

**PIANO
TRIENNALE
DELLA
COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
2025-2027**

Ufficio Stampa e Comunicazione Istituzionale

Arpal Calabria



Prefazione

Il Piano di comunicazione

- **Le Fasi**
- **Strategie e Realizzazione**
- **Attività**
- **Gli Attori e la Rete di comunicazione**

Conclusioni

Riferimenti normativi



La funzione di comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale le ragioni di questa centralità sono riconducibili ad alcuni importanti mutamenti avvenuti sul piano istituzionale, sul piano sociale e sul piano dei rapporti tra istituzioni e società. La comunicazione istituzionale rappresenta un tema di rilevante interesse per le amministrazioni pubbliche o a partecipazione pubblica.

Attraverso le attività di informazione e comunicazione le amministrazioni rispondono da una parte ai doveri di **trasparenza, imparzialità e parità di accesso** che le leggi assicurano a tutti i cittadini e dall'altra di diventare organizzazioni capaci di agire il proprio mandato istituzionale con un maggiore livello di coerenza rispetto ai bisogni dei cittadini e della società introducendo strumenti per garantire la massima conoscenza e partecipazione.

Efficienza, pubblicità degli atti, trasparenza, diritto di accesso, sono le parole d'ordine che da allora hanno profondamente innovato il modo di fare della pubblica amministrazione.

L'informazione ai cittadini, un profilo essenziale della trasparenza amministrativa, diventava così un obbligo.

Da qui, lo sviluppo della comunicazione pubblica, che oggi è molto di più che non semplice trasmissione di informazioni, è "parte integrante dell'azione delle amministrazioni".

Queste tendenze sono confluite **nella Legge n. 150 del 7 febbraio 2000, "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni"**, che costituisce un ideale completamento del percorso di riforma sinteticamente accennato e che definendo per la prima volta i criteri ed una disciplina organica delle attività di informazione e comunicazione, ha accelerato un fondamentale percorso di modernizzazione che vede le amministrazioni dotarsi di una serie di strumenti per interagire con l'esterno e creare canali interni di informazione.



La legge 150/2000 ha rappresentato un punto di arrivo ma anche uno straordinario punto di inizio perché da essa siamo partiti sapendo che la qualità del rapporto fra cittadini e amministrazioni è misurata anche dalla qualità della comunicazione pubblica.

Nei processi di elaborazione e produzione delle politiche pubbliche la comunicazione ha fornito una valenza strategica e di supporto nei processi decisionali per affrontare problemi collettivi, dall'individuazione dei bisogni alla progettazione degli interventi, alla loro attuazione.

Nel difficile contesto attuale la comunicazione deve dunque essere **gestita con una professionalità ancora più marcata**, utilizzando precisi codici.

Arpal Calabria ha attivato un articolato sistema di comunicazione in grado di promuovere la conoscenza delle attività e dei servizi erogati dall'ente per favorire l'accesso alle prestazioni e migliorare il rapporto di comunicazione con l'utenza per un costante e continuo miglioramento delle prestazioni.

Il piano di comunicazione non è stato pensato solo come strumento tecnico di articolazione di procedure, ma piuttosto come momento di progettazione della comunicazione interna ed esterna dell'ente, inserita nel tessuto di relazioni che definiscono la **mission di Arpal Calabria**

La progettazione della comunicazione ha come obiettivo creare valore per le persone e per l'ente al quale appartengono, che costruisce e trasmette se stessa, la propria identità, il proprio patrimonio di simboli, di credenze e di valori intorno ai quali si costruiscono identità, simboli, credenze e valori degli operatori che di quell'ente fanno parte e che lo fanno vivere, riconoscendone **mission, finalità e strategie**.

Il piano di comunicazione va inserito in questo scenario come progettazione integrata nel contesto organizzativo dell'amministrazione con l'individuazione dei soggetti chiamati ad assolvere alle attività di comunicazione e definite le loro competenze, indicata la dotazione, le modalità di gestione e di utilizzo degli strumenti, individuati i sistemi di comunicazione in uso nell'ente, specificate le attività che saranno attivate nel corso dell'anno.

