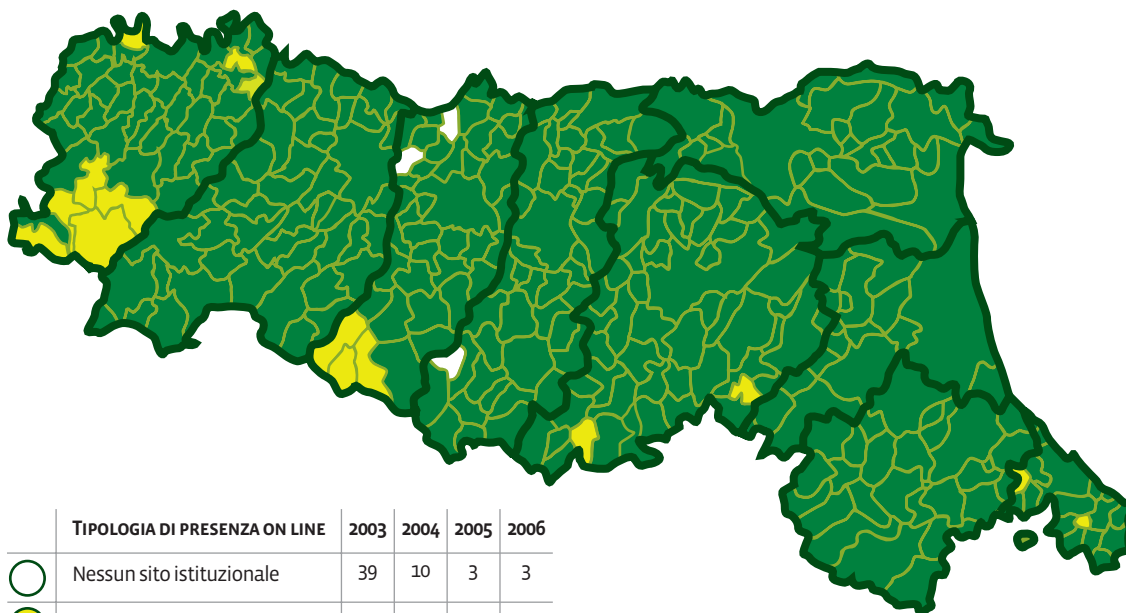
	PROTOCOLLO INFORMATICO NUCLEO MINIMO	PROTOCOLLO INFORMATICO GESTIONE DOCUMENTALE	PROTOCOLLO INFORMATICO WORKFLOW DOCUMENTALE	FIRMA DIGITALE
Emilia-Romagna	84	31	10	51
Puglia	68	17	9	36
Comunidad Valenciana (E)	65	46	19	49
Hessen (D)	34	29	16	15
Wielkopolska (PL)	28	12	16	14
Yorkshire & The Humber (UK)	86	93	79	21
Wales (UK)	92	83	67	8

ORGANIZZAZIONE DELL'INFORMATICA:

	ALMENO UN DIPENDENTE DEDICATO ALL'ICT	FORMAZIONE INFORMATICA
Emilia-Romagna	40	35
Puglia	32	32
Comunidad Valenciana (E)	27	36
Hessen (D)	49	55
Wielkopolska (PL)	73	49
Yorkshire & The Humber (UK)	93	100
Wales (UK)	100	83

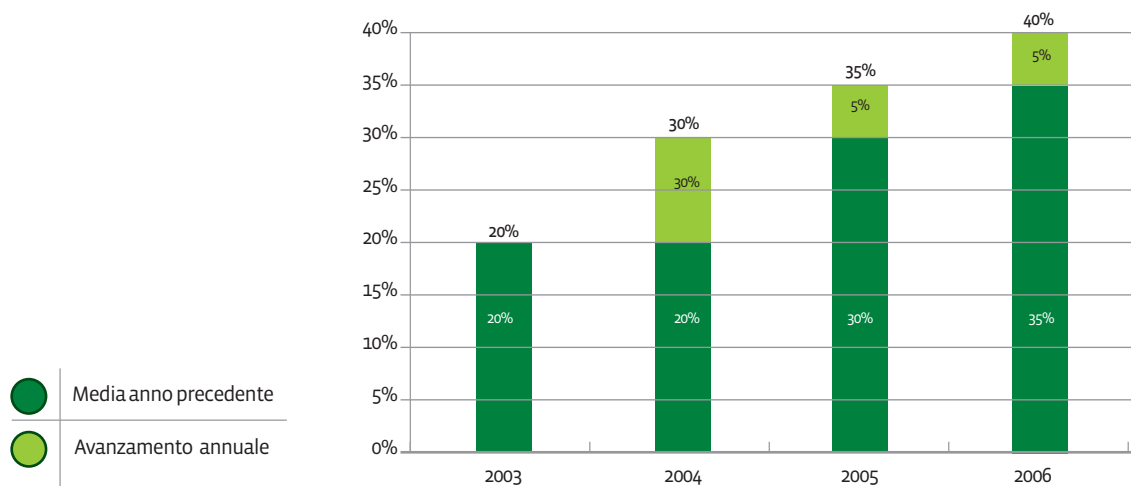
Ulteriori dati sono fanno invece luce sulla presenza on line dei Comuni

PRESENZA ON LINE NEI COMUNI DELL'EMILIA-ROMAGNA (2006)

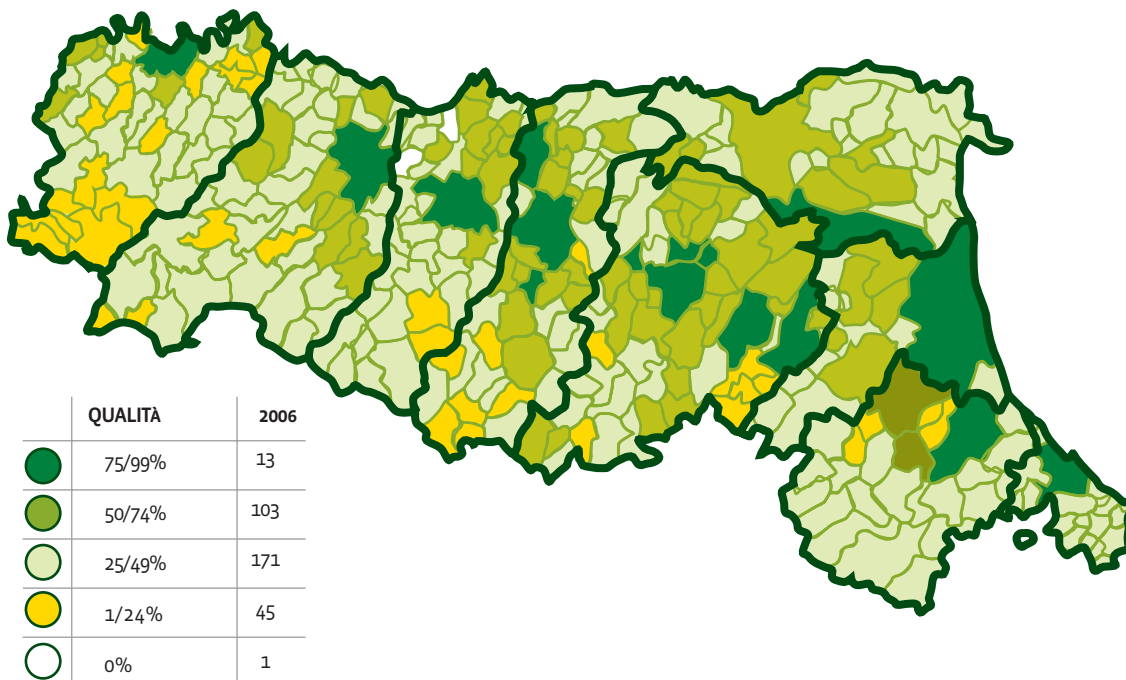


	TIPOLOGIA DI PRESENZA ON LINE	2003	2004	2005	2006
○	Nessun sito istituzionale	39	10	3	3
●	Sottodominio	74	29	23	15
●	Dominio proprio	228	302	315	323

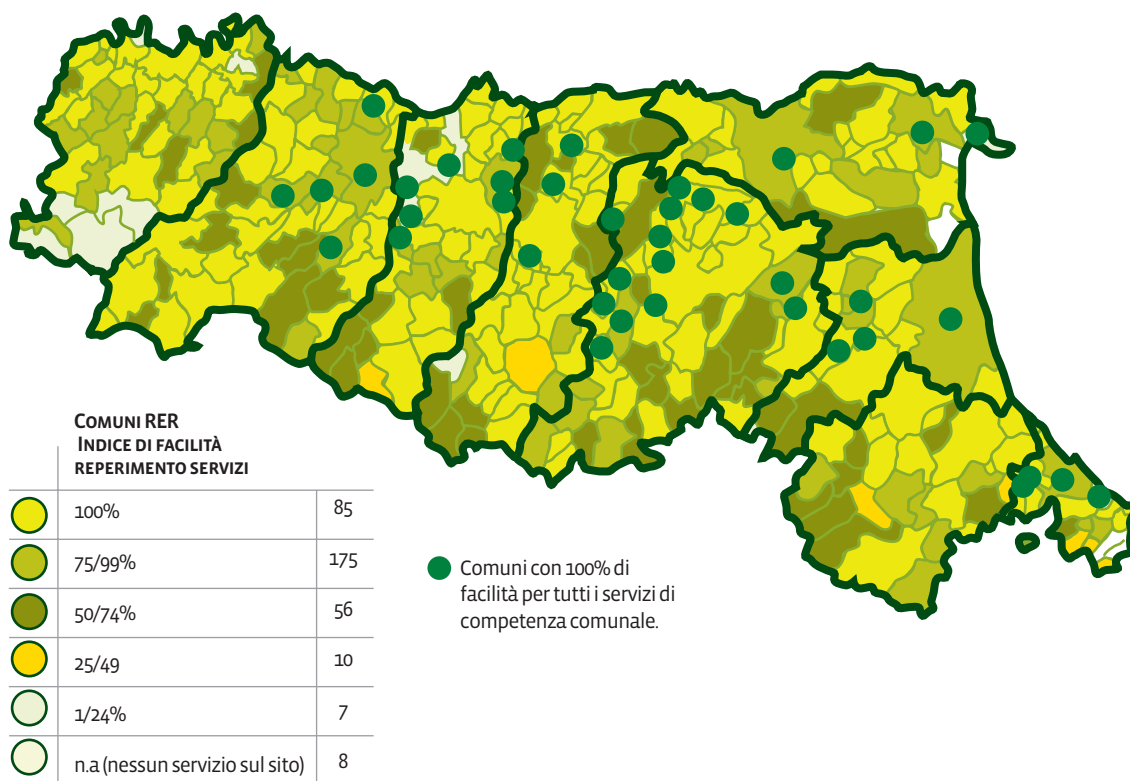
MEDIA COMPLESSIVA REGIONALE DI QUALITÀ DEI SITI WEB (CONFRONTO DAL 2003 AL 2006)



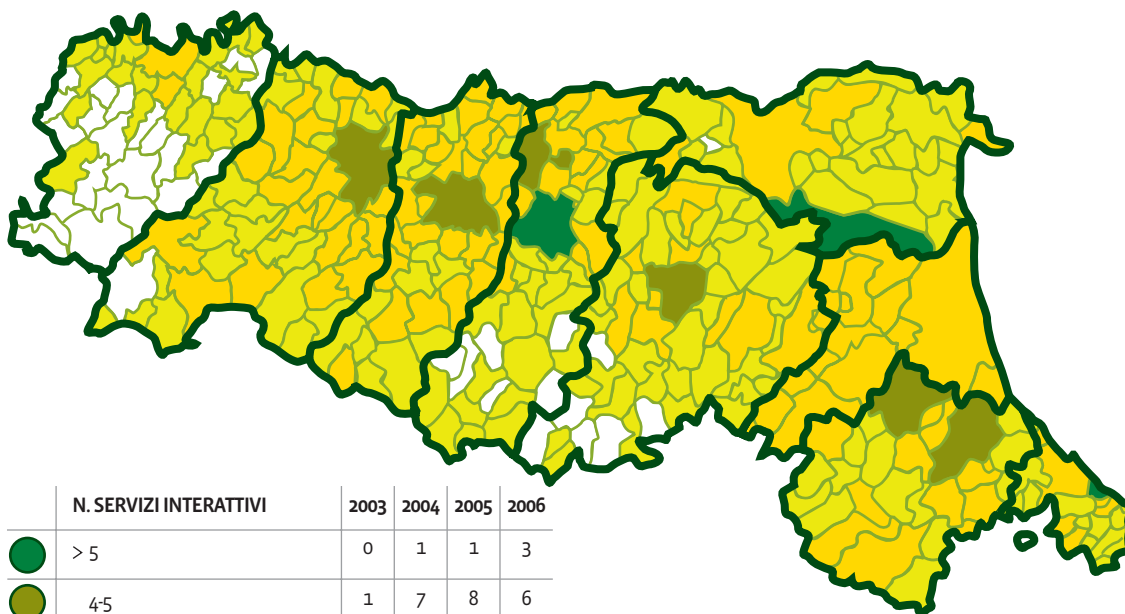
LIVELLO DI QUALITÀ DEI COMUNI EMILIANO-ROMAGNOLI (2006-INDICATORI COMPARABILI)



INDICE DI FACILITÀ DI REPERIMENTO DEI SERVIZI DI SOLA COMPETENZA (2006)



