

COMUNICA ITALIA

La promozione dei servizi digitali

Erica Sirgiovanni
AGID

26/06/2018

Dalla strategia al Piano Triennale per la PA

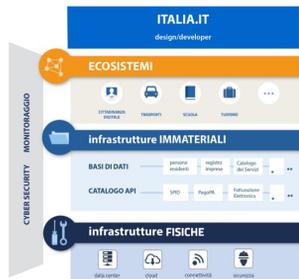
2014- 2015

La **strategia** approvata dal Governo
4,6 miliardi di euro



2016

Il **Modello strategico** di trasformazione digitale della PA



2017

Il **Piano Triennale** definisce gli obiettivi da raggiungere



5 Servizi pubblici digitali

5 Servizi pubblici digitali	Italia		Gruppo	UE
	posizione in classifica	punteggio	punteggio	punteggio
DESI 2018	19	52,5	48,0	57,5
DESI 2017	19	47,0	44,2	53,7

DESI
2018

	Italia		UE	
	DESI 2018 valore	posizione in classifica	DESI 2017 valore	posizione in classifica
5a1 Utenti eGovernment¹¹	30%	28	NA	58%
% di utenti Internet tenuti a presentare moduli	2017	2016	2016	2017
5A2 Moduli precompilati	33 →	21	33	19
Punteggio (da 0 a 100)	2017	2016	2016	2017
5a3 Livello di completezza dei servizi online	87 ↑	14	84	16
Punteggio (da 0 a 100)	2017	2016	2016	2017
5a4 Servizi digitali pubblici per le aziende	81 →	19	81	15
Punteggio (da 0 a 100) - iniziative nazionali e transazionali comprese	2017	2016	2016	2017
5a5 Open data	81% ↑	8	52%	19
% del punteggio massimo	2017	2016	2016	2017
5b1 Servizi di sanità digitale	24%	8	NA	18%
% di individui	2017	2016	2016	2017

- Secondo il DESI 2018, l'Italia è tra i primi Paesi europei per la creazione di servizi digitali, ma rimane fanalino di coda per il loro utilizzo da parte di cittadini e imprese.
- A causa di:
 - servizi digitali poco chiari e usabili
 - difficoltà, per le PA, nel pianificare ed attuare campagne di comunicazione destinate a target specifici.



- AgID mira a coordinare le azioni di comunicazione di pubblica utilità delle amministrazioni

**Il fallimento di una
relazione è quasi
sempre un fallimento di
comunicazione.**

Zygmunt Bauman

Il ruolo di AgID nella trasformazione digitale della PA



Toolkit, strumenti e linee guida per l'adeguamento agli **standard di design e usabilità** definiti da AgID



Supporto nella mappatura, nella costruzione e nella realizzazione di progettualità nell'ambito degli **Ecosistemi** individuati



Toolkit e strumenti per facilitare l'integrazione dei servizi locali con le **piattaforme immateriali**



Strumenti per la valutazione e l'adeguamento delle progettualità **infrastrutturali**



Strumenti per inserire gli indicatori regionali all'interno di un **sistema di monitoraggio** complessivo che comprende avanzamento PT e Crescita Digitale



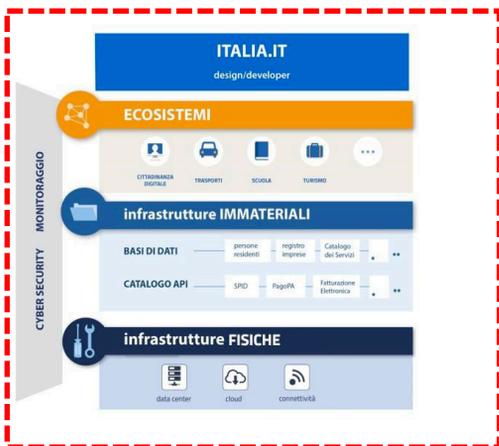
Toolkit per attività di **comunicazione e divulgazione** che garantiscano l'uniformità delle informazioni su tutto il territorio e la promozione di specifiche declinazioni che valorizzino le specifiche esigenze dei territori



Team specializzati dedicati all'implementazione e dei diversi asset

Asset specifici per abilitare la comunicazione

Asset a disposizione



- **Linee guida per la promozione dei progetti/servizi digitali**
Indicazioni destinate ai responsabili della comunicazione delle amministrazioni regionali, forniscono indicazioni per lo sviluppo di attività di informazione e promozione dei servizi digitali.
- **Toolkit promozione dei progetti/servizi digitali off e online**
Insieme di elementi standard, tra cui: elementi grafici e multimediali per la creazione di campagne di comunicazione on e off line declinabili sulla base delle specificità delle amministrazioni.
- **Supporto nella sperimentazione su regioni pilota di campagne di comunicazione (con amministrazioni pilota)**
Team specialistico dedicato al supporto on site per la creazione di campagne promozionali dedicate ai servizi digitali.
- [...]

What Happens in an Internet Minute in 2018?



1

Indicazioni strategiche per tutti i servizi

- Fornire indicazioni strategiche e strumenti per rispondere ai bisogni di promozione dei servizi offerti dalle amministrazioni.
- Sensibilizzare i professionisti della comunicazione alla piena comprensione del proprio ruolo all'interno del percorso di trasformazione digitale dei servizi pubblici.
- Abilitare la comunicazione a diventare leva strategica per l'attuazione delle politiche pubbliche.

Marketing

Comunicazione

storytelling

2

Layout e istruzioni per la promozione delle piattaforme nazionali

Kit di strumenti per la definizione di campagne per la promozione dei servizi digitali di PAC e PAL

- Ideazione e predisposizione di un kit contenente un insieme di elementi grafici e multimediali, per la creazione di campagne di comunicazione on e off line a disposizione delle amministrazioni e declinabili sulla base delle loro esigenze di comunicazione.

Sperimentazione

Supporto nella sperimentazione, su PA centrali e locali, di campagne di comunicazione che utilizzino gli strumenti creati

- Definizione di campagne di comunicazione per 3 amministrazioni pilota (centrale, regione e città metropolitana) che sperimentino le linee guida e il kit per la promozione dei servizi digitali.

Monitoraggio

Monitoraggio dell'efficacia di strumenti e campagne

- Monitoraggio e analisi dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione (linee guida e kit) e dei risultati ottenuti attraverso l'analisi delle campagne avviate dalle amministrazioni pilota.



Il Paese che cambia passa da qui.

erica.sirgiovanni@agid.gov.it

agid.gov.it