Le fasi di realizzazione del piano

L'elaborazione del Piano di Comunicazione è un processo che si può suddividere in tre fasi:

- 1. Pianificazione degli obiettivi**
- 2. Strategia e realizzazione**
- 3. Valutazione**

Obiettivi.

Dopo aver analizzato lo scenario, chi è preposto alla stesura del piano di comunicazione deve procedere alla definizione degli obiettivi principali che possono essere:

- identità e di immagine
- politiche generali dell'Ente
- relazione con il cittadino
- utilizzo servizi



Strategia e Realizzazione

Dopo aver analizzato lo scenario, definito obiettivi, si deve procedere all'elaborazione della strategia generale e quindi alla realizzazione.

Il processo prevede il coinvolgimento di tutte le Aree Organizzative che forniscono le informazioni relative all'attività comunicativa programmata per l'anno in corso con indicazione delle relative modalità operative.

Ogni settore dell'ente è coinvolto in forme più o meno dirette nell'attività di comunicazione interna ed esterna dell'organizzazione.

È necessario che tale complessa attività poggi su processi e procedure in grado di garantire una comunicazione **efficace e riconoscibile**.

Sistema di immagine coordinata

La Comunicazione deve assicurare il presidio e il controllo dell'immagine coordinata dell'ente in maniera strategica, regolando in modo organico l'uso degli strumenti di comunicazione dal Logo/Stemma, sue caratteristiche e modalità di trasmissione, all'impostazione grafica (carta intestata, biglietti da visita, cover, segnaletica, attestati, manifesti, sito internet, newsletter, banner, loghi, ecc.) per interpretare e rappresentare l'ente in modo efficace ed immediatamente riconoscibile.

Quindi:

- promuovere un'immagine unitaria, identificabile e riconducibile all'ente.
- effettuare una semplificazione grafica in modo da ottenere una comunicazione più ordinata, coerente e quindi anche più comprensibile e fruibile
- stabilire regole uniformi da condividere con tutti i soggetti, interni ed esterni, che si trovano a dover promuovere gli interventi comunicativi effettuati dall'ente.

La comunicazione di un'organizzazione come **Arpal Calabria** deve basarsi sull'attività e sulla professionalità di tutti i dipendenti e ricondotta a un'unica regia per poter essere efficace ma anche nel senso che include in un'unica visione strategica tanto la comunicazione esterna quanto quella interna.



L'attuale assetto organizzativo dell'Ente prevede che la comunicazione istituzionale e l'ufficio stampa siano unificati sotto un'unica unità operativa, denominata **"Ufficio Stampa e Comunicazione Istituzionale"** con ciò si riconosce formalmente la funzione di "comunicazione" che ha un ruolo necessario nella vita dell'organizzazione e si indica allo stesso tempo la necessità di una gestione "integrata" della comunicazione.

La sua attività è suddivisa in due distinti segmenti:

- L'informazione
- La comunicazione

Conseguentemente le **finalità** da perseguire sono rivolte a quattro **distinti livelli** che si traducono poi in campi operativi:

1. Ufficio Stampa
2. comunicazione esterna
3. comunicazione interna
4. U.R.P.

Ufficio Stampa

Ha il compito di gestire le attività d'informazione attraverso il coordinamento redazionale del sito nella parte relativa alle attività giornalistiche, in quanto, il sito: **Arpalcalabria.it** è testata giornalistica telematica *iscritta al Reg. del Trib. di RC al n. 7/09, modifica prot. 0002653 del 15/07/2024* quindi sottoposta alle norme sull'editoria sotto la supervisione del Ministero della Giustizia che ne è competente.

I suoi principali interlocutori sono i mass media, questo rapporto si traduce in reti di comunicazione con funzione d'informazione prettamente giornalistica.

