

ALLEGATO A)

PIANO DI COMUNICAZIONE GENERALE 2011

1. PREMESSA

Il Comune di Molinella, nel recepire la Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", il relativo regolamento attuativo e, successivamente, la "Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni" del 7 febbraio 2002, ha riconosciuto l'importanza strategica delle attività di comunicazione dell'Ente ed ha assegnato le specifiche funzioni necessarie per l'attuazione delle iniziative di comunicazione, nel rispetto delle rispettive competenze, al Servizio Comunicazione ed all'Ufficio Stampa.

Il Servizio Comunicazione è responsabile del coordinamento della comunicazione e cura la redazione del Piano di Comunicazione (di seguito PDC) secondo le indicazioni della normativa vigente, adattandole alle specificità organizzative della struttura.

Con il presente PDC si intende dare continuità ad un sistema metodologico attivo ormai da diversi anni, individuando gli obiettivi, la dotazione, le modalità di gestione e di utilizzo degli strumenti di comunicazione e le principali attività programmate per il 2011.

In quest'ottica, come i precedenti, il PDC 2011 detta alcune linee generali, che rappresentano i principi guida di tutte le iniziative di comunicazione, ribadendo che, affinché il sistema di comunicazione dell'Ente esista e funzioni, è necessario che la comunicazione divenga patrimonio culturale di tutto il Comune e che ognuno partecipi alla sua costruzione ed al suo sviluppo.

2. CONTESTO LOCALE

2.1 Contesto esterno

Il Comune di Molinella ha una popolazione di 15.824 abitanti (dato aggiornato a gennaio 2011) e le associazioni iscritte all'Albo comunale delle organizzazioni di volontariato del 2010 sono 64, di cui alcune impegnate in attività strategiche per il territorio.

Le associazioni, in accordo con i rispettivi Assessorati del Comune e le scuole del territorio, hanno avviato varie iniziative comuni e collaborano all'organizzazione di eventi vari (Fiera, Rassegne, ecc.).

E' presente anche la Pro Loco che, nel corso del 2010 ha realizzato una serie di iniziative volte a promuovere il territorio molinellese.

Il Comune collabora inoltre con la Regione, la Provincia e vari Enti pubblici per diversi progetti e servizi.

Varie iniziative di comunicazione, collegate all'organizzazione di eventi ed allo svolgimento di specifiche attività, sono quindi gestite in proprio ed autonomamente, seppure in raccordo con l'Amministrazione, da Enti esterni.

Anche in questo caso, è necessario condividere standard e processi di comunicazione, per garantire comunque qualità, efficacia ed efficienza.

2.2 La società patrimoniale in house del Comune.

Con delibera C.C. n. 85 del 17 dicembre 2007 è stata costituita una società patrimoniale in house del Comune di Molinella - denominata Molinella Futura srl - alla quale è stata affidata, in conformità alla legislazione vigente, la gestione del patrimonio e dei servizi pubblici del Comune e tutte le operazioni a ciò collegate, nonché l'organizzazione e la gestione diretta ed indiretta di attività varie di promozione del territorio, in raccordo con le strutture dedicate.

2.3 Contesto interno

La comunicazione interna precede quella rivolta ai pubblici esterni, in quanto da essa dipende non solo la correttezza delle informazioni veicolate con la comunicazione esterna, ma la qualità stessa dei servizi, che richiede dei collaboratori informati e partecipi.

Al riguardo, le figure preposte alla comunicazione sopra indicate non sono, o non sono in tutti i casi, produttori di informazioni o, meglio, non detengono l'informazione primaria, in quanto per lo più ricevono dati finali, diversi a seconda del destinatario al quale sono indirizzati (atti, moduli, decisioni, programmi, relazioni) per rielaborarli e tradurli rispettivamente in "comunicazione" o "informazione" rivolta ai media.

Dunque si conferma la necessità di un processo standardizzato, efficace e continuo dei flussi informativi interni.

Gli Uffici produttori di informazioni devono comunicarli agli Uffici produttori della comunicazione nei tempi - dettagliati nel presente PDC negli artt. 8.1.1, 8.1.2 e 8.1.3 - necessari per una divulgazione efficiente e tempestiva. I dati devono essere forniti integri e completi, affinché possano essere veicolati con l'indispensabile attendibilità, che rende l'operazione di comunicazione autorevole e utile.

