



PIANO DELLACOMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Linee Guida per la comunicazione integrata

Indice

Introduzione	2
Scenario	3
1. «Perché comunichiamo?» Gli obiettivi	4
2. «Con chi comunichiamo?» La platea	7
3. «Chi comunica?» Gli attori	8
4. «Cosa comunichiamo?» I contenuti	14
5. «Come si comunica?» Gli strumenti	15
6. Qualità e interoperatività	30
7. La strategia della comunicazione	32
8. La comunicazione interna	34
9. Comprendere l'efficacia della comunicazione	35
Documenti richiamati	36

Introduzione

Un Parco Naturale nella **comunicazione** uno strumento di un'importanza peculiare in quanto con esso svolge svariate funzioni, non solo di informazione e promozione dei territori, ma anche di educazione, sensibilizzazione, coinvolgimento delle comunità e dei visitatori: tutte le attività del Parco assumono infatti una valenza comunicativa che ne rispecchia i suoi valori e la sua *mission*.

È fondamentale per il Parco dotarsi di **linee guida comuni** per i diversi attori al fine di poter costruire una comunicazione efficace, strutturata su una strategia condivisa. A tale scopo interviene questo **Piano di Comunicazione**, uno strumento che consente a un'organizzazione come il Parco di coniugare i propri obiettivi con i propri *target* di riferimento, la propria strategia con le azioni e gli strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale. Correlando tra loro queste variabili, questo Piano mette il Parco nelle condizioni di organizzarsi secondo una visione complessiva della propria comunicazione, interna ed esterna.

Per il Parco Regionale di Tepilora l'attuazione di questo Piano di comunicazione è anche una leva verso l'innovazione dell'intera organizzazione, concorrendo ad aumentare l'efficienza e l'efficacia del Parco stesso nella comunicazione, e più in generale consentendo di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e con l'esterno. Il Piano è anche uno strumento di lavoro per gli uffici, siano essi coinvolti in maniera diretta o indiretta in attività di comunicazione. Per questo motivo viene condiviso ed è a disposizione di tutto il personale dell'Ente.

In questo Piano di Comunicazione vengono descritti i principali impegni comunicativi dell'Ente Parco di Tepilora per gli anni 2020 - 2022, con riferimento sia agli indirizzi programmatici dell'amministrazione, sia alle disposizioni normative in tema di comunicazione istituzionale, a cui si intende dare piena attuazione.¹ Questa amministrazione ha tra i propri obiettivi facilitare il rapporto con i cittadini/visitatori, rafforzare il dialogo con loro e renderlo più diretto. Per accorciare le distanze, sceglie di utilizzare a pieno gli strumenti di informazione e comunicazione più diffusi e utilizzati dalle persone, intensificando e razionalizzando la gestione dei canali esistenti e adottandone di nuovi. Il piano di comunicazione prevede un aggiornamento annuale.

¹ Legge 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 sulle

Scenario

Il territorio in cui ricade il Parco di Tepilora si caratterizza da un lato per il suo grande valore ambientale, essendo naturalmente delimitato intorno al corso del fiume Rio Posada, con a monte una presenza boschiva di grande importanza e a valle di un'area umida e costiera di grande rilievo ambientale e dall'altra per la presenza di un solido patrimonio civico, culturale, produttivo e turistico che si distingue per alcune eccellenze e particolarità. La vivace attività culturale promossa dalle numerose associazioni esistenti (ad es. CEAS) vede il suo culmine in diversi importanti eventi che ogni anno attirano l'attenzione di una platea nazionale e internazionale, tra questi vanno citati certamente il Canto a Tenore le iniziative del Parco Naturale stesso.

L'Ente Parco di Tepilora a partire dal 2020 si avvale della professionalità di 6 dipendenti part-time, numero destinato a crescere in termini di ore lavorate e di risorse umane impiegate. La struttura organizzativa è suddivisa in tre Servizi. Direttore e Dipendenti hanno un atteggiamento positivo e puntano incondizionatamente sull'utilizzo dei nuovi mezzi di informazione e comunicazione.

Il sito web dell'Ente, ora in fase di ristrutturazione/aggiornamento, fornirà notizie, informazioni, documenti e servizi destinati principalmente ai soggetti della comunità locale, ponendo grande attenzione anche a coloro che raggiungono (anche solo virtualmente) il Parco di Tepilora per lavoro, studio o svago. Garantirà inoltre alti livelli di trasparenza sull'attività amministrativa, superando se del caso l'obbligo normativo. Accanto al sito istituzionale potranno essere attivi profili istituzionali del Ente Parco di Tepilora su Facebook, Instagram, Twitter, YouTube oltre a un numero WhatsApp per informazioni di pubblica utilità. Redazione Web, URP e Ufficio Stampa saranno parte di un'unica struttura di comunicazione, il cui compito è fungere da snodo centrale del "sistema nervoso" dell'organizzazione, oltre che principale punto di contatto fra l'Ente e i suoi interlocutori (cittadini, associazioni, imprese, enti, visitatori, media).² La Redazione Web è bene che operi su due linee: una coordinata dall'URP e l'altra dall'Ufficio Stampa. due tipi di flussi informativi, con due approcci diversi, che alimenterebbero il sito internet del Parco. La Redazione Web sarebbe quindi destinataria dei contenuti prodotti da URP e Ufficio Stampa.

² Fonte: ufficio dell'ente Parco di Tepilora.

1. «Perché comunichiamo?» Gli obiettivi

La gestione di un processo comunicativo parte dall'individuazione degli obiettivi che intendiamo raggiungere. L'analisi del contesto e la conoscenza degli obiettivi strategici dell'organizzazione ci consentono di individuare gli **obiettivi di comunicazione**, da cui discenderanno le specifiche azioni.

Il piano di comunicazione mette in relazione le azioni da realizzare agli obiettivi da raggiungere. Inoltre, in un piano di comunicazione pubblica, esistono anche obiettivi funzionali alle politiche della trasparenza e dell'imparzialità, che invece sono proprie del settore pubblico in quanto tale.³

Gli obiettivi strategici dell'amministrazione sono descritti nelle Linee programmatiche tracciate nella nota di Aggiornamento al DUP 2020-2022. Qui riepilogate e suddivise in 4 assi prioritari:

- A. Organizzazione, potenziamento e consolidamento dell'Ente di gestione del Parco;
- B. Sviluppo e adozione del Piano di gestione, teso alla protezione del capitale naturale e all'ottimizzazione dei servizi eco-sistemici e della loro fruibilità;
- C. Avvio, sviluppo e consolidamento di un Contratto di Fiume per il rio Posada;
- D. Coordinamento di azioni di valorizzazione del riconoscimento UNESCO- MAB Riserva della Biosfera

1.1 Un Ente Parco aperto

efficiente, trasparente, digitale e vicino ai cittadini.

Un progetto culturale per il territorio.

Sul piano specifico della comunicazione e della relazione con i cittadini, l'obiettivo che l'amministrazione persegue è semplice: il **cittadino/visitatore al centro**. L'amministrazione intende accorciare le distanze, semplificare il rapporto con i cittadini e renderlo sempre più diretto.

Innanzitutto il sito web dell'Ente Parco di Tepilora deve essere sempre più il sito web dei suoi cittadini e visitatori e per questo deve essere in grado di semplificare la vita a chi lo usa, favorire il dialogo tra cittadini e amministrazione, consentire un'esperienza utile, semplice e intuitiva. Per quanto riguarda i numerosi strumenti di informazione e comunicazione oggi disponibili grazie alle tecnologie informatiche, l'Ente Parco intende arrivare dove le persone sono, adottare cioè gli strumenti che i cittadini già utilizzano, per mantenere un dialogo diretto ed efficace. Questo significherà rendere migliori i canali esistenti intensificando e razionalizzando la loro gestione (tra cui sito web, newsletter e

³ In questo paragrafo si fa riferimento al modello proposto in «Il piano di comunicazione delle amministrazioni pubbliche», a cura del Dipartimento della Funzione Pubblica / Formez, Edizioni scientifiche italiane, collana Cantieri (2004), pag. 51 e seguenti

social media) e adottarne di nuovi (a partire da un potenziamento del servizio per le segnalazioni dei cittadini e l'attivazione di un servizio di informazione su Telegram e WhatsApp).

Gli obiettivi legati alla **trasparenza** sono contenuti nel Programma triennale per la trasparenza e l'integrità. In virtù delle attuali norme in tema di trasparenza (in particolare il D.Lgs. 33/2013) si introduce a tutti gli effetti un nuovo approccio alla **relazione tra PA e cittadini**, per cui la conoscibilità dei dati e dei documenti detenuti dall'amministrazione rappresenta un diritto per i cittadini che, attraverso l'effettiva disponibilità di tali dati, sono messi in grado di sviluppare nuova conoscenza, in un'ottica di partecipazione, collaborazione e controllo diffuso, per il continuo miglioramento dei servizi erogati dalla pubblica amministrazione. Il livello di trasparenza è stato ulteriormente aumentato con il cosiddetto FOIA (Freedom of Information Act) fatto proprio dal governo nazionale. In virtù della nuova norma (che ha aggiornato il decreto legislativo 33/2013) i cittadini hanno ora diritto di conoscere dati e documenti in possesso della pubblica amministrazione, anche senza un interesse diretto. Per garantire questo diritto, gli enti dovevano organizzarsi e attrezzarsi entro il 23 dicembre 2016.

Gli **obiettivi di comunicazione** e le conseguenti azioni, anche nell'ambito di singoli sub-piani di comunicazione che potranno essere elaborati nel corso dell'anno, dovranno dunque fare sempre riferimento oltre che allo scenario, agli **obiettivi strategici e di trasparenza** sopra descritti.

A partire dalla consapevolezza degli obiettivi strategici dell'organizzazione e dai dati e informazioni emersi dall'analisi del contesto di riferimento è possibile infine individuare qui a livello generale i **principali obiettivi di comunicazione**, da perseguire nel corso dell'anno⁶:

- a) **Garantire e tutelare i diritti nella relazione tra questo Ente Pubblico e il privato**: garantire imparzialità nell'opportunità di accesso alle informazioni; assicurare accesso agli atti e partecipazione; attuare le regole in materia di trasparenza; garantire il rispetto delle norme sulla privacy; garantire la chiarezza del linguaggio.
- b) **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 da 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.
- c) **Migliorare la qualità dei servizi offerti dallo sviluppo territoriale e delle prestazioni erogate in termini di sostenibilità**: far conoscere le opportunità di fruizione del capitale naturale del Parco, coerentemente con i bisogni e le aspettative dei visitatori. Migliorare la qualità dei rapporti con i visitatori è un orientamento e un'attitudine insita nel ruolo del nostro comunicare, per il quale l'ascolto e l'attenzione al visitatore 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. In questo senso l'attenzione

deve mantenersi sempre alta ad esempio verso i temi dell'usabilità e l'accessibilità di strumenti, informazioni e documenti.