NUMERI SERVIZI INTERATTIVI PER COMUNE (LIVELLO 3 E 4) SUI SERVIZI DI COMPETENZA COMUNALE







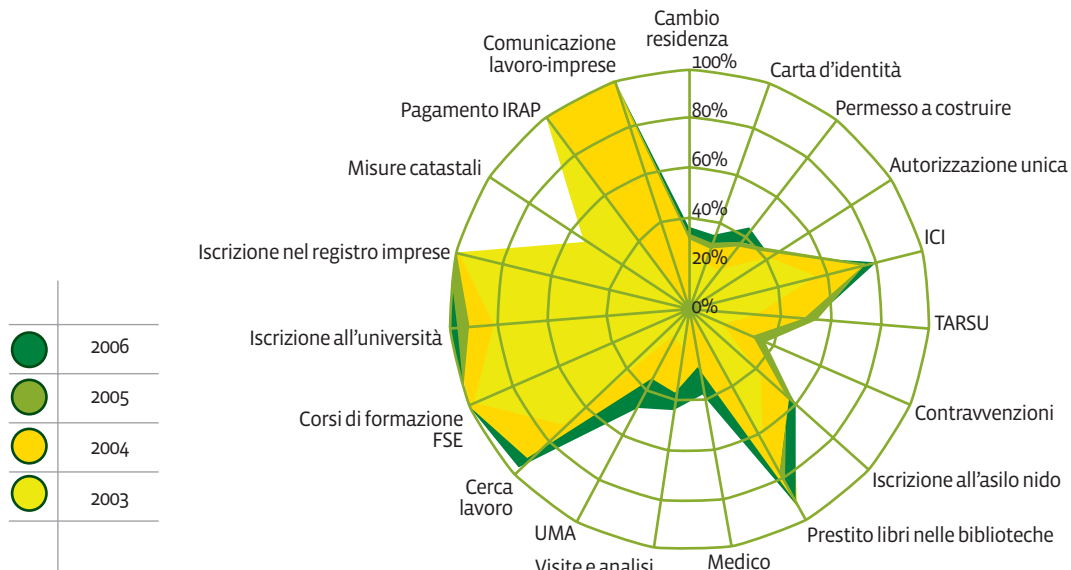
N. SERVIZI INTERATTIVI		2003	2004	2005	2006
	> 5	0	1	1	3
	4-5	1	7	8	6
	2-3	72	120	123	125
	1	194	164	163	165

TABELLA 1 - MEDIE REGIONALI DI INTERATTIVITÀ SU TUTTI I SERVIZI RILEVATI (ANDAMENTO 2003-2006)

SERVIZI	2003	2004	2005	2006
Cambio residenza	24%	30%	34%	35%
Carta di identità	22%	27%	30%	32%
Permesso a costruire	22%	33%	36%	42%
Autorizzazione unica	41%	44%	45%	44%
Accertamento e pagamento ICI	57%	76%	79%	82%
Accertamento e pagamento TARSU	29%	47%	52%	53%
Contravvenzioni	15%	28%	34%	35%
Iscrizione all'asilo nido	41%	60%	59%	64%
Prestito libri nelle biblioteche	71%	79%	87%	91%
Medico di base	4%	24%	21%	35%
Visite e analisi mediche	15%	35%	32%	41%
Richiesta carburante - UMA	14%	31%	39%	47%
Cerca lavoro	70%	92%	92%	95%
Corso di formazione FSE	97%	98%	100%	100%
Iscrizione all'università	81%	91%	95%	100%
Iscrizione nel registro imprese	100%	100%	100%	100%
Visure catastali	50%	50%	50%	50%
Pagamento dell'IRAP	100%	100%	100%	50%
Comunicazioni lavoro-imprese	0%	100%	100%	100%
Medie complessive su tutti i servizi	47%	50%	62%	63%

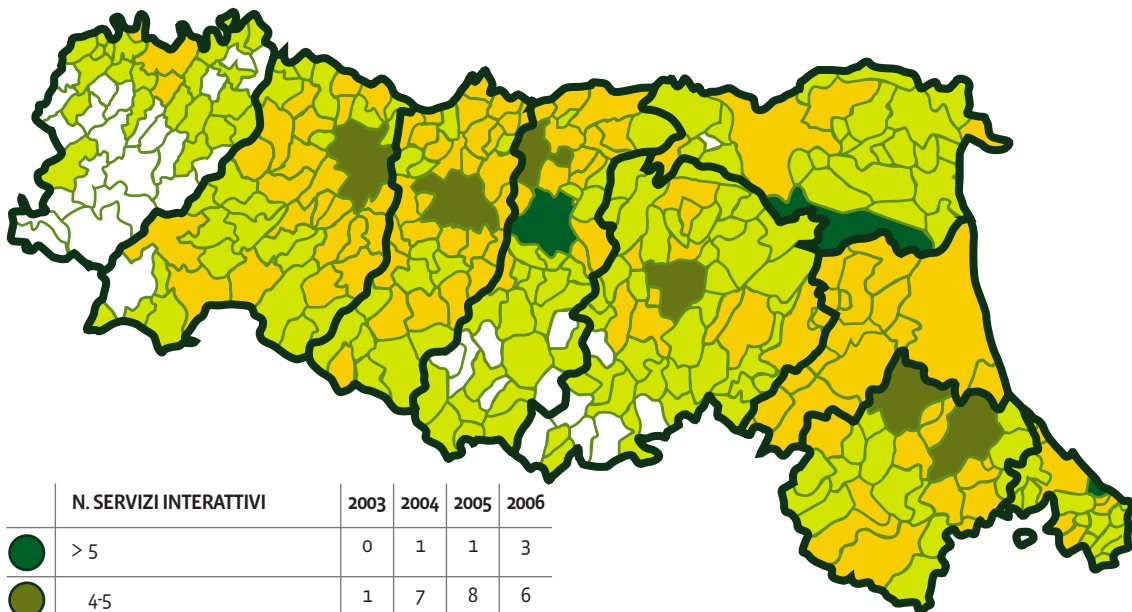
MEDIE REGIONALI DI INTERATTIVITÀ



RATTIVITÀ SU TUTTI I SERVIZI RILEVATI (ANDAMENTO 2003-2006)

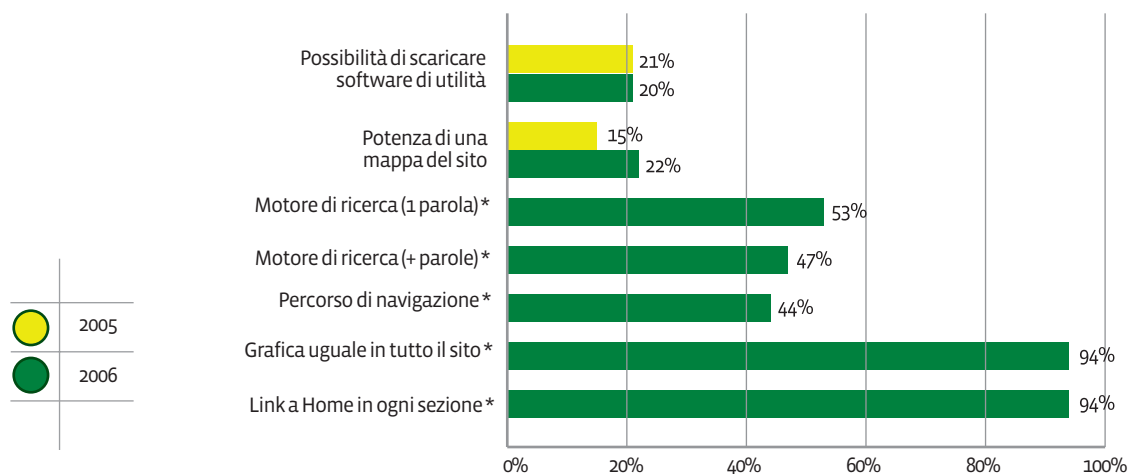
TABELLA 1 -
MEDIE REGIONALI DI INTE-

NUMERI SERVIZI INTERATTIVI

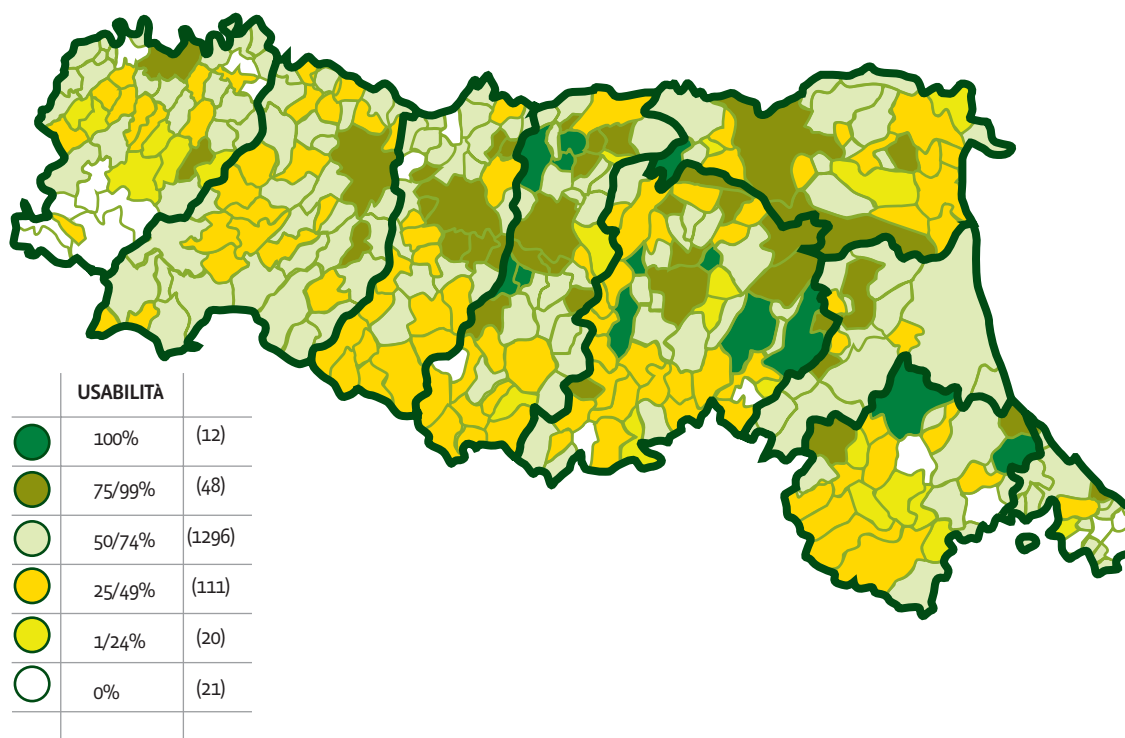


N. SERVIZI INTERATTIVI	2003	2004	2005	2006
> 5	0	1	1	3
4-5	1	7	8	6
2-3	72	120	123	125
1	194	164	163	165
0	74	49	46	42

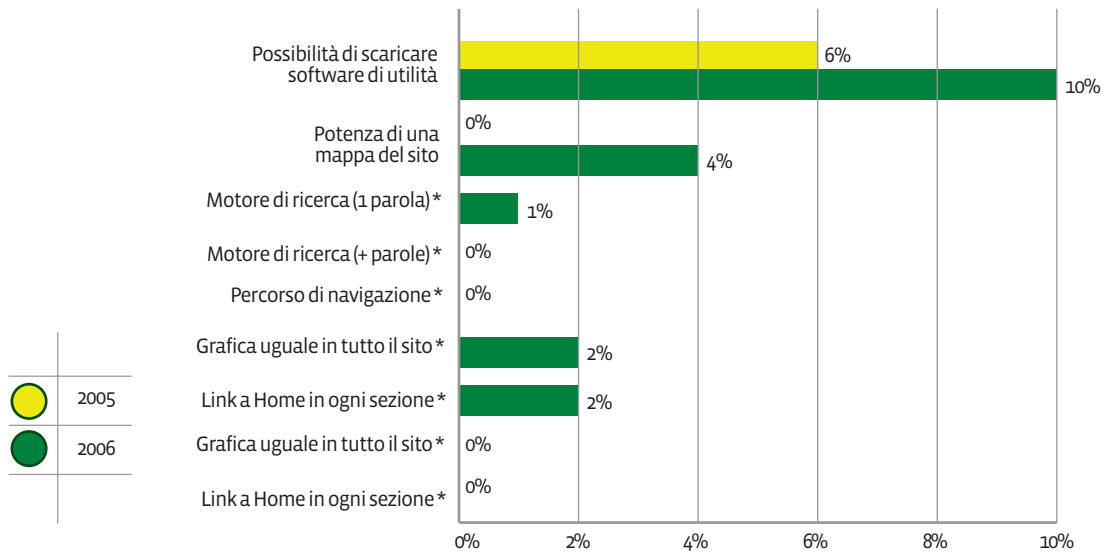
MEDIE REGIONALI SU TUTTI GLI INDICATORI DI USABILITÀ



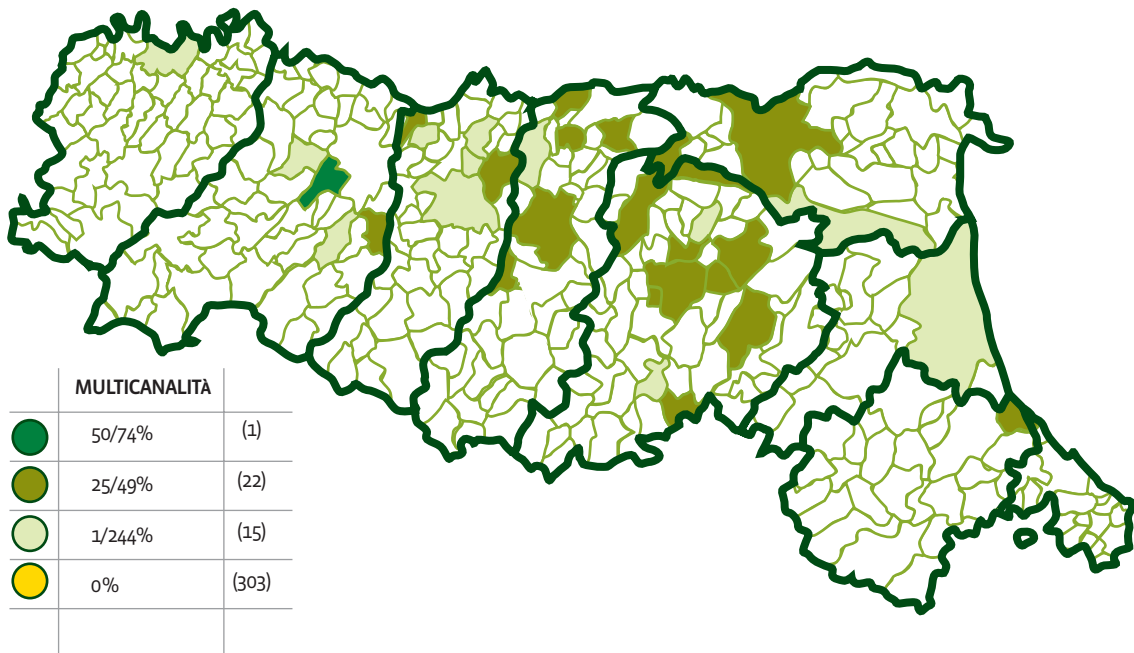
INDICE DI USABILITÀ DEI SITI PER COMUNE (2006)