Anche se è presente una struttura unica e professionalmente preposta con funzioni di pianificazione e coordinamento delle attività di comunicazione, come descritto nell'art. 5 del presente PDC, ogni servizio deve gestire la propria attività comunicativa interna ed esterna seguendo procedure e standard operativi omogenei in grado di garantire una comunicazione coerente e costante che possa far emergere un percorso ed una immagine comunicativa riconducibile all'Ente istituzionale nel suo complesso.

2.4 Punti di forza e di debolezza

Dall'analisi del contesto e dalle verifiche condotte sul PDC 2010 si conferma la necessità di rafforzare ulteriormente il sistema di comunicazione integrata avviato.

Al riguardo, come già emerso nei PDC precedenti, resta fondamentale il governo degli spazi di autogestione della comunicazione interna ed esterna, per ridurre i comportamenti non omogenei rispetto agli standard adottati.

Tali spazi portano talora gli attori interni ed esterni ad operare in modo univoco e settoriale, rendendo più difficoltosa, dispendiosa ed incoerente la gestione dei flussi comunicativi dell'ente.

Anche gli standard per la comunicazione interna, istituzionale e di servizio, sistematizzati in una loro prima versione fin dal primo PDC, non sono ancora condivisi ed applicati correttamente dall'intera organizzazione.

Il processo di partecipazione dei pubblici interni, infatti, presenta ancora andamenti discontinui, che vanno dal mancato rispetto dei minimi termini di preavviso in relazione alle singole iniziative fino all'omessa comunicazione.

Anche il processo di partecipazione dei pubblici esterni non è ancora standardizzato. Accanto ad esempi particolarmente riusciti, in cui le procedure di comunicazione vengono applicate in modo preciso ed il percorso è oggetto di costante miglioramento, si segnalano difficoltà non solo rispetto alla corretta applicazione di standard ma, prima ancora, nell'accettazione di percorsi comunicativi comuni.

Fra i punti di forza del contesto, si sottolinea la scelta di attribuire uno specifico ruolo alla comunicazione coordinata dell'ente, assegnandola ad uno specifico Servizio. Scelta che si propone da una parte di rendere più organiche, coerenti ed efficaci le azioni esterne di promozione e visibilità del Comune, agevolando anche un processo di conoscenza e condivisione all'interno dell'organizzazione, e al contempo di mettere il cittadino, singolo o associato, nelle condizioni di essere sempre informato nel modo più corretto.

Si segnalano anche le iniziative di benchmarking e l'adozione di una strategia organica che, oltre al PDC, comprende la programmazione degli eventi e delle manifestazioni.

3. FINALITA' DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il presente piano prosegue l'esperienza dei PDC precedenti e si propone come programma in itinere, oggetto di costante verifica ed adattamento, al fine di favorire lo sviluppo della comunicazione esterna ed interna dell'Ente attraverso la gestione coordinata di strumenti ed attività.

Negli ultimi anni, oltre ai media, ai canali tradizionali ed all'attività degli sportelli aperti al pubblico, referenti primari per l'utenza, la scelta strategica del PDC è stata quella di sviluppare e veicolare le attività attraverso la comunicazione on line.

La più recente normativa in materia conferma la correttezza di tale scelta e l'efficacia dell'impiego del sito istituzionale come strumento privilegiato per l'erogazione dei servizi a forte valenza pubblica.

4. DESTINATARI DEL PDC E ATTORI COINVOLTI

Le azioni di comunicazione previste nel presente PDC si rivolgono a:

1. aree organizzative dell'Ente;
2. altre amministrazioni /aziende pubbliche operanti o meno sul territorio;
3. aziende private operanti sul territorio;
4. istituzioni ed enti presenti sul territorio;
5. media, a cura del referente dell'Ufficio Stampa;
6. cittadini singoli o associati, con differenti profili.

Attori coinvolti e pubblici di riferimento vanno poi individuati in dettaglio per ciascuna iniziativa di comunicazione.