- d) **Promuovere all'interno dell'organizzazione la cultura della relazione e del servizio di informazione al cittadino/visitatore:** 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'utente. 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, di conseguenza la loro partecipazione e motivazione e, quindi, la qualità dei rapporti tenuti.
- e) **Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'ente:** comunicare l'identità dell'istituzione e la sua *mission*, le iniziative e i programmi realizzati; correggere quando necessario la percezione presso i pubblici di eventuali informazioni distorte, poco chiare o fuorvianti.

2. «Con chi comunichiamo?» La platea

In generale, possiamo già suddividere il pubblico in due target principali, che possono a loro volta essere ulteriormente segmentati. Sarà un utile riferimento nell'ambito delle singole iniziative.

2.1 Il **pubblico interno** dell'ente, costituito da amministratori, dipendenti e collaboratori, è direttamente coinvolto nel processo di cambiamento organizzativo e di comunicazione verso i pubblici esterni. Il pubblico interno assume un ruolo fondamentale nell'efficacia della comunicazione esterna e rappresenta un potenziale altissimo anche sul fronte dell'innovazione, che deve essere valorizzato al massimo tramite un adeguato coinvolgimento nelle scelte strategiche e organizzative e la condivisione delle informazioni, secondo una logica che superi l'appartenenza a settori, uffici e ruoli e metta al centro dell'attenzione e dei processi le persone e le loro capacità (vedi paragrafo dedicato alla comunicazione interna nella sezione "Strumenti").

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

- a) **Cittadini, associazioni, imprese:** coloro sui quali ricadono le azioni dell'amministrazione, in quanto in relazione con essa perché destinatari o beneficiari dell'azione amministrativa. Strumenti di comunicazione diretti e mediati, *on* e *off line*, tradizionali e innovativi, devono concorrere a raggiungere questo pubblico variegato sempre nella modalità più adatta rispetto agli specifici obiettivi.
- b) **Turisti e visitatori:** Il Parco di Tepilora non ha forse ancora le caratteristiche per contare su viaggiatori che lo cerchino in modo specifico e lo scelgano come meta prevalente del loro viaggio; tuttavia, mette a disposizione di turisti e visitatori ricchezze insospettabili in molte nicchie specializzate. Occorre sfruttare al massimo in particolare le capacità dei nuovi media di comunicazione per far arrivare i contenuti alle persone potenzialmente interessate e moltiplicare le occasioni per cogliere una domanda in buona parte inconsapevole e inespressa.
- c) **Media:** quotidiani, periodici, stampa specialistica e locale, TV nazionali e locali, radio nazionali e locali, testate online e blog. Ad essi l'Ente si rivolge attivamente tramite la produzione e l'invio di contenuti ad hoc, ma anche e sempre di più tramite la pubblicazione di documenti e atti amministrativi che, a seconda dell'importanza, saranno oggetto di specifiche proposte di comunicazione dall'Ufficio Stampa e fatti pervenire ai maggiori organi di informazione.
- d) **Istituzioni:** altri enti pubblici di riferimento, Comuni, Province, Regioni, Governo, Parlamento.

3. «Chi comunica?» Gli attori

La comunicazione di un'organizzazione come l'Ente Parco di Tepilora non può basarsi esclusivamente sull'attività e sulla professionalità di strutture dedicate: tutta la **struttura organizzativa** partecipa e contribuisce continuamente alla comunicazione dell'ente.

Questo in primo luogo perché, anche se le attività di informazione e di comunicazione istituzionale sono affidate all'unità organizzativa di seguito denominata **UI-RP** (Ufficio Comunicazione integrata e Ufficio Relazioni con il Pubblico) e coordinata dall'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), essa non è sempre in possesso dell'informazione primaria, in quanto riceve dai diversi uffici 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.

In secondo luogo, tutta la struttura organizzativa comunica ininterrottamente su numerosi fronti, tramite contatti tra le persone (negli uffici, 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 (albo pretorio, sito web) o nell'ambito di vere e proprie campagne di comunicazione attuate dai singoli Servizi dell'Ente Parco in collaborazione tra loro, con l'Ufficio stampa e con eventuali entità territoriali (tipicamente dei settori che si occupano della cultura e dell'ambiente).

Ogni Servizio dell'Ente dunque è coinvolto in forme più o meno dirette nell'attività di comunicazione interna ed esterna dell'organizzazione. È necessario che tale complessa attività poggi su processi e procedure in grado di garantire una comunicazione che sia sempre: chiara, coerente, costante, efficace e riconoscibile (ovvero sempre riconducibile all'Ente).

Processi e procedure - di cui si occupano il presente Piano e altri documenti - non sono tuttavia sufficienti da soli affinché tale sistema di comunicazione funzioni e continui a svilupparsi.

È necessario innanzitutto che la comunicazione venga intesa da tutti e sempre più come patrimonio culturale di tutto l'Ente Parco e che ciascun attore coinvolto partecipi alla sua costruzione e al suo sviluppo.

3.1. Vediamo ora nel dettaglio chi sono i **principali attori della comunicazione dell'Ente Parco di Tepilora**, come sono organizzati e come intervengono nel processo di comunicazione istituzionale:

- ✓ **UI-RP**
- ✓ **Redazione Web e Web Master**
- ✓ **Ufficio Stampa**
- ✓ **Servizio Amministrativo e URP**
- ✓ **Presidente e Direttore**
- ✓ **Rete dei referenti**

- ✓ **Social Media Team**
- ✓ **Associazionismo locale**

3.1.1 UI-RP (Unità Integrata Relazioni col Pubblico)

Per rendere effettivi i diritti di *informazione* e *accesso* e per corrispondere ai criteri di *imparzialità* e *buona amministrazione*, gli enti sono tenuti per legge ad attrezzarsi e a implementare la **comunicazione istituzionale** come funzione amministrativa. Questo Piano prevede che l'assetto organizzativo dell'Ente Parco di Tepilora, la Redazione Web, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, l'Ufficio Stampa e i CEAS, siano coordinati sotto **un'unica unità operativa**, denominata "**UI-RP**". Con ciò si riconosce formalmente la funzione di "comunicazione" che ha un ruolo necessario nella vita dell'organizzazione e si indica allo stesso tempo la necessità di una gestione "integrata" della comunicazione. Integrata nel senso che la gestione dei principali strumenti di comunicazione deve necessariamente essere ricondotta a un'unica regia per poter essere efficace, ma anche nel senso che include in un'unica visione strategica tanto la comunicazione esterna quanto quella interna.

In altre parole si riconosce che la possibilità di governare e gestire in modo efficace la comunicazione si fonda su scelte organizzative che consentano innanzitutto di pianificare tale attività. Stiamo lavorando ad un percorso che vede una graduale condivisione delle competenze e dei compiti di Ufficio Stampa, Redazione Web, URP e CEAS, in quanto essi si prenderanno cura su diversi fronti di un'attività che è unica. In particolare, la Redazione Web opererà su due linee: una coordinata dall'URP e l'altra dall'Ufficio Stampa. In sostanza, su due tipi di flussi informativi, con due approcci diversi, tesi entrambi ad alimentare il sito internet del Parco. La Redazione Web sarebbe quindi destinataria dei contenuti prodotti da URP e Ufficio Stampa.

La comunicazione inoltre sarà un aspetto sempre più presente nella vita lavorativa di tutti dipendenti dell'Ente Parco e ciò si rifletterà su un graduale innalzamento delle competenze e delle responsabilità di tutti sul fronte della comunicazione. Si pensi ad esempio a come le normative sulla trasparenza (su tutti il D.Lgs. n. 33/2013) per essere attuate presuppongano un impatto innanzitutto sull'organizzazione dell'ente, sul modo di lavorare, prima ancora di rendere necessario l'utilizzo di strumenti tecnologici per poter pubblicare determinate informazioni.

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

Le figure professionali esterne a cui l'Ente Parco affida attività di comunicazione sono tenute a coordinarsi con l' **UI-RP**, al fine di condividere obiettivi e strategie, garantire l'uniformità della comunicazione e pianificare un utilizzo coordinato di canali e strumenti. Più nel dettaglio, queste sono le **principali attività** tramite cui l'UI-RP coordina e si prende cura della comunicazione e informazione istituzionale:

- Attività di comunicazione istituzionale del **Servizio Amministrativo**
- Attività **URP**
- Attività **Ufficio Stampa**
- Attività **Redazione Web e Web Master** destinatari dei contenuti prodotti da URP e Ufficio Stampa

Attività URP:

- front office allo sportello, telefonico e via email per fornire tutte le informazioni di primo livello e indirizzare gli utenti agli uffici competenti
- gestione delle segnalazioni online
- supporto ad altri uffici per la gestione delle segnalazioni di loro competenza

Attività Redazione Web e Web Master:

- gestione sito internet e siti tematici eventuali; il coordinamento della redazione diffusa è affidato a URP e Ufficio stampa
- progettazione nuove funzionalità e miglioramento continuo del sito internet
- gestione social media e coordinamento del social media team diffuso coordinato dall'Ufficio stampa d'intesa con l'URP.
- gestione e aggiornamento rete intranet



