PIANO DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- LINEE GUIDA 2025/2029 -

Approvato con deliberazione di giunta comunale n. 58 del 24.06.2025

Sommario

Introduzione....3
Gli obiettivi della comunicazione....4
I destinatari della comunicazione....6
Gli attori della comunicazione....7
Sindaco e Assessori....7
Ufficio Segreteria Generale – Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)....7
Segreteria del Sindaco....8
Segretario Generale e Responsabili di Settore....8
Gli uffici dei diversi settori....8
Rete dei referenti e redazione web....9
Social media team....9
Centro Operativo Comunale (COC)....9
I contenuti della comunicazione....10
Gli strumenti della comunicazione....11
Sito web....11
Social media....11
Segnalazioni on line....12
Sportelli di front office....12
Comunicazione telefonica e via e-mail....12
SEND, il Servizio Notifiche Digitali....12
Comunicati stampa....13
Conferenze stampa....13
Rassegna stampa....13
Incontri pubblici....13
Manifesti e locandine....13
Segnaletica interna....13
Pannelli a messaggio variabile....13
Il passaparola....14
Applicativi per la pubblicazione degli atti....14
La comunicazione interna....15
Allegati:....15

Introduzione

Nel rispetto della Legge n. 150/2000, avente ad oggetto la "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*" e della successiva Direttiva del Dipartimento della Funzione pubblica del 7 febbraio 2002 - "*Direttiva sulle attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*", ogni Pubblica Amministrazione si impegna a programmare e a gestire le azioni di comunicazione, affinché i propri cittadini siano informati, coinvolti e consapevoli delle attività amministrative.
Le attività di comunicazione, informazione e trasparenza sono fondamentali, in quanto finalizzate a garantire il buon andamento e l'imparzialità dell'azione amministrativa, oltre al pieno esercizio dei diritti della cittadinanza.
Affinché la comunicazione istituzionale sia efficace, precisa ed affidabile, è importante programmare le campagne di comunicazione in modo coordinato e coerente con le risorse economiche e umane di cui si dispone.
Il principale strumento attraverso cui programmare e gestire le azioni di comunicazione è il Piano di comunicazione, che rappresenta il documento di sintesi per una visione unitaria e coordinata delle attività poste in essere dai vari settori per il perseguimento dei programmi dell'Amministrazione.
In un disegno comunicativo organico e razionale, si coniugano così gli obiettivi dell'Ente con i bisogni dei cittadini, attraverso strategie ed azioni condivise. Correlando tra loro tutte queste variabili, il piano permette all'organizzazione di avere una visione complessiva della propria comunicazione, interna ed esterna.
Il piano di comunicazione è anche un'importante leva verso l'innovazione dell'intera organizzazione perché, oltre ad aumentare nello specifico l'efficienza e l'efficacia della comunicazione, consente di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo, sia all'interno dell'Ente che tra l'Ente stesso e la cittadinanza.
Il piano è, infine, un prezioso strumento di lavoro per gli uffici, siano essi coinvolti direttamente o indirettamente nelle attività di comunicazione.

La comunicazione istituzionale deve essere intesa non come una semplice erogazione di notizie, ma come una realtà organizzativa complessa, in grado di concretizzare la missione della Pubblica Amministrazione di rendere un servizio al cittadino, fatto di ascolto, risposta e partecipazione nelle scelte di governo. La comunicazione istituzionale rappresenta, infatti, il punto in cui l'istituzione si avvicina maggiormente alla cittadinanza.

Il presente documento descrive i principali impegni comunicativi del Comune di Cardano al Campo per il periodo 2025/2029, con specifico riferimento all'attuazione degli indirizzi programmatici dell'Amministrazione, in adesione alle disposizioni normative in tema di comunicazione istituzionale, a cui si intende dare piena attuazione.

Per l'analisi del contesto, si rimanda a quanto già dettagliatamente riportato nell'aggiornamento del Documento Unico di Programmazione per il periodo 2025-2027 e nel Bilancio di previsione per il medesimo triennio, approvati con deliberazione di Consiglio Comunale n. 46 del 17.12.2024, e nel Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) 2025/2027, approvato con deliberazione di Giunta Comunale n. 28 del 25.03.2025.

Gli obiettivi della comunicazione

La gestione di un processo comunicativo efficace parte dall'individuazione degli obiettivi che si intende raggiungere. Solo un'attenta analisi del contesto e la conoscenza degli obiettivi strategici dell'organizzazione consentono di individuare i target della comunicazione, da cui devono discendere le azioni specifiche. In questo modo, il piano di comunicazione mette in correlazione le azioni da realizzare con gli obiettivi da raggiungere.