5. IL COORDINAMENTO DELLA COMUNICAZIONE

L'elaborazione del PDC a cura del Servizio Comunicazione permette la pianificazione dell'attività comunicativa dell'Ente.

Il processo attraverso cui si perviene a tale elaborazione vede il coinvolgimento di tutte le Aree che forniscono le informazioni relative alle iniziative programmate per l'anno in corso, con indicazione delle relative modalità operative.

Il Servizio Comunicazione coordina tale attività, effettua l'analisi delle informazioni raccolte, finalizzata al miglioramento del sistema comunicativo ed all'implementazione dei relativi strumenti, di cui cura l'integrazione, nell'ottica della trasversalità.

A livello operativo, il Servizio Comunicazione si avvale dei canali di comunicazione interna ed esterna e degli strumenti già operativi, fra cui il manuale di gestione dell'immagine coordinata.

Il piano annuale degli eventi è un ulteriore strumento di pianificazione per l'organizzazione delle attività e raccoglie anche le principali iniziative organizzate da enti/associazioni esterni.

Gli eventi vengono pubblicati in corso d'anno sul sito internet che, tramite apposito applicativo, consente la ricerca delle informazioni.

Per le iniziative programmate annualmente, o sopravvenute nel corso dell'anno, il Servizio Comunicazione si avvale della collaborazione degli Assessorati, Settori e Uffici, che forniranno adeguate risorse finanziarie e personale proprio.

La caratteristica qualificante del PDC e la condizione primaria per la sua realizzazione è infatti la partecipazione e la collaborazione attiva di tutta l'organizzazione comunale.

Inoltre è opportuno saper valorizzare ogni forma di contributo, per realizzare progetti efficaci con il massimo risparmio di risorse.

Proprio in quest'ottica l'Amministrazione si adopererà anche a livello sovracomunale sulle iniziative ritenute strategiche, quali quelli rientranti in Invito in Provincia, Turismo in Pianura, Orizzonti di Pianura, SITUR ed altre.

Il Servizio Comunicazione collabora con l'Ufficio Stampa per le campagne di informazione su temi specifici e di pubblica utilità, quando è richiesto l'impiego dei canali dell'informazione mediata.

E' compito dell'Ufficio Stampa sviluppare un sistema strutturato di relazioni esterne con i media locali e regionali (radio, tv e testate varie), attivando gli strumenti più idonei, verificando la congruità dei canali già disponibili ed eventualmente ampliandoli.

6. LA RETE DEI REFERENTI

Per assicurare una comunicazione integrata e coordinata risulta essenziale fare squadra e lavorare insieme per diffondere e radicare la cultura della comunicazione all'interno dell'Ente.

Sono quindi previsti momenti di incontro nelle fasi di progettazione, realizzazione e verifica delle diverse azioni indicate nel PDC, con la partecipazione dei destinatari interni chiamati a parteciparvi.

I referenti fanno da tramite con il Servizio Comunicazione, per quanto riguarda l'attività di promozione ed informazione delle iniziative del Servizio di appartenenza.

Il Servizio Comunicazione, attraverso il rapporto con i referenti, deve poter mantenere una costante conoscenza ed aggiornamento continuo sulle esigenze di vari Settori e Servizi del Comune ed individuare eventuali spazi di collaborazione, in modo da ottimizzare l'attività di comunicazione ed eventualmente pianificare ulteriori azioni.

Allo scopo di migliorare la qualità dei servizi offerti, inoltre, possono essere attivate, a livello di conferenze di direzione e/o di servizio, apposite iniziative di informazione.

