



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

PIANO DI COMUNICAZIONE 2015-2016



COMUNE DI CARRARA
Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

PIANO DI COMUNICAZIONE 2015-2016

1. LINEE GUIDA	pag. 3
2. OBIETTIVI	pag. 3
3. ATTIVITÀ ED AZIONI	pag. 4
4. TEMPI	pag. 5
5. MEZZI DI DIFFUSIONE E STRUMENTI	pag. 6
6. BUDGET	pag. 6
7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	pag. 6
9. ALLEGATO 1	pag. 7
10. ALLEGATO 2	pag. 8



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

1. LINEE GUIDA

La comunicazione istituzionale ha un ruolo strategico per l'attuazione di politiche pubbliche sempre più diffuse e partecipate nell'interesse collettivo; è, infatti, uno strumento indispensabile per lo sviluppo di una fattiva collaborazione tra cittadini e pubblica amministrazione, che è il presupposto per realizzare una "Città" sempre più in grado di rispondere adeguatamente ed efficacemente ai bisogni della collettività. Assumono quindi particolare rilevanza le azioni tese a correggere l'asimmetria informativa tra cittadini e pubblica amministrazione, a promuovere una reale autonomia di scelta (empowerment) da parte dei primi, nonché a migliorare le relazioni fra la pubblica amministrazione e tutti i portatori di interesse (stakeholders).

Il piano di comunicazione è un documento in cui vengono esplicitati obiettivi, valori, strategie, interventi, tempi e costi delle attività di comunicazione e informazione, sia esterna che interna, della pubblica amministrazione. È elaborato dalla struttura di coordinamento delle attività di comunicazione e informazione dell'Ente (URP -Ufficio per le Relazioni con il Pubblico- e Ufficio Stampa) con il contributo dei Settori in cui si articola la Struttura Organizzativa.

La definizione e l'attuazione delle attività contenute nel piano di comunicazione sono affidati alla struttura di coordinamento, che riunisce competenze e professionalità diverse allo scopo di realizzare interventi comunicativi strutturati, efficaci e mirati alle specifiche esigenze della collettività. Il piano di comunicazione è, infatti, uno strumento che consente di programmare le iniziative di comunicazione all'interno di un determinato lasso di tempo per favorire una rapida circolazione delle informazioni ed affermare un network di comunicazione efficace e diffuso capillarmente all'interno dell'Ente. È necessario, infatti, diffondere informazioni complete sulle concrete opportunità e sui servizi offerti dal Comune, affinché le attese dei cittadini siano soddisfatte e, in ogni caso, non siano lontane dalle loro aspettative.

In coerenza con quanto sopra espresso, un buon sistema di comunicazione si fonda su:

- la promozione delle conoscenze, finalizzata alla diffusione di una cultura dell'appropriatezza per un facile accesso ed un efficace utilizzo dei servizi;
- l'ascolto per individuare i bisogni del cittadino e della collettività nel suo complesso, affinché sia stimolata una partecipazione attiva e responsabile da parte di tutti.

In questo contesto, il presente piano di comunicazione rappresenta lo strumento di pianificazione e integrazione delle azioni attraverso cui l'Ente risponde alle esigenze di informazione istituzionale e di comunicazione interna ed esterna, oltre ad essere uno strumento finalizzato a sostenere l'Organizzazione nel raggiungimento di specifici obiettivi strategici. Il valore aggiunto del presente piano, rispetto ai precedenti piani di comunicazioni dell'Ente, è quello di evidenziare azioni e risorse destinate alla comunicazione, far emergere l'attività posta in essere dall'Amministrazione nel suo complesso, ottimizzando risorse e opportunità per implementare l'efficacia comunicativa. Di fondamentale ausilio le azioni per lo sviluppo delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione, pianificate e realizzate dall'U.O. Sistemi Informatici/Innovazione tecnologica.