In un piano di comunicazione pubblica vanno sempre considerati gli obiettivi propri del settore pubblico, funzionali alle politiche della trasparenza e dell'imparzialità definiti nell'art. 1, comma 5, della già citata Legge n. 150/2000, secondo cui: "*Le attività di informazione e di comunicazioni sono, in particolare finalizzate a:*

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

Gli obiettivi strategici specifici dell'amministrazione sono puntualmente descritti nelle "*Linee programmatiche di mandato 2024-2029",* approvate con deliberazione di Consiglio Comunale n. 27 del 30.07.2024, di cui si riportano, in estrema sintesi, i principali elementi:

A. Agire per la Comunità intesa come area "Comune" o "realizzato insieme" e "per tutti". Con trasparenza, partecipazione, reciprocità ed inclusione sociale.
B. Promuovere il benessere a medio e lungo termine ricostruendo un'equità sociale perduta.
C. Mettere la persona al centro, con aree di programma declinate per fasce di età.
D. Proporre un modello organizzativo non di delega ma di coinvolgimento, chiedendo alle persone di Cardano al Campo che, attraverso Commissioni rappresentative, partecipino e siano capaci di portare i bisogni del territorio direttamente all'attenzione dell'Amministrazione della Città per una rapida, condivisa ed efficace soluzione.

Nel corso del mandato, questa strategia verrà realizzata attraverso i seguenti raggruppamenti tematici di obiettivi:

1. Cardano VIVA – Per lo sport come palestra di vita
2. Cardano SICURA – Per una sicurezza come bene pubblico
3. Cardano PRODUTTIVA – Per una città attrattiva per le attività economiche ed una PA al servizio della comunità
4. Cardano BELLA – Per avere cura del territorio e non consumare altro suolo
5. Cardano MONDO – Per contribuire ad uno sviluppo sostenibile
6. Cardano COMUNITA' – Per vivere meglio insieme
7. Cardano SANA – Per migliorare la qualità della vita
8. Cardano CRESCE – Per non lasciare indietro nessuno
9. Cardano SOSTENIBILE – Per avere più cura dell'ambiente 500 piante per la sostenibilità

Sul piano specifico della comunicazione e della relazione con i cittadini, l'obiettivo che l'amministrazione persegue è riconducibile in modo primario al seguente punto, si cui si riportano alcuni estratti:

"Cardano PRODUTTIVA - Per una Pubblica Amministrazione utile e vicina a cittadini e imprese"
Dobbiamo migliorare anche l'immagine "virtuale" della nostra Casa Comunale attraverso un sito web pensato per chi lo visita, cioè user friendly, dove per il cittadino sia facile reperire tutte le informazioni, usufruire dei servizi e avere risposta a tutte le sue curiosità e necessità anche implementando un sistema di comunicazione-informazione (news in tempo reale tramite applicazioni Web). Verificare la fattibilità dell'introduzione di una comunicazione territoriale attraverso piattaforme web mirate alla promozione della realtà locale. Per snellire e semplificare la richiesta di documenti e pratiche, implementiamo il sistema digitale e l'informatizzazione delle pratiche dedicando, se necessario, una figura apposita.
Gli obiettivi legati alla trasparenza sono, invece, contenuti annualmente nel PIAO, sottosezione 2.3 – Rischi corruttivi e trasparenza. In virtù delle attuali norme in tema di trasparenza, la relazione tra PA e cittadini è improntata sul principio secondo il quale la conoscibilità dei dati e dei documenti detenuti dall'amministrazione rappresenta un diritto per i cittadini. Attraverso l'effettiva disponibilità di tali dati, infatti, i cittadini sono in grado di partecipare e collaborare all'azione amministrativa per il continuo miglioramento dei servizi erogati dalla PA, controllandone in modo diffuso il suo operato. Il livello di trasparenza dei dati è stato ulteriormente aumentato con il cosiddetto FOIA (*freedom of information act*), grazie al quale i cittadini hanno diritto di conoscere dati e documenti in possesso della pubblica amministrazione, anche senza averne interesse diretto.

In una corretta programmazione, gli obiettivi di comunicazione e le conseguenti azioni dovranno, dunque, fare sempre riferimento allo scenario generale e agli obiettivi strategici e di trasparenza sopra descritti, oltre che a principi cardini dell'attività comunicativa pubblica:

- **Garantire e tutelare i diritti nella relazione tra pubblico e privato**: dare garanzia di accesso ai servizi; assicurare accesso agli atti e partecipazione; attuare le regole in materia di trasparenza; garantire il rispetto delle norme sulla *privacy*; utilizzare sempre una chiarezza del linguaggio.
- **Aumentare la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità**: l'efficacia delle politiche pubbliche dipende non solo dalla definizione di regole e dalla creazione di servizi, ma spesso anche dai comportamenti delle persone. In questi casi la comunicazione diventa leva strategica, in quanto può contribuire alla costruzione di un percorso consapevole e condiviso fra l'Amministrazione e la comunità.
- **Migliorare la qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate**: far conoscere le opportunità di fruizione dei servizi, rendendoli coerenti con i bisogni e le aspettative degli utenti, semplificare le procedure, agire in modo efficiente ed efficace, snellire i tempi di procedimento. Migliorare la qualità dei servizi offerti è un orientamento e un'attitudine insita nel ruolo del comunicatore, per il quale l'ascolto e l'attenzione all'utente è componente fondamentale di ogni fase del lavoro. Il comunicatore deve cogliere ogni occasione per suggerire alla propria organizzazione diverse e più efficienti modalità operative e procedurali. Nell'ottica del miglioramento continuo, è necessario anche mantenere una tensione costante alla revisione e al rinnovamento di canali, strumenti, processi.
- **Promuovere all'interno dell'organizzazione la cultura della relazione e del servizio al cittadino**: se la comunicazione finalizzata al dialogo, alla trasparenza e all'innovazione è un obiettivo strategico dell'Ente, tale obiettivo deve essere conosciuto e condiviso da tutti coloro che entrano in relazione con l'utenza. Favorire lo sviluppo di un'etica del servizio pubblico e un maggior senso di appartenenza all'organizzazione contribuisce a migliorare il grado di consapevolezza degli operatori, la loro partecipazione e motivazione e, di conseguenza, la qualità dei servizi erogati.
- **Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente**: comunicare l'identità dell'istituzione, le iniziative e i programmi realizzati; se necessario, correggere la percezione di eventuali informazioni distorte, poco chiare o fuorvianti.

I destinatari della comunicazione

Affinché le azioni di comunicazione siano efficaci è necessario che esse siano progettate tenendo presente il pubblico a cui si rivolgono. Essendo il pubblico di riferimento di un Comune estremamente vasto ed eterogeneo, è opportuno che esso venga esaminato e segmentato nell'ambito delle singole azioni, sulla base degli obiettivi specifici da raggiungere. In generale, è possibile suddividere questo pubblico in due target principali, che possono a loro volta essere ulteriormente segmentati.

Il pubblico interno dell'Ente, costituito da amministratori, dipendenti e collaboratori, è direttamente coinvolto nel processo di cambiamento organizzativo e di comunicazione verso il pubblico esterno. Esso assume un ruolo fondamentale nell'efficacia della comunicazione esterna e rappresenta un'importante leva per l'innovazione. Per questo motivo, deve essere valorizzato tramite un adeguato coinvolgimento nelle scelte strategiche ed organizzative e nella condivisione delle informazioni secondo una logica che superi l'appartenenza a settori, uffici e ruoli per mettere al centro dell'attenzione e dei processi le persone e le loro capacità.

Il pubblico esterno all'Ente può essere, invece, segmentato principalmente in quattro macro gruppi omogenei, da raggiungere con precise azioni di comunicazione:

- **Cittadini, associazioni, imprese**: coloro sui quali ricadono le azioni dell'amministrazione in quanto utenti dei servizi, destinatari o beneficiari dell'azione amministrativa. Strumenti di comunicazione diretti e mediati, *on* e *off line*, tradizionali e innovativi, devono concorrere a raggiungere questo variegato pubblico nelle modalità più adatte rispetto agli specifici obiettivi.
- **Turisti e visitatori**: nonostante il Comune di Cardano al Campo non sia propriamente una meta di viaggio, la vicinanza con l'aeroporto internazionale di Malpensa la rende, comunque, interessante per turisti e visitatori di passaggio, ai quali occorre dare informazioni di primo livello sul territorio, sfruttando la capacità dei nuovi media di comunicare i contenuti a persone potenzialmente interessate.
- **Media**: le principali testate giornalistiche locali a cui l'Ente si rivolge attivamente tramite la produzione e l'invio di contenuti ad hoc, ma anche con la pubblicazione puntuali di documenti e atti amministrativi.
- **Istituzioni**: altri Enti pubblici di riferimento, principalmente Regione Lombardia, Provincia di Varese e comuni del territorio.

Gli attori della comunicazione

La comunicazione di un'organizzazione come il Comune di Cardano al Campo non può basarsi esclusivamente sull'attività di un solo ufficio: tutta la struttura organizzativa deve partecipare e contribuire in modo efficace e costante alla comunicazione istituzionale.

L'Ente nel suo complesso comunica quotidianamente su numerosi fronti:
- con il contatto diretto tra le persone (negli uffici e agli sportelli, al telefono, via email);
- tramite la produzione e diffusione di documenti (atti amministrativi, lettere, ma anche progetti, presentazioni e relazioni);
- tramite l'utilizzo di piattaforme di comunicazione online (istanze online, albo pretorio, sito web, canali social);
- nell'ambito di vere e proprie campagne di comunicazione attuate dai singoli servizi (principalmente gli uffici cultura, sport e ambiente).