Quadro riassuntivo - IL SISTEMA DELLA COMUNICAZIONE

Servizio Comunicazione	Ufficio Stampa	Aree organizzative e Referenti
<p>Coordinamento attività di comunicazione e redazione PDC.</p> <p>Coordinamento editoriale, redazione e aggiornamento del sito internet del Comune.</p> <p>Coordinamento del sistema di immagine coordinata dell'Ente.</p> <p>Gestione degli strumenti di comunicazione di competenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sito internet • Cartelle in condivisione (intranet) • Newsletter elettronica • House organ • Manuale di immagine • Prodotti a stampa. (nel rispetto dei limiti del D.L. 78/2010) <p>Promozione di sistemi di comunicazione interna.</p> <p>Gestione diretta di campagne di comunicazione ritenute particolarmente strategiche.</p> <p>Utilizzo degli strumenti di comunicazione dell'Ufficio Stampa e delle Aree organizzative.</p>	<p>Redazione notiziario.</p> <p>Gestione rapporti con organi dell'informazione.</p> <p>Gestione di strumenti di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicati stampa • Notiziario comunale 	<p>Gestione delle proprie iniziative, nel rispetto delle procedure e degli standard operativi omogenei e mediante l'utilizzo di strumenti di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Front office • Cartelle in condivisione (intranet) • Prodotti a stampa (nel rispetto dei limiti del D.L. 78/2010). <p>Utilizzo degli strumenti di comunicazione gestiti dal Servizio Comunicazione e dall'Ufficio Stampa</p>

7. OBIETTIVI STRATEGICI E DEL PDC 2011.

Sviluppo e gestione della comunicazione interna ed esterna, a partire dall'applicazione degli standard adottati.

8. OBIETTIVI OPERATIVI

8.1) Comunicazione istituzionale e di servizio

Le attività di comunicazione pubblica implicano l'adozione di un linguaggio semplice e comprensibile e di strumenti e canali (ad esempio il sito internet e gli sportelli al pubblico) che favoriscano la chiarezza e la raccolta di informazioni da parte di cittadini che vogliono conoscere e utilizzare i servizi e le opportunità messe in campo dal Comune.

Al tempo stesso è necessario favorire il dialogo per conoscere le aree di criticità e di miglioramento. Alla base di un meccanismo virtuoso di customer relationship management (CRM – gestione della relazione con il pubblico/utente) deve essere posto un sistema efficace di scambio delle informazioni, *in primis* interno.

Al riguardo si intendono ribadire e rafforzare le modalità di scambio delle informazioni, così definite:

8.1.1. Gestione delle attività di comunicazione

I progetti di comunicazione che riguardano Settori e Servizi diversi, a prescindere dalla modalità di realizzazione e strumentazione adottata, vanno sempre concordate con il Servizio Comunicazione fin dalla fase ideativa.

I progetti, nonché le bozze di tutti prodotti a stampa (es. volantini, manifesti), riferite alla comunicazione esterna, vanno presentate al Servizio Comunicazione prima di procedere alla realizzazione e/o la pubblicazione e comunque sempre prima della loro divulgazione al pubblico.

I Settori/Uffici interessati avranno pertanto cura di programmare i termini di progettazione **in modo da garantire preventivamente l'espletamento della procedura di comunicazione interna.**

I Settori/Uffici interessati, nell'espletamento della procedura di comunicazione interna, si impegnano a fornire tutta l'eventuale documentazione necessaria, i referenti, i recapiti e gli orari.

8.1.2. Modalità di invio delle comunicazioni

Tutta la documentazione relativa ad iniziative e/o comunicazioni e/o erogazione dei servizi, da veicolare con qualsiasi modalità al pubblico, deve essere fornita **esclusivamente in formato elettronico**, impiegando standard informatici comuni.

8.1.3. Attività di comunicazione on line

Il materiale necessario alla redazione delle pagine web e da pubblicare sul sito, dovrà pervenire **esclusivamente in formato elettronico, via e-mail, con almeno 7 giorni lavorativi di anticipo**, ovvero, se si tratta di pubblicazioni periodiche, entro la data concordata, salva l'ipotesi di redazioni particolarmente complesse e comprendenti diverse pagine, per le quali potranno essere concordati termini più ampi.

Le comunicazioni/informazioni vanno inoltrate all'indirizzo: redazione@comune.molinella.bo.it, oppure all'indirizzo della responsabile del Servizio Comunicazione, precisando per ciascuno di essi:

***Data/e dell'iniziativa/e**

Orario di inizio (se previsto) – Scadenza (se prevista)

***Luogo di svolgimento, con indicazione della via e del numero civico**

***Titolo dell'iniziativa (senza abbreviazioni)**

Indicazione dell'Ufficio promotore e/o eventuali collaborazioni, anche esterne

Ulteriori informazioni ritenute utili (recapito telefonico, e-mail, ecc.).

