



COMUNE DI OLBIA

Piano di Comunicazione del Comune di Olbia



Indice

Introduzione	3
Cos'è il Piano di Comunicazione	5
Obiettivi generali del Piano di Comunicazione	8
L'Unità di Comunicazione	9
Strumenti di comunicazione	13
1. Sito Internet	16
2. Albo Pretorio online	18
3. Conferenze stampa	20
4. Comunicato stampa	22
5. Comunicato di pubblica utilità sui quotidiani	24
6. Manifesto murale (comunicazioni su carta)	26
7. Newsletter digitale	28
8. Intranet comunale (comunicazione interna)	31
9. Social media	33
10. Televisione (sedute del Consiglio Comunale)	35
11. Guida ai servizi	36
La Trasparenza amministrativa	37
Risultati attesi	39

Introduzione

L'ambito normativo del Piano di Comunicazione è definito, oltre che dalle fondamentali leggi emanate in materia nel decennio 1990 – 2000, dalla Legge 7 giugno 2000, n. 150 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni” e successivamente dalla “Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni” del 7 febbraio 2002, che stabiliscono processi e strutture attraverso le quali le pubbliche amministrazioni devono svolgere attività di comunicazione e informazione.

La comunicazione pubblica, per espressa previsione di legge, rappresenta una tappa fondamentale nel processo di innovazione e semplificazione in atto.

La Legge n. 150/2000 specifica le finalità proprie della **comunicazione pubblica**:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- illustrare le attività delle istituzioni ed il loro funzionamento; favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza; promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi di importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

La Direttiva del 7 febbraio 2002 (c.d. Direttiva Frattini) si propone di contribuire al perseguimento, da parte delle pubbliche amministrazioni, delle seguenti finalità:

- sviluppo di una coerente politica di comunicazione integrata con i cittadini e le imprese;
- gestione professionale e sistematica dei rapporti con tutti gli organi di informazione (mass media tradizionali e nuovi);

- realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna incentrato sull'intenso utilizzo di tecnologie informatiche e banche dati, sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per creare tra gli operatori del settore pubblico senso di appartenenza alla funzione svolta, pieno coinvolgimento nel processo di cambiamento e condivisione nelle rinnovate missioni istituzionali delle pubbliche amministrazioni;
- formazione e valorizzazione del personale impegnato nelle attività di informazione e comunicazione;
- ottimizzazione, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, dell'impiego delle risorse finanziarie.

Per superare la dimensione della semplice informazione e dare un senso alla comunicazione l'ente deve strutturare il messaggio in funzione degli obiettivi e dei destinatari. Il PdC determina proprio le strategie, gli obiettivi e gli strumenti coerenti attraverso i quali l'Ente intende comunicare. (Piano di Comunicazione Comune di Bollate).

La pianificazione delle attività di comunicazione ha ovviamente carattere generale, non entra nel merito e nell'opportunità dei singoli messaggi da veicolare attraverso le diverse azioni di comunicazione previste né dei contenuti informativi, né del linguaggio da utilizzare.

Tale documento permette di pianificare e coordinare le attività di comunicazione attraverso un programma organico e complessivo che coinvolge trasversalmente tutte le aree e le strutture amministrative, senza voler annullare le differenze e le specificità delle singole iniziative o dei singoli attori coinvolti, ma coinvolgendoli attraverso metodi e processi di lavoro predefiniti.

Cos'è il Piano di Comunicazione

Può definirsi Piano di Comunicazione un progetto che illustra le strategie, le attività, i tempi e le risorse che vengono impiegati da un soggetto al fine di raggiungere gli obiettivi di comunicazione di attività, servizi o risultati.

La comunicazione implica prima di tutto una scelta di tipo politico. Un'azione amministrativa, un qualunque processo decisionale e operativo, si compone di numerosi elementi, all'interno dei quali un ruolo decisivo spetta alla comunicazione. La comunicazione non è solo il dare la notizia di quel processo decisionale, ma è una parte integrante del processo decisionale.

In questa accezione dunque il Piano di Comunicazione aiuta chi effettua attività di comunicazione *“nel senso che ne consente la finalizzazione (il perché comunichiamo), ne individua gli attori (il chi comunica e a quali destinatari), ne indica i prodotti (il cosa si dovrebbe realizzare), con quali strumenti e con quali risorse. In un piano di comunicazione tutte queste variabili vengono tra di loro logicamente correlate, mettendo dunque l'organizzazione nelle condizioni di avere una visione complessiva della propria comunicazione”* (Il Piano di comunicazione nelle Amministrazioni pubbliche – Presidenza del Consiglio dei Ministri 2004).

Il Piano intende mettere in relazione attori, messaggi, prodotti, strumenti e canali di comunicazione. Naturalmente tutti gli attori di un'organizzazione comunicano, realizzano prodotti di comunicazione e spendono denaro e tempo per farlo, anche in assenza di una pianificazione mirata, perché comunicare è uno stato naturale degli individui e delle organizzazioni. Il Piano è il tentativo di ordinare questo stato naturale, spesso caotico, di cose, assumendo un punto di vista complessivo e generale, guardando l'organizzazione nella sua interezza. (Piano di Comunicazione istituzionale del Comune di Lodi linee di azione 2008 – 2011).

Scendendo dal generale al particolare, il Piano di Comunicazione del Comune (PdC) è uno strumento di programmazione delle attività di comunicazione, sia quelle rivolte ai cittadini (**comunicazione esterna**) sia quelle rivolte all'organizzazione ed al personale in servizio nell'ente (**comunicazione interna**).

La legge 150/2000 chiarisce espressamente che la comunicazione istituzionale non è esclusivamente quella esterna, volta all'erogazione ed alla conoscenza dei servizi, ma anche quella interna realizzata in ciascun ente allo scopo di facilitare l'organizzazione della struttura per migliorare la diffusione delle informazioni.

Ciascun dipendente dell'ente dovrebbe essere messo *“nelle condizioni di conoscere e individuare il senso del proprio ruolo e lavoro all'interno dei programmi della propria amministrazione, e come tutti concorrano al raggiungimento degli obiettivi strategici e operativi che l'intera comunità organizzativa si è posta”* (Piano di Comunicazione Municipio Roma 3).

La **comunicazione esterna** si rivolge ad un pubblico molto vasto ed eterogeneo che può essere distinto in sottocategorie a seconda del target di destinatari; si tratta di categorie di pubblico che possono rivelarsi determinanti per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Nello specifico, mutuando le categorie identificate all'interno del Piano di Comunicazione realizzato dal Comune di Casalecchio nell'anno 2013 si individuano:

- **beneficiari:** *coloro sui quali ricadono le azioni dell'amministrazione;*
- **istituzioni:** *Governo, Parlamento, enti pubblici di riferimento, Regioni, Province e Comuni;*
- **media:** *quotidiani, periodici, stampa specialistica e locale, Tv nazionali e locali, radio nazionali e locali, internet;*
- **stakeholders (influenti):** *enti o persone che hanno un'influenza politica e sociale sull'utenza (sindacati, ordini professionali, istituti di formazione, dirigenti scolastici, opinion leaders, associazioni locali)*

Per converso, la **comunicazione interna** è l'attività di informazione interna all'ente che riguarda tutti i soggetti che, a diverso titolo, sono interessati dalle attività e mezzi di diffusione delle informazioni, ovvero, Amministratori, Dirigenti, personale dipendente e collaboratori dell'ente.