Ogni ufficio è coinvolto in forme più o meno dirette nell'attività di comunicazione interna ed esterna dell'organizzazione. Al fine, però, di garantire una divulgazione chiara, coerente, costante, efficace, sempre riconducibile all'Ente, è necessario che tale complessa attività comunicativa poggi su processi e procedure prestabilite. Ed affinché il sistema di comunicazione sia in grado di innovarsi nel tempo, è necessario che lo stesso sia inteso da tutti i collaboratori come patrimonio culturale dell'Ente, così che ciascuno partecipi attivamente alla sua costruzione e al suo sviluppo.

Ciò premesso, si elencano i principali attori della comunicazione dell'Ente.

Sindaco e Assessori

Il Sindaco e gli Assessori rappresentano il Comune di Cardano al Campo e contribuiscono in maniera centrale e determinante all'attività di comunicazione dell'intera organizzazione.

Ufficio Segreteria Generale – Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

L'attuale assetto organizzativo del Comune di Cardano al Campo affida il ruolo di Ufficio Relazioni con il Pubblico alla Segreteria Generale.
Alla stessa è affidata anche l'attività di redazione web e social.
La Segreteria Generale incarna, dunque, la struttura di coordinamento della comunicazione prevista dalla direttiva del Ministro della Funzione pubblica del 7 febbraio 2002 "*Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*", già citata in premessa. Questa norma stabilisce che le amministrazioni devono prevedere forme organizzative di coordinamento tra i segmenti di comunicazione attivati per massimizzare l'utilizzo delle risorse, creare integrazione tra le azioni di comunicazione, rendere efficaci e soddisfacenti le relazioni con i cittadini. A tal fine va istituita una struttura di coordinamento, cui spetta *"il compito di presentare al vertice dell'amministrazione (…) il programma delle iniziative di comunicazione",* il quale deve contenere "*la definizione degli obiettivi e della strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, on-line, pubblicitaria, ecc.); la descrizione delle singole azioni, la scelta dei mezzi di diffusione e di budget; la pianificazione delle attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni".*
Con l'istituzione di tale struttura*, "la comunicazione pubblica cessa di essere un segmento aggiuntivo e residuale dell'azione delle pubbliche amministrazioni, e ne diviene parte integrante, così come accade da decenni alle imprese che agiscono nel mercato dei prodotti e dei servizi*".
Di conseguenza, ciascun Ente deve impostare una gestione "integrata" della comunicazione, in quanto i principali strumenti di comunicazione devono essere ricondotta a un'unica regia per poter essere efficaci.
Alla Segreteria Generale è, dunque, affidato tale compito di regia, affinché l'Ente possa manifestare, sia all'interno che all'esterno, una visione strategica uniforme di comunicazione. La stessa, infatti, riceve dai diversi uffici dell'Ente le informazioni e i dati che devono essere rielaborati e tradotti in "comunicazione", da declinare attraverso gli strumenti reputati di volta in volta più efficaci.

Essa funge, inoltre, da punto di riferimento anche per eventuali professionisti esterni incaricati di svolgere specifiche attività di comunicazione dagli uffici comunali.

Più nel dettaglio, si elencano le principali attività tramite cui l'ufficio Segreteria Generale coordina e si prende cura della comunicazione e dell'informazione istituzionale:

a) **Attività Urp**:
   - front office allo sportello, telefonico e via email per fornire tutte le informazioni di primo livello e, all'occorrenza, indirizzare gli utenti agli uffici competenti;
   - supporto agli uffici per la gestione degli appuntamenti;
   - coordinamento dell'iter gestionale delle segnalazioni online;

b) **Attività redazione web**:
   - gestione ed aggiornamento del sito internet e coordinamento della redazione diffusa;
   - progettazione di nuove funzionalità e miglioramento continuo del sito internet;
   - gestione dei social media e coordinamento del social media team;

c) **Attività di coordinamento ufficio stampa:**
   - coordinamento delle relazioni esterne intraprese da parte dei singoli settori con gli operatori dell'informazione e della comunicazione;
   - coordinamento nella realizzazione e diffusione di comunicati stampa e redazionali, materiale fotografico sulle attività dell'Ente;
   - realizzazione e diffusione ad Amministratori e responsabili di settore della rassegna stampa quotidiana;

d) **Attività di comunicazione istituzionale**:
   - supporto agli uffici per pianificare singole attività o campagne di comunicazione per iniziative specifiche;
   - supporto nell'elaborazione di progetti e iniziative di comunicazione, semplificazione e innovazione;
   - elaborazione di manuali e tutorial rivolti a dipendenti e utenti esterni;
   - supporto e presidio sull'applicazione delle allegate "*Linee guida per la semplificazione del linguaggio amministrativo*".

Segreteria del Sindaco

L'ufficio supporta tutte le attività del Sindaco e, quindi, anche quelle inerenti la comunicazione esterna e interna. È ufficio referente del cerimoniale, vale a dire il protocollo da rispettare nelle iniziative di rappresentanza.