Le indicazioni contrassegnate da asterisco sono obbligatorie per la pubblicazione su internet (se si tratta di eventi).

Per quanto concerne la pubblicazione di bandi di gara, esiti, concorsi, fino all'emanazione di ulteriori disposizioni in materia di Albo Pretorio on line, è indispensabile fornire tutto il materiale, nella versione definitiva ed integrale, in un unico file in formato word, pdf o file zippato.

Va sempre specificato indicato il periodo di pubblicazione (dal ...al...) ed i termini di esecutività.

Per qualsiasi eventuale correzione e/o integrazione è indispensabile ripresentare sempre i files completi.

Albo pretorio on line

A partire dal 1 gennaio 2011, in applicazione dell'art. 32 della L. 69/2009, è pienamente operativo l'Albo Pretorio on line, lo spazio web dedicato all'affissione degli atti destinati per legge, regolamento o disposizione comunale alla conoscenza pubblica.

Dalla suddetta data la pubblicazione sul sito rappresenta l'unico modo di assolvere agli obblighi di pubblicità legale per gli atti per i quali è prescritto tale adempimento.

Bandi e gare e concorsi sono invece attualmente pubblicati nelle sezioni del sito dedicate disponibili da diversi anni, in attesa dell'emanazione delle disposizioni attuative, che potrebbero diversamente disporre.

Restano inoltre salve le pubblicità da effettuare sulla G.U. italiana e dell'UE previste dal codice dei contratti pubblici e per specifiche pubblicazioni per le quali il cambiamento è prorogato al 2013.

Restando salve le indicazioni generali richiamate, le specifiche relative alle pubblicazioni degli atti sull'albo pretorio on line sono state oggetto di direttive della Direzione Generale (Prot. 18884/2010 e 1702/2011), già inoltrate a tutti gli Uffici interessati.

Il Servizio Comunicazione non risponde comunque in alcun modo di ritardi nelle pubblicazioni dovuti al mancato rispetto delle specifiche o a ritardate o erronee comunicazioni da parte dell'Ufficio interessato.

8.1.4. Concessione del patrocinio

Il patrocinio del Comune può essere concesso a manifestazioni o iniziative di carattere istituzionale, sociale, culturale, scientifico, economico, sportivo, ritenute di particolare rilievo e significato per il Comune, non aventi scopo di lucro, promosse a livello locale, nazionale o internazionale e relative a interessi significativi per la città.

Fanno eccezione iniziative che, anche se a scopo di lucro, rientrano nei fini dell'Amministrazione comunale, promuovendone l'immagine ed il prestigio, nonché quando sia prevista una finalità di beneficenza e solidarietà.

Le iniziative per le quali si richiede il patrocinio devono essere comunque conformi alle finalità espresse dallo Statuto comunale.

I soggetti interessati devono presentare domanda, redatta sull'apposito modulo e debitamente sottoscritta, completa di tutti i dati e le informazioni (orario di inizio, luogo di svolgimento e titolo dell'iniziativa per cui viene presentata la richiesta), con un congruo anticipo.

La Giunta Comunale, qualora ravvisi che ne sussistono i presupposti, concede il patrocinio.

L'avvenuta concessione va comunicata a cura dell'Ufficio Segreteria all'/agli interessato/i e, in tutti i casi, al Servizio Comunicazione, con indicazione precisa dei termini e modalità di divulgazione.

La concessione del patrocinio non comporta di per sé benefici finanziari o agevolazioni a favore delle iniziative per le quali viene accordato; tali ulteriori interventi devono essere richiesti separatamente nei termini e con le modalità stabilite dai vigenti regolamenti.

Il patrocinio del Comune autorizza il soggetto richiedente, limitatamente alla manifestazione, all'iniziativa o al progetto per il quale è concesso, all'utilizzo del logo del Comune, secondo le specifiche indicate al punto 8.3).

Il patrocinio deve essere reso pubblicamente noto dal soggetto che lo ha ottenuto mediante esposizione sui manifesti e sul materiale pubblicitario dell'iniziativa o della manifestazione della seguente dicitura: "con il patrocinio del Comune di Molinella".