Con l'adozione del Piano l'Amministrazione Comunale ci si propone di offrire ai cittadini ed ai soggetti che operano sul territorio, diversi strumenti di diffusione delle informazioni e di promozione delle attività poste in essere, nel tentativo di coordinare le azioni proposte non come singole operazioni indipendenti le une dalle altre, ma come gruppi di oggetti mirati per raggiungere in maniera efficace un obiettivo di comunicazione e di partecipazione complessivo.

Le amministrazioni pubbliche infatti non erogano solo servizi, ma sono, in primo luogo, le sedi dove si assumono decisioni in nome dell'interesse generale. In questo senso la

funzione della comunicazione, e probabilmente il suo valore, non è riconducibile in termini operativi a facilitare la trasmissione di informazioni o l'erogazione di servizi coerenti con il sistema di bisogni o il rispetto di regole e procedure. In senso più ampio la comunicazione deve essere intesa come quello strumento finalizzato a favorire un sistema stabile di relazioni fra soggetti che devono far coesistere i propri interessi specifici nell'ambito dell'interesse generale.

Tutte le funzioni realizzate dall'amministrazione pubblica presuppongono una qualche forma d'interazione con l'esterno o all'interno stesso dell'ente, per cui non è sufficiente limitarsi a creare dei servizi specializzati come l'Urp o dotarsi di un ufficio stampa, ma è necessario che le attività di comunicazione siano trasversali a tutte le funzioni e vengano percepite come fattori che permeano l'intera azione amministrativa.

La convergenza delle logiche della comunicazione interna e delle strategie della comunicazione esterna, ottenuta anche attraverso il piano, favorisce ciò che si può definire come comunicazione integrata.

Per garantire una efficiente comunicazione esterna e, perseguire obiettivi di miglioramento della qualità dei servizi, il Comune opera in modo trasversale attraverso ciascuna area o settore competente, attivando processi di comunicazione interna fra tutte le singole aree le quali assicurano un costante flusso informativo, nonché interventi tempestivi in caso di richieste di informazioni specifiche da parte degli utenti.

Obiettivi generali del Piano

Con il presente documento vengono individuati gli obiettivi generali che il Comune di Olbia intende perseguire e realizzare attraverso le proprie attività di comunicazione interna ed esterna.

L'assenza di obiettivi chiari aumenta, infatti, il rischio di produrre effetti comunicativi distorti, di sprecare risorse, di generare incoerenza e casualità.

Gli obiettivi di cui si tratta possono essere così di seguito riassunti:

- Creare all'interno dell'ente una cultura ed una maggiore presa di coscienza in ordine all'importanza ed al ruolo chiave rivestito attualmente dalle attività di comunicazione in linea con le nuove strategie ed i più moderni sistemi tecnologici di diffusione dell'informazione.
- Migliorare la qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate (far conoscere le opportunità di utilizzazione dei servizi, semplificare le procedure, snellire i tempi, ridurre i costi, rendere i servizi coerenti con i bisogni degli utenti, ecc.). Chiunque abbia a che fare con le attività di comunicazione, si è imbattuto nella possibilità di suggerire, alla propria organizzazione, diverse modalità operative e procedurali facendo risparmiare tempo e semplificando gli iter burocratici nell'ottica dei servizi offerti al cittadino.
- Creare la migliore sintonia possibile, tra i desideri degli utenti fruitori dei servizi della pubblica amministrazione e la loro offerta è certamente una priorità organizzativa di ciascun ente pubblico.
- Promuovere ed accrescere l'immagine positiva dell'ente attraverso una corretta informazione, strutturando in maniera quanto più omogenea possibile la comunicazione interna ed esterna, rispettando sempre in tutte le strutture ed in tutti gli strumenti di comunicazione, "l'uniformità dell'immagine" (logo, stemma,...) in modo da fornire ai destinatari dell'azione informativa un'immagine coordinata.
- Migliorare la qualità della comunicazione interna individuando meccanismi di partecipazione, coordinamento e pianificazione tra i diversi settori dell'Ente.

L'Unità di Comunicazione

Adottare un efficace Piano di Comunicazione non è certamente una operazione che si può concludere con l'approvazione formale di un documento - sia esso digitale che cartaceo - da riprodurre in copia e consegnare nei diversi uffici della struttura dell'ente o agli utenti che all'ente si rivolgono.

Si tratta, piuttosto, di un primo passo verso un'attività sistemica ed organica di gestione dei flussi comunicativi interni e verso l'esterno che, per la sua importanza, com'è facile intuire, necessita di un organismo centrale che veicoli le attività di comunicazioni dell'ente.

La direttiva ministeriale Frattini del 7 febbraio 2002 "**Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni**" rende esplicita la necessità di prevedere forme organizzative di coordinamento delle funzioni di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

E' proprio in quest'ottica che il Comune di Olbia, contestualmente all'adozione del Piano di Comunicazione, prevede l'istituzione di "organismo" interno centrale incaricato di guidare la veicolazione delle informazioni e gestire in modo coordinato le attività di comunicazione, così come individuate dal presente Piano.

L'organismo interno di cui si tratta si definisce **Unità di Comunicazione** e comprende, a vario titolo, con ruoli e grado di operatività differenti, che di seguito si vanno ad analizzare, i seguenti attori:

- **Sindaco**
- **Segretario Generale**
- **Ufficio di Gabinetto del Sindaco**
- **Ufficio Polifunzionale per il Cittadino (UPC)**
- **Rete di referenti interni**

Il **Sindaco** funge da vertice e guida "politica" dell'Unità di Comunicazione, in quanto, in linea con gli obiettivi del programma di coalizione e con quelli di mandato, e nell'ottica di una sempre maggior attenzione alla trasparenza dell'azione amministrativa, fornisce

precise indicazioni e strategie su cosa deve essere comunicato all'esterno, con quali modalità e soprattutto sulle finalità che il messaggio da comunicare deve perseguire.

Il Sindaco riveste un ruolo chiave nel processo di comunicazione, dovendo, per effetto della funzione ricoperta, farsi portavoce delle esigenze e dei bisogni comunicativi dei cittadini amministrati.

*Dal punto di vista della **comunicazione esterna** i politici sono in prima linea, sono coloro che "ci mettono la faccia": partecipano alle assemblee pubbliche, rilasciano dichiarazioni ai media, ecc. (Il Piano di comunicazione nelle Amministrazioni pubbliche – Presidenza del Consiglio dei Ministri 2004).*

Il Segretario Generale è incaricato di dare attuazione agli obiettivi generali previsti nel presente Piano di Comunicazione attraverso attività di coordinamento e direzione dei soggetti dell'Unità di Comunicazione.

Al Segretario Generale fanno perciò diretto riferimento gli uffici maggiormente operativi nelle attività di informazione e comunicazione (L'Ufficio di Gabinetto del Sindaco e l'Ufficio Polifunzionale per il Cittadino).

Il Segretario Generale, per effetto di questo ruolo di coordinamento all'interno dell'Unità, sviluppa strategie, metodologie e modalità operative di circolazione dell'informazione sia sul piano della comunicazione interna all'ente che sul piano della comunicazione resa verso l'esterno. A tal fine organizza in modo programmatico riunioni operative, gestisce l'aggiornamento del presente Piano e valuta gli effetti e i risultati delle attività di comunicazione portate avanti dagli attori interessati.