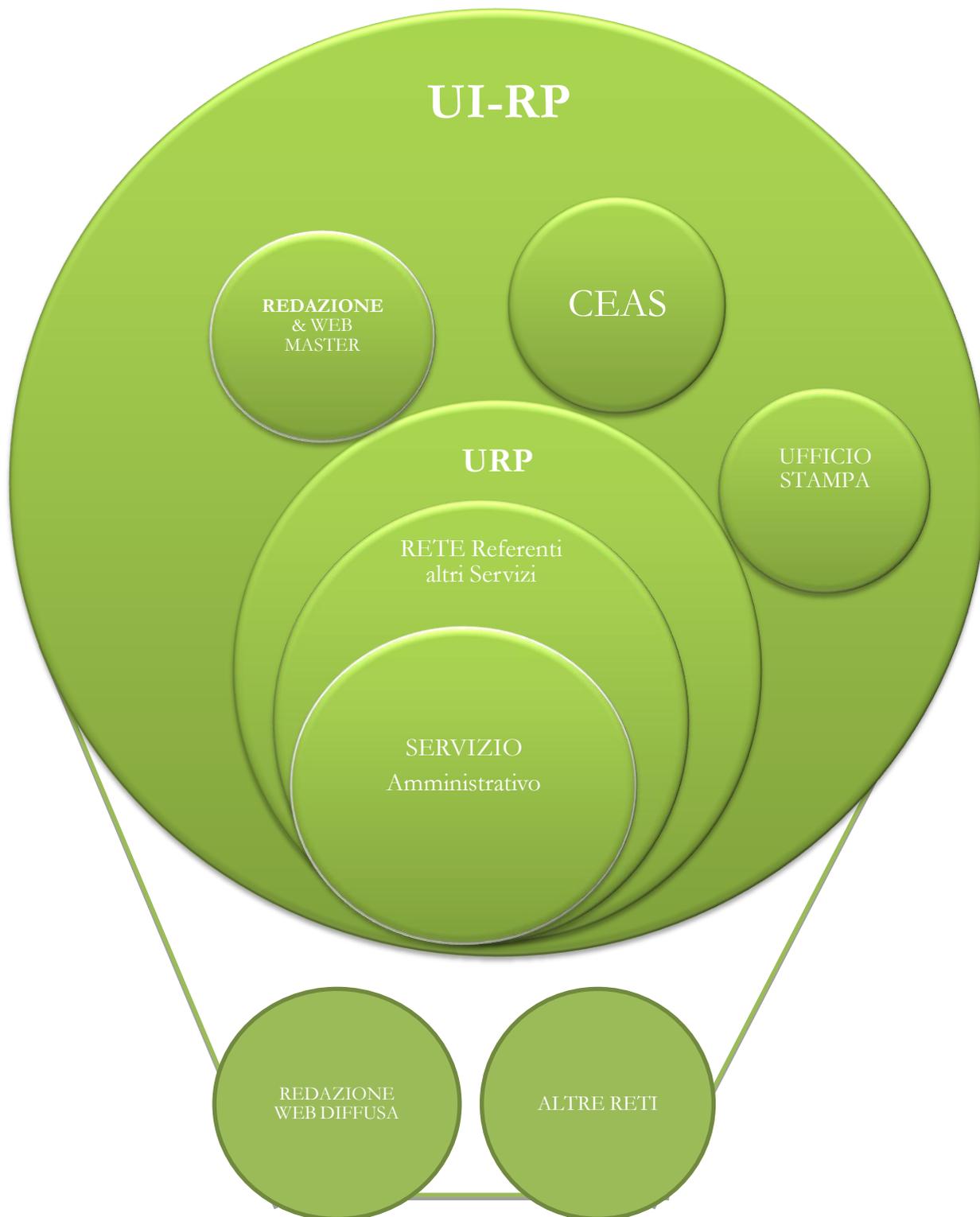
UI-RP

Attività Ufficio Stampa:

- relazioni esterne con operatori dell'informazione e della comunicazione, con enti e associazioni
- realizzazione e diffusione comunicati stampa e redazionali, organizzazione conferenze stampa
- realizzazione e diffusione materiale videofotografico sulle attività dell'ente Parco e sul territorio
- realizzazione e diffusione rassegna stampa quotidiana e/o settimanale
- gestione social e coordinamento social media team d'intesa con l'URP

Attività di comunicazione istituzionale Servizio Amministrativo:

- elaborazione del piano di comunicazione annuale
- elaborazione piani di comunicazione per iniziative specifiche
- supporto agli uffici per pianificare singole attività o campagne di comunicazione
- elaborazione (o supporto) di progetti e iniziative di comunicazione, semplificazione e innovazione;
- elaborazione (o supporto) di guide, tutorial manuali rivolti ai dipendenti;
- supporto e presidio sull'applicazione delle linee guida dell'immagine coordinata



UI- RP – Unità Integrata Relazioni con il Pubblico

URP - Ufficio Relazioni con il Pubblico

CEAS – Centri Educazione Ambiente e Sostenibilità

3.1.2 Presidente e Direttore

Il Presidente e il Direttore rappresentano l'Ente Parco e contribuiscono con ciò in maniera centrale e determinante all'attività di comunicazione dell'intera organizzazione attraverso il Servizio Amministrativo che coordina la comunicazione ed esprime l'URP.

3.1.3. Servizio Amministrativo e URP

Il Servizio Amministrativo coordina tutte le attività inerenti la comunicazione esterna e interna. Anche l'URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico), che si occupa di gestire il contatto diretto con gli utenti e di fornire la corretta informazione, fa parte del Servizio Amministrativo. È inoltre il referente per quanto riguarda il cerimoniale, cioè il protocollo da rispettare nelle iniziative di rappresentanza. Qualunque altro Servizio si trovi a organizzare eventi istituzionali si deve confrontare con il Servizio Amministrativo per la corretta preparazione dell'evento stesso. Esso verifica inoltre il corretto utilizzo del logo dell'ente Parco da parte degli organizzatori di iniziative patrocinate dall'ente.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (**URP**) è una struttura di raccordo tra il cittadino e l'Amministrazione istituita al fine di agevolare i rapporti fornendo direttamente alcuni servizi, facendosi tramite tra visitatori e singoli uffici, verificando la qualità dei servizi resi.

I compiti degli URP sono i seguenti:

- a) informare l'utenza sugli atti amministrativi, sui responsabili, sullo svolgimento e sui tempi di conclusione dei procedimenti, e sulle modalità di erogazione dei servizi, garantire dunque l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni).
- b) agevolare l'utilizzo dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;
- c) realizzazione di iniziative di comunicazione di pubblica utilità per assicurare la conoscenza di normative della struttura pubblica e dei servizi erogati e garantire la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle altre amministrazioni.
- d) aggiornare costantemente il sito dell'Ente;
- e) attività di comunicazione e di promozione del Parco;
- f) attività ascolto reclami/segnalazioni da parte di altri Enti o cittadini;
- g) accoglimento proposte da parte dei visitatori;

Al momento, a causa dell'esiguità di personale, il Servizio Amministrativo e l'URP coincidono.

3.1.4. Responsabile del Servizio Amministrativo e altre posizioni organizzative - Rete dei referenti

Il Responsabile del Servizio amministrativo svolge un ruolo di supervisione, sostegno e legittimazione del processo di pianificazione, coordinamento e impulso della comunicazione sia interna che esterna.

Oltre all'URP esistono altri importanti front office che gestiscono il contatto diretto con gli utenti. Inoltre i singoli uffici intraprendono all'occorrenza campagne di comunicazione per iniziative specifiche, in alcuni casi coinvolgendo professionisti esterni (ad esempio grafici e uffici stampa specializzati) che dovranno coordinarsi, a seconda delle attività, con l'Ufficio stampa e con l'URP. In questi casi l'UI-RP funge da raccordo per garantire l'integrazione delle attività di comunicazione in una strategia generale unica, fornendo all'occorrenza il supporto operativo.

All'interno dell'Ente Parco il Responsabile del Servizio Amministrativo e le altre posizioni organizzative svolgono un ruolo attivo e di coordinamento operativo, sono quindi i referenti delle strategie, delle logiche e dinamiche comunicative specifiche dei singoli uffici e servizi.

Ciascun Responsabile di Servizio, individua un referente all'interno dei propri uffici, che tutti assieme compongono la rete dei referenti. Il loro ruolo, previsto formalmente dal piano della trasparenza, è quello di effettuare un monitoraggio costante sui contenuti pubblicati nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito internet istituzionale per conto dei dirigenti stessi - che ne hanno la responsabilità - e rapportarsi con l'ufficio comunicazione per assicurare un rapido aggiornamento delle informazioni. Ciascun nodo di questa rete fa anche da anello di congiunzione con gli altri nodi della rete.

Sul piano operativo, l'aggiornamento ordinario del sito internet può contare su una **redazione web diffusa**, che si articola su due livelli: uno formale (la rete dei referenti interni appena citata) e uno più informale, la rete composta dal **WEB master** e dai **CEAS**, - che in base alle direttive ricevute dall'URP e dall'**Ufficio stampa**, al proprio incarico e alla disponibilità, predisposizione e capacità - si occupano autonomamente degli aggiornamenti ordinari di una o più pagine del sito. L'individuazione e l'abilitazione di tali soggetti è a cura dell'URP, che con l'Ufficio stampa garantisce il coordinamento generale di tale redazione diffusa. L'URP si occuperà inoltre della formazione delle persone coinvolte e del supporto operativo.

3.1.5. Social Media Team

L'Ente Parco di Tepilora utilizza quotidianamente i **social media**. Per la loro gestione viene istituito un Social media team, composto da un numero ristretto di soggetti. Il coordinamento del team fa capo all'URP e all'Ufficio stampa, a seconda delle tematiche trattate, ed è regolato da una social media policy (documento pubblico) oltre che da linee guida editoriali interne. Sia la composizione del gruppo che le sue modalità di lavoro si fondano su una logica di massima trasversalità: l'attività di ascolto, monitoraggio, relazione e alimentazione dei canali svolta dal gruppo non è strettamente vincolata alle

attività dell'ufficio di appartenenza né ai ruoli ricoperti dai suoi componenti nei rispettivi uffici, ma fa capo esclusivamente alle regole che il gruppo stesso si è dato per la gestione dei canali social dell'ente.

3.1.6. Associazionismo locale

Nel panorama associativo estremamente vivace che caratterizza Tepilora, sono numerosi i sodalizi che organizzano e promuovono iniziative patrocinate dal Ente Parco. Con esse gli uffici comunali stabiliscono un rapporto di collaborazione per garantire, oltre alla riuscita dell'iniziativa, il rispetto delle linee comunicative istituzionali. Anche le associazioni locali si coordineranno con l'UI-RP. Per valorizzare al massimo l'attività delle associazioni sarà attivato il servizio "Associazioni online" (ne parliamo nella sezione Strumenti).

3.1.7. Centro stampa (uso del logo – Allegato 2)

L'Ente Parco di Tepilora non ha una tipografia che permette di stampare in proprio manifesti, locandine, inviti, relativi alle iniziative organizzate o patrocinate dall'amministrazione. Tuttavia il Parco affida all'URP il controllo ultimo sulla stampa anche incaricato di conservare anche i file originali relativi all'uso del **logo ufficiale** dell'Ente. Il logo ufficiale insieme alla denominazione Parco Naturale Regionale di Tepilora identificano l'Ente in tutti i suoi atti. Può essere **utilizzato solo dall'Ente Parco** e da soggetti esterni nell'ambito di iniziative in linea con le sue finalità istitutive ed è stato elaborato a tale proposito un regolamento d'uso allegato a questo Piano.