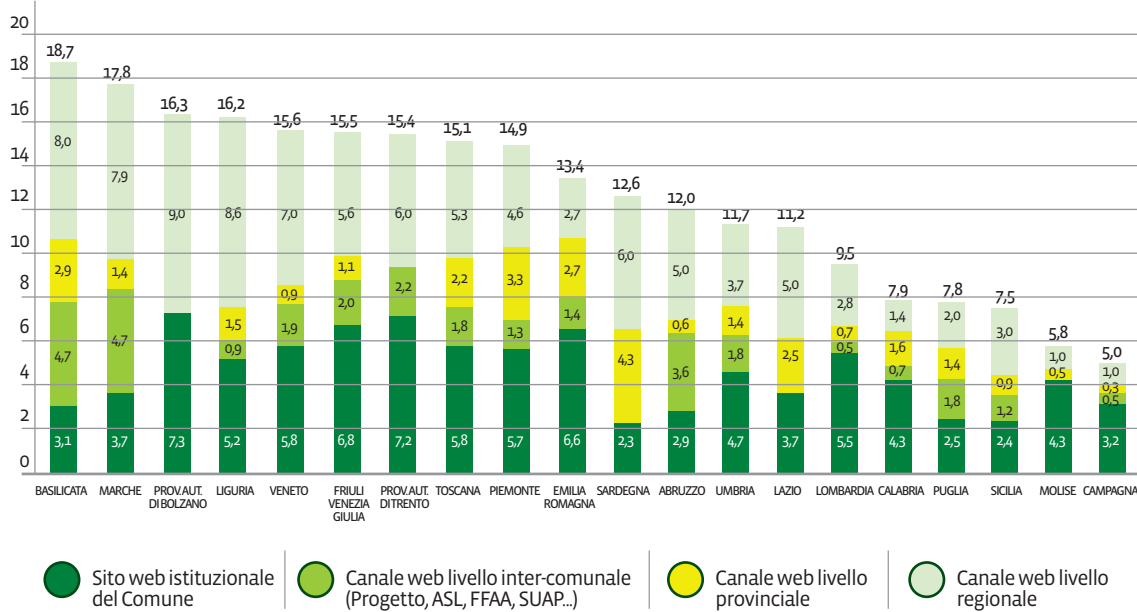
MEDIE REGIONALI SU TUTTI GLI INDICATORI DI MULTICANALITÀ



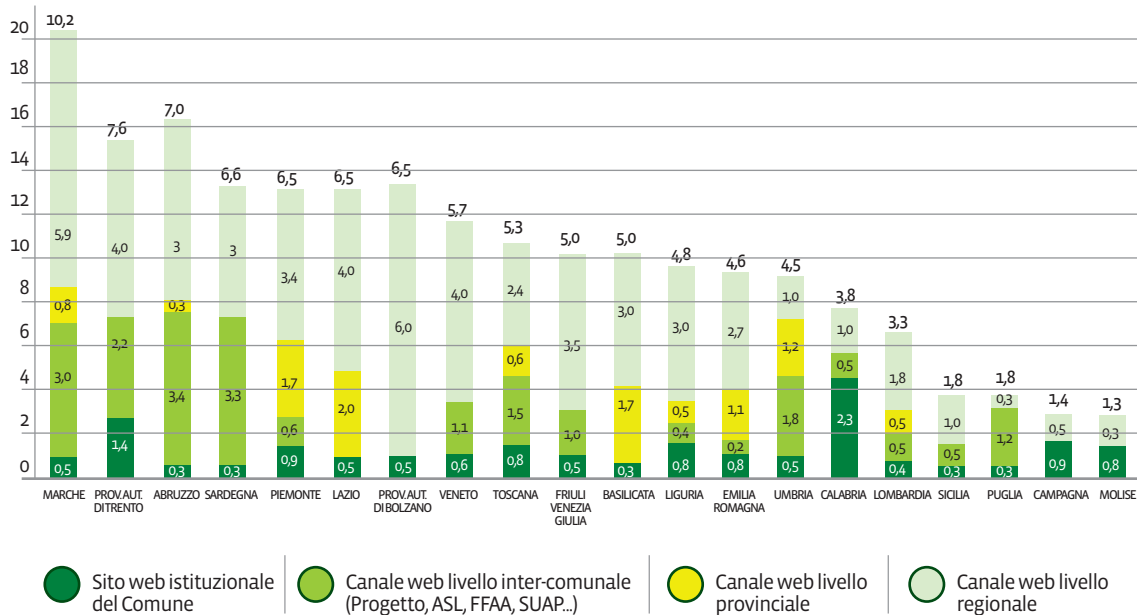
MEDIA DEI COMUNI SUGLI INDICATORI DI MULTICANALITÀ (2006)



NUMERO DI SERVIZI PER TERRITORIO COMUNALE, IN MEDIA, PER REGIONE E CANALE WEB



NUMERO DI SERVIZI TRANSATTIVI PER TERRITORIO COMUNALE, IN MEDIA, PER REGIONE E CANALE WEB



14.2 L'EMILIA-ROMAGNA E LA SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE

Si riporta una serie di dati, grafici e tabelle, ricavati dalle indagini: "Benchmarking della società dell'informazione in Emilia-Romagna. Primo rapporto 2007: offerta e domanda di servizi di e-government in Emilia-Romagna. Anno di riferimento 2006" e "Juice 06. La società dell'informazione in Emilia-Romagna. Sintesi dei dati per il 2006", entrambi realizzati su impulso della DG Organizzazione, Personale, Sistemi Informativi e Telematica della Regione Emilia-Romagna. I dati sono relativi a: diffusione delle tecnologie di connessione in Emilia-Romagna; dotazioni tecnologiche e tipologie di utilizzo del web nelle famiglie e nelle imprese emiliano-romagnole; uso del web da parte di cittadini e imprese per relazionarsi con le PA.

Nel 2006, internet era utilizzato dalla popolazione dell'Emilia-Romagna per le tipologie di attività indicate nella tabella successiva (i numeri fanno riferimento alle percentuali di utilizzo):

Utenti Internet negli ultimi 3 mesi sul totale della popolazione	36,95
Mandare o ricevere e-mail	80,16
Telefonare su Internet, partecipare a videoconferenze	8,33
Altre attività di comunicazione (chattare ecc.)	21,17
Trovare informazioni su merci e servizi	62,83
Cercare informazioni sanitarie (malattie, alimentazione, miglioramento della salute ecc.)	28,79
Altre attività di ricerca di informazioni o servizi on line	65,95
Usare servizi relativi a viaggi e soggiorni	40,35
Ascoltare la radio, guardare programmi televisivi su web	14,67
Leggere e scaricare giornali, news, riviste	33,97
Giocare o scaricare giochi, immagini, musica	29,65
Scaricare software	22,89
Attività di istruzione o formazione	26,53
Cercare lavoro o mandare una richiesta di lavoro	11,45
Usare servizi bancari via Internet	22,93
Vendere merci o servizi (es. aste on line)	5,98
Ordinare o comprare merci o servizi per uso privato	14,47
Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione	37,17
Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione	24,79
Spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione	11,10

Di seguito si illustrano anche le competenze informatiche possedute dagli utilizzatori di personal computer in Emilia-Romagna...

	TOTALE	FEMMINE	MASCHI
Connettere e installare periferiche	60,50	49,12	70,31
Copiare o muovere un file o una cartella	61,44	78,90	83,63
Usare "copia e incolla" per copiare o muovere informazioni all'interno di un documento	82,85	82,55	83,11
Usare formule aritmetiche di base in foglio elettronico	57,07	55,32	58,58
Comprimere file	44,19	36,06	51,20
Scrivere un programma per PC utilizzando un linguaggio di programmazione	14,59	10,34	18,26

... e quelle possedute dagli utenti Internet

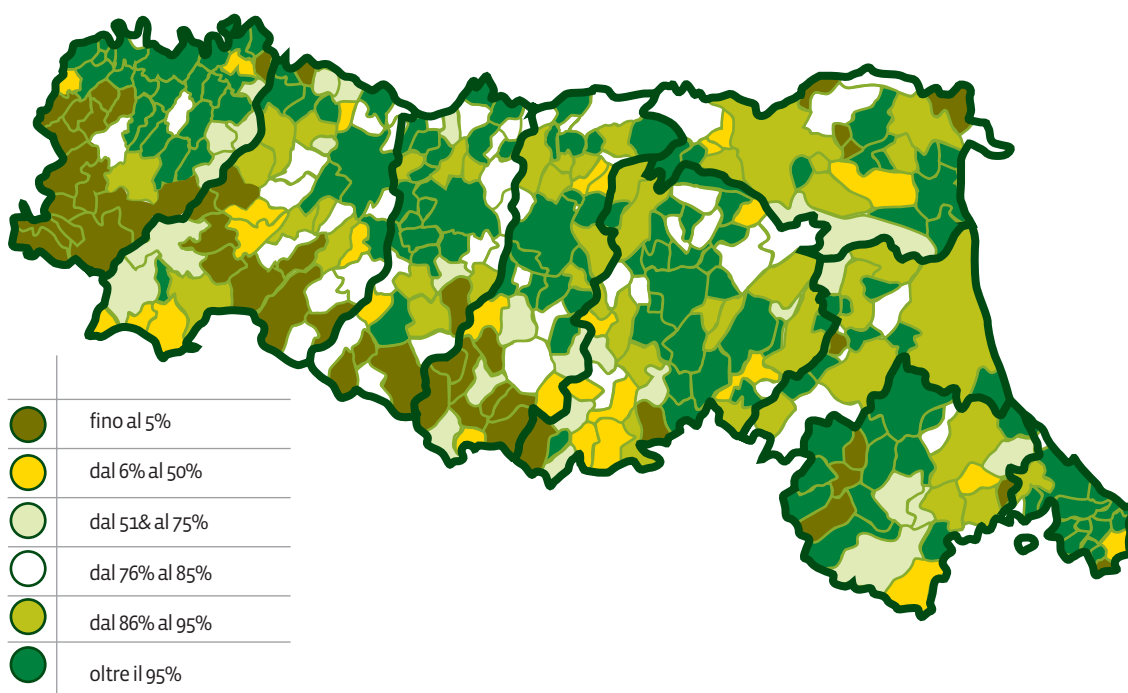
	TOTALE	FEMMINE	MASCHI
Usare un motore di ricerca	95,39	95,40	95,39
Spedire e-mail con allegati	87,95	87,94	87,96
Inviare messaggi via chat, newsgroup e forum	46,98	41,35	51,54
Telefonare tramite Internet	20,72	14,09	26,10
Usare file sharing per scambiare film, musica, ecc.	24,94	14,88	33,09
Cercare una pagina web	15,55	9,98	20,08

Nelle imprese con 10 o più addetti, si registravano, sempre nel 2006, le seguenti dotazioni informatiche:

	%
Personal computer	96,85
Una connessione a internet	91,58
Una connessione a banda larga	72,97
Posta elettronica	90,44
Un sito web	59,17
Una intranet	34,91
Una extranet	15,93

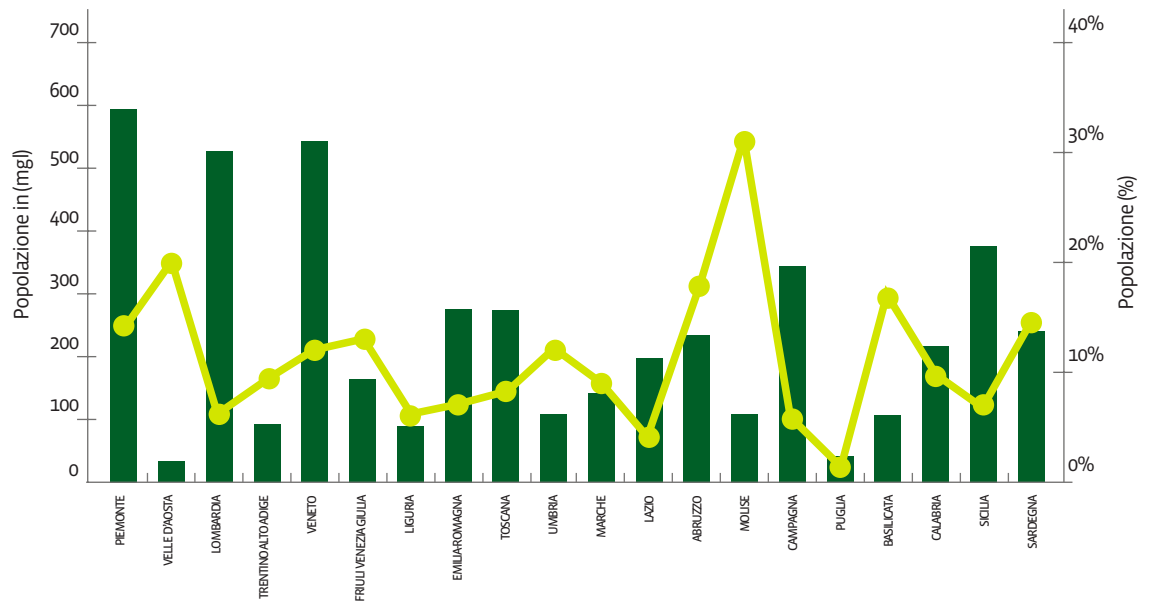
Tecnologie di connessione in Emilia-Romagna:

PERCENTUALE DI POPOLAZIONE CHE PUÒ ACCEDERE A TECNOLOGIE ADSL A LIVELLI COMUNALE



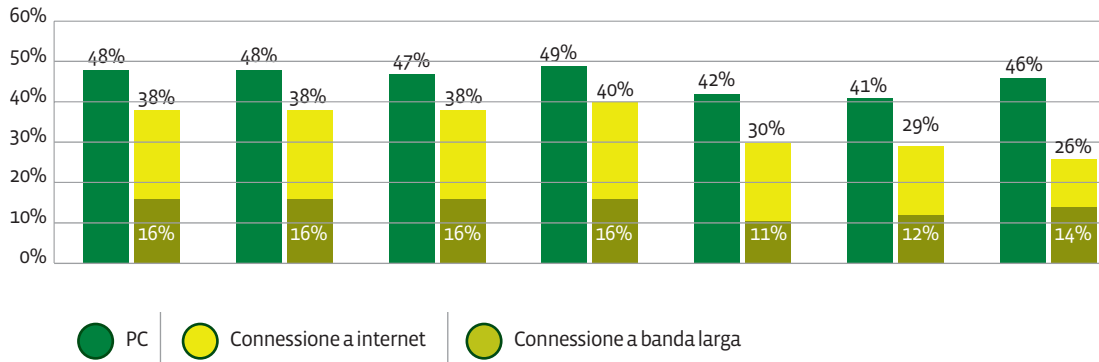
COPERTURA BANDA LARGA (% POPOLAZIONE)	NUMERO DI COMUNI	POPOLAZIONE COMUNALE (%)
fino al 5%	61	3%
dal 6% al 50%	30	2%
dal 51% al 75%	28	3%
dal 76% all'85%	22	4%
dall'86% al 95%	52	12%
oltre il 95%	148	77%
totale	341	100%

POPOLAZIONE IN DIGITAL DIVIDE- IN MIGLIAIA - E % DI POPOLAZIONE IN DIGITAL DIVIDE SU QUELLA TOTALE



Dotazioni ITC disponibili nelle famiglie

FAMIGLIE CHE POSSIEDONO UN PC, UNA CONNESSIONE A INTERNET, UNA CONNESSIONE A BANDA LARGA

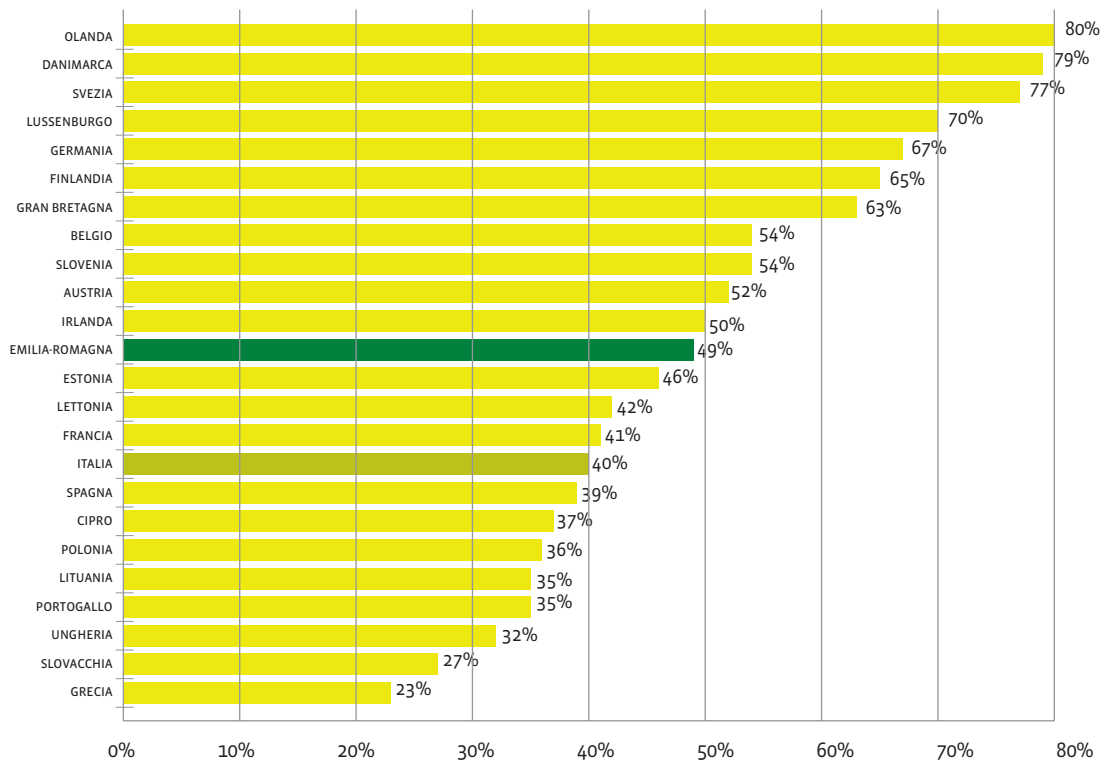


38% sono le famiglie che possiedono una connessione Internet

La penetrazione di dotazioni tecnologiche ICT nelle famiglie emiliano-romagnole è analoga a quella delle famiglie dell'Italia del centro-nord e leggermente superiore a quella media nazionale.

Fra le famiglie con almeno un minorenne il 73% possiede un Personal Computer e il 56% ha un accesso a Internet.

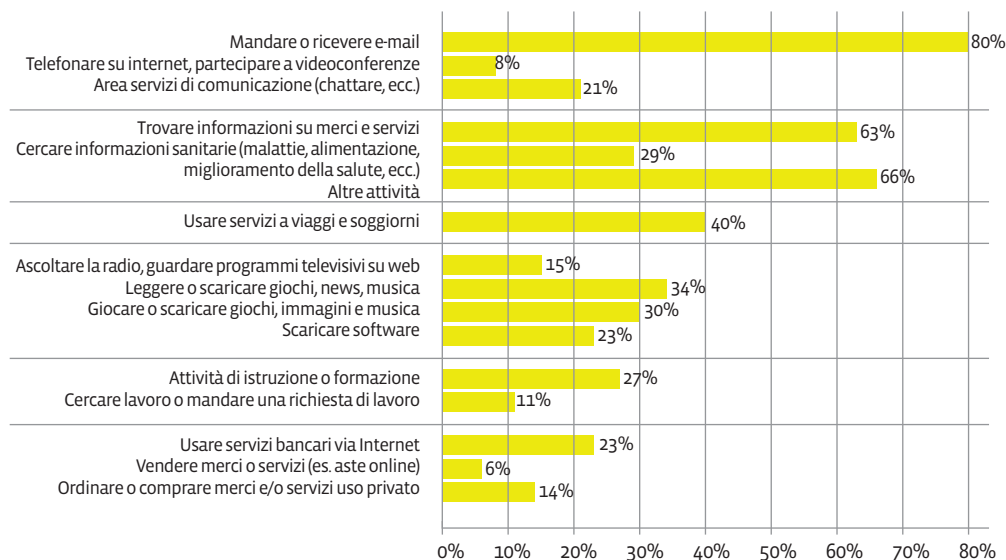
FAMIGLIE CON UN COMPONENTE TRA I 16 E I 64 ANNI CHE POSSIEDONO UN ACCESSO A INTERNET A CASA



Complessivamente il 49% delle famiglie con almeno un componente tra i 16 e i 64 anni ha un collegamento a Internet in Emilia-Romagna, valore di poco inferiore alla media europea.

Tra i non utenti Internet il 26% abita in case già connesse alla rete.

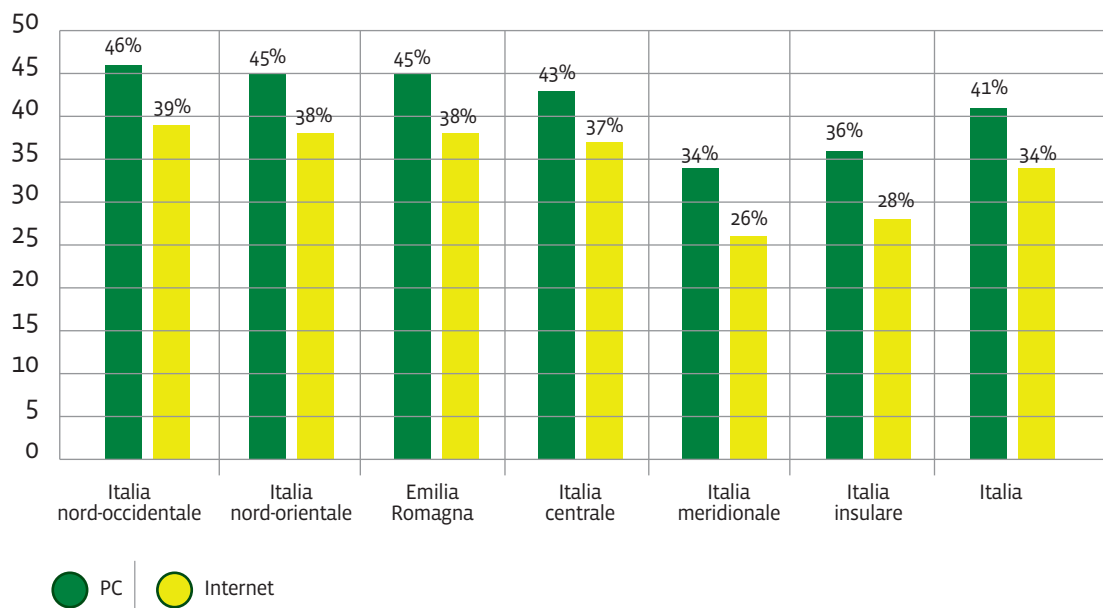
PERCENTUALE DI INDIVIDUI CHE HANNO SVOLTO SPECIFICHE ATTIVITÀ SU INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI (SUGLI UTENTI INTERNET DEGLI ULTIMI 3 MESI)



80% degli utenti Internet ha mandato o ricevuto e-mail negli ultimi tre mesi. Abbastanza ampio il ventaglio delle attività svolte sul Web: quelle di comunicazione (in primis lo scambio di e-mail) e di ricerca di informazioni sono le prevalenti, ma anche le attività culturali o ludiche, o più in generale quelle riferite agli hobby, vanno affermandosi.

26% gli utenti Internet che almeno una volta hanno acquistato o comprato merci o servizi su Internet per uso privato. Di questi solo la metà lo ha fatto nei tre mesi antecedenti l'intervista, cosicché questa pratica sembra essere poco considerata.

PERCENTUALE DI INDIVIDUI CHE HANNO SVOLTO SPECIFICHE ATTIVITÀ SU INTERNET NEGLI ULTIMI 3 MESI (SUGLI UTENTI INTERNET DEGLI ULTIMI 3 MESI)



L'82% degli utenti Internet accede al Web con frequenza almeno settimanale. Poco meno della metà quelli che vi accedono con frequenza almeno settimanale. Analogamente il 97% degli utenti Internet lo ha utilizzato negli ultimi tre mesi.

Tra gli utilizzatori del PC il 13% ha elevate capacità (e sa effettuare almeno 10 delle 12 operazioni riportate in tabella).

