
Piano della Comunicazione istituzionale del Consiglio regionale della Valle d'Aosta 2019

La comunicazione istituzionale per il Consiglio regionale della Valle d'Aosta, Assemblea legislativa dalla forte e consolidata identità storica per il ruolo riconosciuto dallo Statuto speciale del 1948, ha un valore altamente strategico che il legislatore ha voluto fissare con legge regionale n. 3 del 2011.

Infatti, la norma dispone la piena autonomia funzionale, organizzativa, contabile del Consiglio per l'efficace svolgimento delle proprie funzioni, che non sono soltanto quelle di rappresentanza della comunità valdostana, di normazione, di indirizzo politico e controllo, ma anche quelle relative alla promozione della partecipazione dei cittadini all'attività del Consiglio regionale, all'informazione e alla comunicazione istituzionale, alla sensibilizzazione dei cittadini alle tematiche di particolare rilievo istituzionale, culturale e sociale, alla diffusione della conoscenza sulla storia, sulle istituzioni e sul particolarismo regionali nonché alla promozione delle iniziative e delle manifestazioni di particolare valore culturale, artistico, scientifico, sociale, educativo, sportivo, ambientale, turistico ed economico.

Il progetto comunicativo del Consiglio deve quindi essere in grado di assicurare ai cittadini il diritto all'informazione e di garantire una reale opportunità di conoscenza e di partecipazione alle sue attività. Una conoscenza fondata sulla trasparenza e sulla completezza dei dati informativi. Ma non solo, all'Assemblea legislativa regionale spetta anche il compito di sensibilizzare i cittadini sul patrimonio storico, culturale e linguistico oltre che di valorizzare il talento e le eccellenze della regione.

A. CONSUMI MEDIATICI IN ITALIA

Secondo il 15° Rapporto CENSIS sulla comunicazione, presentato l'11 ottobre 2018, il 78,4% degli italiani è su internet (+3,2% rispetto al 2017 e +33,1% dal 2007); quelli che utilizzano gli smartphone salgono dal 69,6% al 73,8% (+4,2% nell'ultimo anno, mentre ancora nel 2009 li usava solo il 15% della popolazione). Nel 2018 la televisione registra una leggera flessione di telespettatori: la tv digitale terrestre e la tv satellitare si attestano, rispettivamente, all'89,9% e al 41,2% di utenza tra gli italiani. L'incremento di utenti dei servizi video digitali è uno dei cambiamenti più rilevanti del 2018: in un anno gli italiani che guardano i programmi delle piattaforme di tv on demand sono aumentati dall'11,1% al 17,9%, con punte

del 29,1% tra i giovani under 30. La radio continua a rivelarsi all'avanguardia nei processi di ibridazione del sistema dei media. Complessivamente, i radioascoltatori sono il 79,3% degli italiani: se la radio tradizionale perde 2,9 punti percentuali di utenza (oggi al 56,2%), come l'autoradio (con il 67,7% di utenza, -2,5% rispetto allo scorso anno), la flessione è compensata dall'ascolto delle trasmissioni radiofoniche via internet con il pc (lo fa il 17% degli italiani) e soprattutto attraverso lo smartphone (con una utenza al 20,7%, +1,6% rispetto allo scorso anno). Gli utenti dei social network crescono ancora, dal 67,3% al 72,5% della popolazione.

Più della metà della popolazione usa i due social network più popolari: Facebook (56%) e YouTube (51,8%). In merito al ruolo svolto dai social network nella comunicazione politica, i giudizi positivi sulla disintermediazione digitale in politica sono espressi da una percentuale che sfiora la metà degli italiani: complessivamente, il 47,1%.

Nel 2007 i quotidiani erano letti dal 67% degli italiani, ridotti al 37,4% nel 2018 (anche se nell'ultimo anno registrano un +1,6% di utenza). Il calo non è stato compensato dai giornali online, che nello stesso periodo hanno incrementato l'utenza dal 21,1% al 26,3%. Ma gli altri portali web di informazione sono consultati dal 46,1% degli italiani.

B. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE DELLA VALLE D'AOSTA

La strategia di comunicazione del Consiglio è coerente con gli obiettivi strategici contenuti nel Piano della performance 2019-2021, approvato con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n. 174 del 21 dicembre 2018, che individua come obiettivi per il triennio il rafforzamento del ruolo e dell'immagine del Consiglio regionale della Valle d'Aosta attraverso la valorizzazione dell'identità e del valore storico dell'Istituzione oltre che mediante l'innovazione tecnologica, la partecipazione e l'educazione alla cittadinanza in particolare nei confronti delle giovani generazioni.