4. «Cosa comunichiamo?» I contenuti

Descriviamo qui le tipologie di contenuti ricorrenti che l'ente Parco di Tepilora si impegna a comunicare con regolarità e continuità, attivando di volta in volta l'adeguata combinazione di strumenti e canali

- h) **Trasparenza amministrativa:** nella sezione del sito denominata "Amministrazione trasparente" pubblichiamo, raggruppati secondo le indicazioni di legge, i documenti, le informazioni e i dati riguardanti l'organizzazione dell'amministrazione, le attività e le loro modalità di realizzazione.
- i) Tutte le **informazioni di servizio:** scadenze (come quelle legate ai tributi, ai contributi, alle iscrizioni e legate a specifiche iniziative come bandi e avvisi pubblici), variazioni o modifiche di orario (degli uffici, dei musei, dell'ecocentro...).
- j) **Informazioni sugli uffici, sui procedimenti amministrativi e modulistica:** descrizioni dettagliate e costantemente aggiornate sulle attività degli uffici comprendono anche i nomi dei responsabili e dei referenti, sul loro profilo professionale, sui loro orari di presenza e completi di numero telefonico diretto e indirizzo email. Le schede informative relative ai procedimenti, descritti secondo uno schema standardizzato (che tiene conto degli obblighi di legge),

compongono tutte assieme una vera e propria guida ai servizi ipertestuale consultabile online, molto ricca, aggiornata in tempo reale e completa di modulistica.

- k) **Iniziative istituzionali ricorrenti:** cerimonie varie legate a ricorrenze e celebrazioni locali, regionali, nazionali e internazionali. Tra queste, le cerimonie di anniversario dell'istituzione del Parco, l'assegnazione del sigillo del Parco a personalità del Territorio e ospiti che si sono distinte nella loro attività, opera, professione.
- l) **Decisioni, iniziative e attività dell'amministrazione:** le decisioni della giunta e le attività del consiglio vengono accompagnate da una comunicazione attiva verso i media e verso i cittadini. Occorre rilevare che, con l'adozione dell'albo pretorio online e la pubblicazione nel sito degli atti amministrativi, gli atti stessi diventano sempre più spesso il veicolo di informazione immediata verso l'esterno.
- m) **Campagne di comunicazione** legate alle attività e ai progetti dei vari settori, siano esse permanenti, ricorrenti, oppure una tantum.
- n) **Eventi e iniziative culturali e sportive:** i grandi eventi di richiamo nazionale e internazionale, gli eventi contenitore organizzati dall'Ente Parco, le mostre nei musei civici, nelle gallerie e negli altri spazi espositivi, i numerosi festival di richiamo, gli eventi sportivi, le innumerevoli iniziative culturali come convegni, incontri e presentazioni che si susseguono in città, organizzate o patrocinate dall'Ente Parco, dai musei, dalle biblioteche, da altri enti e dalle associazioni.
- o) Le iniziative in tema di trasparenza potrebbero superare le prescrizioni normative: a titolo di esempio tutte le sedute dell'Assemblea potrebbero essere trasmesse in streaming nel sito dell'ente Parco e le registrazioni pubblicate su YouTube e nel sito dove restano disponibili (già a partire dal 2020). Tutte le deliberazioni sono consultabili online e compongono un ricchissimo archivio informativo a disposizione di tutti.

5.«Come si comunica?» Gli strumenti

L'Ente Parco di Tepilora potrebbe disporre di **numerosi strumenti e canali di comunicazione**, che sono stati attivati e potrebbero essere ampliati negli anni nell'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, tenendo presente i vincoli rappresentati dalle risorse disponibili (economiche, umane e professionali, tecnologiche).

La valutazione della migliore combinazione di strumenti da mettere in campo è affidata al già richiamato ufficio per la comunicazione UI-RP che la effettua confrontandosi con i referenti degli uffici proponenti e con l'Ufficio stampa che è parte dell'UI-RP stessa. Di seguito una panoramica sintetica degli strumenti attualmente in uso:

- Sito Web, Siti Tematici, Associazioni online
- Social Media, Comunicazione telefonica, Whatsapp, Telegram, SMS
- Comunicati, Conferenze e Rassegna Stampa
- Locandine, depliant e volantini
- Pannelli a messaggio
- Newsletter
- Audiovisivi
- Questionari
- Incontri pubblici
- Sportelli di front office
- Passaparola
- Intranet
- Pubblicazione di dati e atti
- Immagine coordinata dell'Ente
- Segnaletica
- Eventualità aggiuntive (SOL- Sistema segnalazioni online, APP Parco, Informagiovani, Alert System, Comunicazione in situazioni di emergenza)

5.1. Sito web

Il sito istituzionale dell'Ente Parco di Tepilora rappresenta il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini, visitatori e portatori d'interesse vari possono fare riferimento. Contiene le informazioni di carattere istituzionale e le informazioni utili. Si pone non solo come sito dell'Ente Parco ma come sito del Parco: non punta dunque solo sulla comunicazione istituzionale ma dà ampio spazio alla cultura, agli eventi d'interesse ambientale e di sviluppo sostenibile, svolgendo anche il ruolo di vetrina della sua entità. Fornisce per questo informazioni destinate ai cittadini, agli altri soggetti della comunità, ai visitatori ai portatori d'interesse. I contenuti coprono tutti gli ambiti di competenza dell'Ente e - coerentemente con gli obiettivi di comunicazione che hanno guidato l'ultimo intervento di *redesign*, nel 2019 - sono attualmente organizzati in cinque macro aree così denominate: *Ente Parco, Servizi online, Comuniciamo il Parco, Eventi e cultura*. È attualmente ancora in corso una **riprogettazione del sito**, che tenga conto di come è evoluto il web negli ultimi anni e di quali sono le abitudini d'uso e le attese degli utenti. È stata fatta di recente una ricerca sulla presenza del Parco sul Web da cui è emersa un'immagine frammentaria e confusa dello stesso, i cui risultati sono riassunti di seguito.

Parco Tepilora	http://www.tepilorapark.it/	Nuovo sito web dell'Ente Parco
Parco Tepilora	http://www.parcotepilora.it/	Vecchio sito web dell'Ente Parco
Wikipedia	https://it.wikipedia.org/wiki/Parco_naturale_regionale_di_Tepilora,_Sant'Anna_e_Rio_Posada	Errore nel nome e informazioni non aggiornate
AGPT	www.parcoditepilora.it	“Amici del Grande Parco di Tepilora” (AGPT) - rimanda a parcotepilora.it (quello vecchio)
SardegnaNatura	https://www.sardegnanatura.com/esplora-la-sardegna/aree-naturali-protette-sardegna/parchi-naturali-regionali-sardegna/1621-parco-naturale-regionale-di-tepilora.html	Portale Web dedicato alla natura
Sardegna Turismo	https://www.sardegnaturismo.it/it/esplora/parco-naturale-delloasi-di-tepilora	Pagina RAS Assessorato al turismo Portale web della Regione Sardegna dedicato al Turismo - il sito rimanda erroneamente per approfondimenti alla pagina AGPT parcoditepilora.it
Federparchi	http://www.parks.it/parco.tepilora/par.php	Pagina Federparchi, rimanda al sito del Parco

L'intervento porrà particolare attenzione al tema dell'usabilità e a un ulteriore innalzamento del livello di accessibilità dei contenuti. Prioritario inoltre l'adeguamento del sito alla consultazione tramite dispositivi mobili, in quanto su questo fronte sono state attuate per ora solo alcune migliorie, ma il sito non è attualmente responsive.

Il sito così come è conta un numero troppo limitato di frequentatori. Le pagine che costituiscono il sito sono ancora troppo poche e per raggiungerle sono stati previsti percorsi multipli e alternativi: oltre alla navigazione lineare delle varie sezioni, è possibile utilizzare il motore di ricerca interno, i canali tematici, le parole chiave che creano automaticamente correlazioni tra le varie pagine, l'elenco delle pagine più visitate e l'indice AZ. La raggiungibilità delle singole pagine tramite motori di ricerca è confusa anche a causa di molteplici domini che si sono andati accumulando senza un'adeguata strategia. Invece dovrebbe essere di norma molto alta: ciò consente a un utente di cercare ad esempio “pollo sultano oppure su burgu” su Google e approdare direttamente alle pagine giuste. Si dedicherà quindi particolare attenzione a questo tipo di percorso tramite cui gli utenti raggiungono il sito.

A monte dell'organizzazione dei **contenuti del sito** dell'Ente Parco di Tepilora c'è la scelta di contenere la maggior parte delle informazioni prodotte dall'Ente all'interno di un'unica **piattaforma organica**. Per valorizzare adeguatamente e gestire con efficacia i contenuti relativi a tematiche che potrebbero meritare un sito a sé stante, verranno invece utilizzati specifici siti tematici ad esso collegati attraverso **link**. Essi avranno una propria autonomia e ciò consentirà di ridurre al minimo la duplicazione di informazioni e le conseguenti possibilità di errore e di razionalizzare al massimo le attività di aggiornamento e mantenimento. Ai **siti tematici** è dedicato un paragrafo specifico in questa sezione.

*Chi se ne occupa: **Redazione Web e Web Master** su contenuti e indicazioni di URP e Ufficio stampa; **Redazione Web diffusa** (aggiornamento ordinario di specifiche pagine); **URP** e Ufficio Stampa, sentita la **Rete dei referenti** (per informazioni su uffici e procedimenti amministrativi e sezione trasparenza). La responsabilità della correttezza delle informazioni relative agli uffici, ai procedimenti e in tema di trasparenza, fa capo ai Responsabili che con la collaborazione di uno o più referenti individuati nei loro uffici monitorano che le informazioni di propria competenza siano chiare, corrette e aggiornate, segnalando alla redazione web le eventuali necessità di aggiornamento. Tale procedura è stabilita formalmente nel piano della trasparenza a partire dal 2020⁴.*

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it

5.1.2. Siti web tematici

L'Ente Parco ha intenzione di attivare diversi siti tematici, con l'obiettivo realizzare una **comunicazione più efficace e mirata** dedicata a singoli progetti, eventi di richiamo, specifici servizi (anche trasversali a più amministrazioni). Per razionalizzare le risorse, garantire il massimo livello di funzionalità, evitare la duplicazione di informazioni, i siti tematici, pur essendo completi di tutti gli strumenti per un funzionamento autonomo (un titolo, un url che li identifica, un banner e un footer personalizzato, propri strumenti di navigazione, un motore di ricerca), vengono di norma attivati all'interno del sito istituzionale. I vantaggi che questo tipo di soluzione consente sono numerosi e significativi: coerenza di comunicazione; maggiore controllo sui contenuti; punto di ingresso unico ai contenuti della città; reperibilità delle informazioni tramite il motore di ricerca del sito istituzionale; maggiore possibilità di sinergia, analogia e automatismi tra i contenuti; economicità di scala; limitazione del numero di piattaforme da mantenere e dei relativi costi; maggior facilità di gestione in caso di upgrade/migrazioni delle piattaforme; gestione univoca delle policy (note legali, privacy, cookie). Il prezzo da pagare è rappresentato da una maggiore rigidità grafica delle pagine, che non lasciano spazio a soluzioni personalizzate. L'attivazione di un nuovo sito tematico esterno alla piattaforma del sito web del Parco deve essere valutata e decisa dal Servizio Amministrativo e condivisa con l'UI-RP la struttura di comunicazione, al fine di un suo corretto inserimento nell'elenco degli strumenti disponibili, in special modo al fine di pianificarne una gestione efficace e coerente.