All'interno dell'Unità di Comunicazione è strategico il ruolo ricoperto dall'**Ufficio di Gabinetto del Sindaco** che, in base alle indicazioni fornite dal principale Organo di Governo dell'ente e sotto la direzione e coordinamento del Segretario Generale gestisce numerose attività di comunicazione esterna relativamente alle azioni ed alle attività messe in campo dall'ente, curando i rapporti ed i collegamenti con gli organi di informazione.

Attraverso l'utilizzo di strumenti di comunicazione di diversa natura quali il sito internet, le conferenze stampa, i comunicati stampa, i comunicati di pubblica utilità (solo per citarne alcuni), il Gabinetto del Sindaco svolge una concreta "opera" di informazione all'esterno in ordine alle più rilevanti attività di competenza del Comune di Olbia, assicurando il massimo grado di trasparenza, celerità e chiarezza nei messaggi comunicati.

I principali interlocutori delle attività di comunicazione esterna gestite dall'**Ufficio di Gabinetto del Sindaco** sono i mass media, in quanto in grado di diffondere e rilanciare le

news, i messaggi e le comunicazioni ricevute raggiungendo un elevato target di potenziali destinatari del messaggio.

In particolare, spetta al Gabinetto del Sindaco veicolare l'informazione relativa alle attività protocollari e di cerimoniale del Comune, pertanto è particolarmente indicato ed opportuno che i singoli settori e servizi dell'ente, ogni qualvolta si trovino ad organizzare eventi istituzionali si confrontino con l'Ufficio di Gabinetto del Sindaco per la definizione e la pubblicizzazione dell'evento stesso.

E' sempre il medesimo Ufficio di Gabinetto del Sindaco che verifica il corretto utilizzo del logo del Comune di Olbia in quelle iniziative di varia natura organizzate direttamente dall'ente o con il patrocinio dell'Amministrazione comunale.

Fondamentale nella strategia comunicativa dell'ente è il ruolo svolto dall'**Ufficio Polifunzionale per il Cittadino (UPC)**.

La Legge 150 del 2000, recante la normativa in materia di "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" attribuisce infatti agli URP o alle strutture analoghe, quale lo sportello polifunzionale, il compito di garantire l'esercizio del diritto di informazione, di accesso e di partecipazione dei cittadini, sia singoli che in forma associata, all'attività dell'Ente. A tal fine, per facilitare la comunicazione interna ed esterna, l'ufficio si avvale della collaborazione di un gruppo di referenti e sostituti, individuati all'interno di ciascun settore, i quali garantiscono l'invio tempestivo allo stesso di tutte le informazioni e notizie di rilevanza esterna pertinenti al proprio settore o ufficio di staff. È su tali notizie che l'UPC svolge la propria attività di informazione e comunicazione attraverso una serie di mezzi di divulgazione idonei alla diffusione dei messaggi. Trattandosi del primo contatto informativo e d'accesso dell'Ente, la comunicazione avviene principalmente attraverso l'attività di front office, strumento ancora privilegiato da una buona fetta dell'utenza, che predilige rapportarsi personalmente con l'ufficio, sia recandosi personalmente, che attraverso contatti telefonici o per via telematica (e-mail), ma anche attraverso il sito internet, le pubblicazioni ed il materiale informativo cartaceo. La comunicazione ha principalmente per oggetto informazioni che riguardano i servizi erogati dal Comune e in particolare l'organizzazione, le modalità di fruizione e di svolgimento degli stessi, attraverso l'uso di un linguaggio semplice e vicino ai cittadini, al fine di garantire la reale efficacia del messaggio e della sua effettiva ricezione da parte dei destinatari.

Trattandosi di attività complessa e trasversale a tutto l'ente locale, e per fare in modo che l'attività di coordinamento dell'Unità di Comunicazione venga esercitata in maniera proficua, è assolutamente necessario il coinvolgimento dell'Amministrazione tutta

attraverso una “**Rete di referenti interni**” facenti capo ai differenti Settori dell’ente che i Dirigenti provvederanno ad individuare tenendo conto delle attività ed azioni svolte dai singoli servizi.

Tali figure, individuate come detto dai Dirigenti, avranno in primis il compito di raccogliere informazioni e suggerimenti, ognuno per il proprio servizio di appartenenza, e passarle agli uffici incaricati della comunicazione (Unità di Comunicazione).

Ciascun referente di Settore della comunicazione diviene pertanto una figura centrale nel processo di produzione ed elaborazione delle informazioni; una figura alla quale si dovrà perciò richiedere uno stretto coordinamento con l’Unità di Comunicazione. Il ruolo dei referenti interni per la comunicazione si appalesa come strategico nell’affiancamento e nella condivisione di conoscenze ed esperienze con i componenti dell’Unità di Comunicazione, generando un clima di collaborazione interna in materia di informazione.

E’ del tutto evidente che l’individuazione di una rete di referenti interni per le attività di comunicazione, pur nella assoluta convinzione della priorità e del valore aggiunto, non dovrà determinare in alcun modo criticità all’azione amministrativa, quali un eccessivo aggravio del carico di lavoro e delle mansioni dei soggetti individuati quali referenti a scapito delle ordinarie attività d’ufficio.

L’implementazione ed il riconoscimento del ruolo della rete dei referenti interni è operazione strategica al fine di assicurare una comunicazione integrata e coordinata, sia interna sia esterna. L’Unità di Comunicazione, attraverso il rapporto con i referenti, *mantiene una costante conoscenza ed aggiornamento sulle esigenze dei vari settori e servizi del Comune ed 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* (Piano di Comunicazione 2013-2014 del Comune di Carrara).

Strumenti di comunicazione

La scelta dei differenti strumenti di comunicazione a disposizione dell'Amministrazione comunale è naturalmente condizionata da una serie di elementi distintivi, quali:

- Il contenuto del messaggio oggetto dell'attività di comunicazione;
- Il target di destinatari che si intende raggiungere con il singolo messaggio;
- La velocità di diffusione del messaggio (e, naturalmente, del suo contenuto);
- Gli ambienti presso i quali deve essere diffuso il messaggio;
- L'attrattività del messaggio da comunicare.

Spetta, caso per caso, al soggetto attivo incaricato della diffusione del messaggio, valutare ed incrociare le singole variabili al fine di raggiungere in maniera più efficace possibile il **target** di destinatari prescelto, nel più breve **tempo** possibile, nello **spazio** individuato come più idoneo e con le modalità più **attraattive** individuate.

Naturalmente, l'utilizzo di un mezzo di comunicazione non è un'operazione esclusiva: una campagna d'informazione di una certa importanza può richiedere un *mix di strumenti che si supportano a vicenda; ognuno presenta infatti delle caratteristiche che possono contribuire in modo differente al raggiungimento di un unico obiettivo comunicativo.* (Sito web Comune di Cremona gli Strumenti della Comunicazione).

E' agevole immaginare che operazioni finalizzate a comunicare la chiusura di una scuola per lavori, la chiusura di un luogo aperto al pubblico per disinfestazione o il divieto di utilizzo dell'acqua potabile in una determinata località, saranno più efficaci se svolte combinando diversi mezzi d'informazione quali per esempio il comunicato stampa, l'albo pretorio online ed il sito web del Comune.