Sulla base dei consumi mediatici degli italiani presentati dal CENSIS, che si presume siano verosimili anche per la Valle d'Aosta, la strategia del Piano scaturisce dall'integrazione della comunicazione sul sito internet del Consiglio con quella realizzata sui social network (Facebook e Twitter), delle campagne promozionali e di comunicazione istituzionale sui media tradizionali (Stampa, TV e radio) con quelle realizzate sulle testate online, cui si affiancano le attività di comunicazione volte ad accrescere la partecipazione dei giovani in un'ottica di promozione della cittadinanza attiva. Questa strategia è pensata per raggiungere il più ampio target di popolazione.

C. GLI STRUMENTI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti del Piano sono i seguenti:

1. Comunicazione interna sia per migliorare la diffusione delle informazioni a livello interno sia per la raccolta delle informazioni dall'esterno;
2. Consolidamento di "Info Conseil Vallée", la testata giornalistica online del Consiglio, con l'intento di dare un servizio di informazione e comunicazione sempre più aperto e diretto ai cittadini;
3. Potenziamento del sito istituzionale del Consiglio regionale e delle sue banche dati al fine di valorizzare la fruizione del patrimonio storico documentale e promuovere la partecipazione del cittadino attraverso la trasparenza dei processi decisionali e l'immediato accesso agli atti;
4. Rafforzamento dell'integrazione delle notizie e delle informazioni contenute nel sito Internet con i canali sociali Facebook, Twitter e YouTube, sui quali l'Assemblea valdostana è presente con una pagina istituzionale;
5. Realizzazione di campagne pubblicitarie e di comunicazione istituzionale sull'attività istituzionale, culturale e sociale oltre che sul particolarismo territoriale, culturale e linguistico valdostano sui media tradizionali (stampa e radio) e sui new media (testate giornalistiche online);
6. Integrazione della trasmissione in diretta delle sedute consiliari sul canale digitale terrestre con rubriche dedicate ai gruppi consiliari;
7. Realizzazione di video e di servizi fotografici per la promozione del Consiglio e degli eventi culturali di particolare importanza;
8. Rapporto annuale di attività e Rapporto di Legislatura;
9. Avvicinamento dei giovani alle Istituzioni attraverso strumenti che consentano di conoscere in modo più approfondito l'organizzazione ed il funzionamento degli organi interni della Regione e del Consiglio regionale.

1. La comunicazione interna

La comunicazione interna contribuisce a rafforzare una buona immagine dell'Istituzione e va concepita come la globale capacità di dialogo e di diffusione delle informazioni a livello interno, sia tra i dipendenti del Consiglio sia con i Consiglieri, che sono di fatto l'utenza dell'Assemblea legislativa.

Gli strumenti sono i seguenti:

1.1. Sezione intranet del sito internet del Consiglio regionale

Il Piano della performance 2018-2020 indicava tra gli obiettivi operativi per il 2018 il miglioramento della fruibilità della sezione intranet del sito del Consiglio. È stata quindi

effettuata una ricognizione presso tutte le strutture del materiale da pubblicare nella intranet implementando la sezione con il fine di potenziare la circolazione delle informazioni (kit del Consigliere, Carta dei servizi, Privacy, Sicurezza sul lavoro). Attività che sarà in continuo aggiornamento anche per i prossimi anni.

1.2. La rassegna stampa

La rassegna stampa è un utile strumento d'informazione che, attraverso il monitoraggio delle testate giornalistiche nazionali e locali, consente di avere una visione trasversale sui temi di interesse per il Consiglio regionale della Valle d'Aosta oltre che di ritrovare sui giornali le notizie che riguardano l'attività istituzionale, politica, culturale e sociale del Consiglio e di capire come i mezzi di informazione registrano e commentano le decisioni. Il servizio di rassegna stampa è esternalizzato, attraverso una gara ad evidenza pubblica in collaborazione con la Giunta regionale.

1.3. Abbonamento Agenzia di stampa, quotidiani e periodici

Le agenzie di stampa sono fonti primarie di informazioni: per l'Assemblea regionale avere un abbonamento ad un notiziario generale dall'Italia e dall'estero oltre che ai notiziari regionali consente di coniugare le esigenze di informazione su ampia scala nazionale con una copertura giornalistica riguardante il territorio regionale che rimane, per le caratteristiche proprie delle attività del Consiglio, il principale punto di riferimento.

Inoltre, ogni Consigliere ha a disposizione un abbonamento telematico ad una testata giornalistica a sua scelta; presso l'Ufficio stampa sono attivati abbonamenti telematici alle principali testate giornalistiche nazionali e locali; all'Ufficio gruppi consiliari, l'Ufficio di Presidenza e l'Ufficio stampa è assegnata una congrua dotazione di copie cartacee delle principali testate giornalistiche nazionali e locali.