*Chi se ne occupa: **Redazione Web e Web Master** - Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/siti-tematici*

⁴ Vedi il Programma triennale per la trasparenza e l'integrità dell'ente Parco di Tepilora - Anni 2020-2022

5.1.3. Associazioni on line

Il servizio Associazioni on line consiste in un sito dedicato alle associazioni e alle varie forme di aggregazione che operano nel territorio Tepilora. Si tratta di una banca dati contenente le informazioni su attività sociali, amministratori, sedi e orari delle organizzazioni. Peculiarità di questo servizio è che tutte le informazioni vengono pubblicate e aggiornate a cura delle associazioni stesse.

Tutte le associazioni iscritte inoltre possono aggiungere autonomamente al calendario online gli eventi pubblici che esse organizzano. Questo consente di rendere il calendario online dell'ente Parco ancora più ricco e completo, trasformandolo in uno strumento a reale servizio del Parco, non semplicemente nelle mani degli uffici dell'Ente, ma alimentato anche dal basso dalle associazioni stesse. Il sito del Parco si pone dunque anche come "rete civica", cioè non solo luogo delle informazioni che l'ente Parco distribuisce, ma anche come piattaforma a disposizione della comunità per comunicare e mettere in circolo informazioni.

Sui contenuti pubblicati direttamente dalle associazioni, l'Ente Parco effettua può di fatto esercitare solo un controllo a posteriori per verificare il rispetto delle regole d'uso ed eventuali accordi intrapresi con i responsabili delle associazioni.

*Chi se ne occupa: il servizio verrebbe realizzato dall'**UI-RP** con la collaborazione particolare dei CEAS e dell'URP e dell'Ufficio stampa. Operatori appartenenti a diversi uffici mantengono monitorati i contenuti pubblicati dalle associazioni e forniscono il supporto e l'assistenza agli utenti.*

Link: www.ente-parco.tepilora.it/associazioni

5.2. Social media

L'Ente Parco di Tepilora utilizzerà in modo adeguato Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare e dare accesso ai servizi. Attraverso tali strumenti favorirà anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori. In questi spazi e con queste attività, l'amministrazione intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.

L'Ente Parco di Tepilora è variamente presente con alcune pagine sui social network::

Facebook	1:	
https://www.facebook.com/ParcoRegionaleTepilora/		Pagina Facebook "Tepilora - Parco Naturale Regionale" definita Ufficiale, creata 11 dicembre 2019
Facebook	2:	Pagina Facebook "PARCO DI Tepilora" creata 12 dicembre 2014, non aggiornata
https://www.facebook.com/PARCO-DI-Tepilora-762143607172932/		
Youtube "Parco Tepilora":		https://www.youtube.com/channel/UCz3bsXd5UdWuArfDpfXwfbg alimentato dall'Ufficio stampa con gli unici due video presenti.

La pagina a cui si fa riferimento non viene aggiornata dal 2014. L'Ufficio stampa, a seguito di richiesta di informazioni sui canali social ufficiali attivati dal Parco e visto il quadro confuso e di abbandono che ne è emerso ha pensato, dopo averne informato il presidente del Parco, di aprire una nuova pagina FB nel dicembre 2019 (<https://www.facebook.com/ParcoRegionaleTepilora/>). A maggio 2020 conta circa 664 follower. In assenza di nuova produzione comunicativa la pagina non è stata alimentata.

L'Ente Parco utilizza inoltre alcune piattaforme per la pubblicazione e condivisione di contenuti tra cui Slideshare, Issuu, bit.ly.

Finalità, contenuti, regole d'uso e modalità di moderazione sono definiti nella social media policy consultabile all'indirizzo www.Ente.Parco.Tepilora.it/socialmediapolicy

L'Ente Parco intende allargare la sua presenza in rete con l'utilizzo di nuovi canali e social network anche per avvicinarsi al mondo dei più giovani (eventualmente sui social network più frequentati come Intstagram e Tik Tok)L'attivazione di una nuova pagina Facebook o di un nuovo profilo social deve essere valutata e decisa dal Servizio Amministrativo, preferibilmente su proposta commentata dell'Ufficio stampa, e condivisa con l'UI-RP, 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. In generale, occorre evitare il rischio di una frammentazione dei contenitori e dei contenuti in mancanza di una massa critica di utenti in grado di valorizzare l'investimento in una specifica nicchia della comunicazione dell'Ente.

Per l'attivazione di nuovi strumenti di comunicazione (e di questo tipo di strumenti in particolare) il criterio non deve mai essere l'esigenza dell'ente di comunicare o la disponibilità di contenuti, ma una reale o almeno supposta domanda di quei contenuti, perché se non c'è il pubblico o il pubblico è scarsamente interessato a interagire, la pagina o il profilo non decolleranno. È vero altrettanto evidente che con i profili social si riesce a costruire un'ottima sinergia con il pubblico nel momento in cui da quest'ultimo si ha qualcosa da raccontare. Proprio i social inoltre si prestano a sperimentazioni nuove sul piano della comunicazione e delle nuove tecniche con cui si costruisce la fidelizzazione verso un target specifico di cittadini. La domanda di contenuti crescerà proprio man mano che tale fidelizzazione sarà sempre più forte.

*Chi se ne occupa: un **social media team** composto da alcuni dipendenti appartenenti alla rete dei referenti e la partecipazione (anche temporanea) di collaboratori esterni. Il coordinamento fa capo alla redazione web d'intesa con l'Ufficio stampa e l'URP. Al social media team è dedicato un paragrafo nella sezione "Gli attori".*

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/social

5.2.2. Comunicazione telefonica

È un punto di contatto immediato, fondamentale e altamente utilizzato dagli utenti, che consente di stabilire un'interazione amichevole e di risolvere già a questo livello il problema per cui il cittadino si

rivolge all'amministrazione. Il codice di comportamento aziendale dell'ente contiene disposizioni sulle modalità di risposta al telefono e sulla reperibilità telefonica, al fine di ridurre al minimo il rischio di un telefono che squilla a vuoto o un intasamento del centralino.

Oltre ai principali numeri di riferimento, del centralino e dell'URP, esiste anche un numero verde (forse??). L'amministrazione inoltre può decidere di attivare call center dedicati a temi emergenti o emergenziali. Si tratta di una soluzione estremamente efficace, che è stata adottata con successo ad esempio in occasione di qualche grande manifestazione. L'amministrazione ha stabilito un unico numero che i cittadini possono utilizzare in caso di situazioni di emergenza (magari esterno al Parco). Sempre in tema di comunicazione telefonica in situazioni di emergenza, l'ente Parco potrebbe utilizzare come detto il servizio Alert system, con cui può inviare messaggi vocali preregistrati ai cittadini: in questo caso dunque non è più il cittadino/visitatore a contattare l'ente, ma viceversa.

*Chi se ne occupa: **UI-RP**, oltre ai numerosi front office dei singoli uffici e servizi. Tutti i dipendenti sono direttamente raggiungibili tramite un numero telefonico, l'elenco è sempre consultabile online*

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/rubrica

5.2.3. WhatsApp

L'Ente Parco di Tepilora utilizzerà anche WhatsApp (numero 331/1234567) 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. Come detto sopra sarà attivato se si potrà prevedere un'adeguata domanda.

5.2.4. Telegram

Anche in questo caso la creazione di un eventuale canale Telegram, attivato se si potrà prevedere un'adeguata domanda, servirà per informare in modo semplice e veloce riguardo a notizie e comunicazioni utili per i cittadini.

*Chi se ne occupa: **UI-RP**.*

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/

5.2.5. SMS

L'Ente Parco di Tepilora continuerà ad avvalersi degli SMS per contattare direttamente specifiche liste di utenti.

*Chi se ne occupa: **ufficio comunicazione UI-RP e sistemi informativi**.*

5.3. Media a mezzo stampa

5.3.1. Comunicati stampa

Note scritte ufficiali emesse dall'ente e rivolte a un pubblico di professionisti della comunicazione. Forniscono ai media tutte le informazioni utili per realizzare articoli su eventi, iniziative dell'amministrazione e per diffondere 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.

Chi se ne occupa: **Ufficio Stampa**

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/comunicatistampa

5.3.2. Conferenze stampa

Incontri con i giornalisti organizzati dall'Ufficio stampa su mandato dell'Ente Parco ai quali partecipano i massimi rappresentanti del Parco, ed eventualmente, il sindaco o gli assessori di competenza e i responsabili dei servizi, progetti o iniziative da illustrare. Si sceglie di organizzare una conferenza stampa quando il tema è particolarmente complesso (per cui l'amministrazione ritiene necessario incontrare i giornalisti per fornire maggiori approfondimenti ed eventualmente chiarire direttamente eventuali dubbi), oppure quando l'amministrazione ritiene un tema particolarmente importante e degno di essere evidenziato.

Chi se ne occupa: **Ufficio Stampa**

5.3.3. Locandine, depliant, volantini

L'ente Parco di Tepilora utilizza regolarmente questo tipo di strumenti di comunicazione cartacei e tradizionali, che fanno parte del mix comunicativo di pressoché tutte le iniziative organizzate o patrocinate dall'amministrazione. Manifesti, locandine, inviti, relativi alle iniziative vengono realizzati talvolta anche internamente a cura dell'URP in eventuale collaborazione con l'Ufficio stampa. Nel caso degli eventi più importanti la realizzazione grafica viene affidata a professionisti esterni, come anche la stampa di materiali di formati particolari (ad esempio i manifesti di dimensioni 6x2 o 6x3 metri da affiggere sui supporti dell'ente Parco presenti in città). Tutti i materiali stampati devono riportare il logo dell'ente Parco e rispettare le regole dell'immagine coordinata.