Segretario Generale e Responsabili di Settore

Il Segretario Generale svolge il ruolo di supervisione, sostegno e legittimazione del processo di pianificazione, coordinamento e impulso della comunicazione sia interna che esterna.
I responsabili di settore svolgono un ruolo attivo e di coordinamento operativo, sono quindi i referenti delle strategie, delle logiche e dinamiche comunicative specifiche dei singoli settori e servizi.

Gli uffici dei diversi settori

Tutti i settori dell'Ente hanno sportelli di front office, che gestiscono il contatto diretto con gli utenti, ed intraprendono all'occorrenza campagne di comunicazione per iniziative specifiche, in alcuni casi coinvolgendo anche professionisti esterni.

Rete dei referenti e redazione web

La rete è composta da tutti i referenti di settore, individuati da ciascun responsabile. Il loro ruolo è quello di effettuare un monitoraggio costante sui contenuti pubblicati nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito internet istituzionale e rapportarsi con l'ufficio Segretaria Generale per assicurare un rapido aggiornamento delle informazioni.
Per quanto concerne l'aggiornamento delle pagine informative del sito internet, si può contare su una redazione web diffusa, composta appunto dai referenti di ciascun settore, che si occupano autonomamente degli aggiornamenti ordinari di una o più pagine del sito. L'individuazione e l'abilitazione di tali persone è a cura della redazione web, che garantisce il coordinamento generale di tale redazione diffusa, la formazione delle persone coinvolte e il supporto operativo.

Social media team

L'Ente utilizza in modo costante i social media. Per la loro gestione è stato istituito un *Social media team*, composto da un numero ristretto di dipendenti appartenenti a diversi uffici individuato dai responsabili di settore e incaricato con apposita nomina scritta dal Responsabile del Settore Affari Generali.
Il coordinamento del team fa capo alla redazione web ed è regolato dalla "S*ocial media policy",* documento allego presente Piano.

Centro Operativo Comunale (COC)

La gestione di una situazione di crisi o di emergenza richiede una gestione estremamente attenta della comunicazione.
Al prospettarsi di una situazione di emergenza, il Sindaco nomina con decreto i componenti del Centro Operativo Comunale. La redazione web viene attivata immediatamente ed entra a far parte del gruppo di lavoro unitamente al Gruppo di Protezione Civile, con cui mantiene un contatto costante fino alla conclusione dell'emergenza.

I contenuti della comunicazione

Attivando di volta in volta l'adeguata combinazione di strumenti e canali, l'Ente comunicare con regolarità e continuità le seguenti principali tipologie di contenuti:

- **Decisioni degli organi amministrativi**: le decisioni del Consiglio e della Giunta vengono accompagnate da una comunicazione attiva verso i media e verso i cittadini. Tramite la pubblicazione all'Albo pretorio online e in Amministrazione Trasparente, gli atti diventano veicolo di informazione immediata verso l'esterno.
- **Informazioni sugli uffici, sui procedimenti amministrativi e modulistica**: sul sito internet istituzionale sono presenti descrizioni dettagliate ed aggiornate sulle attività degli uffici, con indicazione del responsabile del settore e dei referenti, completi di numero telefonico diretto e indirizzo email a cui il cittadino può rivolgersi. Ogni procedimento è declinato in una scheda informativa, in cui il servizio è descritto secondo uno schema standardizzato in ottemperanza alle Linee guide di AgiD. Il tutto compone una vera e propria guida ai servizi ipertestuale consultabile online, ricca di informazioni, aggiornata in tempo reale e completa di modulistica.
- **Iniziative istituzionali ricorrenti**: viene dato risalto a tutte le cerimonie istituzionali legate a ricorrenze e celebrazioni.
- **Eventi ed iniziative culturali e sportive**: sono pubblicizzati gli eventi organizzati dall'Ente, gli eventi sportivi, le iniziative culturali che si susseguono in città, organizzate o patrocinate dal Comune, o da altri Enti superiori (ad es. Regione Lombardia, Provincia di Varese, ATS, Ambito Distrettuale di Somma Lombardo).
- **Campagne di comunicazione** legate alle attività e ai progetti dei vari settori, siano esse permanenti, ricorrenti, oppure *una tantum*.
- **Informazioni di servizio**: scadenze (come quelle legate ai tributi, ai contributi, alle iscrizioni ai servizi scolastici e legate a specifiche iniziative come bandi e avvisi pubblici), informazioni di pubblica utilità (di carattere nazionale o locale, amministrativo o legale, che il comune per il principio di sussidiarietà ha l'obbligo di gestire personalmente e direttamente), variazioni o modifiche di orario degli uffici, modifiche alla viabilità o all'erogazione di servizi e utenze, cantieri e lavori pubblici, sono prontamente messe in luce sul sito internet istituzionale e sui social media.
- **Trasparenza amministrativa**: nella sezione del sito denominata "Amministrazione trasparente", raggruppati secondo le indicazioni di legge, vengono pubblicati i documenti, le informazioni e i dati riguardanti l'organizzazione dell'amministrazione, le attività e le loro modalità di realizzazione.