2. La comunicazione esterna

La comunicazione esterna, fondamentale per il perseguimento degli obiettivi descritti nel Piano, si rivolge a due tipi di utenza: i giornalisti - attraverso l'attività dell'Ufficio stampa -, i cittadini e i portatori di interesse - attraverso il sito internet, le campagne di comunicazione, le rubriche televisive, le attività istituzionali di cittadinanza attiva a favore dei giovani.

2.1. L'Ufficio stampa

L'Ufficio stampa cura l'informazione giornalistica ai mezzi di comunicazione di massa, mediante stampa, audiovisivi e strumenti telematici, anche attraverso la realizzazione di produzioni a carattere multimediale; provvede alla diffusione delle informazioni sulle attività

degli organi interni del Consiglio regionale; promuove conoscenze allargate e diffuse su temi di rilevante interesse generale; promuove l'immagine del Consiglio regionale; redige i servizi on-line; dirige le testate del Consiglio regionale; cura la diffusione della comunicazione per conto dei gruppi consiliari e degli organismi autonomi incardinati presso il Consiglio regionale.

2.1.1 Comunicati stampa

L'ufficio stampa redige i comunicati stampa relativi all'attività d'Aula, delle Commissioni consiliari, dell'attività culturale e istituzionale e predispone il taccuino del Consiglio.

a) Attività d'Aula

L'Ufficio stampa cura la comunicazione dei lavori d'Aula, predisponendo i comunicati sulla base dell'ordine del giorno e nel modo seguente:

1. Comunicazioni dei Presidenti del Consiglio e della Regione ed eventuale dibattito sulle comunicazioni
2. Interrogazioni a risposta immediata
3. Interrogazioni e interpellanze
4. Disegni di legge e proposte di legge
5. Atti amministrativi vari: l'Ufficio stampa segue quelli più rilevanti
6. Mozioni
7. Risoluzioni

Ai fini della redazione dei comunicati, l'Ufficio stampa segue i lavori dell'Assemblea, riassumendo gli interventi dei Consiglieri nel corso del dibattito. I Consiglieri ricevono direttamente in Aula la sintesi giornalistica del loro intervento per la sua approvazione da restituire entro i 15 minuti successivi alla consegna e compatibilmente con l'impegno in Aula del Consigliere. Tale passaggio si rende necessario per rendere ufficiale, nel comunicato stampa, la posizione espressa dal Consigliere.

Per quanto riguarda le **interrogazioni e le interpellanze**, l'Ufficio stampa segue generalmente da una a tre iniziative per gruppo consiliare, su indicazione del Capogruppo entro due giorni dall'inizio dell'adunanza. L'Ufficio stampa invia una mail ai Capigruppo per le segnalazioni.

Per quanto riguarda i **disegni di legge e le proposte di legge**, l'Ufficio stampa predispone un comunicato riprendendo le dichiarazioni, rese in sede di dibattito generale, dei Consiglieri. Al fine di assicurare pari visibilità ai gruppi, vengono riportate le dichiarazioni di voto dei Consiglieri dei gruppi che non sono intervenuti nel dibattito generale. La logica è quella di rendere visibile il confronto politico e le varie posizioni emerse in Aula.

Per gli **atti amministrativi**, l'Ufficio stampa predispone il comunicato riprendendo le dichiarazioni rese in Aula di un Consigliere per gruppo. Gli altri Consiglieri che intervengono vengono citati riprendendo una frase di ognuno al fine di produrre una sintesi giornalistica che rispecchi il tenore del dibattito in Aula.

Per quanto riguarda le **risoluzioni e le mozioni**, l'Ufficio stampa predispone un comunicato nel quale è contenuto un breve resoconto di quanto avvenuto e riportando l'impegnativa del testo approvato o non approvato.

b) Commissioni

Tenuto conto dell'articolo 31, comma 5, del Regolamento interno del Consiglio regionale ("Il Presidente della Commissione può, in casi di particolare importanza, richiedere che sia redatto, a mezzo dell'Ufficio Informazioni e Stampa del Consiglio, un comunicato nel quale viene data notizia del dibattito e delle decisioni della Commissione."), l'Ufficio stampa, su richiesta del Presidente della Commissione, produce comunicati su:

1. Nomina relatori di disegni di legge, proposte di legge o avvio lavori di esame petizioni o inizio iter di altri atti
2. Parere su disegni di legge, proposte di legge – con dichiarazioni del Presidente, e/o del relatore e/o del gruppo che si è astenuto o ha votato a favore o contro
3. altri comunicati (audizioni, sedi consultive...).