2. OBIETTIVI

Il presente piano di comunicazione, confermando un sistema metodologico in funzione ormai da diversi anni, detta alcune linee generali, che rappresentano i principi guida di tutte le iniziative di comunicazione, rimarcando che, affinché il sistema di comunicazione dell'Ente esista e funzioni, non può basarsi esclusivamente sull'attività e sulla professionalità di strutture dedicate, ma è necessario che la comunicazione divenga patrimonio culturale di tutto il Comune e che ciascun settore, unità di staff e di progetto, partecipino alla sua costruzione ed al suo sviluppo. In quest'ottica, l'obiettivo principale del piano è la creazione di condizioni che consentano un accesso trasparente e semplificato ai servizi dell'Ente, anche attraverso la capacità di ascolto e di coinvolgimento dei cittadini, per l'eventuale correzione di disservizi ed il conseguente miglioramento qualitativo degli



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

stessi. Pertanto, lo sviluppo di sistemi che agevolano il recepimento delle segnalazioni e la raccolta delle opinioni degli utenti, attivando circuiti virtuosi di miglioramento nella società, è uno tra gli obiettivi da perseguire. L'ampliamento e la diffusione di differenti canali di comunicazione, la semplificazione e la dematerializzazione dei documenti, la velocizzazione degli scambi comunicativi interni ed esterni, aumentano l'efficienza organizzativa e riducono i costi, per cui è imprescindibile assicurare un aggiornamento costante della comunicazione e dell'informazione istituzionali.

Gli obiettivi prioritari da perseguire, pertanto, risultano i seguenti:

- a.** dare risposta concreta alle domande dei cittadini, tutelando e garantendo i loro diritti, attuando iniziative di comunicazione ed informazione più dirette e capillari per dare conoscenza dei servizi comunali;
- b.** contribuire alla definizione di un'immagine precisa e credibile dell'Ente, migliorando il rapporto con il cittadino attraverso l'URP, l'Ufficio Stampa e l'Ufficio Partecipazione e Trasparenza;
- c.** divulgare strategie politiche, quali il rilancio del territorio, la valorizzazione dei beni storici ambientali, la prevenzione e la sicurezza, affinché le politiche pubbliche di qualità siano realizzate;
- d.** promuovere la cultura della relazione e del confronto attraverso la condivisione degli obiettivi con i dipendenti e la partecipazione al governo dell'Ente da parte dei cittadini;
- e.** rilevare il grado di soddisfazione o insoddisfazione dei servizi erogati per migliorarne la qualità, conoscendo e comprendendo sempre meglio i bisogni dei destinatari ultimi, in modo da rafforzare la fiducia tra Amministrazione e collettività.

3. ATTIVITÀ ED AZIONI

Anche se le attività di informazione e di comunicazione dell'Ente sono garantite dall'Unità Organizzativa "Comunicazione/URP/Partecipazione e Trasparenza" e dall'Unità Organizzativa "Ufficio Stampa", queste due unità organizzative non detengono l'informazione primaria, in quanto ricevono, da tutta la struttura organizzativa, dati finali (atti, moduli, decisioni, programmi, relazioni, elenchi) che devono essere rielaborati e tradotti in "comunicazione" rivolta ai cittadini (URP) e "informazione" rivolta ai media (Ufficio stampa). Pertanto, ogni settore, unità di staff e di progetto gestisce la propria attività comunicativa interna ed esterna seguendo un processo che ha come presupposti procedure e standard operativi omogenei in grado di garantire una comunicazione coerente e costante e un'immagine efficace e riconducibile alla continuità istituzionale dell'Ente nel suo complesso. Per questo motivo, i settori e le unità organizzative produttori di informazioni le comunicano agli uffici addetti alla comunicazione e all'informazione dell'Ente, nei tempi e con le modalità -riportati nell'allegato 1 del presente piano di comunicazione- necessari per una divulgazione efficiente e tempestiva. I dati devono essere forniti integri e completi, affinché siano divulgati con l'indispensabile attendibilità, che rende l'operazione di comunicazione autorevole e utile. Pur non essendo mai stata formalizzata, si è creata negli anni una rete di referenti di comunicazione ed il lavoro di gruppo, per assicurare una comunicazione integrata e coordinata, soprattutto per le principali iniziative, è una prassi operativa. Sono, infatti, previsti momenti di incontro nelle fasi di progettazione, realizzazione e verifica delle diverse azioni di comunicazione e informazione dell'Ente, con la partecipazione dei destinatari interni (referenti di comunicazione). La struttura di coordinamento per le attività di informazione e di comunicazione, attraverso il rapporto con tutti i referenti, mantiene una costante conoscenza sulle esigenze dei settori e dei servizi del Comune, individuando spazi di collaborazione per ottimizzare le attività e pianificare le azioni necessarie.