Chi se ne occupa: **UI-RP** con specifico supporto dell'**Ufficio stampa** al suo interno

5.3.4. Pannelli a messaggio

Sulle principali vie d'accesso al Parco di Tepilora e in alcuni punti strategici lungo le tangenziali ai centri urbani o l'anello di circolazione che circonda il centro città sono posizionati dei pannelli. Tali dispositivi mostrano i parcheggi collocati agli accessi al Parco o ai principali sentieri pedonali, e recano anche un messaggio di benvenuto al Parco di Tepilora. All'occorrenza, tali pannelli possono essere efficacemente utilizzati nell'ambito di specifiche campagne di comunicazione, per veicolare informazioni utili a chi si avvicini al Parco. Anche per pubblicizzare eventi di richiamo, informazioni di pubblica utilità e iniziative di particolare impatto sulla vita cittadina. È necessario in ogni caso ricondurre le informazioni a messaggi estremamente sintetici.

Chi se ne occupa: **UI-RP** con specifico supporto dell'**Ufficio stampa** al suo interno

5.3.5. Rassegna stampa (comunicazione prevalentemente interna)

Il servizio di rassegna stampa quotidiana (e/o settimanale) per le principali testate locali, regionali e nazionali, e mensile per periodici e principali testate internazionali, viene attualmente realizzato dall'Ufficio stampa. La rassegna stampa viene messa a disposizione di dipendenti e amministratori dell'ente tramite la rete intranet.

Chi se ne occupa: **Ufficio Stampa** e l'**URP** ne tiene l'archivio

5.4. Newsletter

L'Ente Parco attualmente non ha newsletter tematiche. Alcuni CEAS hanno creato negli anni propri indirizzari che utilizzano per spedire inviti o pubblicizzare eventi. Tale modalità di comunicazione verrà gradualmente armonizzato con il sistema di newsletter tematiche, che consentirà di razionalizzare e standardizzare gli invii mediante una piattaforma dedicata.

Chi se ne occuperà: **URP** e **CEAS** con il **Servizio Tecnico** e tutela ambientale, **informagiovani**.

5.5. Audiovisivi

L'ente Parco di Tepilora ha iniziato a utilizzare recentissimamente l'audiovisivo per comunicare nel 2019, quando è nata un'iniziativa ad hoc per la Riserva MAB, prima qualche altra esperienza era stata

portata avanti dai CEAS. In futuro, si vorrebbe continuare a realizzare filmati istituzionali che possono avere carattere di news, di approfondimento o di veri e propri tutorial per i cittadini. Per la realizzazione di tali prodotti ci si potrà avvalere del supporto di team tecnologicamente specializzati.

Chi se ne occupa: Ufficio Stampa e UI-RP

5.6. Questionari sulla qualità dei servizi

A partire dal 2009, l'Ente Parco di Tepilora effettua regolarmente delle indagini per aumentare la conoscenza del territorio sia per esigenze del Parco che per quelle della Riserva MAB di cui il parco detiene il coordinamento.

Anche per conoscere il livello di soddisfazione dei fruitori del Parco e i commenti dei differenti portatori d'interesse presenti sul territorio della Riserva MAB, ciò al fine di migliorare la qualità delle azioni intraprese o da intraprendere per lo sviluppo sostenibile. Per farlo somministra periodicamente dei questionari agli utenti dei servizi, che possono compilarli su carta o via web in forma anonima. I risultati vengono pubblicati e restano disponibili nel sito.

Chi se ne occupa: UI-RP

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/questionari

5.7. Incontri pubblici

Nell'ambito di campagne di sensibilizzazione o di informazione l'ente Parco organizza talvolta degli incontri pubblici per dare la possibilità ai cittadini/portatori d'interesse di ricevere informazioni dirette dai politici, dai tecnici o dai funzionari di riferimento. In molti casi questo tipo di comunicazione diretta è la più efficace, anche perché consente ai diretti interessati di porre domande e agli amministratori e tecnici di chiarire subito i principali dubbi o avanzare proposte. Si tratta di uno strumento estremamente efficace anche per la comunicazione interna.

Chi se ne occupa: URP

5.8. Sportelli di front office

Gli sportelli sono in prima linea nel rapporto immediato con gli utenti. L'URP è il primo punto di contatto con l'utenza per ogni tipo di segnalazione o quesito, che si occupa anche di fornire supporto

ad altri uffici fornendo ad esempio su ogni tipo di argomento le informazioni di primo livello. L'URP rappresenta il primo interlocutore per gli utenti che chiedono informazioni in merito alle attività del Ente Parco via telefono, via email o direttamente nei centri visita. È evidente la delicatezza del ruolo di un ufficio che, in contatto continuo e diretto con il pubblico, quotidianamente risponde a dubbi e quesiti, ascolta gli utenti e fornisce loro informazioni: esso contribuisce significativamente alla costruzione dell'idea che i cittadini/visitatori si fanno dell'intera organizzazione. Una delle condizioni essenziali affinché l'URP possa svolgere efficacemente e professionalmente questa funzione è che chi vi opera disponga costantemente delle informazioni necessarie, che devono essere sempre complete, aggiornate, certe e chiare. fornire a tale ufficio un aggiornamento esaustivo e immediato in merito alle informazioni che la struttura stessa del Parco ha prodotto, rappresenta un impegno per tutti gli uffici e gli amministratori dell'ente. Tra gli altri sportelli di maggior rilievo segnaliamo quelli dei CEAS.

5.9. Il passaparola

Si tratta di una forma di comunicazione estremamente efficace: è 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 piccole e medie dimensioni, come nel territorio che ospita il Parco di Tepilora. 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. Naturalmente non è possibile gestire o controllare questa forma di comunicazione. Tuttavia essa rappresenta da un lato una fonte preziosa di suggerimenti di cui tener conto, ad esempio per migliorare una situazione o un servizio. Dall'altro, rappresenta una risorsa fondamentale per far circolare le informazioni utili e chiama in causa nuovamente il ruolo cruciale della comunicazione interna e della condivisione delle informazioni: quando tutto il personale è preparato, coinvolto e consapevole in merito a un'iniziativa dell'ente Parco, ciascun dipendente sarà in grado di diffondere, tramite le proprie conoscenze e amicizie le informazioni utili e corrette, mettendole in circolazione in maniera estremamente rapida, capillare ed efficace. Pensiamo ad esempio a grandi campagne di informazione e sensibilizzazione o in prossimità di eventi che avranno un considerevole impatto sulle abitudini dei cittadini.

Allo stesso tempo è fondamentale evitare che - proprio tramite il passaparola - si diffondano informazioni inesatte o fuorvianti. A tale proposito, evidenziamo come il web rappresenti uno strumento ideale per contrastare questo rischio: la disponibilità di informazioni complete, aggiornate e ben strutturate sul sito istituzionale consente di arginare eventuali fraintendimenti o manipolazioni con semplici link a contenuti specifici. Un link è più rapido ed efficace di una comunicazione strutturata ad hoc per correggere informazioni non precise o per reagire a una emergenza di comunicazione.

5.10. Intranet (comunicazione prevalentemente interna)

La rete intranet aziendale dell'ente Parco di Tepilora consiste in un sito web, costituito da alcune decine di pagine html organizzate per argomenti, accessibile dalle postazioni di lavoro dell'ente Parco. dovrebbe essere creata a partire dal 2020. Nonostante gli evidenti limiti tecnologici, essa viene consultata regolarmente dai dipendenti che vi trovano i principali aggiornamenti e informazioni utili (pubblicati sotto forma di news in home page), la via d'accesso ai numerosi applicativi gestionali e ai siti di maggiore utilità, informazioni varie sulle attività dell'ente e alcuni strumenti tra cui un utile elenco telefonico interno e la rassegna stampa quotidiana. Mancano tuttavia strumenti di monitoraggio sul suo effettivo utilizzo.

L'esigenza di un upgrade tecnologico di questo fondamentale strumento di comunicazione interna è nota. Sono state già elaborate, a cura dell'ufficio comunicazione, un'analisi e una proposta progettuale.

Chi se ne occupa: UI-RP e sistemi informativi

5.11. Applicativi vari per la pubblicazione di dati e atti

Gli obblighi di pubblicazione previsti dalle norme in tema di trasparenza e pubblicità degli atti sono numerosi e articolati. Una parte di questi dati vengono pubblicati appoggiandosi ad applicativi a ciò dedicati. L'Albo pretorio online serve per pubblicare tutti gli atti che richiedono pubblicità legale: deliberazioni, determinazioni, ordinanze, avvisi, bandi, notifiche, pubblicazioni di matrimonio, eccetera. Tale strumento consente di impostare la data di scadenza dell'atto, ma anche di mantenerlo pubblicato sine die: in tal modo si genera una sezione denominata Storico atti che consente di mantenere online un archivio liberamente consultabile di documenti. Utilizzando questo strumento l'ente Parco mantiene tuttora consultabili on line tutte le deliberazioni dell'Assemblea e tutte le determinazioni dirigenziali. Una scelta di trasparenza che supera l'obbligo normativo.

Chi se ne occupa: la gestione di questi strumenti è altamente decentrata, in quanto sono i singoli settori e uffici a gestire il proprio atto dalla creazione, alla firma, alla pubblicazione. I tempi di pubblicazione degli atti e altri dettagli sono contenuti del Piano della trasparenza.

Link: <http://albopretorio.regione.fvg.it/Tepilora>

5.12. Immagine coordinata dell'Ente

L'Ente Parco di Tepilora si prende cura della propria identità visiva, nella consapevolezza che solo un'organizzazione che comunica in maniera omogenea, ordinata e coordinata può comunicare efficacemente. L'identità visiva è anche uno degli strumenti messi in campo per superare la frammentarietà, l'improvvisazione, la disomogeneità e la mancanza di cura dei messaggi che talvolta

possono venir trasmessi dall'ente, lavorando invece secondo una logica unitaria e non parziale. Nel 2020 sarà adottato un manuale dedicato all'“Immagine grafica coordinata del Ente Parco di Tepilora”, che è da allora a disposizione di tutti gli uffici. Con tale manuale si adotterà anche una versione ad alta definizione del logo del Parco insieme a quello del MAB, con l'obiettivo di assicurare massima leggibilità e agevole riproducibilità su ogni supporto e ad ogni dimensione.