E' opportuno gettare uno sguardo e passare in rassegna i principali strumenti di comunicazione e le singole modalità utilizzate dall'Amministrazione comunale per diffondere e veicolare informazioni e messaggi sulle proprie attività, azioni e servizi offerti ai cittadini, tenendo naturalmente presente che, specialmente per effetto del diffondersi dei più moderni strumenti telematici, le descrizioni contenute nelle seguenti schede sono destinate a profondi cambiamenti già nel breve periodo.

Sotto il profilo dell'interattività gli strumenti di comunicazione possono essere divisi in:

- **monodirezionali**, che sono mezzi di comunicazione passivi. Si tratta di quei mezzi, che non fanno partecipare attivamente il destinatario dell'informazione, il quale può semplicemente prendere atto del contenuto del messaggio, ne sono tipici esempi il comunicato stampa, l'albo online;
- **bidirezionali** sono invece i mezzi di comunicazione che hanno un alto grado di interattività. L'utente è decisamente attivo e, oltre a ricevere l'informazione, è fonte di informazione al tempo stesso. In tal senso sono particolarmente interattivi strumenti come la conferenza stampa ed i più moderni social network.

Nello specifico il Comune di Olbia si avvale dei seguenti strumenti di comunicazione:

1. [Sito internet](#)
2. [Albo Pretorio Online](#)
3. [Conferenza stampa](#)
4. [Comunicato stampa](#)
5. [Comunicato di pubblica utilità sui quotidiani](#)
6. [Manifesto murale - Comunicazioni su carta](#)
7. [Newsletter](#)
8. [Intranet comunale \(comunicazioni interne\)](#)
9. [Social media](#)
10. [Televisione \(Sedute del Consiglio Comunale\)](#)
11. [Guida ai servizi](#)

Per ciò che concerne i costi che l'Amministrazione comunale sostiene nell'utilizzo dei diversi mezzi di comunicazione è evidente che una efficace comunicazione non deve necessariamente essere "costosa", specialmente in tempi di spending review.

In proposito, a ben esaminare i mezzi di comunicazione più utilizzati, gli strumenti per i quali il Comune sostiene un costo economico diretto sono rappresentati dalle Comunicazioni di pubblica utilità sui quotidiani, da manifesti e stampati editoriali e dal

servizio di trasmissione dei lavori del Consiglio comunale su emittente televisiva locale.

Per tutti gli altri strumenti di comunicazione, trattandosi in prevalenza di mezzi legati alla piattaforma web ed alle nuove tecnologie od ai rapporti con gli organi di stampa locale (Conferenze e comunicati stampa) il costo economico sostenuto direttamente è sostanzialmente nullo, dovendosi eventualmente computare come costi indiretti le ore di servizio del personale impiegato in attività di comunicazione istituzionale.

1 Sito Internet

STRUMENTO

Negli anni, la comunicazione istituzionale attraverso internet è diventata parte integrante della comunicazione pubblica e si affianca ai più tradizionali strumenti informativi, in quanto permette il miglioramento delle relazioni tra amministrazione e cittadino grazie alle sue caratteristiche di velocità, connettività universale e interattività tipiche della comunicazione via web.

Attraverso il proprio sito istituzionale, il comune di Olbia persegue una serie di obiettivi.

In particolare:

- Informa i cittadini sui servizi dell'ente;
- Promuove le attività e gli eventi organizzati dall'amministrazione comunale;
- Attiva una serie di servizi on line, quale il portale web, i servizi di sportello unico; l'albo pretorio on line, il portale delle gare d'appalto, il portale delle pratiche edilizie, la posta elettronica certificata;
- Garantisce la trasparenza amministrativa attraverso il portale Amministrazione Trasparente.

TARGET

L'interesse dei cittadini per le amministrazioni pubbliche presenti in rete è sempre crescente. Con gli anni infatti l'accesso degli utenti ai siti istituzionali è notevolmente aumentato. Lo stesso sito internet del Comune di Olbia ha visto una crescita esponenziale di visitatori, di visualizzazioni di singole pagine web e del numero di utenti fruitori dei servizi on line.

Il target di riferimento di un Comune non è solo il cittadino residente, presente il più delle volte fisicamente nel territorio comunale, ma è anche l'utente che per molteplici motivi ha a che fare con i servizi comunali. Si pensi, ad esempio, a chi non risiede in città, ma vi transita per lavoro, studio, o turismo; chi usufruisce a distanza dei servizi al cittadino.

In tale contesto, la comunicazione via web rappresenta un canale funzionale per comunicare velocemente, in maniera economica e semplice con i destinatari dei servizi comunali.

CHI COMUNICA

L'Ufficio Polifunzionale per il Cittadino, in quanto ufficio che l'ordinamento italiano individua quale struttura principale di comunicazione istituzionale, provvede, a seguito di invio delle comunicazioni da parte dei vari servizi comunali, a pubblicare i comunicati di pubblica utilità nella homepage del Sito istituzionale. Con cadenza periodiche, o dietro segnalazione degli uffici provvede inoltre ad aggiornare le pagine web presenti nel sito.

2 Albo Pretorio Online

STRUMENTO

Per **Albo Pretorio** s'intende il luogo e lo spazio dove vengono affissi tutti quegli atti per i quali la legge impone la pubblicazione in quanto debbono essere portati a conoscenza del pubblico, come condizione necessaria per acquisire efficacia e quindi produrre gli effetti previsti.

L'**Albo Pretorio Online** è uno strumento finalizzato ad aumentare la trasparenza nell'attività amministrativa, i documenti sono facilmente accessibili da ogni cittadino; è per questo un utile strumento informatico che avvicina l'amministrazione ai cittadini.

La **legge n. 69 del 18 giugno 2009**, perseguendo l'obiettivo di modernizzare l'azione amministrativa mediante il ricorso agli strumenti informatici, riconosce l'effetto di pubblicità legale agli atti e ai provvedimenti amministrativi pubblicati dagli Enti Pubblici sui propri siti informatici.

All'art. 32, comma 1, la **legge 69/2009** dispone che "a far data dal **1 gennaio 2010** gli obblighi di pubblicazione di atti e provvedimenti amministrativi aventi effetto di pubblicità legale si intendono assolti con la pubblicazione sui propri siti informatici da parte delle amministrazioni e degli enti pubblici obbligati".

A far data dal **1 gennaio 2011** l'Albo Pretorio Online sostituisce in maniera definitiva il vecchio Albo cartaceo esposto all'interno degli enti pubblici: la forma cartacea rimane solo in originale, mentre è fatto espressamente obbligo di pubblicazione sul proprio sito Internet istituzionale.

I documenti devono essere caricati in formato elettronico e devono essere pubblicati in un formato non modificabile da terzi per garantire l'immodificabilità degli atti.

Tutti i documenti inseriti nell'Albo devono essere numerati in ordine cronologico in base alla data d'inserimento. Per ciascun atto vengono riportati la data di pubblicazione, l'Ente richiedente, la data di inizio e di fine pubblicazione, l'oggetto dell'atto ed il numero progressivo che viene generato in automatico dal sistema.

La pubblicazione si intende avvenuta per il numero di giorni previsti nella misura in cui la stessa è avvenuta per giorni interi, naturali e continuativi, comprese le festività civili.