I requisiti per lavorare in un ufficio stampa di una PA sono stabiliti dall'art.9 comma 3 della legge 150/2000 e dal DPR 422/2001: "L'ufficio stampa è diretto da un coordinatore, che assume la qualifica di capo ufficio stampa, il quale, sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione, cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione".



Nel dettaglio:

- realizzazione e diffusione comunicati stampa e redazionali, organizzazione conferenze stampa
- realizzazione e diffusione materiale fotografico sulle attività
- realizzazione e diffusione rassegna stampa
- progettazione nuove funzionalità e miglioramento continuo del sito internet dal punto di vista dei contenuti giornalistici e attività istituzionale.
- gestione social media e coordinamento del social media da un punto di vista giornalistico
- prevenzione e risoluzione situazioni pericolose e dannose per l'Ente (Comunicazione di crisi)

Attività di comunicazione istituzionale

Comunicazione Istituzionale Esterna

- Elabora il piano di comunicazione
 - Elabora i piani di comunicazione per iniziative specifiche
 - Illustra e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, dei servizi e delle opportunità di interesse pubblico, agevola l'accesso ai servizi pubblici, promuove l'immagine di Arpal Calabria, dando visibilità agli interventi e alle iniziative realizzate.
-
- Direzione delle attività del **Gruppo Web** (decreto del commissario straordinario n 137 del 29 dicembre 2023) per la realizzazione e la gestione del portale dell'Agenzia, indicando le linee guida da seguire al fornitore nell'ambito della Convenzione Consip - Accordo quadro Consip

per l'affidamento di servizi applicativi per le Pubbliche Amministrazioni ID 2212 - Lotto 5 *PAL macroarea centro Sud per contratti di dimensioni medio-piccole, alla quale si è aderito con Decreto del Commissario Straordinario n. 112 del 29 novembre 2022

- **Potenziamento della Comunicazione telefonica**
Che rappresenta il punto di contatto immediato, fondamentale e altamente utilizzato dagli utenti, che consente di stabilire un'interazione amichevole e di risolvere già a questo livello il problema per cui il cittadino si rivolge all'Amministrazione. Tutti i dipendenti sono direttamente raggiungibili tramite un numero telefonico, l'elenco è sempre consultabile online, l'aggiornamento dello stesso è responsabilità dei referenti settoriali della comunicazione.
- Favorisce la comunicazione istituzionale on-line che rappresenta uno strumento strategico per il miglioramento della relazione tra amministrazione e cittadino grazie alle sue caratteristiche di velocità, connettività ed interattività.

In questa direzione saranno attivate sotto il coordinamento del gruppo Web:

- Pagina Facebook " per promuovere i servizi, l'attività dell'ente gestita
- Profilo Youtube per la trasmissione di video promozionali che riguardano la mission di Arpal Calabria
- Canale WhatsApp per le comunicazioni di pubblica utilità e la promozione degli eventi
- Instagram

Gli interventi e le campagne di comunicazione hanno la finalità di informare e promuovere un servizio all'interno della mission di Arpal Calabria

La progettazione degli interventi di comunicazione è un processo strategico che prevede l'analisi, la pianificazione e l'esecuzione di azioni volte a trasmettere un messaggio a un pubblico specifico.

Si sviluppa in diverse fasi, ognuna delle quali è fondamentale per garantire l'efficacia della comunicazione.



Fasi della Progettazione della Comunicazione

1. Analisi del contesto e degli obiettivi:

- Definizione degli obiettivi di comunicazione
- Analisi del contesto e del mercato di riferimento.
- Studio del target di riferimento e delle sue caratteristiche.
- Definizione del messaggio

2. Sviluppo del contenuto chiave da comunicare

- Coerenza con l'identità del brand o dell'organizzazione
- Adattamento del linguaggio e dello stile al pubblico di riferimento
- Scelta dei canali di comunicazione

Media tradizionali (TV, radio, stampa)

Canali digitali (social media, e-mail marketing, siti web, SEO)

Eventi e pubbliche relazioni

Pianificazione strategica

3. Identificazione di eventuali partnership o collaborazioni.

4. Definizione delle tempistiche e delle fasi di attuazione.

5. Budget e risorse economiche

La progettazione della Comunicazione rientra generalmente nelle voci di bilancio legate alle spese di informazione, comunicazione istituzionale e promozione dell'ente. La classificazione può variare a seconda del principio contabile adottato e della struttura del bilancio dell'ente.