c) Attività culturale

L'Ufficio stampa predispone comunicati per rendere note le attività culturali organizzate dal Consiglio regionale. Inoltre assicura il post evento, attraverso l'invio di una nota che riassume i contenuti dell'evento e le foto realizzate in tale occasione. È assicurata la presenza di un dipendente dell'Ufficio stampa in occasione degli eventi organizzati direttamente dal Consiglio. Secondo una prassi consolidata in questi anni, l'Ufficio stampa non predispone comunicati sugli eventi sostenuti o patrocinati dal Consiglio - a meno che non sia espressamente richiesta -, al fine di non duplicare la comunicazione già realizzata dagli organizzatori. In compenso, gli eventi sostenuti o patrocinati dal Consiglio trovano spazio nel Taccuino settimanale e sulla home page del sito internet.

d) Attività istituzionale

L'Ufficio stampa segue l'attività istituzionale del Presidente, dei componenti l'Ufficio di Presidenza e dei Consiglieri sia nell'ambito delle attività della Conferenza dei Presidenti delle Assemblee legislative regionali, che dell'Assemblée parlementaire de la francophonie e del Comité de coopération interparlementaire entre Vallée d'Aoste, Wallonie-Bruxelles et Canton du Jura.

e) Taccuino del Consiglio regionale

L'Ufficio stampa predispone, normalmente il venerdì pomeriggio, il Taccuino del Consiglio, nel quale sono contenute le notizie relative all'attività del Consiglio, all'attività culturale e agli impegni istituzionali della settimana successiva. Negli impegni istituzionali sono inseriti gli appuntamenti del Presidente del Consiglio, dei componenti l'Ufficio di Presidenza che sono in missione per conto del Consiglio, oltre che quelli dei Consiglieri, quando fanno parte di delegazioni consiliari o sono in missione per conto del Consiglio.

2.1.2. Conferenze stampa

L'Ufficio stampa gestisce l'organizzazione delle conferenze stampa volte a promuovere iniziative del Consiglio regionale, in organizzazione diretta o in collaborazione. Si occupa dei contatti con i referenti dell'iniziativa, della predisposizione dei comunicati ante e post evento oltre che della documentazione da inserire in cartella stampa, del recall ai giornalisti, delle fotografie. Cura inoltre gli interventi dell'Ufficio di Presidenza.

2.1.3. Comunicati del Difensore civico, del Corecom e della Consulta pari opportunità

L'Ufficio stampa predispone e invia agli organi di informazione i comunicati stampa degli organismi incardinati presso il Consiglio regionale: Difensore civico, Corecom e Consulta delle pari opportunità. Tali comunicati vengono pubblicati anche sul sito internet del Consiglio nella sezione "Info Conseil Vallée".

2.1.4. Comunicazione dei gruppi consiliari

L'Ufficio stampa, previo assenso del Capogruppo, si occupa dell'invio via mail dei comunicati dei gruppi consiliari. I comunicati sono poi pubblicati sul sito internet del Consiglio, nell'apposita sezione dedicata ai gruppi che ha evidenza sulla home page. L'Ufficio stampa gestisce altresì l'organizzazione delle conferenze stampa dei gruppi.

Ciascun gruppo consiliare è responsabile dei contenuti dei propri comunicati.

Non è consentita la presenza nei comunicati di espressioni sconvenienti. Non è altresì consentito l'uso di espressioni non consone alla dignità del Consiglio ovvero che rechino termini ingiuriosi o che, in generale, trascendano nel discredito personale o nel vilipendio di organi istituzionali, o che in ogni caso possano costituire fattispecie di reato.

Non è consentito dare luogo ad imputazioni di responsabilità o comunque riferire fatti o esprimere giudizi o considerazioni tali da ledere la sfera personale e l'onorabilità dei singoli o il prestigio delle Istituzioni.

Non è consentito diffondere notizie acquisite in ragione del mandato consiliare e destinate a rimanere riservate o segrete.

Non è consentito riprodurre atti o documenti, presentati nell'ambito di procedimenti consiliari, giudicati non ammissibili dalla Presidenza del Consiglio in base ai principi stabiliti dal Regolamento interno del Consiglio e, conseguentemente, non pubblicati negli Atti consiliari.

2.1.5. Social media

L'Ufficio stampa cura inoltre la comunicazione sui social media, in particolare Twitter e Facebook, sui quali il Consiglio regionale è presente con una pagina ufficiale. Si tratta di strumenti più informali ma particolarmente incisivi e immediati per informare i cittadini o fornire approfondimenti, offrendo anche un'occasione di interazione.

Tale attività dovrà essere ulteriormente consolidata, con l'intento di integrare sempre più le informazioni contenute sul sito Internet del Consiglio con i social, anche nell'ottica di promuovere la grande eredità storica del Consiglio.

Il Consiglio ha anche un canale dedicato su Youtube, dove sono pubblicati reportages realizzati in occasione di eventi culturali, interviste ai gruppi consiliari e la diretta dei lavori d'Aula.