PERCENTUALE DI UTENTI DEL PC CHE SA EFFETTUARE SPECIFICHE OPERAZIONI RELATIVE ALL'USO DEL PC

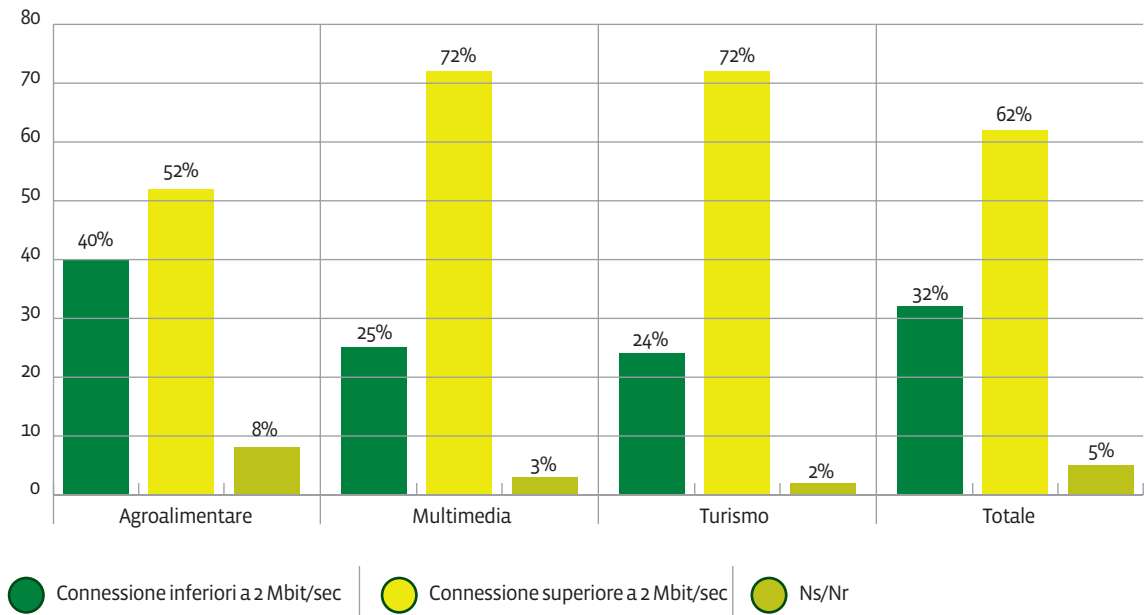
Connettere e installare periferiche	60%
Copiare o muovere un file o una cartella	81%
Usare "copia e incolla" per copiare e muovere informazioni all'interno di un documento	8,3%
Usare formule aritmetiche di base in foglio elettronico	5,7%
Comprimere file	44%
Scrivere un programma per PC utilizzando un linguaggio di programmazione	15%

ABILITÀ INFORMATICHE RELATIVE ALL'USO DI INTERNET

Usare un motore di ricerca	95%
Spedire e-mail con allegati	88%
Inviare messaggi a chat, newsgroups e forum	47%
Telefonare tramite Internet	21%
Usare "file sharing" per scambiare film, musica ecc.	25%
Creare una pagina Web	16%

Dotazioni ICT e uso di Internet nelle imprese emiliano-romagnole

TECNOLOGIE UTILIZZATE DALLE IMPRESE PER COLLEGARSI AD INTERNET PER VELOCITÀ DI CONNESSIONE (VALORI % SUL TOTALE DELLE IMPRESE)



Il 46% delle imprese che non fa uso di connessioni veloci (pari o superiori ai 2 Mbit/s) dichiara in realtà di non sentirne l'esigenza. Altre barriere identificate fanno riferimento alla mancanza di copertura della rete ed ai costi particolarmente elevati.

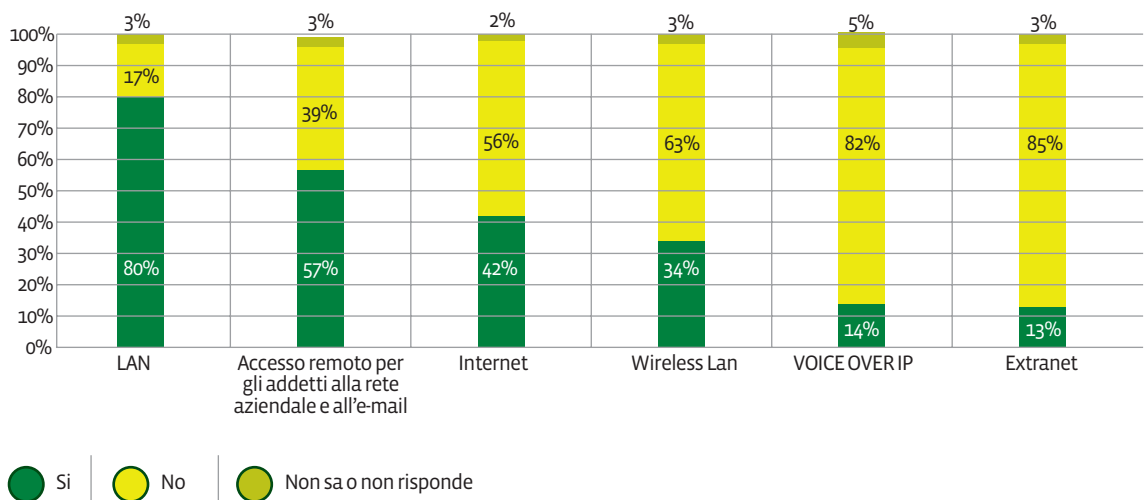
Tecnologie di rete nell'impresa

L'80% delle imprese nei settori esaminati utilizza tecnologie LAN (Local Area Network) mentre le Wireless LAN sono adottate da 1 impresa su 3. Rilevanti le differenze tra i settori: nel turismo il 48% delle imprese fa uso di questa tecnologia, meno frequente in quello agroalimentare dove solo il 27% delle aziende la utilizza e nel multimedia con il 30%.

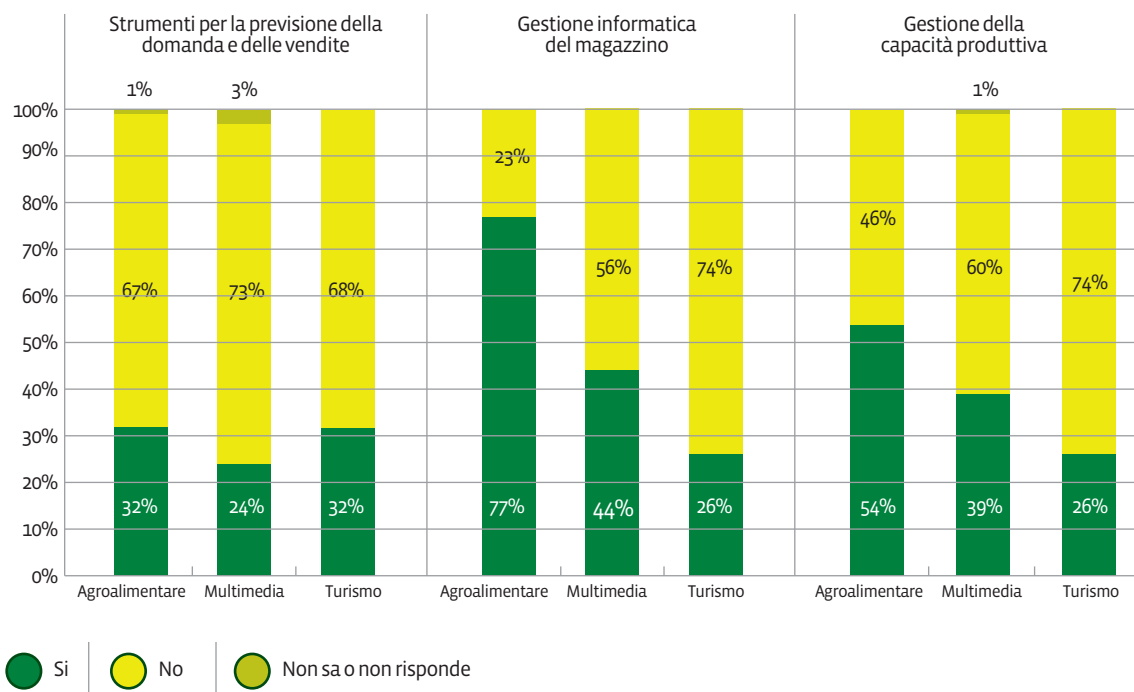
Il 57% delle imprese consentono l'accesso alla rete aziendale e all'e-mail.

Il 42% delle imprese utilizzano tecnologie Intranet. Complessivamente il 14% delle imprese utilizza la Voice over IP con maggiori livelli di diffusione nel settore multimediale dove è presente nel 20% delle imprese. In tutti i settori la diffusione del Voice over IP aumenta al crescere della dimensione dell'impresa. Il 70% delle imprese di grandi dimensioni (>250 occupati) nell'agroalimentare fa ricorso a questa tecnologia.

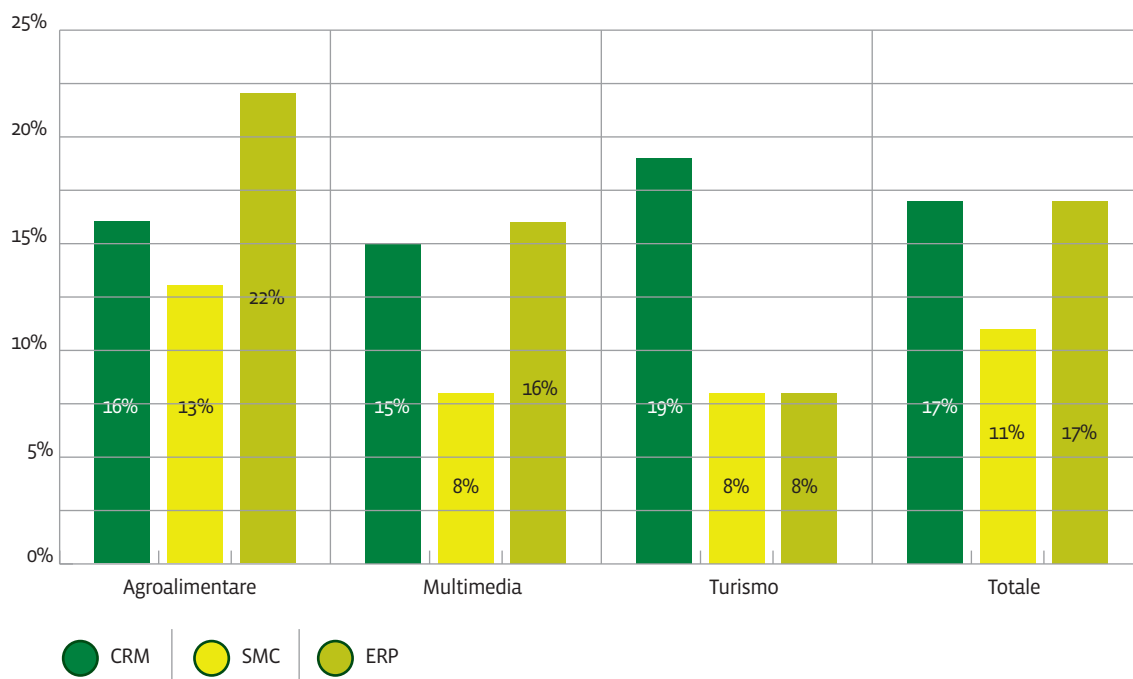
UTILIZZO TECNOLOGICO DI CONNESSIONE ALL'IMPRESA (VALORI % DEI 3 SETTORI SUL TOTALE DELLE IMPRESE CONSIDERATE)



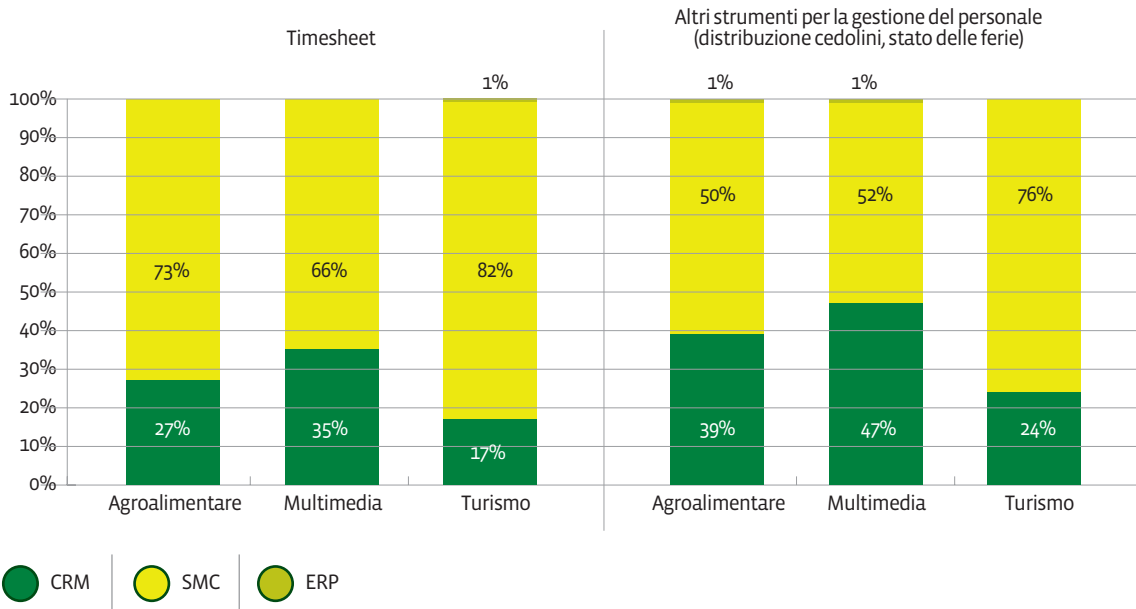
UTILIZZO DI STRUMENTI IT PER LA PREVISIONE DELLA DOMANDA E DELLA VENDITA, PER LA GESTIONE INFORMATICA DEL MAGAZZINO E PER LA GESTIONE DELLA CAPACITÀ PRODUTTIVA (VALORI% SUL TOTALE, DELLE IMPRESE)