La comunicazione può essere finanziata anche attraverso fondi europei, statali o regionali, laddove prevista all'interno di progetti specifici.

Risorse di volta in volta reperibile sulle linee di progetto affidate ad Arpal Calabria
Eventuali fondi vincolati o progetti finanziati da bandi pubblici

Comunicazione Istituzionale Interna

- supporto agli uffici per pianificare singole attività di comunicazione
- elaborazione (o supporto nell'elaborazione) di progetti e iniziative di comunicazione istituzionale
- Interscambio di informazioni con l'U.R.P.
- semplificazione e innovazione
- Corsi di formazione per il personale sulle tecniche di comunicazione.

Il servizio Comunicazione istituzionale coordina le attività di ricognizione ed effettua l'analisi delle informazioni raccolte finalizzata al miglioramento del sistema comunicativo ed all'implementazione degli strumenti e dei processi comunicativi e li condivide con l' U.R.P. secondo i principi garantiti dell'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni.



U.R.P.

L'ufficio relazioni con il pubblico (URP)

All'interno di Arpal Calabria è attivo l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) come strumento di trasparenza dell'istituzione in coerenza con la legge 150/2000.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) rappresenta un punto di contatto fondamentale tra cittadini e pubblica amministrazione. La sua funzione principale è garantire trasparenza, accessibilità e supporto nelle interazioni con l'ente pubblico.

1. Struttura e Funzionamento dell'URP

L'URP è organizzato per rispondere a diverse esigenze della cittadinanza, tra cui:

- Fornitura di informazioni su servizi e procedure amministrative;
- Gestione di reclami, segnalazioni e suggerimenti;
- Supporto nell'accesso agli atti e nella compilazione di modulistica;

L'efficienza dell'URP è determinata da diversi fattori, tra cui il livello di digitalizzazione, la formazione del personale e la rapidità delle risposte.

2. L'URP svolge un ruolo cruciale nell'interazione tra cittadini ed enti pubblici. Investire in digitalizzazione e formazione permette di migliorare l'efficienza dei servizi, garantendo una pubblica amministrazione più accessibile e reattiva alle esigenze della comunità.



Gli Attori e la Rete di comunicazione coordinata

Un fattore chiave del processo finalizzato alla definizione del piano di comunicazione è il coordinamento tra i diversi attori, un rapporto sinergico con i vari responsabili di Area attraverso l'adeguamento dei contenuti alle disposizioni di legge della sezione dedicata all'Amministrazione Trasparente, si pensi ad esempio a come le normative sulla trasparenza (decreto legislativo n. 33/2013) per essere attuate presuppongano un impatto innanzitutto sull'organizzazione dell'ente e sulla gestione dell'aggiornamento delle informazioni provenienti da tutte le Aree organizzative.

Gli Attori

Nella fase di pianificazione è importante che vengano coinvolti non solo il personale amministrativo dell'Ente, ma anche gli organi dirigenti. Questi attori possono dare legittimità allo strumento e stimolare la necessaria collaborazione affinché il piano possa svilupparsi al meglio.

Il Direttore Generale può avere un ruolo attivo nella fase della proposta e sugli obiettivi da realizzare, oltre ad assumere la supervisione del piano. Il personale dei vari settori svolge prevalentemente la funzione di raccolta delle indicazioni e delle informazioni sulle modalità operative e sui contenuti delle iniziative di comunicazione da pianificare.