2.1.6. Video e servizi fotografici

Al fine di implementare la comunicazione al cittadino, è prevista la realizzazione di servizi fotografici e video - spot e minireportage - che saranno affidati a soggetti esterni sia per promuovere la conoscenza del Consiglio e dei suoi meccanismi, oltre che in occasione di conferenze stampa, eventi e iniziative culturali e istituzionali del Consiglio, da pubblicare sul sito dell'Assemblea e sui social media.

2.2. Sito Internet del Consiglio

Per favorire il rapporto Consiglio regionale-cittadini valdostani e promuovere la conoscenza delle Istituzioni e dei meccanismi che regolano la vita quotidiana della politica e dell'amministrazione, il sito Internet dell'Assemblea si è rinnovato nel tempo, seguendo le evoluzioni tecnologiche e gli strumenti che ne hanno permesso un costante aggiornamento e implementando le varie sezioni e le banche dati.

Guardando al trend degli ultimi tre anni, le visite al sito Internet si assestano intorno al valore di 200 mila visite annue (con picchi di 260 mila nel 2017) e 600 visite giornaliere. Inoltre dal 2017 gli smartphone hanno superato i personal computer nell'accesso ai siti web.

Il sito del Consiglio è stato quindi aggiornato e riprogettato con tecniche di "responsive web design", in grado di adattarsi graficamente in modo automatico al dispositivo coi quali vengono visualizzati (computer con diverse risoluzioni, tablet, smartphone, cellulari, web tv), riducendo al minimo la necessità dell'utente di ridimensionare e scorrere i contenuti.

Il sito ospita la testata giornalistica "Info Conseil Vallée", gestita dall'Ufficio stampa, dove sono contenuti i comunicati stampa dell'attività del Consiglio, dei gruppi consiliari oltre agli eventi organizzati o sostenuti dal Consiglio. La testata è stata promossa con l'intento di dare un servizio informativo non soltanto mirato alle testate giornalistiche ma sempre più aperto e diretto con i cittadini.

Nella mediateca del sito del Consiglio, è inoltre presente una corposa rassegna fotografica relativa ai Consiglieri e agli eventi delle varie Legislature, grazie all'importante lavoro di digitalizzazione e storicizzazione dell'archivio fotografico del Consiglio realizzato dall'Ufficio stampa.

Il sito del Consiglio regionale costituisce inoltre un'importante banca dati storica della politica regionale, anche per rispondere ad una funzione che è propria dell'Assemblea valdostana, ossia la diffusione della conoscenza sulla storia, sulle istituzioni e sul particolarismo regionali.

Per rendere accessibile al pubblico questa eredità storica del popolo valdostano, si proseguirà l'importante lavoro di recupero degli atti e dei dibattiti delle sedute consiliari degli anni passati.

Sul sito è inoltre trasmessa la diretta dei lavori d'Aula e delle Commissioni, se riunite in seduta pubblica, oltre che di particolari eventi culturali e istituzionali organizzati dal Consiglio. Nella mediateca, si possono trovare le registrazioni delle sedute di Consiglio, dove è presente, oltre al video, il sommario collegato all'ordine del giorno e agli interventi dei Consiglieri durante la discussione. Presenti anche in forma di podcast gli interventi dei Consiglieri indicizzati in ordine alfabetico.

2.3. Digitale terrestre e servizi televisivi

Attraverso una gara ad evidenza pubblica europea, è stato individuato il broadcaster per la trasmissione su canale digitale terrestre delle sedute consiliari per il triennio 2016-2019.

Dal canale tematico "TV Vallée" sul canale 15 del digitale terrestre, i cittadini possono seguire la diretta dei lavori consiliari nei giorni d'adunanza (e riascoltare le registrazioni dei dibattiti nella giornata di domenica), di quelle delle Commissioni consiliari, se in adunanza pubblica, oltre che delle dirette o differite di altri eventi istituzionali.

Si intende proseguire con la realizzazione da parte di soggetti esterni di rubriche dedicate ai gruppi consiliari da mandare in onda due volte al mese nei giorni successivi all'adunanza. Inoltre, si intende procedere alla realizzazione, sempre da parte di soggetti esterni, di rubriche dedicate agli eventi istituzionali e culturali organizzati dal Consiglio da mandare in onda una volta al mese.

2.4. Campagne di comunicazione istituzionale

L'informazione e la comunicazione istituzionale si esplica anche attraverso campagne di comunicazione istituzionale con il fine di promuovere l'immagine del Consiglio e delle sue attività istituzionali e culturali.