Gli strumenti della comunicazione

Il Comune di Cardano al Campo dispone di numerosi strumenti e canali di comunicazione, che sono stati attivati e ampliati nel corso degli anni con l'intento di andare incontro alle esigenze e alle attitudini degli interlocutori. In base agli obiettivi di comunicazione vengono utilizzati di volta in volta gli strumenti reputati più adeguati al perseguimento dei risultati attesi. Di seguito si riporta una panoramica sintetica degli strumenti attualmente in uso.

Sito web

Il sito istituzionale dell'Ente rappresenta il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini e utenti possono fare riferimento. Esso contiene le informazioni di carattere istituzionale, le informazioni utili per l'accesso ai vari servizi, il risalto ad eventi culturali e sportivi organizzati in città.
Il sito è stato riprogettato nel 2023 nell'ambito del progetto PNRR "*Misura 1.4.1 Esperienza del cittadino dei servizi pubblici – Comuni (Aprile 2022)*", in piena aderenza alle Linee guida AgiD, con l'obiettivo di migliorare la qualità e l'utilizzabilità dei servizi pubblici digitali, con particolare attenzione al tema dell'usabilità, innalzando il livello di accessibilità dei contenuti. Il sito è stato reso interamente responsive, grazie a una riprogettazione che si è ispirata al principio del *"mobile first"*.
Il sito è composto da molteplici pagine, accessibili da percorsi di ricerca multipli ed alternativi. Oltre alla navigazione lineare delle varie sezioni, è infatti possibile utilizzare il motore di ricerca interno, i canali tematici, le parole chiave che creano automaticamente correlazioni tra le varie pagine.
Il costante aggiornamento del sito è posto in capo principalmente alla redazione web della Segreteria Generale, che si occupa in generale della gestione e del coordinamento delle pubblicazioni da parte della redazione diffusa, compostata della rete dei referenti. Al fine di mantenere omogeneità di informazione, la Segreteria si occupata in modo esclusivo della pubblicazione delle news e delle informazioni presenti nell'home page del sito.
La responsabilità della correttezza delle informazioni relative agli uffici, ai procedimenti e in tema di trasparenza rimane in capo ai responsabili di servizio che, con la collaborazione di uno o più referenti individuati nei loro uffici, sono tenuti sempre a monitorare la correttezza, l'aggiornamento e la chiarezza delle informazioni di loro competenza, segnalando alla redazione web le eventuali necessità di adeguamento.

Social media

Il Comune di Cardano al Campo utilizza internet e i social media per informare, comunicare e dare ascolto ai cittadini. Attraverso tali strumenti l'amministrazione intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.
L'Ente riconosce, infatti, il web e i new media tra i principali strumenti per il raggiungimento dell'efficacia dell'informazione e della comunicazione pubblica e di emergenza.
I contenuti diffusi dall'Ente attraverso i social network non sostituiscono gli obblighi istituzionali di pubblicità e trasparenza, ma sono da intendersi come strumenti complementari al raggiungimento degli stessi. I profili istituzionali aperti sui social network dal Comune sono da considerarsi, dunque, come una risorsa aggiuntiva rispetto ai tradizionali canali di comunicazione e vanno utilizzati in coerenza con questi ultimi e rispetto alle funzioni e agli obiettivi fondamentali dell'Ente.

Il Comune di Cardano al Campo è attualmente presente su:

- **Facebook** con la pagina facebook.com/ Città di Cardano al Campo attiva dal novembre 2012, che ad oggi conta n. 2.622 follower;
- **YouTube** con il canale youtube.com/ Comune di Cardano al Campo attivo dal giugno 2020, che ad oggi conta n. 237 iscritti;
- **Canale WhatsApp**: verrà attivato a breve un canale WhatsApp per informare in modo semplice e veloce riguardo a notizie di pubblica utilità, ai principali eventi in programma e in generale per comunicazioni legate a situazioni di particolare impatto sulla vita dei cittadini.

Sarà sempre possibile attivare una nuova pagina Facebook o di un nuovo profilo social, previa valutazione da parte dell'Amministrazione e condivisione con la struttura di comunicazione, al fine di un suo corretto inserimento nell'elenco degli strumenti di comunicazione disponibili, in special modo per poterne pianificare una gestione efficace e coerente.