TARGET

Trattandosi di obbligo di pubblicità legale è evidente che chiunque abbia interesse può venire a conoscenza degli atti oggetto di pubblicazione all'interno dell'albo online

La pubblicazione sul web rende possibile l'accesso agli atti amministrativi ad un pubblico potenzialmente vastissimo di soggetti interessati (Cittadini, destinatari di provvedimenti, enti).

Oggetto di pubblicazione sull'Albo sono infatti una serie di atti e provvedimenti di contenuto molto vario:

- ❖ deliberazioni, ordinanze, determinazioni, avvisi, manifesti, gare, concorsi e altri atti del Comune che devono essere portati a conoscenza del pubblico come atti emessi dalla pubblica amministrazione;
- ❖ avvisi di deposito alla casa comunale;
- ❖ provvedimenti tipo piani urbanistici, del commercio, del traffico, ecc. ecc;
- ❖ particolari atti riguardanti privati cittadini.

CHI COMUNICA

La pubblicazione nell'albo e la tenuta dell'albo pretorio online viene curata dal personale del Comune incaricato con nomina di Messo pubblicatore che provvede a garantire la pubblicazione degli atti entro le scadenze previste, cura le affissioni degli atti e vigila sulla regolare tenuta dell'albo pretorio.

3 Conferenza stampa

STRUMENTO

Si tratta di un tradizionale strumento di comunicazione bidirezionale utilizzato in maniera molto efficace nel caso in cui sia necessario dare ampio risalto ad una notizia, un evento od un'attività posta in essere dall'Amministrazione comunale.

La convocazione di una conferenza stampa avviene attraverso l'inoltro di un comunicato stampa agli organi di informazione locale (giornali, televisioni, siti web) trasmesso via email dall'Ufficio di Staff del Sindaco su apposito format nel quale vengono indicati l'oggetto dell'incontro, l'orario di svolgimento e l'elenco dei soggetti partecipanti (Amministratori, testimonial, relatori).

La sede abituale nella quale vengono svolte le conferenze stampa è la Sala Giunta comunale, la cui disponibilità viene verificata, caso per caso, dall'Ufficio di Gabinetto del Sindaco.

A differenza del comunicato stampa, con il quale la conferenza stampa condivide l'obiettivo di garantire ampia diffusione sui media locali, quest'ultima favorisce una relazione diretta con gli organi di informazione e maggiori modalità di comunicazione del messaggio, essendo possibile la proiezione di contenuti audiovisivi e la distribuzione di materiale cartaceo e documenti ai giornalisti partecipanti, nonché la possibilità di interlocuzione diretta (domanda-risposta) con tutti i presenti.

TARGET

Il target di riferimento delle conferenze stampa è molto ampio, in quanto attraverso gli organi di informazione il messaggio può facilmente raggiungere un sensibile bacino di destinatari (cittadini, enti pubblici e privati, associazioni).

Naturalmente il grado di ricettività del messaggio sarà maggiore quanto più d'interesse generale è il tema oggetto della conferenza stampa.

Per semplificare è evidente che la presentazione di un evento sportivo o di una manifestazione culturale cattura tendenzialmente l'attenzione degli appassionati di quella disciplina sportiva o espressione artistica, mentre la presentazione di un'opera pubblica

comunale (scuola, ospedale, viabilità) interessa ad un pubblico più “generalista” e non un target specifico di riferimento.

CHI COMUNICA

L’iniziativa riguardo la convocazione di una conferenza stampa viene assunta dal Settore del Comune competente in ordine all’argomento e direttamente interessato al messaggio che deve essere diffuso. Il referente interno del Settore prende contatti con l’Ufficio di Gabinetto del Sindaco che procede all’inoltro del comunicato di convocazione agli organi di informazione locale definendo l’orario e la sede della conferenza stampa, compatibilmente con gli impegni istituzionali del Sindaco.

In alcuni casi, nei quali non si renda indispensabile la presenza del Sindaco alla conferenza stampa, il singolo referente di Settore può convocare autonomamente l’incontro con i media locali avendo cura, tuttavia, di raccordarsi con l’Ufficio di Gabinetto del Sindaco riguardo alla disponibilità della Sala Giunta comunale.

4 Comunicato stampa

STRUMENTO

Il comunicato stampa è uno strumento utilizzato dal Comune per consentire ai media ed agli organi di informazione (web, carta, tv) la realizzazione di un articolo avente lo scopo di diffondere una notizia di particolare rilevanza per gli utenti (ad es. un servizio somministrato dall'ente, un evento, una disposizione sindacale).

Si tratta di un mezzo di comunicazione veloce e molto diretto che, non prevedendo un contraddittorio con i media (a differenza di ciò che avviene attraverso la convocazione di conferenze stampa), consente all'Amministrazione che l'informazione venga comunicata e riportata in modo assolutamente "fedele".

TARGET

Per ciò che concerne il target dei destinatari dei comunicati stampa sono valide le considerazioni effettuate a proposito delle conferenze-stampa, in quanto l'informazione viene fornita direttamente dal Comune ai media, i quali provvedono a "rilanciare" la notizia sui propri mezzi d'informazione per catturare un pubblico molto ampio.

Lo strumento del comunicato stampa è usato in maniera molto efficace per informare i cittadini su temi d'interesse generale che non necessitano, nell'immediato, di ampia discussione quali, a titolo esemplificativo:

- Ordinanze contingibili ed urgenti del Sindaco (non potabilità delle acque, chiusura scuole, chiusura uffici pubblici);
- Disposizioni dei Dirigenti (Viabilità, Commercio, Pubblica Istruzione, Servizi alla Persona e Servizi al Cittadino).

CHI COMUNICA

In buona parte dei casi, trattandosi di argomenti di interesse generale, il comunicato stampa viene inoltrato ai media dall'Ufficio di Gabinetto del Sindaco.

E' cura del referente interno di Settore, per materie più specifiche, prendere contatti con l'Ufficio di Gabinetto del Sindaco che procede all'inoltro del comunicato stampa nei termini ritenuti più congrui.

5 Comunicato di pubblica utilità sui quotidiani

STRUMENTO

L'articolo 26 del decreto legge n. 66 del 24 aprile 2014 (pubblicato in pari data in Gazzetta Ufficiale ed immediatamente in vigore) ha posto fine (almeno in attesa delle novità che potrebbero sopraggiungere in sede di conversione in legge), senza che possano residuare dubbi, all'obbligo di pubblicazione sui quotidiani degli avvisi di gara da parte delle stazioni appaltanti.

Tuttavia, sovente si rende necessario per l'Ente provvedere a comunicare informazioni specifiche e dettagliate sui quotidiani d'interesse locale, che rimangono, ancora, uno strumento privilegiato di diffusione di notizie.

Il Comune, in tal senso, utilizza lo strumento della pubblicazione sul quotidiano locale "La Nuova Sardegna" diffusamente letto in Gallura, in grado di assicurare enorme visibilità ai comunicati di pubblico interesse che richiedono adeguata pubblicità.

Si tratta dell'acquisizione di appositi spazi sul quotidiano (di formato standard 42 x 90 mm.), nei quali vengono inserite informazioni relative a servizi comunali, bandi, sussidi ed azioni dell'Amministrazione di rilievo per i cittadini.

