



Linee Guida del Piano di Comunicazione

5. LINEE GUIDA PIANO DI COMUNICAZIONE

5.1 Premessa

Recenti indagini commissionate dal Dipartimento della Funzione Pubblica e realizzata dall'ISPO, indicano come sia forte nella popolazione l'attesa per una Pubblica Amministrazione vicina al cittadino, facilmente raggiungibile, veloce. Viene inoltre evidenziata l'importanza di un "Centro di prima informazione" a cui rivolgersi per avere informazioni di base su tutti i diversi soggetti pubblici/istituzionali.

A questa esigenza, e sempre in conformità agli indirizzi della legge 150/2000 (Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni) e della direttiva Frattini, risponde il progetto di uno "Sportello Interistituzionale" sull'Implementazione del Piano Strategico "Terre Sicane 2005-2015". Per garantire solidità a questa scelta strategica è necessario affinare le attività che gli uffici già svolgevano mediante il ricorso a strumenti essenziali per la comunicazione interna ed esterna.

Date queste premesse, **INEXT[®]**, come espressamente richiesto dal Capitolato Speciale d'appalto, elabora un piano di comunicazione coerente con gli indirizzi del "Piano Strategico Terre Sicane 2005-2015" e in grado di garantire l'assistenza tecnica necessaria per la sua attuazione. Il seguente piano è espressione diretta del carattere partecipato della formulazione del Piano Strategico e punta a definire un'azione integrata di **miglioramento della competitività promozionale del territorio**. In questo caso, la comunicazione non è intesa solo come uno strumento di diffusione delle informazioni riguardanti l'andamento della Pianificazione Strategica ma, accompagnando la stesura del Piano in ogni sua fase, diventa un insostituibile supporto all'organizzazione, alla semplificazione di metodi e procedure, all'ottimizzazione delle risorse e alla coordinazione dei soggetti che concorrono alla costruzione del "Piano Strategico Terre Sicane 2005-2015".

Obiettivo generale del piano di comunicazione è **produrre un valore aggiunto nella costruzione di un nuovo rapporto all'interno delle Amministrazioni e tra queste e la cittadinanza**, basato sull'efficienza e sulla trasparenza dell'azione amministrativa comunale, che possa favorire la partecipazione dei destinatari delle azioni alle scelte di



Linee Guida del Piano di Comunicazione

governo del territorio, agevolare la loro comprensione del processo in atto e corresponsabilizzarli al raggiungimento degli obiettivi.

Le **fasi del Piano di comunicazione** coerentemente con le richieste del Capitolato Speciale d'appalto sono:

- 1. Definire gli obiettivi**
- 2. Individuare i destinatari**
- 3. Scegliere le strategie, i contenuti, le modalità e gli strumenti da utilizzare**
- 4. Misurare i risultati**

5.2 Gli obiettivi generali del Piano di Comunicazione “Terre Sicane 2005-2015”

- Informare i soggetti interessati sui contenuti del Piano Strategico e sulle modalità di partecipazione, supportarli e orientarli nei momenti di contatto con l'Amministrazione;
- Attivare strumenti e strategie di comunicazione interna alle strutture comunali, per migliorare l'efficienza e l'efficacia dell'attività amministrativa e favorire il coordinamento interistituzionale;
- Promuovere nell'Amministrazione lo sviluppo della capacità di recepire e rielaborare stimoli esterni, in un clima di ascolto/informazione che permetta una maggiore condivisione del lavoro;
- Migliorare la comunicazione a tutti i livelli, al fine di ottenere un flusso bidirezionale di informazioni Ente-destinatario, utile per calibrare servizi e procedure e per promuovere un'immagine positiva dell'Amministrazione;
- Promuovere gli strumenti telematici per l'accesso e l'interazione tra utente e servizi informativi.

5.3 Destinatari della Comunicazione del Piano Strategico “Terre Sicane 2005-2015”

L'azione comunicativa avrà come riferimento aree diffuse di riferimento così sintetizzate:

- *Sfera sociale*: cittadini, famiglie, mondo della scuola, associazionismo, volontariato;
- *Sfera economica*: imprese, associazioni di categoria, organizzazioni sindacali e professionali



Linee Guida del Piano di Comunicazione

- *Sfera istituzionale*: Regione, Provincia, Enti Locali, USL, Agenzie per la Tutela Ambientale
- *Sfera della formazione*: Università, Centri di Studio e/o Ricerca, Sistemi Informativi, Professioni

Nel sopra indicato *target* di riferimento si evidenzieranno poi alcune tipologie di soggetti di particolare interesse, quali: Soggetti interessati dal Piano Strategico (opinione pubblica, operatori economici, Istituzioni...), Parti economiche e sociali, Media, ecc.

5.4 Modalità e Strumenti della Comunicazione

La comunicazione relativa al Piano Strategico "Terre Sicane 2005-2015" sarà in costante evoluzione e prevedrà molteplici strumenti (Internet, cd-rom, ipertesti, video, forum, workshops, newsletter, ecc.) che verranno sapientemente combinati in base al tipo di messaggio, di pubblico, di linguaggio, di effetto ricercato. Di seguito si elencano alcuni dei possibili strumenti attivabili in questa prima fase:

- **Newsletter** (da attivarsi con l'aiuto dei Comuni di Sciacca e dintorni e della Provincia di Agrigento);
- **Sito internet del Piano Strategico "Terre Sicane 2005-2015"**. Il sito istituzionale dei Comuni appartenenti al progetto delle "Terre Sicane 2005-2015" deve mantenere vivo lo spirito di partecipazione e di condivisione alla base del processo, favorendo lo scambio di informazioni, idee ed esperienze sullo sviluppo strategico del territorio. Il sito, inoltre, al fine di garantire la giusta visibilità al territorio deve prevedere una sezione che fornisca un servizio di informazione, sulle manifestazioni locali e sui siti ad alto interesse culturale, presenti nell'area (vedere Allegato per dettagli sito).
- Una delle operazioni più complesse della comunicazione, ma tra quelle più efficaci è l'ideazione di un **marchio identificativo** o logo, che sintetizzi la Visione Strategica del Piano Strategico "Terre Sicane 2005-2015" e l'immagine complessiva del territorio, per il quale occorre definire gli aspetti grafici (*lettering*, ecc.). Contestualmente allo studio del marchio è opportuno pianificare la creazione di una banca dati di selezioni fotografiche, di immagini e simboli della città da utilizzare per la campagna stampa e la produzione degli strumenti di comunicazione. Vanno



Linee Guida del Piano di Comunicazione

individuati soprattutto elementi e immagini simboliche in grado di garantire la percezione della visione complessiva che il Piano “Terre Sicane 2005-2015” intende promuovere. Questa è un’operazione che per quanto debba essere rivolta verso l’esterno è capace di rafforzare l’immagine del Piano Strategico anche agli occhi del pubblico interno.

- **Sito RECS (Rete delle città strategiche).** Alla rete aderiscono le città o agglomerati di città che si sono dotate della pianificazione strategica (o di “politiche strategiche”) quale strumento e processo innovativo di governo del territorio. L’iscrizione rappresenta un valido strumento di contatto e visibilità non solo a livello locale ma anche nazionale ed internazionale per tutti i soggetti coinvolti nel Piano Strategico “Terre Sicane 2005-2015”.
- Attivazione dell’**Urban Center-Casa del Piano:** un’unità organizzativa che presieda alle diverse fasi del processo di pianificazione strategica e che verrà in seguito integrata all’interno della struttura amministrativa del Comune. L’Urban Center – Casa del Piano si configurerà come:
 - **forum stabile** di discussione e strutturazione delle politiche urbane;
 - **luogo della promozione, della partecipazione e del dibattito** fra gli attori locali per la costruzione di politiche e progetti condivisi e per la facilitazione dei processi decisionali;
 - **luogo di costruzione del consenso** e di promozione della cultura della pianificazione;
 - **luogo di raccolta e divulgazione di informazioni** relative alle trasformazioni del territorio.

5.5 Verifica e Misurazione dei risultati

La campagna di comunicazione sarà tesa a fare del cittadino il partner di una relazione tale da ampliare significativamente la sua sfera di cittadinanza e riflettersi positivamente sulle attività gestionali degli Enti Locali. E’ quindi evidente l’importanza del monitoraggio dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi prestabiliti, basato su una rilevazione integrata, caratterizzata da elementi qualitativi e quantitativi, da realizzarsi nel corso dell’intera campagna di comunicazione e da analizzare nella fase intermedia ed al termine del percorso comunicativo.



Linee Guida del Piano di Comunicazione

5.6 Conclusioni: Azioni Concrete

La realizzazione di un'efficace comunicazione interna deve essere il primo passo che il Comune di Sciacca compirà per dar via al processo di Pianificazione Strategica. Durante la fase preliminare saranno focalizzati gli obiettivi generali per uno sviluppo sostenibile ed equilibrato del territorio e la loro comunicazione sarà affidata ai seguenti strumenti:

- **Schede di Progetto**, saranno utili strumenti di monitoraggio della situazione esistente e di ideazione di nuove proposte.
- **Forum dello Sviluppo** che verrà convocato per presentare ufficialmente la Metodologia del Piano Strategico Comunale e le valutazioni emerse dalle Schede.
- **Organizzazione di gruppi di lavoro** per la realizzazione di un proficuo confronto sociale e la discussione su tematiche quali, Sistema Turistico-Locale, Sistemi Produttivi e Politiche Sociali.
- **Recupero e analisi delle migliori tesi di laurea** elaborate da soggetti locali.
- **Schemi di Partenariato Istituzionale** che illustreranno le relazioni tra ciascun Assessorato e i Gruppi tematici.
- **Incontri e seminari e convegni formativi** saranno organizzati per diffondere le tematiche relative alla Pianificazione Strategica e per cogliere nuovi spunti di elaborazione del Piano.

I seminari e i convegni rappresentano una modalità di scambio di informazioni fra i soggetti aderenti al progetto nei quali apprendere una sintesi dei lavori svolti nel loro complesso; allo stesso tempo, i seminari, rappresentano una modalità efficace di presentazione dei risvolti a un pubblico più vasto interessato alle tematiche.



Linee Guida del Piano di Comunicazione

In particolare i seminari forniscono un momento di confronto con gli attori rilevanti per lo sviluppo locale, infatti, ogni seminario prevede in concreto l'intervento delle seguenti tipologie di soggetti:

- tecnici e professionisti esperti che hanno lavorato al progetto
- amministratori locali
- esperti esterni (*benchmarking*);
- attori locali rilevanti e interessati alle tematiche.

E' previsto, inoltre, un convegno finale da programmare dopo i seminari che, oltre a presentare i risultati del progetto a un pubblico più ampio, è l'occasione per presentare gli elaborati e i contributi emersi.

Gli eventi rappresentano un'occasione per informare gli attori locali sulle attività svolte, ascoltare gli attori stessi e allo stesso tempo prendere decisioni per garantire una migliore razionalizzazione delle risorse e concorrono a produrre soluzioni innovative per l'intero territorio e il benessere della collettività.

- **Documento finale** relativo alla prima fase diagnostica prevista dal Piano Strategico Comunale.