Chi se ne occupa: **UI-RP**

5.13. Segnaletica

Un sistema di segnaletica completo e accurato è necessario per consentire agli utenti/visitatori di raggiungere con sicurezza il Parco e le strutture/uffici ad esso afferenti, senza che debbano rivolgersi evitando l'effetto spaesamento. Le diverse strutture aderenti al sistema del Parco come i CEAS sono autonome nel realizzare la propria segnaletica, nel rispetto dell'immagine coordinata dell'ente.

Occorre segnalare che il Parco presenta su questo fronte particolari problematiche, dovute innanzitutto alla struttura della sede, di per sé poco identificabile e di ridotte dimensioni e con l'ingresso principale agli uffici collocato di lato. Appare necessario ripensare e potenziare tutta la segnaletica del Parco.

Chi se ne occupa: **UI-RP**

5.14. Eventualità aggiuntive

In un prossimo futuro è prevista l'attivazione di strumenti eventuali, qui di seguito descritti sinteticamente, per implementare l'efficacia della comunicazione.

5.14.1. SOL - Segnalazioni On line

Tramite il servizio web SOL - Segnalazioni On Line (o similari), i cittadini, i visitatori e altri portatori d'interesse, potrebbero comunicare con l'ente Parco 24 ore su 24 segnalando via web eventuali guasti, disservizi o problemi che si presentano sul territorio comunale, tramite la compilazione di un modulo semplice e intuitivo. Il servizio SOL, potrebbe aggiungere una soluzione e-government agli strumenti di comunicazione dell'ente. S'innova così il modo in cui amministrazione e cittadino dialogano, intendendo la segnalazione non come reclamo ma come una risorsa e sta dimostrando come l'ente pubblico possa utilizzare internet per mettersi a servizio dei cittadini in forme nuove sempre più efficaci, realizzando allo stesso tempo inediti livelli di trasparenza. Potrebbe addirittura essere sviluppata una APP per rendere semplice usare SOL tramite smartphone.

Chi se ne occupa: il progetto SOL sarà gestito coordinato dal personale dell'URP

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/sol

5.14.2. APP dell'Ente Parco

APPunti Tepilora potrebbe essere in un prossimo futuro la App istituzionale dell'ente Parco di Tepilora, compatibile con le piattaforme Android e iOS, scaricabile gratuitamente dagli store di riferimento. È pensata per i cittadini, i turisti e chi visita il Parco per lavoro e studio. Offre tutte le news dell'ente Parco, il calendario con eventi e mostre, i contatti di tutti gli uffici, informazioni sulla vita del parco. Grazie alle mappe e tramite la geo-localizzazione, rende facile orientarsi e farsi guidare per raggiungere gli i punti panoramici e altri luoghi di interesse.

*Chi se ne occupa: **Redazione Web** con specifico supporto **dell'Ufficio stampa** al suo interno. I contenuti sono collegati a quelli pubblicati nel sito istituzionale.*

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/app

5.14.3. Alert System

Si tratta di istituire un sistema di allerta telefonica per informazioni di emergenza e di pubblica utilità che l'amministrazione potrebbe attivare. Tramite Alert system l'ente Parco di Tepilora potrebbe avvisare telefonicamente la cittadinanza nel caso si verificano situazioni di emergenza o di pericolo che

interessano il territorio e fornire all'occorrenza informazioni di pubblica utilità. Una voce telefonica preregistrata comunica il messaggio ai numeri di telefono iscritti al servizio. Nel sistema sarebbe presente una banca dati telefonica con i numeri fissi che risultano dagli elenchi pubblici. Chiunque può iscriversi al servizio aggiungendo il proprio numero di telefono.

Cbi se ne occupa: Alert system verrebbe attivato secondo regole e con modalità che sono definite in una procedura che coinvolge l'ufficio di protezione civile dell'ente Locale, URP e il servizio sistemi informativi, all'interno dei quali sono stati individuati i referenti abilitati a utilizzarlo.

Link: www.Ente.Parco.Tepilora.it/alert

5.14.4. Informagiovani

Lo sportello Informagiovani dell'Ente Parco di Tepilora si propone come punto di **riferimento orientativo per giovani e non solo** in tema di ambiente, formazione, scuola, sport, cultura e tempo libero. In particolare deve essere attivato per far conoscere agli utenti non solo le **opportunità** legate al territorio, ma anche in tutta Italia e all'estero. Le più recenti rilevazioni⁵ mostrano che il 50% dei frequentatori ha un'età compresa tra i 19 e 35 anni e oltre il 18% dai 36 ai 50 anni. È frequentato principalmente dai studenti (quasi il 40%), seguiti dagli escursionisti (il 28%) e le richieste di informazioni sono principalmente legate al tempo libero⁶. Oltre all'ordinaria attività, il servizio aumenterà la propria progettualità, lavorando su tematiche europee: come l'applicazione della Carta del Turismo, fornirà ulteriori servizi di informazione, promozione e orientamento sui programmi Europei per la gioventù, sviluppa inoltre progettazione europea sul territorio. È diventato un punto di riferimento per quanto riguarda l'alternanza scuola-lavoro, gestendo così un innovativo progetto. Da segnalare inoltre il progetto Passaporto del Parco, che ha già riscosso un buon successo tra le persone di età compresa tra i 14 e i 30 anni.

5.14.5. Comunicazione in situazioni di emergenza

La gestione di una situazione di crisi o di emergenza, legata ad esempio a episodi gravi di maltempo (rischio alluvione, nevicate importanti...), richiede una gestione estremamente attenta della comunicazione. Su questo fronte si è lavorato molto, in particolare negli ultimi anni, tanto sul piano degli strumenti utilizzati quanto soprattutto sul piano organizzativo.

Oggi, al prospettarsi di una situazione di emergenza, l'Ufficio stampa, alla luce dell'esperienza professionale e giornalistica, viene attivato immediatamente ed entra a far parte del *gruppo di lavoro* che fa capo all'ufficio comunale di Protezione Civile, con cui mantiene un contatto costante fino alla

⁵ Rilevazione della soddisfazione degli utenti, a cura del Controllo di gestione. I risultati saranno consultabili nel sito dell'ente Parco all'indirizzo www.Ente.Parco.Tepilora.it/questionari

⁶ Dati di fantasia a solo scopo esemplificativo

conclusione dell'emergenza. Per l'aggiornamento del sito internet e dei canali social sarà allertata anche la Redazione web. Occorrerà che il sito istituzionale e i social media del Parco si dimostrino capaci di diffondere le comunicazioni importanti anche attraverso uno strumento specifico denominato “Alert system” e il servizio WhatsApp.

La comunicazione dell'emergenza è attiva tanto in fase preventiva, con la pubblicizzazione e il richiamo costante al Piano delle emergenze della Protezione Civile (a cui sarà dedicata una sezione nel sito istituzionale www.Ente_Parco.Tepilora.it/pianoemergenze) quanto durante l'emergenza, con l'attivazione di procedure di comunicazione ormai consolidate, seppure ad oggi non ancora formalizzate. L'obiettivo è fornire online in tempo reale le informazioni, a favore dei cittadini ma anche di tutti i soggetti che possono a loro volta, tramite il passaparola o altri strumenti, raggiungere il più ampio numero possibile di persone potenzialmente interessate. Le procedure dell'ufficio di protezione civile prevedono inoltre, al verificarsi di determinate condizioni, il contatto diretto con specifici gruppi di cittadini.

6. Qualità e Interoperatività

Di seguito viene ribadita l'importanza della chiarezza dei testi e dell'apertura dei dati per una comunicazione più chiara e completa possibile.

6.1. Open data

L'Ente Parco di Tepilora potrebbe aderire alla filosofia dell'open data. Potrebbe studiare una sezione del sito istituzionale in cui raccogliere e pubblicare i propri dati aperti. Molti dei *dataset* che si andranno creando, sarebbero raggiungibili navigando nelle diverse sezioni del sito. Tali dati potrebbero confluire gradualmente nella piattaforma regionale dedicata all'open data. Non si tratta in questo caso di informazioni relative a uno specifico ambito, ma piuttosto di un approccio e di una modalità con cui l'ente Parco rende disponibili i dati, agevolandone il riutilizzo.

Chi se ne occuperebbe: UI-RP, Servizio tecnico

6.2. Chiarezza dei testi (atti, regolamenti e comunicazione scritta in genere)

La chiarezza del linguaggio è uno dei principi generali stabiliti nel codice di comportamento aziendale comunale: “nella redazione dei testi scritti ed in tutte le altre comunicazioni, il dipendente adotta un linguaggio chiaro e comprensibile”⁷.

⁷ Articolo 3, punto 8 del Codice disciplinare

Anche se il linguaggio vero e proprio dell'amministrazione, quello degli atti, deve rispettare precise regole formali, tali regole non devono pregiudicare la chiarezza del testo, che deve essere comprensibile anche a persone prive di una preparazione specifica. A questo tema l'ente Parco di Tepilora dedicherà particolare attenzione, parallelamente a una crescente attenzione alla trasparenza e alla comunicazione con gli utenti in genere. Si segnalano le iniziative che si stanno intraprendendo per la standardizzazione e razionalizzazione dei testi delle deliberazioni e delle determinazioni dirigenziali. Saranno previsti corsi di formazione sul tema, con l'obiettivo di diffondere sempre più all'interno dell'organizzazione la sensibilità necessaria per prendersi cura del testo e renderlo sempre chiaro e accessibile.

Vi è infatti la consapevolezza che non solo l'efficacia della comunicazione e del servizio, ma anche l'effettiva trasparenza amministrativa, trovano una loro componente essenziale nella chiarezza e comprensibilità dei testi. Un obiettivo che non si può mai considerare raggiunto una volta per tutte ma cui occorre tendere costantemente, tramite costante stimolo, iniziative di formazione e sensibilizzazione, controllo dei testi.

Chi se ne occupa: l'indicazione arriva dall'amministrazione, dalla segreteria generale e dai dirigenti. L'ufficio comunicazione fornisce all'occorrenza il supporto tecnico.

7. La strategia della comunicazione

L'Ente Parco prevede il perfezionamento dell'uso degli strumenti principali nella comunicazione e si pone come obiettivo immediato la messa a sistema della stessa attraverso alcuni **interventi prioritari** al fine di costruire e perfezionare una adeguata **strategia** per la **comunicazione**.