Ad oggi, le azioni prevedibili e, fra loro, collegabili, sono:

- ⇒ integrazione degli uffici addetti alle attività di comunicazione e informazione (URP e Ufficio Stampa) per potenziarne la struttura di coordinamento e assicurare l'indirizzo e il coordinamento dei processi di comunicazione interna ed esterna posti in essere dall'Ente con



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

- l'intento di migliorare e rafforzare i rapporti tra l'Amministrazione, la Città e tutte le sue diverse espressioni sociali;
- ⇒ potenziamento della comunicazione integrata e coordinata, attraverso momenti di incontro con la rete dei referenti di comunicazione, di volta in volta individuati dai Dirigenti competenti per materia, per assicurare, sin dalla fase di progettazione, la realizzazione delle iniziative. La struttura di coordinamento attraverso il rapporto con i referenti, mantiene una costante conoscenza ed aggiornamento sulle esigenze dei vari settori e servizi del Comune e individua eventuali spazi di collaborazione fra settore e settore, in modo da ottimizzare l'attività di comunicazione per quanto riguarda modalità e tempi di diffusione;
 - ⇒ supporto a tutti settori, unità di Staff e di progetto dell'Ente per la strutturazione di informazioni che si intendono pubblicare sul sito internet istituzionale per la fruizione delle basilari esigenze di coerenza e leggibilità dei servizi offerti dai singoli uffici, con particolare riguardo all'aggregazione delle informazioni in aree di senso dal punto di vista del cittadino. Ciò richiede notevole impegno da parte di tutta la struttura organizzativa dell'Ente sia in termini quantitativi che qualitativi. Le informazioni/comunicazioni relative al sito istituzionale devono, infatti, essere strutturate con particolare accuratezza corredandole con testi, immagini, approfondimenti e allegati appropriati;
 - ⇒ aggiornamento dell'informazione e della comunicazione istituzionale per l'erogazione diretta dei servizi, corredati della necessaria modulistica e delle relative informazioni costruite in "ottica cittadino" e comprendenti, per ogni singolo servizio, l'informazione di primo livello (chi? dove? quando?) e di secondo livello (come? perché?);
 - ⇒ registrazione della banca dati "Utenza URP" in relazione ai seguenti dati:
 - numero degli utenti che quotidianamente si rivolgono all'URP;
 - tipologia degli utenti suddivisi in utenza interna ed esterna;
 - numero dei contatti telefonici e on-line;
 - ⇒ aggiornamento del corner allestito nello spazio URP dedicato alle brochure informative, alla documentazione e al materiale esplicativo dei servizi prodotti dai singoli settori dell'Ente ma relativi anche ad altre realtà territoriali;
 - ⇒ aggiornamento, sviluppo e registrazione della banca dati telefonica dell'Ente per l'inserzione annuale sulle pagine telefoniche;
 - ⇒ pianificazione della comunicazione istituzionale a mezzo Stampa e TV, tesa allo sviluppo di positive relazioni fra gli Organi di vertice dell'amministrazione e gli Organi di informazione locali, regionali e nazionali, anche mediante la redazione di testi, riviste, servizi, comunicati e conferenze stampa riguardanti l'attività dell'Amministrazione e del suo Vertice Istituzionale;
 - ⇒ promozione e valorizzazione dell'attività di comunicazione dell'Ente e potenziamento della sua immagine e identità;
 - ⇒ redazione, pubblicazione e adeguata diffusione delle informazioni territoriali attraverso un sistema informativo accessibile a tutti (URP e Ufficio Stampa), flessibile ed aperto anche ai contributi delle realtà associative del territorio ed alle attività della Giunta comunale, del Consiglio comunale e delle Commissioni consiliari.

4. TEMPI

Si prevede che buona parte delle attività ed iniziative sopra elencate possano essere realizzate entro il 4° trimestre, consentendo di dedicare il 3° trimestre anche ad un lavoro di:

- ⇒ verifica dei risultati raggiunti;
- ⇒ previsione di azioni tese al miglioramento continuo;
- ⇒ programmazione delle attività future, anche in relazione alla continuità delle attività incluse nel presente piano.



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

Se in fase di implementazione delle attività contenute nel presente piano di lavoro, si rendesse necessaria una riprogrammazione di azioni e interventi, si provvederà a comunicarle tempestivamente all'Organo di Vertice dell'Amministrazione (Sindaco), rappresentandone lo stato di attuazione.