Ad ogni servizio erogato dall'ente è collegata un'attività di comunicazione che ne determina la sua conoscenza e quindi di conseguenza la sua effettiva possibilità di fruizione.

La comunicazione è quindi elemento essenziale dello stesso servizio cui si riferisce ed è parte integrante dell'attività dell'ente.

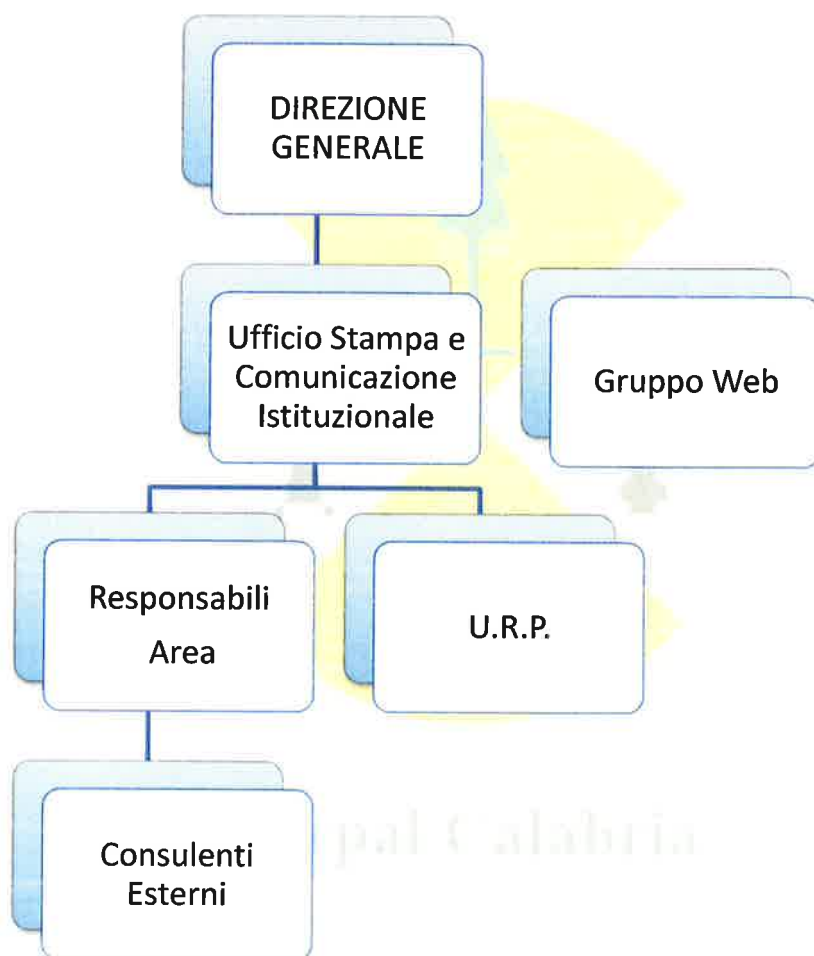
Ogni struttura organizzativa gestisce la propria attività comunicativa esterna seguendo procedure e standard operativi omogenei in grado di garantire una comunicazione coerente e costante che possa far emergere un percorso ed una immagine comunicativa riconducibile all'ente istituzionale nel suo complesso.

La costituzione di una "rete dei referenti" può costituire un fatto nuovo per l'organizzazione, che vede migliorato il rapporto tra i diversi servizi.

Da un punto di vista organizzativo il sistema della comunicazione dell'ente si esplicita attraverso le attività dei seguenti soggetti **Referenti**



Strutture e reti di comunicazione



I Responsabili di Area e i soggetti da loro delegati per determinate materie rappresentano lo strumento utile per costruire un efficace sistema di relazioni con il pubblico che non può essere attribuito ad un unico servizio, ma deve necessariamente coinvolgere l'intera struttura organizzativa.

La struttura di comunicazione pianifica le attività con cadenza mensile e funge da punto di riferimento anche per eventuali professionisti esterni incaricati di svolgere specifiche attività di comunicazione.