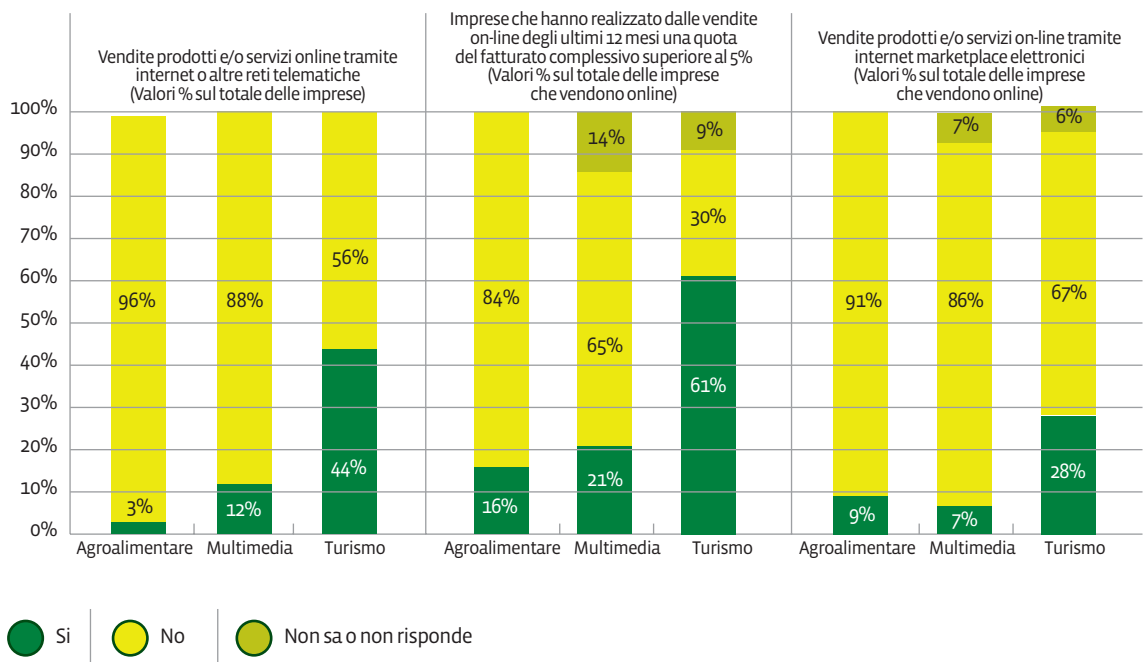
UTILIZZO DEI SISTEMI INFORMATIZZATI PER LA GESTIONE D'IMPRESA. RISPOSTE AFFERMATIVE (VALORI% SUL TOTALE DELLE IMPRESE)



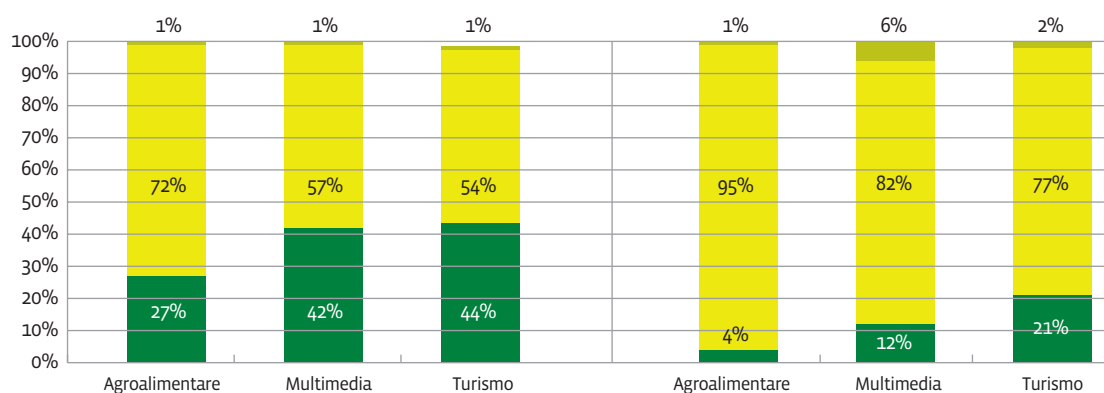
UTILIZZO DEL TIMESHEET PER IL RILEVAMENTO DELLA PRESENZA E DI ALTRI STRUMENTI PER LA GESTIONE DEL PERSONALE (VALORI % SUL TOTALE DELLE IMPRESE)



VENDITE ONLINE TRAMITE INTERNET O ALTRE RETI TELEMATICHE

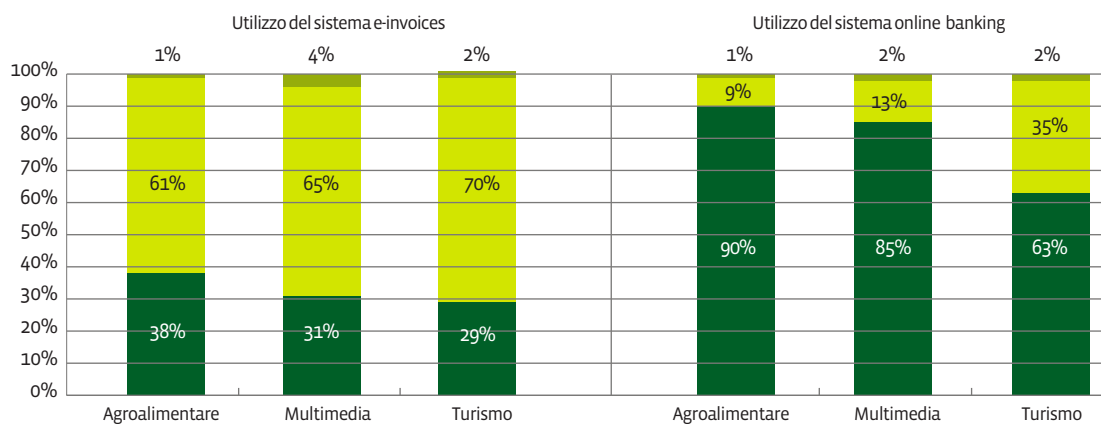


ACQUISTI ONLINE TRAMITE INTERNET O ALTRE RETI TELEMATICHE



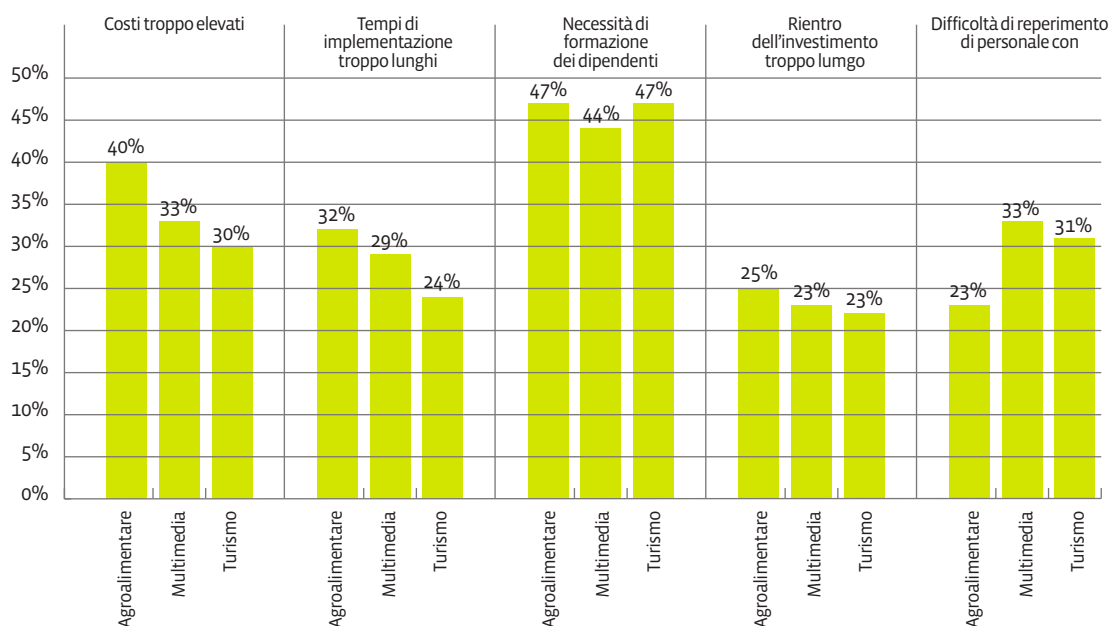
● Si ● No ● Non sa o non risponde

UTILIZZO DELLE E-INVOICES E DEI SERVIZI ONLINE BANKING (VALORI % SUL TOTALE DELLE IMPRESE)



● Si ● No ● Non sa o non risponde

**BARRIERA ALL'ADOZIONE DI STRUMENTI ED APPLICAZIONI ICT NELL'IMPRESA PER SETTORE
(VALORI % SUL TOTALE DELLE IMPRESE - RISPOSTE AFFERMATIVE)**



Uso del web da parte di cittadini e imprese per relazionarsi con le PA:

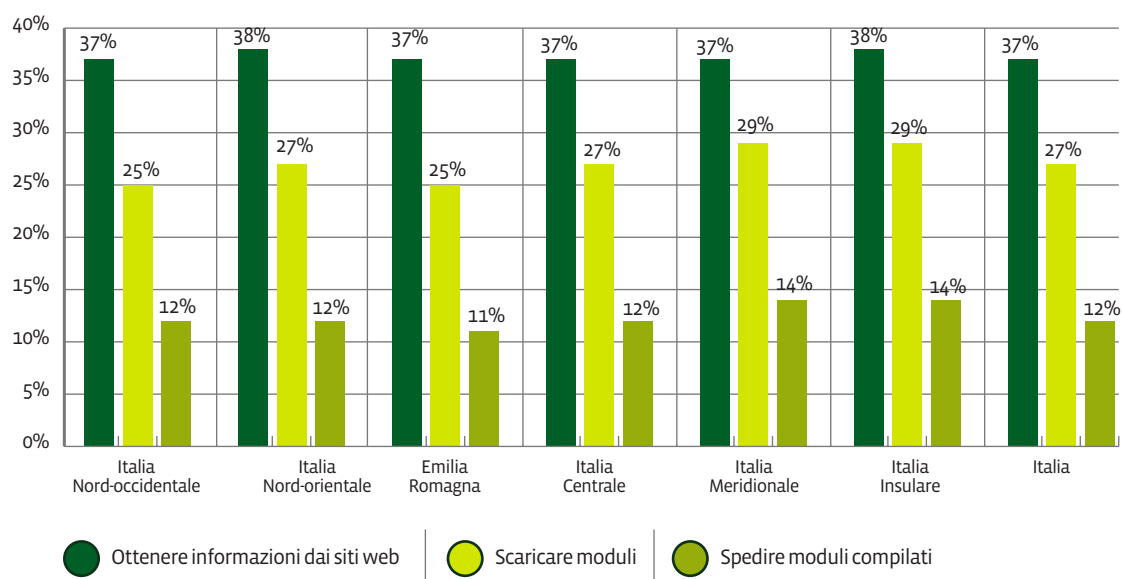
TABELLA 8 - PERSONE DI 6 ANNI E PIÙ CHE USANO INTERNET PER SVOLGIMENTO DI PRATICHE PRESSO I SERVIZI PUBBLICI E/O PUBBLICA AMMINISTRAZIONE - FONTE ISTAT, ANNO 2006

REGIONI	RELAZIONARSI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE			SVOLGERE PRATICHE IN INTERNET PIUTTOSTO CHE RECARSI DI PERSONA PRESSO I SERVIZI PUBBLICI O LE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE		
	OTTENERE INFORMAZIONI DAI SITI DELLA P.A.	SCARICARE MODULI DELLA P.A.	SPEDIRE MODULI DELLA P.A.	SI, USANO INTERNET	NON USANO INTERNET MA SAREBBERO INTERESSATI AD USARLO	NON USANO INTERNET E NON SAREBBERO INTERESSATI AD USARLO
Piemonte	36,8	26,4	13,1	19,0	38,5	37,3
Valle d'Aosta	43,2	29,5	15,0	20,7	31,0	43,9
Lombardia	38,2	25,4	12,1	21,7	40,5	35,6
Trentino Alto-Adige	45,0	30,9	14,7	25,7	30,3	41,0
Bolzano-Bozen	46,8	31,5	16,1	27,4	30,4	39,2
Trento	43,2	30,1	13,4	23,9	30,2	42,8
Veneto	36,8	27,1	12,1	19,5	42,8	34,3
Friuli-Venezia Giulia	41,5	28,7	13,0	20,2	41,1	35,0
Liguria	32,3	21,6	9,9	15,3	35,0	43,9
Emilia-Romagna	37,2	24,8	11,1	19,2	35,9	42,2
Toscana	35,8	27,3	11,5	18,9	35,9	41,5
Umbria	30,8	23,2	11,5	14,5	35,9	45,3
Marche	31,9	21,9	9,0	14,0	41,7	38,8
Lazio	40,2	27,8	13,8	19,8	35,9	38,9
Abruzzo	35,1	26,7	11,4	14,4	40,1	40,7
Molise	34,9	26,7	13,6	21,5	35,8	36,6
Campania	37,3	29,7	14,4	16,0	34,5	41,8
Puglia	38,1	29,6	14,4	19,4	36,8	37,3
Basilicata	37,6	29,5	15,1	14,3	41,5	38,1
Calabria	32,0	25,6	13,0	11,2	31,9	40,6
Sicilia	36,6	26,1	12,5	15,2	38,8	41,6
Sardegna	41,4	35,1	15,8	22,1	39,2	32,7
Italia	37,4	26,8	12,6	19,0	38,0	38,5

TABELLA 5 - PERCENTUALE DI CITTADINI CHE HANNO OTTENUTO INFORMAZIONI, SCARICATO E/O SPEDITO MODULI VIA INTERNET PER ATTIVITÀ LEGATE ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

BASE	UTENTI INTERNET	TUTTI I CITTADINI
Ottenere informazioni dai siti web della Pubblica Amministrazione	37,2%	13%
Scaricare moduli della Pubblica Amministrazione	24,8%	8,7%
Spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione	11,1%	3,9%

USO DI INTERNET NEGLI ULTIMI TRE MESI PER RELAZIONARSI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE (SUL TOTALE DEGLI INTERNET DEGLI ULTIMI TRE MESI)



Si tratta principalmente ancora di una fruizione a carattere informativo del canale Web, anche se la pratica di scaricare o inoltrare moduli comincia ad affermarsi. Questa disparità tra uso informativo e uso transattivo del web è evidente sia facendo riferimento ai siti della Pubblica Amministrazione sia facendo riferimento ai siti privati.