Abbiamo elencato i principali strumenti che il Parco attualmente adotta e intende adottare per lo sviluppo di una **efficace strategia di comunicazione**. Il *restyling* e l'adeguamento del già esistente sito internet dell'Ente Parco è l'impegno principale per la costruzione di una comunicazione coerente, integrata ed efficace, rappresentando infatti la principale vetrina dell'Ente: pertanto è fondamentale che tutte le informazioni presenti e le sezioni siano riorganizzate in maniera sistematica, a cominciare da alcuni interventi prioritari ed urgenti:

7.1. Intervento di revisione ed aggiornamento del sito web attuale www.tepilorapark.it:

- a) Perfezionamento delle sezioni “*Amministrazione trasparente*”, “*Atti*” e “*Albo pretorio*”;
- b) Sistemazione della sezione “*Ente gestore*” e inserimento dell'*organigramma*, ovvero descrizione dei principali organi del Parco e degli uffici che compongono l'Ente; attualmente manca una sezione in cui vengono presentati e descritti gli organi che compongono l'Ente Parco, le principali funzioni, gli uffici presenti, i profili professionali degli addetti;
- c) Eventuale sezione con “*opportunità di lavoro*”/collaboratori
- d) Perfezionamento della sezione “*Natura e Territorio*” con l'inserimento di un profilo socio-naturalistico dello stesso tenendo conto delle ricerche effettuate e in corso
- e) Realizzazione della Sezione “*Educazione ambientale*” e “*Centri visita*” e collaborazione con i CEAS (profilo e breve descrizione dei 4 CEAS del territorio del Parco, attività inerenti al Parco, aggiunta dei link ai siti o alle pagine social dei CEAS)
- f) Aggiornamento di *photogallery* e *videogallery* a cura dell'Ufficio Stampa
- g) Allestimento Sezione “*Progetti*” con una descrizione dei progetti svolti dal Parco, in corso e in previsione
- h) Collegamento con la pagina web della Riserva di Biosfera TPM attraverso logo e link al sito della stessa
- i) Realizzazione e collegamento alla pagina web dell'area RAMSAR della foce del rio Posada

L'Ente Parco prevede il coinvolgimento della figura di un **Web Master** e di mettere a punto attraverso un **Social Media Team**, guidato da un Coordinatore per i social media (ovvero l'Ufficio Stampa), un aggiornamento delle pagine attualmente esistenti attraverso una ricognizione delle informazioni presenti in rete nei siti e nelle pagine istituzionali e non istituzionali.

7.2. L'identità dell'Ente e il Regolamento d'uso del Logo del Parco

L'Ente Parco si identifica attraverso il suo logo, simbolo approvato dall'Assemblea e riconosciuto, ha diritto all'utilizzo esclusivo del proprio nome e del proprio emblema.

È necessario regolamentare la concessione d'utilizzo del proprio nome e del logo nel caso di patrocinio o collaborazioni operative dell'Ente Parco a supporto di altri soggetti terzi che promuovano iniziative o eventi che soddisfino le finalità istitutive dell'Ente.

7.3. L'adeguamento della Segnaletica

È oggi necessaria la costruzione e l'adeguamento di un sistema di segnaletica completo e accurato è che possa consentire agli utenti, ai fruitori e ai visitatori di raggiungere con sicurezza e senza troppe problematiche il Parco e le strutture/uffici ad esso afferenti. Anche le diverse strutture aderenti al sistema del Parco, come i CEAS, seppure autonome nel realizzare la propria segnaletica, lo faranno nel rispetto dell'immagine coordinata dell'ente.

7.4. Il perfezionamento dell'accordo e della collaborazione con i CEAS

I CEAS dei 4 comuni del Parco svolgono un'importante funzione educativa e di promozione delle finalità istitutive dell'Ente, collaborando attivamente alle attività ed iniziative. Sarebbe auspicabile un perfezionamento del partenariato con i CEAS che rappresentano dei presidi importanti del territorio e un punto di contatto fondamentale tra la cittadinanza e l'Ente

8. La comunicazione interna

Abbiamo fatto riferimento più volte ad aspetti di comunicazione interna. Accenniamo qui in termini generali a questo importante fronte, precisando che per dare forma e metodo alle azioni di comunicazione interna sarebbe opportuno elaborare un vero e proprio piano dedicato.

Con l'espressione comunicazione interna (o **organizzativa**) ci riferiamo all'insieme delle "attività che favoriscono e diffondono i valori dell'ente, la conoscenza delle strategie amministrative e l'organizzazione del lavoro"⁸. Possiamo intenderla dunque come "messa in comune di esperienze, valori, responsabilità, creazione di identità e di condivisione dei processi organizzativi". In tal senso la comunicazione interna è anche motore dello sviluppo dell'organizzazione e leva strategica nella gestione del cambiamento.

Inoltre, la comunicazione interna svolge un ruolo complementare e funzionale rispetto alla comunicazione esterna. Infatti non è possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se il livello della comunicazione interna non è altrettanto efficace, trasparente e completo.

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 (tramite rete intranet e altri strumenti uno a molti), partecipazione al cambiamento (incontri e condivisione 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.

Lo scenario attuale in cui vive la pubblica amministrazione si caratterizza per un forte impulso al cambiamento. Per poter gestire tale processo, occorre poter contare su personale informato, motivato, coinvolto e partecipe del cambiamento stesso e ciò richiede di "rielaborare e far evolvere il sistema di significati e valori dell'organizzazione coerentemente con le nuove linee strategiche"⁹. Appare evidente dunque come in ogni fase del cambiamento la comunicazione interna rappresenti leva imprescindibile, e un piano di comunicazione interna uno strumento necessario.

I principali strumenti di comunicazione interna attualmente in uso nel Ente Parco di Tepilora sono - oltre agli incontri con il personale per la condivisione e illustrazione di decisioni - la posta elettronica e WhatsApp. Queste due piattaforme mostrano oggi i segni del tempo e una certa inadeguatezza rispetto alle mutate esigenze dell'organizzazione, in quanto non permettono di cogliere a pieno tutte le opportunità di comunicazione offerte oggi dalle tecnologie informatiche. Occorre oggi accompagnare anche con le tecnologie il passaggio da un sistema di comunicazione unidirezionale e gerarchico a un

⁸ "Diritto di parola", Alessandro Rovinetti, 2002

⁹ «Il piano di comunicazione delle amministrazioni pubbliche», a cura del Dipartimento della Funzione Pubblica, Edizioni scientifiche italiane, Napoli (2004), pag. 117

sistema di dialogo orizzontale e paritario, attivare ambienti di collaborazione e condivisione on line, sperimentare strumenti di community. Per questo è stata già immaginata una rete con l'introduzione di strumenti di comunicazione interna innovativi (come una chat interna e servizi on line personalizzati).

Compatibilmente con le risorse disponibili, tali iniziative e strumenti di comunicazione interna potranno essere sviluppati in seguito, secondo un disegno che troverà spazio nelle versioni future del presente piano.

9. Comprendere l'efficacia della comunicazione

Le specifiche azioni o piani di comunicazione che l'ente Parco di Tepilora attuerà nel corso dell'anno faranno riferimento al presente piano, richiamandone il contesto, gli obiettivi generali, gli strumenti disponibili e le modalità con cui essi vengono gestiti. Per conoscere di volta in volta **l'efficacia della comunicazione** effettuata sarà necessario individuare specifici indicatori, qualitativi e quantitativi, tarati sugli obiettivi dati.

Per conoscere e valutare l'efficacia dell'attività di comunicazione è possibile svolgere un'analisi di tipo quantitativo, basandosi su indicatori misurabili (ad esempio tempi, costi, numero di accessi, incontri, comunicati, segnalazioni ricevute, eccetera). A tale proposito occorre fare qui alcune precisazioni. La disponibilità dei dati utili a misurare l'efficacia della comunicazione è molto differente a seconda degli strumenti: per quanto riguarda il web e in particolare i social network esistono strumenti di analisi estremamente dettagliati. Tuttavia i numeri possono essere fuorvianti, ad esempio il numero di iscritti alla pagina Facebook fornisce un dato solo apparentemente significativo: il valore che può dirci veramente qualcosa dell'efficacia comunicativa è il numero delle persone effettivamente coinvolte. Analogamente, su Twitter hanno più significato le interazioni e i retweet che non il numero di followers o il numero di tweet pubblicati. Ciò premesso, questo metro di analisi sull'efficacia della comunicazione è solo in parte condivisibile. Le informazioni trasmesse dal Parco vista la sua natura di ente, non è detto che siano sempre, ad alto "appeal virale" (vedi ad es. orari di apertura degli uffici). E quindi sarà difficile pretenderne la condivisione o il retweet. Altro discorso meritano post per immagini, come per esempio si potrebbe fare su Instagram, che certamente favorirebbero una viralità molto più elevata. È bene comunque tenere conto del fatto che un numero elevato di follower, affiancato a una alimentazione costante dei profili, dimostra sempre la potenziale forza di un canale social.

La piattaforma per le segnalazioni online SOL contiene in sé la possibilità non solo per l'operatore, ma anche per qualunque utente di verificare via web, liberamente e in tempo reale, l'esito della segnalazione, i tempi di risposta e in definitiva l'efficacia del servizio stesso.

Per quanto riguarda l'attività dell'ufficio stampa gli indicatori numerici possono essere: numero comunicati inviati, numero foto inviate, numero conferenze stampa organizzate, numero medio giornalisti presenti alle conferenze stampa, pubblicazioni su organi di stampa dei materiali elaborati e inviati dall'Ufficio stampa, proposte e progetti comunicativi presentati formalmente e informalmente ai vertici dell'Ente Parco. E sui social la viralità dei prodotti presentati. (dati attualmente non rilevati).

Per quanto riguarda infine l'attività dell'URP, oggi siamo all'anno zero. Per poter disporre di questi dati sarebbe necessario (oltre all'entrata a regime dell'applicativo a ciò dedicato) organizzare diversamente il front office, il che è reso difficile innanzitutto da problemi logistici connessi alle strutture attualmente in uso all'Ente Parco.

Documenti richiamati nel presente piano

- Legge 150/2000 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”
- Direttiva Ministro per la Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 sulle attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni
- AA.VV. «*Il piano di comunicazione delle amministrazioni pubbliche*», a cura del Dipartimento della Funzione Pubblica / Formez, Edizioni scientifiche italiane, collana Cantieri (2004)
- Programma triennale per la trasparenza e l'integrità dell'Ente Parco di Tepilora - Anni 2020-2022
- Alessandro Rovinetti, “*Diritto di parola*”, 2002