Segnalazioni on line

Nel corso del 2024, l'Ente ha attivato il nuovo sistema di segnalazioni OnLine denominato "Segnala un disservizio", accessibile dall'home page del sito, attraverso il quale il cittadino può segnalare on line ed in modo dettagliato, indicando il luogo su mappa ed allegando documentazione fotografica, un problema riscontrato sul territorio comunale.
La segnalazione online può essere inoltrata da smartphone o computer, previo accesso con identità digitale SPID o CIE.
La segnalazione è tempestivamente presa in carico dall'Ente che provvede ad intervenire per sanare i guasti e i disservizi e ad analizzare i suggerimenti eventualmente proposti.
Questo l'iter di gestione: entro 2 giorni lavorativi, l'Ufficio Segreteria Generale smista la segnalazione all'ufficio competente per materia, il quale provvede a prenderla in carico dando opportuna risposta al cittadino **entro un massimo di 7 giorni lavorativi.**
Il cittadino segnalante riceve, tramite posta elettronica e in piattaforma, tutti gli aggiornamenti sullo stato di avanzamento della segnalazione, le note di risposta e gli avvisi di chiusura.

Sportelli di front office

Gli sportelli rappresentano il contatto più diretto con il cittadino. La comunicazione posta in essere dagli operatori di sportello assume, dunque, un ruolo fondamentale nel contribuire significativamente alla costruzione dell'idea che la cittadinanza ha dell'intera organizzazione comunale.

Comunicazione telefonica e via e-mail

È un punto di contatto immediato, fondamentale e altamente utilizzato dagli utenti, che consente di stabilire un'interazione rapida ed efficace tra il dipendente comunale ed il cittadino.
Tutti gli uffici sono raggiungibili tramite un numero di telefono diretto, oltre che tramite il centralino, e tramite indirizzo e-mail istituzionale nominativo e dell'ufficio/unità operativa.
Tutti i contatti sono consultabili on line, alla pagina del sito internet dedicata agli Uffici.
Nella comunicazione via e-mail il dipendente è responsabile del contenuto dei messaggi inviati ed è tenuto ad uniformarsi alla modalità di firma dei messaggi di posta elettronica istituzionale, individuata dall'amministrazione tramite un contenuto minimo ed uniformato di "firma". Ciascun messaggio in uscita, infatti, deve consentire l'identificazione del mittente e deve indicare un recapito istituzionale al quale il medesimo è reperibile, così come previsto dal *Codice di comportamento dei dipendenti pubblici* rif.D.p.r. nr.81 del 13.06.2023 all'art.11-bis *Utilizzo delle tecnologie informatiche.*

SEND, il Servizio Notifiche Digitali

Grazie al progetto PNRR – Misura 1.4.5, il Comune di Cardano al Campo ha aderito alla Piattaforma SEND, una nuova infrastruttura digitale realizzata da PagoPA S.p.A., con il supporto del Dipartimento per la trasformazione digitale della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che offre alle Pubbliche Amministrazioni un sistema standard per rendere più semplice, efficiente, sicura ed economica la notificazione con valore legale di atti amministrativi.
Tramite l'utilizzo di questa nuova piattaforma, l'Ente notifica le violazioni del Codice della Strada e gli atti di riscossione tributi.

Comunicati stampa

Attraverso note scritte ufficiali emesse dall'Ente, gli uffici forniscono ai media tutte le informazioni utili per realizzare articoli su servizi, eventi, iniziative dell'amministrazione e diffondere così informazioni di pubblica utilità. Di norma contengono orari, luoghi, personaggi e nodi cruciali di eventi e iniziative, includono le dichiarazioni dell'amministrazione, eventuali immagini, link o allegati per gli approfondimenti.

Conferenze stampa

Per illustrare progetti o iniziative dell'amministrazione di particolare importanza o complessità, l'Ente organizza incontri specifici con i giornalisti delle maggiori testate giornalistiche locali, al fine di fornire immediati approfondimenti sul tema.

Rassegna stampa

La Segretaria Generale cura il servizio di rassegna stampa quotidiana da inoltrare ad amministratori e responsabili di servizio, partendo dalla ricerca di notizie riguardanti il territorio sulle principali testate giornalistiche locali.

Incontri pubblici

Nell'ambito di campagne di sensibilizzazione o di informazione di particolare rilevanza, l'Ente può organizzare incontri pubblici per fornire ai cittadini informazioni dirette e specifiche. In molti casi, questo tipo di comunicazione diretta si rivela la più efficace, perché consente agli interessati di avanzare proposte e porre domande dirette ad amministratori e tecnici per chiarire subito eventuali dubbi o curiosità. Tale strumento si dimostra estremamente efficace anche per la comunicazione interna con i dipendenti dell'Ente

Manifesti e locandine

Il Comune di Cardano al Campo utilizza regolarmente questo tipo di strumenti di comunicazione cartacei e tradizionali, che fanno parte del mix comunicativo usato per la maggior parte delle iniziative organizzate o patrocinate dall'amministrazione. Manifesti, locandine, inviti vengono realizzati di norma internamente a cura del settore di competenza. Nel caso degli eventi più importanti, la realizzazione grafica viene affidata a professionisti esterni. Tutti i materiali stampati devono riportare il logo del comune e rispettare le regole dell'immagine coordinata.