5. MEZZI DI DIFFUSIONE E STRUMENTI

La comunicazione istituzionale utilizza strumenti strategici e funzionali alla costruzione di un rapporto di partecipazione e trasparenza tra amministrazione e cittadini.

La comunicazione e l'informazione dovranno essere garantiti a tutti e, in rapporto alla diversa valenza del messaggio, saranno utilizzati i seguenti strumenti:

- TV e testate di stampa giornalistiche, nonché radiofoniche accreditate presso l'Ufficio Stampa per raggiungere un pubblico vasto ed eterogeneo;
- tecnologie dell'informazione e della comunicazione per promuovere un pubblico esterno ed interno "informaticamente alfabetizzato" (portale web istituzionale, siti tematici, area intranet);
- pubblicazioni, brochure, prodotti pubblicitari e prodotti multimediali per tutte le forme di comunicazione istituzionale rivolte all'esterno.

Inoltre, per favorire una rapida circolazione delle informazioni ed affermare un network di comunicazione efficace e diffuso capillarmente all'interno dell'Ente, si ricorrerà ai seguenti strumenti di comunicazione: telefono, e-mail, lettere, ma anche riunioni e incontri informali per favorire il reciproco scambio di informazioni.

6. BUDGET

Le principali voci e la previsione di spesa delle attività contenute nel piano di comunicazione sono riportate nell'allegato 2. Tali spese sono considerate essenziali per la concreta realizzazione di pratiche di buon governo, in particolare per aumentare l'integrazione sistemica e l'efficacia comunicativa dell'Ente.

7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Per valutare gli effetti delle azioni di comunicazione e informazione, si ritiene utile il monitoraggio dei seguenti indicatori quantitativi:

- ⇒ comparazione tra le attività previste e i tempi indicati, i costi sostenuti ed i risultati ottenuti;
- ⇒ verifiche periodiche effettuate fra la struttura di coordinamento e l'Amministrazione comunale;
- ⇒ verifica del numero dei comunicati stampa prodotti dall'ufficio Stampa;
- ⇒ verifica del numero delle conferenze stampa organizzate dall'ufficio Stampa;
- ⇒ riscontro di tutte le pratiche e monitoraggio dell'affluenza e dei contatti licenziati dall'URP nel ruolo di interfaccia cittadino-amministrazione, con particolare riguardo alle seguenti attività :
 - numero richieste ricevute per il diritto di accesso ai documenti amministrativi;
 - assistenza tecnico-amministrativa fornita ai cittadini;
 - segnalazioni e richieste di informazioni ricevute e espletate;
 - servizi gestiti e divulgati a supporto degli uffici dell'Ente;
 - servizi gestiti e divulgati a supporto di altre PP.AA..

Si ritiene utile anche il ricorso ad indicatori qualitativi ricavati da una raccolta di informazioni diretta (interviste, focus group, questionari cartacei e on-line), per definire meglio i fattori di soddisfazione rispetto alle attività ed ai servizi disponibili ed una raccolta di informazioni indiretta (e-mail, telefonate, segnalazioni on-line ed ogni altra forma di contatto con i cittadini), per individuare azioni di miglioramento continuo, attraverso l'individuazione delle aree di debolezza e dei punti di forza dei servizi erogati dall'Ente.



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

ALLEGATO 1

STANDARD E PROCESSI DI COMUNICAZIONE

Le iniziative di comunicazione interna ed esterna, che riguardano la struttura organizzativa dell'Ente, vanno sempre comunicate all'URP e all'Ufficio Stampa.

Il materiale necessario alla strutturazione delle informazioni e delle comunicazioni deve pervenire all'URP e all'Ufficio Stampa in formato elettronico, via e-mail, rispettando le modalità di invio e i termini di preavviso.

Le iniziative di comunicazione, ed in specie le bozze di tutti prodotti a stampa (es. volantini, manifesti), riferite alla comunicazione esterna, andranno presentate alla struttura di coordinamento prima di ordinarne la pubblicazione e comunque sempre prima della loro divulgazione al pubblico. Gli uffici, che costituiscono la struttura organizzativa dell'Ente, di volta in volta interessati avranno, pertanto, cura di programmare i termini di realizzazione di tali iniziative in modo da garantire l'espletamento delle suddette comunicazioni interne. Tali uffici, inoltre, si impegnano a non trasmettere al pubblico comunicazioni, comunque veicolate, nelle quali si delega l'URP o l'Ufficio Stampa per ulteriori approfondimenti, senza essersi preventivamente accordati in merito.