La proposta delle inserzioni si muove lungo tre direttrici:

1. Acquisizione di spazi sulle principali testate giornalistiche cartacee a carattere generalista - quotidiani e periodici - presenti sul territorio regionale e sulla stampa di settore sia a livello regionale che nazionale e internazionale.
2. Acquisizione di banner o altri servizi redazionali sulle testate giornalistiche online della Valle d'Aosta, visto che Internet costituisce oggi - sulla base delle analisi riguardanti i consumi mediatici - uno dei principali strumenti di informazione dei cittadini. I banner sono gestiti autonomamente dall'Ufficio stampa attraverso un programma di caricamento, in modo da pubblicare tempestivamente le informazioni a seconda delle necessità (in particolare la diretta dei lavori consiliari). I servizi saranno affidati tenendo conto del numero dei visitatori (calcolati mediante strumenti riconosciuti, quali Google Analytics).
3. Acquisizione di servizi di informazione giornalistica a mezzo di agenzie di stampa, che hanno una copertura giornalistica regionale e nazionale, con il fine di dare maggiore visibilità alle attività del Consiglio regionale della Valle d'Aosta, diffondendole a livello regionale e nazionale, attraverso la pubblicazione di contenuti giornalistici multimediali (testi, foto, video, lavori dell'Assemblea, delle Commissioni, iniziative culturali, agenda della settimana).
4. Acquisizione di spazi sulle principali radio locali attraverso spot radiofonici che consentano di dare rilievo a eventi istituzionali e culturali del Consiglio regionale all'interno di programmi e appuntamenti informativi, con spazi dedicati ad eventuali interviste, anche in diretta.

2.5. Rapporto annuale e di Legislatura del Consiglio

Il Rapporto annuale, ossia la sintesi annuale dell'attività politica, istituzionale, culturale, nazionale e internazionale del Consiglio regionale della Valle d'Aosta, rappresenta un importante strumento di comunicazione, sia per un pubblico specializzato - rappresentanti delle Istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali, delle categorie dei vari settori socio-economici del territorio - sia per i singoli cittadini che possono così avere un quadro riassuntivo delle attività svolte durante l'anno. Costituisce anche uno strumento di verifica dello stato dell'arte di quanto realizzato nell'anno. Il Rapporto è presentato in occasione della conferenza stampa di fine anno.

Il Rapporto di Legislatura rappresenta il riepilogo dell'attività politica, istituzionale e culturale del Consiglio dall'insediamento della Legislatura alla sua conclusione: anche questo documento costituisce un ulteriore momento di contatto con i cittadini e gli altri soggetti della comunità valdostana. Il Rapporto di Legislatura è presentato in un'apposita conferenza stampa organizzata tenendo conto delle disposizioni in materia di divieto di comunicazione istituzionale nel periodo di campagna elettorale.

L'Ufficio stampa cura il coordinamento redazionale del Rapporto annuale e di Legislatura, in collaborazione con tutte le strutture del Consiglio.

2.6. Ideazione di un'immagine coordinata del Consiglio

In un'ottica di coerenza e di omogeneità grafica con il sito Internet del Consiglio regionale, il Piano di comunicazione prevede l'ideazione di un'immagine coordinata del Consiglio da utilizzare durante la XV Legislatura sia per i banner acquisiti sulle testate giornalistiche locali online, sia per le pagine di comunicazione istituzionale acquistate sui media cartacei. Una grafica per promuovere il Consiglio e le peculiarità culturali, storiche e territoriali della Valle d'Aosta, al fine di fidelizzare il cittadino rispetto all'immagine del Consiglio. Si prevede quindi l'ideazione e la realizzazione di un banner "mastro" e la sua personalizzazione di volta in volta a seconda delle esigenze nonché l'ideazione e la realizzazione di alcune pagine di comunicazione istituzionale del Consiglio da utilizzare negli spazi sui media cartacei.

2.7. Portes Ouvertes

Il rapporto tra Istituzioni e cittadini e, in particolare i giovani, ha trovato la sua giusta dimensione nel progetto "Portes Ouvertes": iniziativa nata nel 1996 con il preciso obiettivo di

rendere meno distante la realtà istituzionale da quella della vita quotidiana della comunità valdostana, offrendo l'opportunità di approfondire la conoscenza dell'organizzazione e del funzionamento degli organismi interni della Regione e del Consiglio regionale oltre che di sperimentare i meccanismi della democrazia rappresentativa.

L'obiettivo di avvicinare i giovani alle Istituzioni regionali è una priorità e si sostanzia in visite all'Aula consiliare da parte di diverse classi delle Istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, non solo valdostane. L'iniziativa è rivolta anche alla cittadinanza, alle associazioni, alle delegazioni italiane e straniere.