Le **figure professionali esterne** a cui l'**agenzia** affida attività di comunicazione sono tenute a coordinarsi con l'Ufficio Stampa e Comunicazione Istituzionale dell'ente al fine di condividere obiettivi e strategie, garantire l'uniformità della comunicazione e pianificare un utilizzo coordinato di canali e strumenti.

Arpal Calabria



Conclusioni

Gli effetti e le ricadute del piano di comunicazione

Realizzare il piano di comunicazione può rivelarsi una leva fondamentale nel processo di cambiamento delle Pubbliche Amministrazioni, trasformando i modelli organizzativi e migliorando i sistemi di relazione all'interno dell'Ente.

Il piano di comunicazione consente di rendere riconoscibili ai componenti dell'Ente le strategie e le priorità dell'amministrazione, creando identità e senso di appartenenza.

Pianificare l'attività di comunicazione aiuta a stabilire il collegamento tra gli obiettivi di gestione generale, le azioni amministrative e il servizio fornito al cittadino.

La qualità della comunicazione migliora anche l'immagine complessiva dell'Ente. per molte organizzazioni pubbliche, indipendentemente dalla "qualità" del documento prodotto.

Per molti Enti il procedere con la stesura del piano rende possibile all'organizzazione ancorare le attività svolte a scopi definiti e non casuali, realizzare strumenti stabili e continuativi, creare sinergie fra strumenti e canali di comunicazione etc. Interessanti sono, soprattutto, le ricadute all'interno dell'organizzazione.

Partecipare alla stesura del piano di comunicazione può rappresentare l'occasione per conoscere altre modalità di lavoro, in particolare quando il gruppo è composto anche da soggetti esterni.

Non ultimi, gli aspetti legati all'efficienza, alla riduzione degli sprechi, alla razionalizzazione delle occasioni e degli strumenti di comunicazione gestiti dall'Ente.



La normativa di riferimento per la comunicazione degli enti locali in Italia si basa su diverse leggi e regolamenti che disciplinano la trasparenza, la partecipazione e l'informazione istituzionale. Ecco i principali riferimenti normativi:

1. Costituzione Italiana

- Art. 97 – Principio di buon andamento e imparzialità della Pubblica Amministrazione.
- Art. 117 – Ripartizione delle competenze tra Stato e Regioni, includendo la comunicazione istituzionale.

2. Legge 241/1990 – Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di accesso ai documenti amministrativi

- Definisce il diritto dei cittadini di accedere ai documenti amministrativi.
- Stabilisce l'obbligo di motivazione degli atti amministrativi.

3. D.Lgs. 165/2001, Art. 11 – Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche, che regolano l'organizzazione degli uffici pubblici.

4. Legge 150/2000 – Disciplina della comunicazione e informazione istituzionale

- Regola l'attività di informazione e comunicazione degli enti pubblici.

5. Decreto Legislativo 33/2013 – Trasparenza e accesso civico

- Impone la pubblicazione obbligatoria di atti e documenti per garantire la trasparenza.
- Introduce l'accesso civico per consentire ai cittadini di richiedere dati non pubblicati.

6. Codice dell'Amministrazione Digitale (D.Lgs. 82/2005 e successive modifiche)

- Regola la digitalizzazione della PA e la comunicazione online.
- Obbliga gli enti locali a garantire servizi digitali accessibili ai cittadini.

7. GDPR e D.Lgs. 196/2003 (Codice Privacy)

- Regola il trattamento dei dati personali nella comunicazione istituzionale.
- Impone agli enti locali di adottare misure per la protezione dei dati.

8. -Direttiva Frattini (2002) – Chiarisce i principi applicativi della Legge 150/2000, relativa alla comunicazione e informazione pubblica.

9. Linee guida AGID e PA Digitale

- Forniscono indicazioni su accessibilità, trasparenza e digitalizzazione nella comunicazione pubblica.





Arpal Calabria