Copia del materiale pubblicitario da realizzare per l'iniziativa patrocinata va sempre consegnata al Servizio Comunicazione.

Il Comune può disporre controlli, per accertare la corretta utilizzazione della concessione del patrocinio e assegnare all'interessato un termine per l'eventuale regolarizzazione.

In ogni caso, il Comune può ritirare il proprio patrocinio ad un'iniziativa quando gli strumenti comunicativi della stessa o le sue modalità di svolgimento possano risultare negativi rispetto al ruolo e all'immagine dell'Amministrazione.

8.2. Gestione e sviluppo del sito web.

Il sito internet del Comune di Molinella (www.comune.molinella.bo.it), con una media di oltre 30.000 pagine visitate mensilmente e centinaia di documenti ed atti consultabili, è diventato uno strumento di lavoro imprescindibile, il cui uso, sia da parte dell'utenza interna, sia esterna, si è fatto sempre più maturo e consapevole.

Mediante il costante aggiornamento, l'indicizzazione periodica del motore di ricerca interno, il posizionamento rispetto ai principali motori di ricerca esterni (Google su tutti) e l'analisi mensile dei log di accesso, l'Amministrazione dispone di uno strumento informatico facilmente navigabile, nel quale reperire le informazioni desiderate nel modo più semplice ed intuitivo e nel minor tempo possibile.

Il sito istituzionale segue inoltre le prescrizioni in materia di accessibilità ed usabilità, secondo le disposizioni fissate a livello internazionale e successivamente affermate anche in ambito nazionale con la L. 4/2004 (Legge Stanca), il D.M. dell'8 agosto 2005 (All. A), il D.L. 82/2005 (Codice dell'amministrazione digitale) e successive modifiche e la L. 67/2006.

Oltre all'area centrale riservata alle news, pubblicate con cadenza quasi quotidiana, il sito è organizzato per canali tematici, secondo quattro sezioni-guida: Il Comune, la nuova Guida ai Servizi, Vivere a Molinella e Servizi online.

Tutte le sezioni sono mantenute costantemente aggiornate, malgrado le sopra descritte perduranti difficoltà ad ottenere informazioni tempestive e dettagliate e/o la necessaria documentazione da parte di alcuni Uffici, mentre sono particolarmente efficienti alcuni canali di comunicazione posti in essere con pubblici/soggetti esterni.

Nel corso del 2010, oltre al menzionato Albo Pretorio on line, sono state attivate la sezione specificamente dedicata al Sistema Informativo Territoriale con relativo link, la sezione relativa al servizio People SUAP con relativo link e modificate e ampliate diverse parti statiche.

In adempimento a quanto disposto dall'Art. 67 comma 11 della Legge n. 133/2008, dall'Art. 21, comma 1, della Legge n. 69/2009, dall'Art. 11 comma 8 e dall'Art. 68 comma 2 del Decreto Legislativo n. 150/2009, sono state aggiornate periodicamente apposite sezioni.

Per l'anno 2011, oltre al costante mantenimento del livello qualitativo generale del sito istituzionale, sono in programma alcuni importanti adattamenti conseguenti alla piena applicazione delle "Linee Guida per i siti web della PA" (art. 4 della Direttiva 8/09 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione) e del D.Lgs. n. 235 del 30/12/2010 (Modifiche al Codice dell'Amministrazione Digitale - D.Lgs. n. 82/2005), che richiederanno l'impegno e la collaborazione dell'intera struttura comunale.

Il costante aggiornamento ed adeguamento del sito richiede un lavoro continuo e sempre più impegnativo, in termini quantitativi e qualitativi.

Si ribadisce che niente di quanto è presente sul sito si crea da solo, generato da software miracolosi, ma va progettato, in modo coordinato ed omogeneo, redatto ed editato.

Per il suddetto motivo, per i continui e crescenti adempimenti normativi connessi alle pubblicazioni on line e per la scelta di accentrare il lavoro redazionale esclusivamente presso il Servizio Comunicazione, composto dalla sola responsabile, **non è assolutamente possibile prescindere dal rispetto delle regole precisate negli artt. 8.1.1., 8.1.2. e 8.1.3.**

Sono parimenti imprescindibili le specifiche individuate per le pubblicazioni sull'albo pretorio on line.