D. DISPOSIZIONI PER LE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE DELLA VALLE D'AOSTA DA OSSERVARE NEL PERIODO DI CAMPAGNA ELETTORALE

La deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n. 41 /2014, in accordo con il Corecom Valle d'Aosta, ha dato disposizioni per le attività di informazione e comunicazione del Consiglio regionale della Valle d'Aosta da osservare nel periodo di campagna elettorale per le consultazioni europee, politiche, regionali, referendarie e amministrative che interessino l'intero ambito regionale. In tale periodo sono in vigore le regole previste dalla legge 22 febbraio 2000, n. 28 (Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica).

Per quanto riguarda il Consiglio regionale si applicano le disposizioni previste all'articolo 9, che stabilisce che *«dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione ad eccezione di quelle effettuate in forma impersonale e indispensabili per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni»*.

L'art. 1, comma 1, punto 4) della legge 7 giugno 2000, n. 150 (Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni), definisce *«...attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire: a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici; b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa; c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente»*, e, ai sensi del comma 5 dell'articolo 1 della medesima legge, le finalità cui tendono le attività di informazione e di comunicazione citate sono le seguenti: *«a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione; b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento; c) favorire l'accesso ai servizi pubblici,*

promuovendone la conoscenza; d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale; e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi; f) promuovere l'immagine delle amministrazioni nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.»

Per «data di convocazione dei comizi elettorali» si intende la data di pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale o sul Bollettino ufficiale regionale del decreto di convocazione dei comizi elettorali, salva la diversa decorrenza in funzione del singolo procedimento elettorale.

Sulla base di quanto determinato dall'Agcom, «l'espressione “pubbliche amministrazioni” si riferisce agli organi rappresentativi degli Enti e non ai singoli soggetti titolari di cariche pubbliche», mentre «i singoli soggetti titolari di cariche pubbliche, se candidati, possono compiere attività di propaganda al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali, sempre che, a tal fine, non vengano utilizzati mezzi, risorse, personale e strutture assegnati alle pubbliche amministrazioni per lo svolgimento delle loro competenze.»

Per tutte le attività di informazione e comunicazione, gli Uffici, per quanto di loro competenza, si attengono alle seguenti disposizioni:

a) Comunicati stampa

1) Prosegue la diffusione della comunicazione attraverso i comunicati stampa che informano sull'attività istituzionale del Consiglio regionale e delle Commissioni consiliari. L'informazione deve però limitarsi all'oggetto dell'atto in discussione o al tema del dibattito, riferendo anche il nome del Consigliere che interviene e la sua sigla di appartenenza, purché il suo intervento, riportato in forma indiretta, non abbia specifico riferimento ai temi della campagna elettorale e riguardi solo il merito dell'atto in discussione. Dal momento della formale presentazione delle candidature, il nome del Consigliere che sia candidato, così come le sue dichiarazioni, non sono più citati. Con le stesse modalità e gli stessi limiti è data comunicazione degli eventi istituzionali e culturali deliberati dall'Ufficio di presidenza del Consiglio.

2) I comunicati degli organi consiliari (Assemblea, Presidenza, Ufficio di Presidenza, Conferenza Capigruppo, Commissioni consiliari) devono riferirsi esclusivamente a fatti di carattere istituzionale ed essere redatti nella forma indiretta e impersonale (la Presidenza del Consiglio, il Presidente della Commissione, ecc.).

3) L'Ufficio stampa prosegue nella sua attività di veicolare i comunicati dei gruppi consiliari (senza logo del Consiglio), in quanto i singoli gruppi non sono “organi” in senso proprio del Consiglio, così come specificato dall'Agcom.

b) Conferenze stampa

- 1) Le conferenze stampa sono sospese, a meno che non vi siano situazioni di carattere eccezionale e solo se ritenute indispensabili all'efficace assolvimento delle funzioni del Consiglio.

c) Materiale fotografico

- 1) Non possono essere inviate immagini video o fotografiche che ritraggono i Consiglieri.

d) Videocomunicati, tg di approfondimento

- 1) I tg di approfondimento dell'attività del Consiglio regionale sono realizzati senza prevedere interviste ai Consiglieri, offrendo una semplice sintesi dell'attività legislativa, istituzionale e culturale.
- 2) I videocomunicati che riguardano gli eventi istituzionali e culturali del Consiglio sono realizzati senza prevedere interviste ai Consiglieri.

e) Diretta del Consiglio

- 1) La trasmissione integrale in diretta delle sedute del Consiglio e delle Commissioni – quando previste – prosegue regolarmente sul sito internet e sul canale televisivo del digitale terrestre.
- 2) Prosegue normalmente anche la pubblicazione degli atti consiliari sul sito internet.