L'iniziativa, particolarmente efficace e gradita dalla cittadinanza, è attiva presso il Comune da oltre dieci anni e viene rinnovata annualmente alle medesime condizioni stabilite in accordo con la società che gestisce le pagine della comunicazione della "Nuova Sardegna".

TARGET

I comunicati di pubblica utilità interesse inseriti sul quotidiano "La Nuova Sardegna" sono utilizzati per diffondere informazioni generali quali:

- Servizi offerti a categorie specifiche (giovani, anziani, studenti, fasce deboli);
- Informazioni di settore (Servizi alla Persona, Servizi al Cittadino, Pubblica Istruzione).

CHI COMUNICA

I singoli referenti interni di Settore, provvedono alla predisposizione del comunicato ed all'inoltro all'Ufficio di Gabinetto del Sindaco, il quale assume contatti con la Società incaricata di gestire i comunicati per definire modalità e tempistica di "uscita" del comunicato.

6 Manifesto murale (Comunicazioni su carta)

STRUMENTO

Solo in apparenza obsoleti i tradizionali manifesti murali, affissi negli spazi appositamente dedicati dall'Amministrazione comunale, sono tuttavia ancora mezzi decisamente efficaci sul piano della comunicazione diretta.

I manifesti affissi sui muri hanno il grande vantaggio di raggiungere potenzialmente un enorme pubblico (magari non avvezzo all'utilizzo dei nuovi sistemi di comunicazione) molto eterogeneo in diverse zone e località del territorio comunale.

Stesso discorso può essere fatto per le pubblicazioni cartacee informative come locandine, brochures, posters, inviti, che permettono di gestire l'attività comunicativa di diverse attività del Comune attraverso supporti immediati e curati con linguaggio semplice, diretto e conciso, e realizzati con grafica "accattivante".

Solo a titolo esemplificativo si possono ricordare le campagne di comunicazione antincendio messe in atto dalla Protezione Civile attraverso prodotti editoriali cartacei o le attività di informazione su servizi ed opportunità presenti nel territorio comunale gestite attraverso stampati editoriali messe a disposizione della numerosa utenza che si reca presso l'Ufficio Informazioni Turistiche del Comune di Olbia.

Esistono diverse modalità di consegna del materiale cartaceo al pubblico: tramite contatto diretto, per via postale, in allegato ai media. Gli aspetti potenzialmente problematici di questi mezzi sono:

- L'essere soggetti ad obsolescenza e quindi a necessità di ristampe per gli aggiornamenti (con conseguente aumento dei costi);
- La difficoltà di misurazione diretta dell'efficacia dell'azione di comunicazione intrapresa.

TARGET

Per loro natura, cartelloni, manifesti e locandine colpiscono target molto generici; nel caso si vogliano raggiungere destinatari più specifici, è necessario agire in modo strategico sui canali di distribuzione e sulla scelta mirata dei luoghi di affissione/distribuzione. Come evidenziato, il sistema delle affissioni è particolarmente idoneo quando l'oggetto della comunicazione riveste un interesse generale (non mirato specificamente) con un bacino particolarmente esteso (cittadinanza intera, elettorato).

A titolo di esempio l'affissione di manifesti murali è utilizzata per:

- Scadenze per i pagamenti dei tributi locali;
- Comunicazioni d'interesse per l'elettorato passivo ed attivo;
- Manifestazioni, ricorrenze civili e religiose (25 aprile, commemorazione dei Caduti);
- Eventi, rassegne culturali;
- Informazioni specifiche di settore.

Anche l'utilizzo di pubblicazioni cartacee (locandine, brochures) che può essere facilmente distribuito o messo a disposizione presso gli uffici è significativo di un pubblico esteso (una campagna di comunicazione su carta può raggiungere direttamente un cospicuo numero di persone interessate).

CHI COMUNICA

I singoli referenti interni di Settore, a seconda dell'oggetto, provvedono alla predisposizione del testo per la realizzazione del manifesto da affiggere negli spazi appositamente dedicati allo scopo nonché alla realizzazione degli stampati e del materiale cartaceo da diffondere nelle sedi ritenute più opportune.

7 Newsletter digitale

STRUMENTO

Si tratta di un efficace strumento di informazione reso disponibile attraverso i moderni sistemi di comunicazione web che inverte la tradizionale modalità comunicativa dell'Amministrazione, in quanto generalmente per conoscere le notizie l'utente naviga sul web collegandosi al portale del Comune. Con questo mezzo la modalità s'inverte, con le informazioni che arrivano direttamente ai cittadini, nella loro casella e-mail, senza costi o onere di alcun genere a carico del Comune né tantomeno dell'utente destinatario del messaggio.

Si tratta, naturalmente, di un mezzo di comunicazione monodirezionale, in quanto non attiva una relazione diretta tra il soggetto comunicante ed il destinatario, in quanto finalizzato proprio a "trasferire" notizie utili agli utenti finali.

La newsletter digitale consente invii personalizzati, è caratterizzata da periodicità e quindi permette un aggiornamento costante e può garantire ampio approfondimento, il tutto senza dover affrontare costi elevati.

L'unica criticità dello strumento newsletter può essere rilevata nella forte pressione competitiva di strumenti analoghi inviati da altri soggetti, che possono diminuirne la visibilità.

TARGET

Trattandosi di uno strumento che funziona via web, la newsletter è un formidabile mezzo di diffusione delle informazioni, potenzialmente capace di raggiungere un enorme numero di destinatari i quali, per poter usufruire dell'informazione devono semplicemente essere dotati di una connessione web ed iscriversi alla newsletter.

Il target degli utenti delle newsletter digitali dipende naturalmente dall'oggetto del messaggio da diffondere, tuttavia, potenzialmente, tutti i cittadini possono venire a conoscenza degli argomenti trattati nelle newsletter prodotte dall'Amministrazione comunale

CHI COMUNICA

Attualmente il Comune di Olbia produce ed inoltra alcune newsletter, veri e propri bollettini d'informazione, recanti il logo del Comune di Olbia nelle quali particolare attenzione viene prestata alla redazione dei testi ed alla cura della grafica.

In particolare, la **Newsletter del Servizio Cultura, Sport e Spettacolo**, offre una panoramica completa e costantemente aggiornata sulle iniziative patrocinate dal Comune di Olbia su proposta dell'Assessore alla Cultura, Museo, Biblioteca e dell'Assessore al Polo Sportivo e dello Spettacolo, con indicazione e riferimenti al luogo, ora e titolo degli eventi programmati (rassegna, convegno, spettacolo).

Il documento viene inviato via email a numerosi destinatari sia interni all'Amministrazione comunale (Giunta, Consiglio Comunale) che a soggetti esterni interessati alle attività culturali in programma nel territorio (Associazioni culturali e sportive, scuole del territorio, Servizio Informacittà e soggetti privati che richiedono espressamente di ricevere la newsletter).

La newsletter, giunta al secondo anno, viene prodotta ed inoltrata settimanalmente agli interessati con indicazione degli eventi previsti per le successive due settimane, così da fornire tempestivamente e con il necessario anticipo la panoramica degli eventi culturali programmati.

L'Ufficio Informazioni Turistiche del Comune di Olbia, incardinato presso l'Assessorato al Turismo & Attività Produttive, cura da quattro anni ed a cadenza settimanale la **Newsletter** contenente una vasta e dettagliata informazione in tema turistico con un occhio particolare agli eventi, manifestazioni ed attività di richiamo per i visitatori del territorio.