Tipologia e modalità di trasmissione

Qualora si tratti di servizi indirizzati al pubblico, i referenti di comunicazione individuati dal Dirigente competente per materia, si impegnano a fornire tutta la documentazione necessaria all'espletamento del servizio, compilando con chiarezza i campi richiesti nella scheda procedura URP disponibile nella intranet comunale, seguendo il percorso "Documenti", "Modulistica", "URP" e allegando eventuale modulistica.

Qualora si tratti di eventi o iniziative, sono obbligatori i seguenti dati:

periodo di pubblicazione della comunicazione (dal _____ al _____), data/e dell'iniziativa/e (se già determinata, altrimenti indicare il mese previsto), orario di inizio, luogo di svolgimento con indicazione della via e del numero civico, titolo dell'iniziativa (senza abbreviazioni), indicazione dell'Ufficio promotore e/o eventuali collaborazioni (anche esterne), ulteriori informazioni ritenute utili (recapito telefonico, e-mail, eventuali allegati o note e indicazioni).

L'invio dei dati, informazioni e documenti deve essere indirizzato a:

URP

Elettra.Casani@comune.carrara.ms.it

Paola.Gatti@comune.carrara.ms.it

UFFICIO STAMPA

Anna.Rossi@comune.carrara.ms.it

Termini di preavviso

Le richieste di pubblicazione devono essere inoltrate con almeno 5 giorni di anticipo, salva l'ipotesi di redazioni particolarmente complesse costituite da diverse pagine, per le quali potranno essere concordati termini più ampi. I tempi indicati decorrono, in ogni caso, dal giorno di acquisizione di tutti gli elementi utili a predisporre l'informativa, fatta eccezione per comunicazioni relative a situazioni di immediato pericolo, emergenze e calamità naturali, la cui diffusione è effettuata tempestivamente dal personale in servizio o, in mancanza, da coloro che sono individuati dal Dirigente competente per materia.

L'URP e l'Ufficio Stampa non rispondono di eventuali ritardi dovuti al mancato rispetto del termine di preavviso da parte dell'ufficio interessato alla diffusione delle notizie e devono coordinarsi affinché la pubblicazione sul sito istituzionale (HP) avvenga contestualmente alla trasmissione del relativo comunicato agli Organi di informazione.



COMUNE DI CARRARA

Decorato di Medaglia d'Oro al Merito Civile

ALLEGATO 2

LE VOCI E LA PREVISIONE DI SPESA

Le principali voci di spesa del piano di comunicazione sono rappresentate da:

- gestione del sistema di comunicazione integrata per l'informazione ai cittadini, garantendo la reciproca comunicazione anche con le strutture operanti nelle altre pubbliche amministrazioni, assicurando le attività per lo sviluppo e il coordinamento dei rapporti tra istituzioni e soggetti pubblici e privati esterni locali, regionali, nazionali ed internazionali;
- realizzazione di attività di informazione e comunicazione istituzionale relative all'organizzazione di campagne informative, incontri ed eventi per cittadini e turisti, promozione e lancio di servizi per la collettività e concretizzazione di prodotti editoriali su temi ritenuti di maggior interesse per la collettività;
- realizzazione di attività di informazione istituzionale relative all'organizzazione di conferenze, incontri ed eventi stampa, alla promozione e lancio di servizi e alla concretizzazione di altri prodotti editoriali con gli Organi di informazione per assicurare il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire alla collettività nelle materie di interesse dell'Amministrazione;
- potenziamento delle attività di comunicazione e informazione dell'Ente con particolare riguardo alla pubblicazione delle notizie sul sito istituzionale per sviluppare una visione di Carrara legata alla qualità della vita, divulgando strategie politiche, quali il rilancio del territorio, lo sviluppo economico, l'organizzazione di eventi, manifestazioni e iniziative a carattere locale, regionale, nazionale ed internazionale;
- acquisizione del servizio di monitoraggio della rassegna stampa delle principali testate giornalistiche.

Alle spese previste e necessarie per la realizzazione delle sopraelencate attività di comunicazione e informazione, si farà fronte con una somma analoga a quella del piano di comunicazione 2014/2015 così ripartita:

- attività di comunicazione/URP = €. 10.000,00 (diecimila/00)
- attività ufficio stampa = €. 1.500,00 (millecinquecento/00).