f) Uso delle sale del Consiglio

- 1) L'uso di tutte le sale del Consiglio è vietato per iniziative pubbliche che abbiano oggetto tematiche di interesse elettorale, oppure per iniziative alle quali partecipino candidati alle elezioni.

g) Promozione eventi istituzionali e culturali

- 1) La promozione degli eventi istituzionali e culturali deliberati dall'Ufficio di presidenza del Consiglio è consentita: gli inviti e il materiale informativo devono essere redatti in forma impersonale e possono riportare la qualifica e il nome dei partecipanti esterni, salvo che siano candidati, senza indicazione di appartenenza a partiti o schieramenti politici.

h) Rapporto di attività annuale e di Legislatura

- 1) Il Rapporto di attività annuale del Consiglio regionale e il Rapporto di Legislatura sono pubblicati sul sito internet del Consiglio regionale, dandone notizia attraverso comunicato stampa.

E. ACCESSI GIORNALISTI

1. Accrediti

Le testate giornalistiche accreditano presso il Consiglio regionale uno o più giornalisti iscritti all'Albo dei giornalisti, fotografi e cineoperatori, i quali possono accedere a Palazzo regionale durante le riunioni degli organismi consiliari e altre occasioni di rilevanza giornalistica.

2. Aula consiliare

I fotografi e gli operatori di ripresa possono essere ammessi in Aula per effettuare riprese filmate o fotografie, previa autorizzazione del Presidente, su modulo da richiedere agli usceri nel foyer del Consiglio.

Coloro che hanno accesso all'Aula consiliare devono:

1. essere correttamente vestiti (per gli uomini, almeno l'uso della giacca)
2. evitare di recare in alcun modo disturbo ai lavori del Consiglio

Le riprese in Aula possono essere effettuate nel corso dello svolgimento dei lavori, mentre non possono essere effettuate nelle pause delle sedute, nelle sospensioni e nel corso delle votazioni.

3. Foyer del Consiglio

Durante le adunanze consiliari, le riunioni di Commissione e degli altri organi consiliari, i giornalisti e i cineoperatori possono stazionare nel Foyer per effettuare interviste e riprese filmate dei Consiglieri.

Tali attività devono essere gestite in modo da non recare disturbo ai lavori e da non intralciare le attività legate all'Aula, alle sale di riunione e agli uffici ad essa connessi e serventi.

4. Tribuna stampa

Un'apposita tribuna è a disposizione dei giornalisti per seguire i lavori d'Aula. Possono accedere alla tribuna stampa solamente i giornalisti iscritti all'Albo e accreditati presso l'Ufficio stampa del Consiglio regionale.

Fotografi e cineoperatori possono accedere alla sala tecnica della stampa per utilizzarne gli strumenti.

I giornalisti ammessi in tribuna devono:

- stare a capo scoperto, vestire in modo decoroso e comunque confacente al luogo

- mantenere atteggiamenti e posture rispettose del carattere e delle funzioni istituzionali dell'aula

È vietato:

- fare segni di approvazione o di dissenso (anche tramite utilizzo di cartelli, striscioni ed altri mezzi simili) rispetto alle opinioni espresse dai Consiglieri e all'andamento dei lavori consiliari
- fotografare o riprendere con telecamere i lavori d'Aula senza il consenso del Presidente
- fotografare o riprendere con telecamere nelle pause delle sedute, nelle sospensioni e nel corso delle votazioni

Gli uscieri del Consiglio sono incaricati di far osservare il regolamento e di eseguire e far eseguire le disposizioni del Presidente.

5. Commissioni e altri organi consiliari

Le sedute delle Commissioni consiliari non sono pubbliche, così come non lo sono le sedute della Conferenza dei Capigruppo, dell'Ufficio di Presidenza e della Commissione Regolamento.

Su autorizzazione dei Presidenti di tali organismi, i fotografi e i cineoperatori sono ammessi a inizio seduta per effettuare foto e brevi riprese.

Ove ricorrano particolari circostanze o si trattino temi di rilevante interesse generale, le cinque Commissioni consiliari possono decidere di tenere sedute aperte al pubblico, i cui lavori sono diffusi in streaming nel foyer del Consiglio, sul sito internet e sul canale YouTube del Consiglio oltre che sul digitale terrestre.

Durante le sedute aperte al pubblico, l'accesso alla Sala Commissioni non è comunque consentito. I giornalisti possono accedere al foyer del Consiglio e seguire i lavori diffusi in streaming sui monitor.

6. Sperimentazione

Le disposizioni contenute in questa parte del regolamento sono da considerarsi sperimentali. Dopo sei mesi, a far data dall'approvazione del presente regolamento, il Presidente del Consiglio regionale si impegna a riunire l'Ordine dei giornalisti e l'Associazione Stampa Valdostana per verificare la funzionalità delle disposizioni.