La newsletter contiene inoltre tutta una serie di informazioni (spiagge, servizi in città, numeri utili, trasporti urbani ed extraurbani) di particolare interesse per tutti coloro che a qualsiasi titolo transitano nel territorio.

La newsletter è consultabile da chiunque semplicemente collegandosi al sito web dell'Ufficio turistico comunale all'indirizzo www.olbiaturismo.it ed effettuando il download dal link appositamente dedicato, non rendendosi necessario effettuare alcuna previa registrazione on line.

Il prodotto viene comunque inviato a cura dell'Ufficio Informazioni Turistiche del Comune a numerosi destinatari che a vario titolo sono interessati alle info sul turismo (ad es. operatori del settore, strutture ricettive del territorio, istituzioni pubbliche e soggetti privati) che vengono pertanto costantemente aggiornati sulle diverse attività attrattive svolte in città e dintorni.

L'Ufficio Informazioni Turistiche del Comune di Olbia provvede inoltre a consegnare copia cartacea della newsletter agli utenti che si recano personalmente presso il front office dell'ufficio e che non hanno la possibilità di connettersi direttamente al web.

8 Intranet comunale (Comunicazione interna)

STRUMENTO

La intranet è uno strumento informatico necessario per favorire e sviluppare la comunicazione interna. Si tratta di fatto di una rete interna riservata esclusivamente al personale dell'amministrazione comunale, che ha le stesse modalità d'uso del web. Consente infatti la navigazione ipertestuale o la ricerca per argomenti, ma allo stesso tempo è circoscritta all'Ente e riservata solo a coloro che sono stati autorizzati e che possono accedervi.

La intranet del Comune di Olbia favorisce la circolazione delle informazioni relative all'organizzazione dell'ente tra i dipendenti, anche al fine di accrescerne il senso di appartenenza, ed è costituita da una serie di pagine nelle quali sono pubblicati i comunicati rivolti ai dipendenti, evitando così il singolo invio e garantendo un risparmio di tempo. Sono presenti i moduli per la richiesta di ferie, congedi, permessi, certificazioni di servizio ecc., è possibile scaricare e consultare le circolari interne, gli statuti, i regolamenti, e contiene inoltre la rubrica con tutti i contatti dei dipendenti.

TARGET

Il target di riferimento della Intranet del Comune di Olbia, considerato che la stessa veicola informazioni a carattere interno dell'ente, è rappresentato esclusivamente dal personale in servizio nell'amministrazione comunale.

CHI COMUNICA

L'iniziativa riguardo la pubblicazione delle informazioni, comunicati e moduli viene assunta dai servizi comunali interessati, i quali provvedono a far richiesta di inserimento nella Intranet all'Ufficio Polifunzionale per il Cittadino, che si occupa della pubblicazione e del

costante aggiornamento dei testi attraverso l'ausilio tecnico del Centro Elaborazione Dati del Comune.

9 Social media

STRUMENTO

Nell'epoca del digitale e della costante presenza sul web non può essere trascurata l'importanza della comunicazione svolta attraverso i moderni sistemi relazionali dei social media. L'utilizzo degli strumenti del social network e del web 2.0 è realtà ormai sempre più diffuso non solo tra le fasce più giovani della popolazione, ma anche tra i professionisti, le istituzioni scolastiche e, non ultimi, tra numerosi Enti locali.

I nuovi media elettronici si inseriscono perfettamente in questa dimensione, favorendo e spingendo fortemente in direzione di un allargamento dei bisogni di informazione e della compartecipazione alle scelte politiche ed ai destini dei territori.

Si tratta di strumenti fortemente bidirezionali che permettono lo svolgimento di autentiche "relazioni" di comunicazione diretta tra ente locale ed utilizzatori del social.

L'immediatezza e la semplicità di utilizzo di questi mezzi di comunicazione (accessibili ormai tramite pc, tablet o smartphone dotati di connessione al web), rende i moderni social media strumenti di comunicazione molto diffusi e destinati a raggiungere un pubblico sempre più vasto.

Questi nuovi strumenti sono percepiti come una grande opportunità per le PA alla ricerca di nuove modalità di interazione e partecipazione dell'utenza, grazie anche ai loro costi limitati ed alla loro possibilità intrinseca di misurare i risultati delle iniziative.

Le Amministrazioni comunali utilizzano oggi i social network come una sorta di "URP Virtuale" in cui molta attenzione è posta nel dare risposte rapide e veloci alle domande e segnalazioni inoltrate attraverso i canali social, modificando opportunamente il linguaggio e lo stile comunicativo in base al canale utilizzato.

L'utilità dei "social media" quali nuovi media di comunicazione utilizzati dal Comune di Olbia è allo stato attuale assolutamente "strategica", basti solo pensare al recente avvio dell'utilizzo dell'applicativo per Smartphone "Flag Mii" che permette di raggiungere in pochi istanti la popolazione con messaggi di allerta ed avvisi ed essere rapidamente contattati dai cittadini in caso di emergenza o situazione di particolare pericolo per la pubblica incolumità.

TARGET

La presenza del Comune sui diversi social media è sicuramente percepita da un pubblico sempre più ampio di utenti, in quanto un numero sempre crescente di cittadini dispone almeno di un account, a cui accede tramite pc, tablet o smartphone.

L'utenza che si collega alle pagine social del Comune di Olbia è naturalmente la più eterogenea, in quanto le pagine "dedicate" e tematiche (turismo, cultura) attraggono certamente un pubblico destinatario di informazioni specifiche, a differenza delle pagine con contenuti di pubblica utilità che per definizione si rivolgono ad una utenza potenzialmente molto più vasta.

CHI COMUNICA

Alcuni servizi ed uffici dell'Amministrazione comunale sono presenti sui social media con pagine web dedicate e frequentate da numerosi iscritti al servizio.

A titolo esemplificativo si segnalano:

- pagina facebook e twitter della Protezione Civile comunale nella quale vengono inseriti Avvisi, Bollettini di Pericolosità ed altre informazioni di massima utilità per la cittadinanza;
- pagina facebook della Biblioteca Sempliciana comunale nella quale vengono postate le news su eventi, iniziative ed attività della biblioteca cittadina;
- pagina facebook del servizio Informacittà (in capo al Settore Servizi alla Persona) ricca di contenuti inerenti a bandi, opportunità, offerte sul mercato del lavoro, eventi e rassegne in programma sul territorio;
- pagina facebook dell'Ufficio Informazioni Turistiche con numerosi contenuti di interesse per turisti e visitatori della città;
- applicativo per smartphone "Flag Mii" gestito dal servizio di Protezione Civile che consente di inoltrare celermente allerte ed avvisi e di ricevere richieste di soccorso dai cittadini.

10 Televisione (Sedute del Consiglio Comunale)

STRUMENTO

Il Comune di Olbia, attribuisce alla diffusione televisiva delle sedute pubbliche del Consiglio Comunale la funzione utile di favorire la partecipazione dei cittadini all'attività politico-amministrativa dell'Ente.

TARGET

Il pubblico interessato alle sedute del Consiglio Comunale di Olbia è naturalmente rappresentato da tutta la cittadinanza la quale può usufruire della messa in onda delle assemblee attraverso apparecchio tv.