PERCENTUALI DI INDIVIDUI CHE GIÀ UTILIZZANO O VORREBBERO UTILIZZARE INTERNET PER SVOLGERE PRATICHE PIUTTOSTO CHE RECARSI DI PERSONA PRESSO I SERVIZI PUBBLICI O LE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE (IN % SUL TOTALE DEGLI UTENTI INTERNET DEGLI ULTIMI TRE MESI)	USANO INTERNET	NON USANO INTERNET MA SAREBBERO INTERESSATI A USARLO	NON USANO INTERNET E NON SAREBBERO INTERESSATI A USARLO
Italia nord-occidentale	20%	39%	37%
Italia nord-orientale	20%	39%	38%
Emilia-Romagna	19%	36%	42%
Italia centrale	18%	37%	40%
Italia meridionale	17%	36%	40%
Italia insulare	17%	39%	39%
Italia	19%	38%	39%

36% sono gli utenti Internet degli ultimi tre mesi che, pur non facendolo attualmente, si mostrano interessati ad usare Internet per le pratiche con le Pubbliche Amministrazioni piuttosto che recarsi di persona presso gli uffici.

Più nello specifico, i singoli servizi in grado di incontrare il maggior interesse degli utenti che già usano o sarebbero interessati a usare Internet nei rapporti con le P.A. sono quelli non particolarmente complessi, caratterizzati da procedure standardizzate e per i quali il rapporto personale non risulta condizionante: si tratta dei servizi anagrafici (richiesta di documenti personali, richiesta di spedizione di certificati, cambio di residenza), di servizi di prenotazione di visite o ricoveri, dei servizi delle biblioteche pubbliche (cataloghi, schede bibliografiche...).

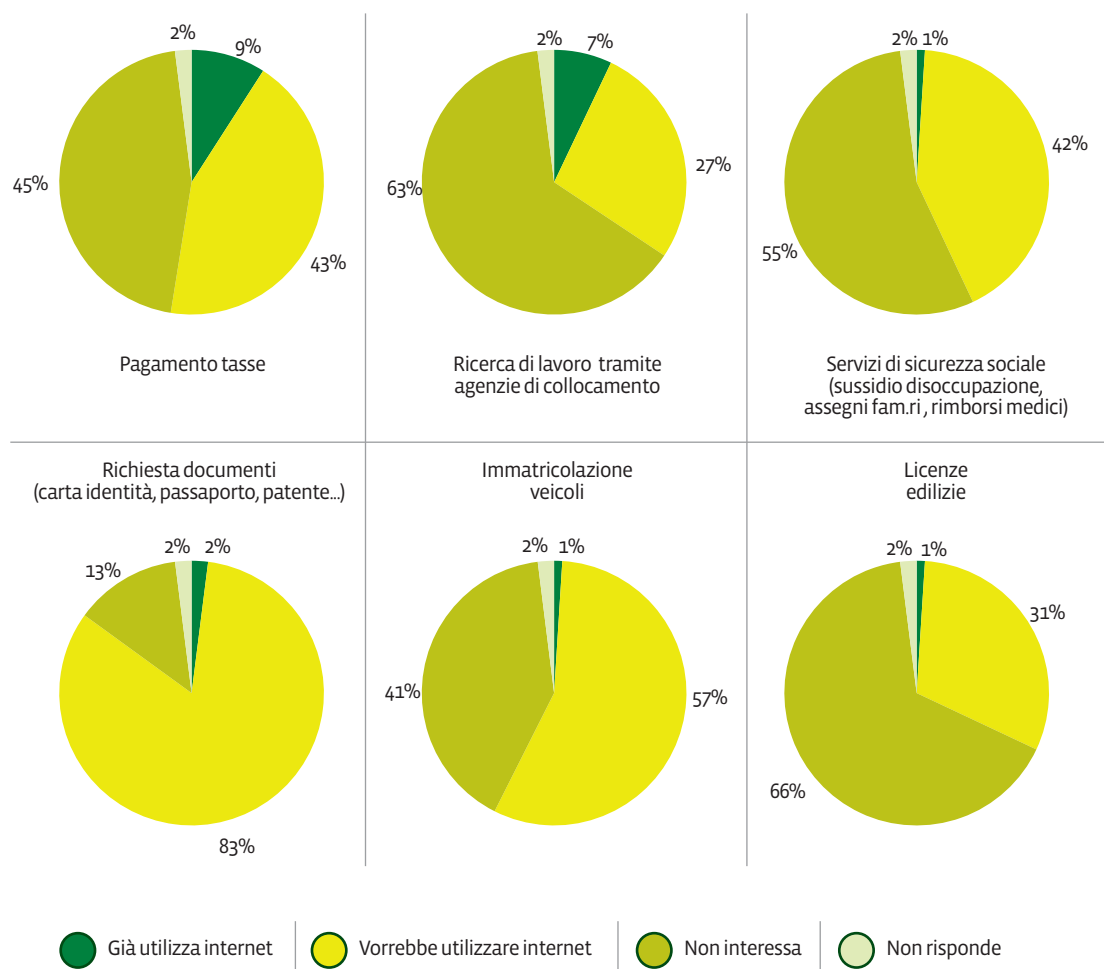
TABELLA 6 - SERVIZI DI E-GOVERNMENT UTILIZZATI, DI INTERESSE E NON PER GLI UTENTI INTERNET

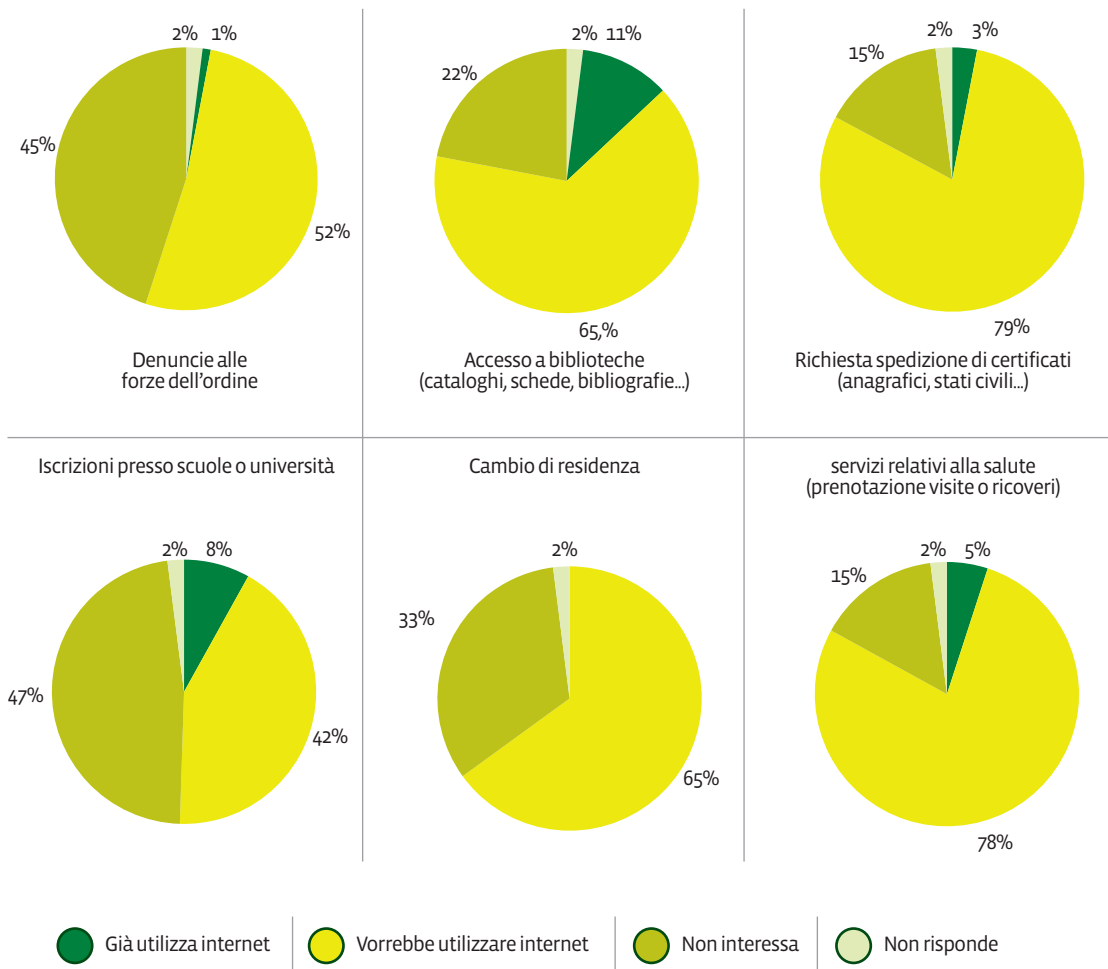
BASE: UTENTI INTERNET CHE UTILIZZANO O VORREBBERO UTILIZZARE INTERNET NEI RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	% DI UTENTI INTERNET CHE HANNO UTILIZZATO IL SERVIZIO	% DI UTENTI INTERNET CHE POTENZIALMENTE UTILIZZEREBBERO IL SERVIZIO	% DI UTENTI INTERNET NON INTERESSATI A UTILIZZARE IL SERVIZIO
Pagamento tasse	8,69%	43,09%	45,98%
Ricerca di lavoro tramite agenzie di collocamento	7,34%	27,06%	63,36%
Servizi di sicurezza sociale (sussidio di disoccupazione, assegni familiari, rimborsi medici ecc.)	0,73%	42,16%	54,88%
Richiesta di documenti personali (carta d'identità, passaporto, patente ecc.)	2,32%	82,88%	12,56%
Immatricolazioni veicoli	0,55%	56,63%	40,59%
Licenze edilizie	0,63%	31,18%	55,96%
Denunce alle forze dell'ordine	0,47%	52,27%	45,03%
Accesso alle biblioteche pubbliche (cataloghi, schede bibliografiche, ecc.)	10,88%	64,95%	21,94%
Richiesta di spedizioni di certificati (anagrafici, stati civili, ecc.)	2,86%	79,31%	15,60%
Iscrizione presso scuole o università	8,28%	42,39%	47,09%
Cambio di residenza	0,45%	54,60%	32,72%
Servizi relativi alla salute (prenotazione visite o ricoveri)	4,76%	78,05%	14,96%

TABELLA 7 - MOTIVI PER CUI NON SI USA INTERNET PER LE PRATICHE CON LE AMMINISTRAZIONI E PER I SERVIZI PUBBLICI

BASE: CITTADINI CHE NON USANO INTERNET PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	UTENTI INTERNET
I servizi di cui ho bisogno non sono disponibili on line o sono difficili da trovare	15,45%
Preferisco il contatto di persona	55,13%
Non c'è riscontro immediato di persona	9,16
Sono preoccupato per la protezione e la sicurezza dei miei dati personali	14,54%
Comporta costi aggiuntivi	3,82%
È troppo complicato	14,74%
Altro	18,07%%

PERCENTUALE DI INDIVIDUI CHE GIÀ USANO O VORREBBERO USARE INTERNET NEL RAPPORTO CON I SERVIZI PUBBLICI O LE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE PER SPECIFICA ATTIVITÀ (IN % SUL TOTALE DEGLI UTENTI INTERNET DEGLI ULTIMI 3 MESI CHE GIÀ USANO O SAREBBERO INTERESSATI A USARE INTERNET NEI RAPPORTI CON LA P.A.)





PERCENTUALE DI IMPRESE CHE UTILIZZANO INTERNET PER COMUNICARE CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E GRADO DI SODDISFAZIONE NEL RAPPORTO

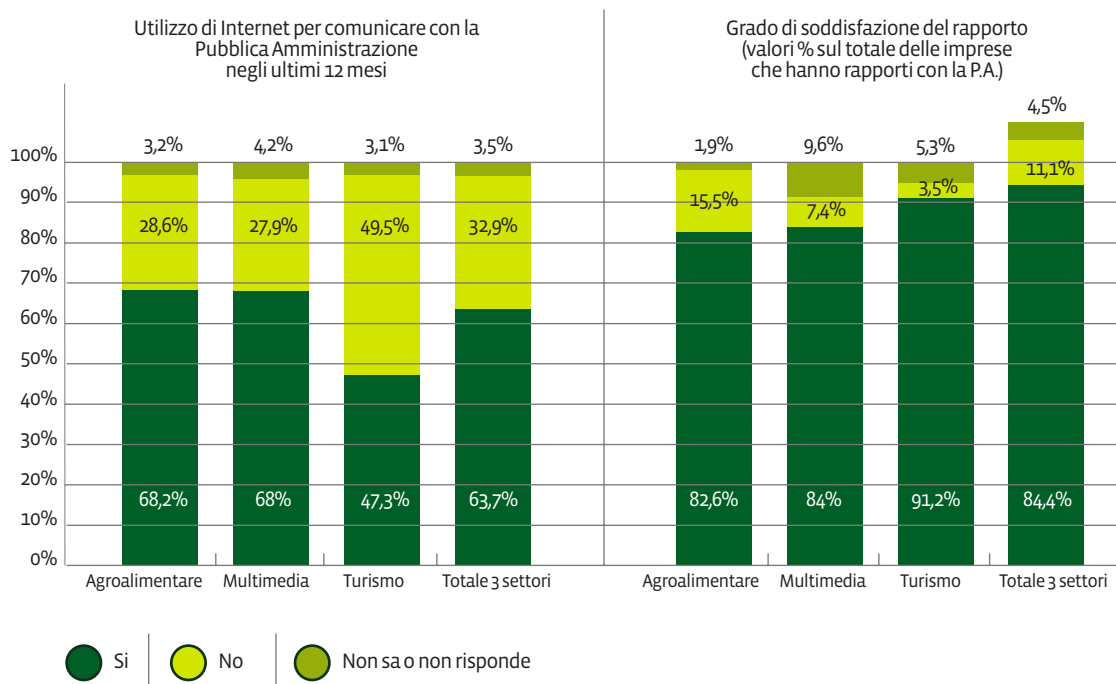
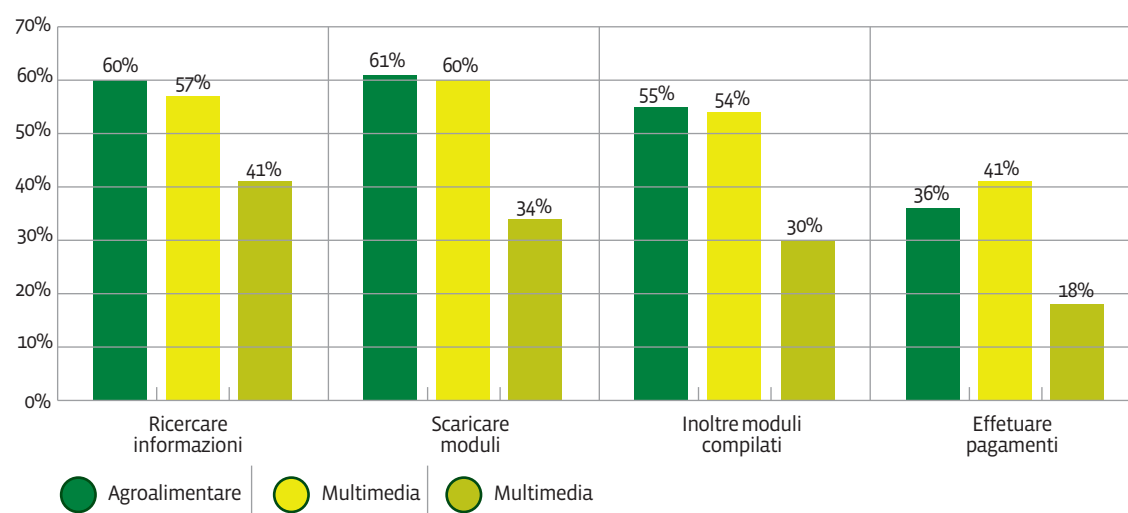