8.3. Gestione coordinata dell'immagine dell'Ente – obiettivi della gestione coordinata del logo e della sua riconoscibilità.

L'identità visiva dell'Ente è un'operazione complessa che ha come fondamento la ripetitività nel tempo e la sua coerenza formale e rappresenta garanzia del diritto dei cittadini di ricevere dall'Amministrazione un'informazione corretta, puntuale e chiara.

Dal 1 gennaio 2007 è operativo il manuale per l'uso dell'immagine coordinata del Comune di Molinella, approvato con deliberazione di Giunta n. 123 del 31 luglio 2006: un intero programma di identità visiva, destinato a rendere immediatamente riconoscibile ogni espressione e messaggio dell'Amministrazione comunale.

Nel manuale vengono evidenziati e disciplinati alcuni metodi comunicativi con lo scopo di:

- promuovere un'immagine unitaria, identificabile e riconducibile all'Ente;
- effettuare una semplificazione grafica in modo da ottenere una comunicazione più ordinata, coerente e quindi anche più comprensibile e fruibile;
- stabilire regole uniformi da condividere con tutti i soggetti, interni ed esterni, che si trovano a dover promuovere gli interventi comunicativi effettuati dall'Ente.

Le specifiche dell'identità visiva sono pubblicate nella cartella in condivisione G e sono diventate in gran parte patrimonio comune dell'intera organizzazione, portando alla progressiva adozione dei nuovi standard precisati nel Manuale per l'uso dell'immagine coordinata del Comune di Molinella.

8.4. Comunicazione interna.

La necessità di consolidare il PDC inteso come insieme di azioni di comunicazione integrata non può prescindere dalla comunicazione interna per rendere l'organizzazione consapevole di se stessa, dei punti di forza e di miglioramento.

Conoscere e conoscersi, mediante l'adozione di un linguaggio chiaro e di processi organizzativi coerenti e condivisi – al fine di raggiungere obiettivi comuni – è sicuramente una modalità per sviluppare questa consapevolezza e il senso di appartenenza all'organizzazione.

Nel caso del Comune di Molinella, tale aspetto deve essere divulgato, dove esistono già aree di eccellenza nell'ambito della comunicazione interna ed organizzativa, e sviluppato, attraverso un sempre più rigoroso presidio degli standard e dei processi di scambio delle informazioni, dove si riscontrano criticità ed ambiti di miglioramento, come sopra precisato.

Al riguardo, **si rinvia integralmente alle procedure dettagliate per la comunicazione istituzionale e di servizio illustrate negli artt. 8.1.1, 8.1.2 e 8.1.3. del presente PDC.**

9. STRUMENTI

Il Servizio Comunicazione realizza i propri compiti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa, utilizzando prevalentemente gli strumenti classici della comunicazione diretta al pubblico.

Le forme tipiche di comunicazione istituzionale e di servizio sono:

- canali dell'informazione mediata e front-office;
- monitoraggi quali/quantitativi sugli accessi;

- modulo suggerimenti/reclami. La funzione viene supportata anche dal modulo on line che mantiene un archivio degli interventi richiesti;
- analisi ed elaborazione dei dati dell'utenza. Anche tale funzione viene supportata dalle applicazioni del sito;
- report e relazioni periodiche agli organi politici e gestionali;
- sito web (cfr. art. 8.2);
- newsletter elettronica, inviata settimanalmente agli abbonati ogni venerdì;
- cartelle in condivisione;
- eventuali guide e pubblicazioni;
- house organ (In Comune), mensile in allegato al cedolino;
- notiziario (Il Comune di Molinella Informa);
- pubblicazione volantini, depliant, manifesti;
- partecipazione a fiere e convegni;
- incontri e iniziative in collaborazione con associazioni, Pro Loco e altri enti.