E' una modalità (del tutto monodirezionale) attraverso la quale conoscere in maniera più approfondita i dibattiti consiliari, le discussioni e le votazioni che determinano l'adozione dei provvedimenti di competenza del Consiglio Comunale.

Il cittadino interessato prende così piena coscienza delle ragioni, delle motivazioni e dei differenti punti di vista manifestati dai propri rappresentanti in seno al Consiglio Comunale, in ordine all'adozione delle singole deliberazioni consiliari.

CHI COMUNICA

L'emittente televisiva affidataria del servizio di ripresa, registrazione e messa in onda delle riunioni di Consiglio Comunale gestisce il servizio oramai da alcuni anni e provvede alla trasmissione delle sedute integrali del Consiglio secondo le modalità e la tempistica indicate dall'Ente in sede di affidamento del servizio.

11 Guida ai servizi

STRUMENTO

La Guida ai servizi è uno strumento di comunicazione tra l'ente ed il cittadino utile a guidare quest'ultimo verso la conoscenza e l'utilizzazione dei servizi che può ottenere presso gli uffici del Comune di Olbia ed in grado di contribuire a rendere effettivo il diritto all'informazione.

Da diversi anni il Comune, attraverso tale Guida fruibile on line all'interno del sito istituzionale, persegue questa finalità, in quanto descrive, attraverso schede sintetiche e di facile consultazione, i servizi offerti dall'Amministrazione, e fornisce indicazioni sulle procedure per usufruirne, dalle modalità di erogazione, ai destinatari, all'indicazione dei responsabili del procedimento e i relativi contatti, gli orari di apertura al pubblico e le sedi degli uffici comunali. È infatti solo attraverso la conoscenza e la consapevolezza della cittadinanza sulle attività e i servizi erogati dal comune che è possibile creare spazi di ascolto e di partecipazione dei cittadini, incoraggiando gli stessi anche a segnalare casi di disservizio attraverso la possibilità di presentare reclami e fare segnalazioni.

TARGET

La Guida ai servizi, in quanto strumento che orienta nella conoscenza delle prestazioni erogate dagli uffici comunali, ha come target tutti i cittadini, sia singoli che in forma associata.

CHI COMUNICA

La costruzione e realizzazione della Guida ai Servizi ha visto il coinvolgimento dei vari Servizi comunali, che costantemente collaborano con l'UPC all'aggiornamento. L'UPC ne cura la pubblicazione nel sito istituzionale e ne promuove la divulgazione, anche attraverso la stampa e consegna di estratti a coloro che ne fanno richiesta.

La Trasparenza amministrativa

La trasparenza amministrativa, ex art. 11 del D. Lgs. n. 150/2009, è la forma di accessibilità totale, realizzata attraverso lo strumento della pubblicazione sui siti istituzionali delle amministrazioni pubbliche, delle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, degli indicatori relativi agli andamenti gestionali ed all'utilizzo delle risorse per il perseguimento delle funzioni istituzionali, dei risultati dell'attività di misurazione e valutazione svolta dagli organi competenti, allo scopo di favorire forme diffuse di controllo del rispetto dei principi di "buon andamento e imparzialità".

Negli ultimi anni il principio dell'accessibilità totale agli atti relativi all'organizzazione della Pubblica Amministrazione è stato disposto da due norme fondamentali: la **Legge n. 190/2012**, contenente disposizioni in materia di prevenzione e repressione della corruzione e dell'illegalità nelle P.A, e il **D. Lgs. n. 33/2013**, in materia di riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte delle P.A.

La trasparenza amministrativa si propone come scopo quello di favorire la partecipazione dei cittadini all'attività dell'ente, far conoscere i servizi resi, prevenire fenomeni corruttivi e promuovere l'integrità nella pubblica amministrazione. Ha, infatti, il dichiarato fine di favorire diffuse forme di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche, di promuovere il principio di legalità e di prevenire eventuali fenomeni corruttivi.

In tema di comunicazione, il legislatore ha individuato il sito istituzionale dell'Ente come principale strumento per la promozione della trasparenza. Ha infatti previsto l'obbligo per le amministrazioni di creare una apposita sezione, all'interno del sito, denominata "**Amministrazione Trasparente**", organizzata in sezioni e sottosezioni, ben visibile e alla quale poter accedere direttamente dalla homepage. Sempre secondo il dettato legislativo, le pubblicazioni all'interno della summenzionata sezione devono avvenire attraverso il c.d. formato aperto che permette che le informazioni siano facilmente accessibili, scaricabili e indicizzabili tramite i motori di ricerca.

Il cittadino può direttamente accedere alle informazioni attraverso il sito istituzionale (www.comune.olbia.ot.it) e collaborare attivamente al miglioramento dell'attività dell'Ente attraverso la presentazione di proposte o la segnalazione di eventuali inadempienze da parte dell'Ente, grazie anche alla possibilità di esercitare l'accesso civico ovvero del diritto a conoscere, utilizzare e riutilizzare (alle condizioni indicate nella norma) i dati, i documenti e le informazioni pubbliche oggetto di pubblicazione obbligatoria.

Risultati attesi

I risultati attesi e la verifica dei risultati ottenuti a seguito dell'elaborazione di un Piano di Comunicazione sono strettamente connessi a due fattori:

- Obiettivi generali prefissati dall'Amministrazione comunale in sede di redazione del Piano (cfr. Obiettivi generali del Piano);
- Attuazione del Piano secondo le indicazioni formulate nel documento approvato.

La misurazione dei risultati è la fase conclusiva della logica di pianificazione della comunicazione. L'assenza di analisi dei risultati vanifica la validità del Piano di Comunicazione, compromettendo, di conseguenza, l'efficacia e l'efficienza del successivo processo di pianificazione delle singole attività.

L'Amministrazione comunale può prevedere differenti modalità di valutazione e quali oggetti di comunicazione si intendano valutare volta per volta: il Piano di Comunicazione complessivamente inteso, sia dal punto di vista dei contenuti che della metodologia seguita per la sua redazione, oppure gli effetti ottenuti dall'attuazione Piano, o, ancora, i risultati conseguiti.

In generale, si possono individuare tre aree oggetto di valutazione:

1. Gli out-puts: si verifica se i prodotti di comunicazione hanno raggiunto il pubblico desiderato;
2. Gli out-takes: si verifica se il messaggio è stato compreso dai destinatari;
3. Gli out-comes: si verifica se la comunicazione ha modificato le percezioni e i comportamenti dei destinatari;

Gli strumenti di cui il Comune si può avvalere per una valutazione generale dei risultati ottenuti con l'adozione del Piano sono principalmente quelli tradizionali ed a percezione diretta ad es. le interviste, i focus group, i questionari, i sondaggi, l'osservazione diretta del contesto, etc.

E' evidente che porre attenzione sui risultati ottenuti in relazione agli obiettivi dichiarati dall'ente è un'operazione di indagine sia quantitativa (numero di azioni di comunicazione predisposte) che qualitativa (efficacia degli strumenti di comunicazione messi in campo) che permette di migliorare l'approccio comunicativo in generale, in quanto, solo analizzando profondamente i risultati ottenuti (anche con report, azioni di customer

satisfaction e dati statistici) si possono mettere in luce criticità e difficoltà nei processi di diffusione delle informazioni ed apportare soluzioni migliorative ai processi medesimi.