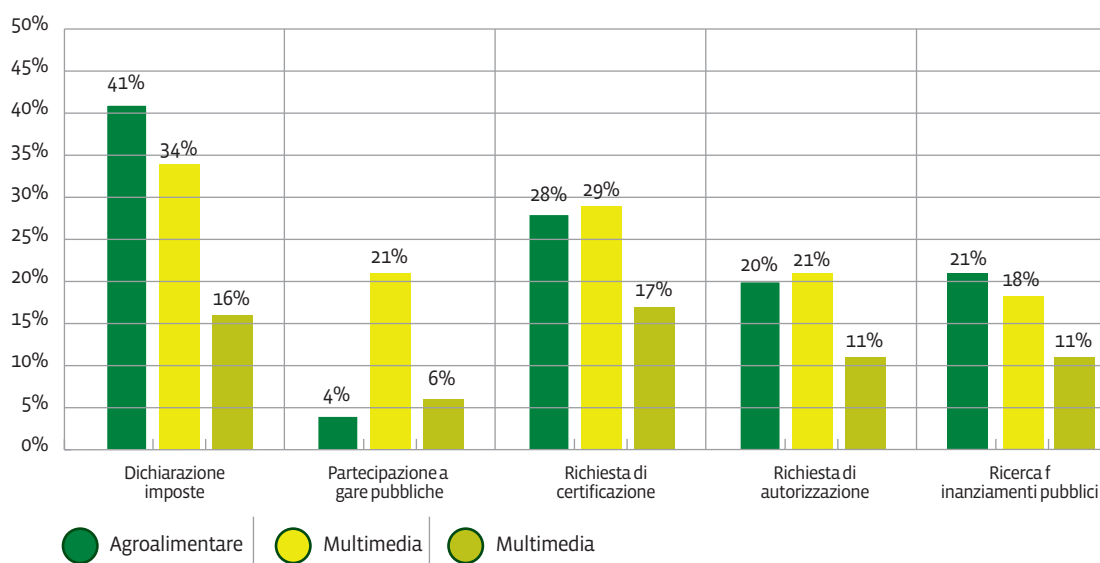
TABELLA 1 - ATTIVITÀ SVOLTE DALLE IMPRESE SUI SITI DELLE P.A. NEGLI ULTIMI 12 MESI

	AGROALIMENTARE		MULTIMEDIA		TURISMO	
	BASE: IMPRESE CHE USANO INTERNET	BASE: TUTTE LE IMPRESE	BASE: IMPRESE CHE USANO INTERNET	BASE: TUTTE LE IMPRESE	BASE: IMPRESE CHE USANO INTERNET	BASE: TUTTE LE IMPRESE
Ricercare informazioni	88,8	60,4	84,0	57,1	86,7	41,0
Scaricare moduli	89,9	61,1	88,9	60,4	70,9	33,5
Inoltare moduli compilati	80,3	54,6	79,0	53,7	63,9	30,2
Effettuare pagamenti	53,6	36,4	60,5	41,2	37,5	17,7

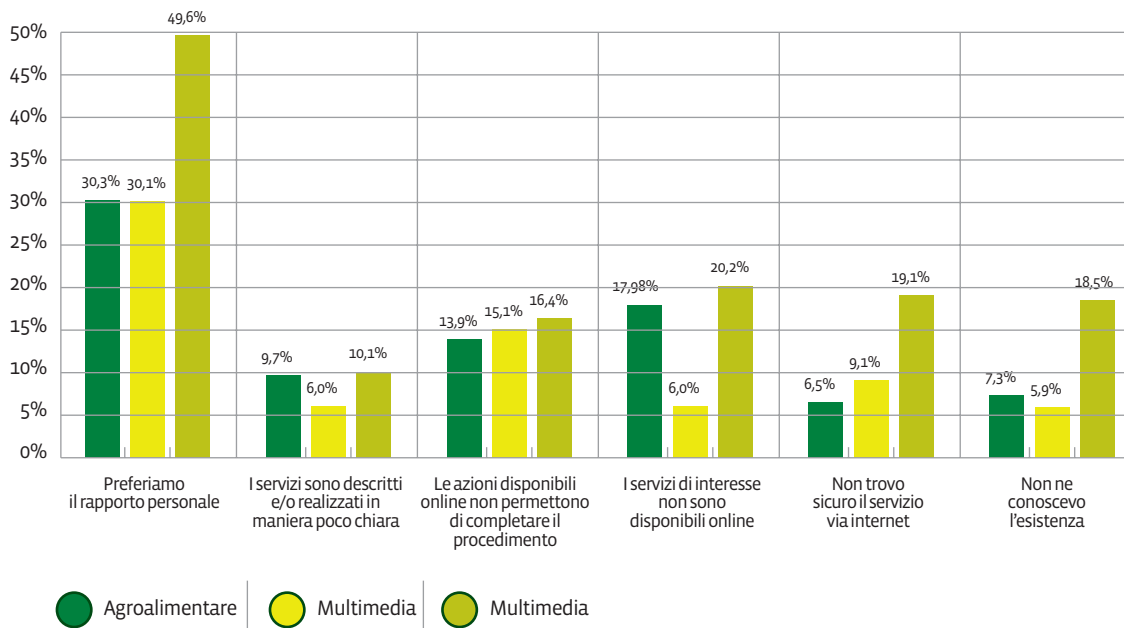
ATTIVITÀ SVOLTE DALLE IMPRESE SU I SITI DELLA PA NEGLI ULTIMI 12 MESI



UTILIZZO DEI SERVIZI DI E-GOVERNEMENT DA PARTE DELLE IMPRESE DEI SETTORI AGROALIMENTARE, MULTIMEDIA, TURISMO IN EMILIA-ROMAGNA



MOTIVAZIONI PER LE IMPRESE CHE NON HANNO USATO IL WEB PER COMUNICARE NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NEGLI ULTIMI 12 MESI



APPENDICE – PITER 2.0: IL PIANO TELEMATICO RACCONTATO AI E DAI SUOI PROTAGONISTI

PREMESSA

Nell'ambito delle attività del Piano di Comunicazione del PiTER 2007-2009, grande enfasi è posta sulla necessità di divulgare più e meglio nel sistema degli enti locali emiliano-romagnoli i principi di fondo, gli obiettivi e i risultati del Piano Telematico e, con essi, principi di fondo, obiettivi e risultati ottenuti dall'applicazione dei singoli progetti che compongono il Piano.

Uno degli scopi di fondo è perciò quelli di rendere visibili questi progetti, compito che può sicuramente essere assolto in maniera più efficace se da un lato ci si affida al racconto di chi i progetti li cura e li gestisce in prima persona, e dall'altro si sfruttano le nuove potenzialità in termini di divulgazione e trasmissione delle conoscenze offerte dalle nuove soluzioni web, a partire da quelle raccolte sotto l'ombrello concettuale del cosiddetto web 2.0.

IL PROGETTO PITER 2.0

L'idea alla base del progetto prende spunto proprio dai due punti elencati nel precedente paragrafo. I capo-progetto delle singole iniziative e attività previste nel PiTER potrebbero essere coinvolti in una attività di racconto corale e collettiva, volte a evidenziare, attraverso le voci dei protagonisti, i principi, gli obiettivi e i risultati conseguiti con la loro attuazione. E il racconto potrebbe avvenire sfruttando a 360° le potenzialità del web, ossia servendosi, oltre che della tradizionale comunicazione testuale, dei linguaggi audiovisivi e della spiccata interattività permessa dal mezzo internet. Il racconto perciò dovrebbe a sua volta essere interattivo, ossia sia realizzato a partire dalle esigenze e dalle aspettative di chi avrà poi intenzione di ascoltarlo, sia proseguito magari nel tempo a partire dalle eventuali sollecitazioni che seguiranno al "filone narrativo principale".

LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO PITER 2.0

Il progetto PITER 2.0 potrebbe essere realizzato servendosi di una piattaforma web 2.0 sulla quale pubblicare, con cadenza periodica, i "racconti" dei singoli progetti. Il "ciclo di vita" dei singoli racconti dovrebbe essere così articolato:

prologo: anticipazione del racconto con la presentazione di una scheda di sintesi sul progetto;

invocazione al pubblico: dalla presentazione della scheda, per 7/10 giorni, raccolta delle domande e delle proposte formulate dal pubblico su cosa e come raccontare (ad es: di questo progetto vorrei conoscere...; come vi siete organizzati per..., ecc.);

racconto: pubblicazione di una intervista video, della sua trascrizione testuale e di eventuali materiali di approfondimento (presentazioni, documenti di progetto, ecc.) che raccontino il progetto tenendo conto delle domande e dei desiderata del pubblico;

terzo tempo narrativo: terminata la narrazione principale, attori e pubblico continuano a dialogare sulla piattaforma, o anche eventualmente in privato, sul progetto, i suoi obiettivi e principi e i suoi risultati.

IL RIUSO DEL PROGETTO PITER 2.0

La periodicità editoriale del progetto PiTER 2.0 potrebbe prestarsi efficacemente alla divulgazione dei singoli episodi su altri canali e strumenti. Facendo nuovamente riferimento al Piano di Comunicazione del PiTER 2007-2009, potrebbe ad esempio permettere la pianificazione di una serie di "uscite", anche solo a mò di lanci, presso le testate elettroniche e cartacee con le quali si ha l'intenzione di collaborare per permettere una maggiore divulgazione dei contenuti e dei risultati del Piano Telematico. A maggior ragione la "pubblicazione a puntate" potrà avvenire sugli strumenti di comunicazione della Regione dedicati alle tematiche dell'innovazione digitale, a partire dal portale tematico Emilia-Romagna Digitale, il cui restyling potrebbe essere ispirato anche a partire da questo progetto, per proseguire con la newsletter tematica collegata allo stesso portale.

TEMPI TECNICI PER L'AVVIO DEL PROGETTO

Ferma restando la necessità di tenere conto dei tempi tecnici necessari alla realizzazione della piattaforma web, i primi episodi potrebbero cominciare ad essere narrati, dopo una pianificazione editoriale conducibile a partire dal mese di novembre, a partire dal gennaio 2009. All'eventuale mancanza di una piattaforma web dedicata si potrebbe sopperire utilizzando temporaneamente canali alternativi quali YouTube e simili per quanto riguarda la comunicazione video. Resta fermo che, una volta pronta la piattaforma, tutti gli episodi precedentemente pubblicati altrove saranno replicati e archiviati sulla stessa.

CREDITI

L'ELABORAZIONE DI QUESTO PIANO DI COMUNICAZIONE È STATA REALIZZATA SU IMPULSO DI SANDRA LOTTI, COORDINATRICE DELLE ATTIVITÀ DEL CENTRO REGIONALE DI COMPETENZA PER L'E-GOVERNMENT E DEL PIANO TELEMATICO DELL'EMILIA-ROMAGNA.

L'ELABORAZIONE E LA SCRITTURA DEL PIANO DI COMUNICAZIONE SONO STATE CURATE DA SABRINA FRANCESCHINI, RESPONSABILE DEL PROGETTO COMUNICAZIONE DELL'E-GOVERNMENT IN EMILIA-ROMAGNA, PER CONTO DEL SERVIZIO COMUNICAZIONE; EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA, E ROBERTO ZARRO, REFERENTE COMUNICAZIONE DEL CENTRO REGIONALE DI COMPETENZA PER L'E-GOVERNMENT DELL'EMILIA-ROMAGNA.

APPROVATO NEL LUGLIO 2008

COPIA DEL DOCUMENTO IN FORMATO CARTACEO O DIGITALE PUÒ ESSERE RICHIESTA ALL'INDIRIZZO :
COMUNICAZIONEPIER@REGIONE.EMILIA-ROMAGNA.IT