A sua volta, l'Ufficio Stampa realizza i propri compiti avvalendosi degli strumenti ritenuti più opportuni per l'espletamento delle singole funzioni:

- notiziario comunale;
- comunicati stampa;
- conferenze stampa;
- comunicazioni a carattere pubblicitario, se richieste dall'Amministrazione;
- trasmissione e diffusione dell'informazione degli uffici;
- incontri con il Sindaco, assessori, dirigenti e personale;
- incontri e iniziative in collaborazione con associazioni, Pro Loco e altri enti.

L'articolo 6 comma 8 del D.L. 78/2010 prescrive che “a decorrere dall'anno 2011 le amministrazioni pubbliche *omissis* non possono effettuare spese per relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e di rappresentanza, per un ammontare superiore al 20 per cento della spesa sostenuta nell'anno 2009 per le medesime finalità”.

Conseguentemente si rende indispensabile razionalizzare e rimodulare l'impiego degli strumenti di comunicazione del Comune, a partire dai tradizionali prodotti a stampa, privilegiando gli strumenti di comunicazione on line sopra descritti.

10. EMAS – ANNO 2011.

La comunicazione ambientale e la partecipazione della cittadinanza ad eventi culturali volti a promuovere uno stile di vita sostenibile, sono obiettivi fondamentali nella politica dell'Ente.

In questa direzione l'Amministrazione ha attivato il progetto EMAS con l'intento di coinvolgere l'intera attività e struttura dell'Ente verso un obiettivo concreto di sviluppo sostenibile.

In quest'ottica, sono state diffuse presso tutti gli Uffici delle norme comportamentali volte a ridurre i consumi e a riciclare i rifiuti interni.

Dal 2010 per la stampa si utilizza carta con certificazione FSC, una certificazione riconosciuta a livello internazionale che garantisce che la carta proviene da foreste certificate per la corretta gestione ambientale e sociale (rispetto dell'ambiente, della biodiversità e dei diritti delle popolazioni locali) e sostenuta dai maggiori gruppi ambientalisti mondiali quali Green Peace e WWF e numerose istituzioni.

Per quanto concerne le attività programmate in materia, evidenziate nell'All. B, particolare attenzione viene prestata all'educazione ambientale.

11. BUDGET

Allo scopo di razionalizzare le spese di comunicazione e ottenere economie di scala, per le iniziative di comunicazione va previsto uno specifico budget che garantisce la copertura finanziaria delle azioni di comunicazione previste nel PDC.

Le azioni programmate per l'anno 2011 sono inserite nel PEG di servizi e settori competenti.

Le iniziative di comunicazione non previste possono essere promosse e realizzate per particolari esigenze sopravvenute nel corso dell'anno, compatibilmente con le risorse disponibili. In quest'ultimo caso, i servizi e settori proponenti sono tenuti a fornire risorse proprie tali da garantire la completa realizzazione dell'iniziativa.

I budget relativi a ciascuna iniziativa saranno dettagliati per ciascuna iniziativa prevista.

12. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Il monitoraggio e la valutazione dei risultati hanno lo scopo di verificare l'efficacia dello strumento rispetto agli obiettivi sia rispetto alle singole iniziative sia rispetto all'impatto complessivo sull'organizzazione.

In particolare la valutazione verterà su:

- 1) area di miglioramento nella definizione delle risorse e degli strumenti
- 2) congruenza delle azioni con gli obiettivi predefiniti per le singole attività
- 3) livello di integrazione fra gli strumenti
- 4) livello di attuazione degli standard previsti
- 5) livello di efficacia rispetto ai pubblici (mediante l'ascolto delle indicazioni provenienti dall'interno e dall'esterno dell'organizzazione)
- 6) livello di coordinamento della rete dei referenti
- 7) nuove attività di comunicazione non previste nel PDC

La verifica dei risultati sarà parte integrante della piena realizzazione del PDC.

In particolare, sarà necessario controllare costantemente:

1. la diffusione, la comprensione e l'accettazione dei messaggi;
2. la scelta ed il corretto funzionamento dei circuiti e dei flussi informativi;
3. i comportamenti organizzativi degli operatori interni.

La diffusione dei risultati ottenuti potrà seguire due direzioni:

1. la diffusione interna per valutare la comunicazione ed accrescere la consapevolezza degli attori interni;
2. la diffusione esterna, per contribuire alla visibilità del Comune in senso positivo.