Segnaletica interna

Un sistema di segnaletica interna completo e curato è necessario per consentire agli utenti di raggiungere con sicurezza l'ufficio che cercano, senza doversi rivolgere agli sportelli ed evitando l'effetto spaesamento nei corridoi. Le diverse sedi comunali sono autonome nel realizzare la propria segnaletica interna, nel rispetto dell'immagine coordinata dell'ente.

Pannelli a messaggio variabile

In alcuni punti strategici della città sono posizionati dei pannelli luminosi a messaggio variabile.
All'occorrenza, tali dispositivi sono efficacemente utilizzati per veicolare informazioni di pubblica utilità, per avvisi riguardanti la viabilità o per pubblicizzare eventi di richiamo ed iniziative di particolare impatto sulla vita cittadina. L'informazione, ridotta a messaggio estremamente sintetico, è a cura della Segreteria Generale su richiesta degli uffici interessati.

Il passaparola

Si tratta di una forma di comunicazione estremamente efficace: diffusa, capillare, molto utilizzata e altamente persuasiva. Può diffondersi a velocità notevole e raggiungere un elevatissimo numero di persone. Ciò vale a maggior ragione all'interno di comunità di medie dimensioni, come Cardano al Campo. Esiste anche all'interno di ogni organizzazione, come fonte di notizie alternativa a quelle ufficiali. Ogni piano di comunicazione dovrebbe, dunque, tener conto del passaparola.

Anche se non è possibile gestirla o controllarla, questa forma di comunicazione rappresenta da un lato una fonte preziosa di suggerimenti di cui tener conto - ad esempio per migliorare una situazione o un servizio - dall'altro una risorsa fondamentale per far circolare le informazioni utili. In questa seconda eccezione, il passaparola è strettamente legato all'importanza della comunicazione interna e della condivisione delle informazioni. Quando tutto il personale è stato coinvolto, preparato ed informato in merito a un'iniziativa comunale, ciascun dipendente sarà in grado di diffondere informazioni utili e corrette, mettendole in circolo in maniera estremamente efficace, tramite le proprie conoscenze e i canali personali.

Allo stesso tempo è fondamentale evitare che, proprio tramite il passaparola, si diffondano informazioni inesatte o fuorvianti. A tale proposito, è necessario tener presente come il web rappresenti uno strumento ideale per contrastare tale rischio: la disponibilità di informazioni complete, aggiornate e ben strutturate sul sito istituzionale consente sempre di arginare eventuali fraintendimenti comunicativi.

Applicativi per la pubblicazione degli atti

L'Ente utilizza da anni un software nativo cloud che permette di gestire l'emissione di deliberazioni, determinazioni, ordinanze, decreti, atti generici e i relativi adempimenti, tra cui le pubblicazioni in Albo pretorio online e nelle apposite sezioni di Amministrazioni Trasparente, in modo efficace, in piena conformità con la normativa sulla gestione dei documenti informatici e la dematerializzazione dei processi prevista dal CAD (Codice dell'Amministrazione Digitale).

In considerazione della funzionalità di tale applicativo, la gestione dei principali adempimenti di pubblicità degli atti è altamente decentrata, in quanto posta in capo ai singoli settori.

Rimane in capo alla Segreteria Generale, in quanto ufficio di supporto al Segretario Generale, nel suo ruolo di Responsabile della Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza (RPCT), il coordinamento dell'aggiornamento dell'Amministrazione Trasparente.

L'ufficio Protocollo, inoltre, su richiesta dei singoli uffici, provvede alla pubblicazione all'Albo pretorio online di atti e documenti non generati nell'applicativo.

La comunicazione interna

Con l'espressione comunicazione interna, od organizzativa, ci si riferisce all'insieme delle attività che favoriscono e diffondono i valori dell'Ente, la conoscenza delle strategie amministrative e l'organizzazione del lavoro. In quanto condivisione di processi organizzativi, esperienze, valori, responsabilità e creazione di identità, la comunicazione interna è anche motore dello sviluppo dell'organizzazione e leva strategica nella gestione del cambiamento.
La comunicazione interna svolge un ruolo complementare e funzionale rispetto alla comunicazione esterna: non è possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se il livello della comunicazione interna non lo è altrettanto.
In termini generali, nei confronti del pubblico interno è possibile mettere in campo azioni di comunicazione su più fronti: formazione su tematiche legate all'organizzazione e alla comunicazione; informazione interna, partecipazione al cambiamento tramite incontri, condivisione e illustrazione di atti e decisioni; disponibilità di strumenti di lavoro, di collaborazione, di comunicazione evoluti, impostati alla condivisione e in grado di far emergere il valore della comunicazione informale accanto a quella formale.
Compatibilmente con le risorse disponibili e gli indirizzi che darà l'amministrazione, gli strumenti di comunicazione interna potranno essere ancor più sviluppati, secondo un disegno che troverà spazio nelle versioni future del presente piano.

Allegati:

1. ***Linee guida per la semplificazione del linguaggio amministrativo***
2. ***Social media policy***