



Provincia di Reggio Calabria

***Sett.1 "Segreteria /Direzione Generale – Giunta – Contratti- Assistenza
Giuridica/Amministrativa ai Comuni"***

***PIANO DI COMUNICAZIONE
ANNO 2013***

Reggio Calabria, Maggio 2013

SOMMARIO

- 1. Premessa**
- 2. Obiettivi e strumenti comunicazione**
- 3. Le risorse economiche**
- 4. Monitoraggio e Valutazione**

Premessa

L'elaborazione del Piano di Comunicazione, oltre ad essere un obbligo espresso dalla legge 150 del 7 giugno 2000, contribuisce a rendere effettivo uno dei principi base della direttiva in materia di comunicazione pubblica del 7 febbraio 2002, che attribuisce alla comunicazione una funzione dell'agire amministrativo, legittimandola.

"La comunicazione pubblica – riporta la sopra citata direttiva (nota come direttiva Frattini)- cessa di essere un segmento aggiuntivo e residuale dell'azione delle pubbliche amministrazioni, e ne diviene parte integrante, così come accade da decenni alle imprese che agiscono nel mercato dei prodotti e dei servizi".

Nell'ultimo decennio sono avvenute nel sistema amministrativo modifiche tali da imporre il problema della comunicazione tra poteri pubblici e cittadini come uno degli elementi cruciali della modernizzazione. Migliorare il rapporto con i cittadini, attraverso adeguate azioni di comunicazione, è un'esigenza specifica dell'attuale evoluzione del sistema pubblico.

La comunicazione efficace costruisce sistemi di relazione a sostegno degli obiettivi dell'Amministrazione; l'amministratore pubblico trova il proprio legittimo riconoscimento, se riesce, attraverso la comunicazione, a far percepire il proprio contributo al raggiungimento degli obiettivi e se questi ultimi vengono ritenuti positivi dai destinatari dell'azione amministrativa.

La "qualità" di una Amministrazione esiste, pertanto, solo se è percepita, quindi va adeguatamente comunicata.

Il compito, dunque, non è solo quello di fare e fare bene, ma diventa essenziale farlo apprezzare, far capire che i "servizi" offerti contengono un valore in più, un beneficio per i cittadini.

Una buona Comunicazione sostiene una buona Amministrazione e così viceversa.

In questo contesto, la Comunicazione diventa una necessità e non più una scelta o opzione, diventa quindi una funzione essenziale e strategica per l'Amministrazione.

Il piano di comunicazione, pertanto, in quanto strumento che serve a programmare le azioni di comunicazione di una organizzazione in un certo arco temporale, aiuta il governo della comunicazione, nel senso che ne consente la finalizzazione (il perché comunichiamo), ne individua gli attori (chi comunica e a quali destinatari viene rivolto il messaggio), ne indica i prodotti (gli obiettivi che l'amministrazione intende realizzare) e con quali strumenti e risorse si intende supportare l'attività.

Ciò premesso, il presente Piano, relativo all'anno 2013, evidenzierà la scelta degli obiettivi strategici delle attività di comunicazione, i pubblici destinatari delle azioni di comunicazione, la scelta degli strumenti e dei media da utilizzare, nonché le risorse economiche necessarie per il perseguimento degli obiettivi e determinate nel rispetto delle disposizioni previste in materia delle somme da destinare per fini di comunicazione istituzionale.

Obiettivi e Strumenti Comunicazione

Per rendere effettivo uno dei principi base della Direttiva in materia di comunicazione e cioè *“attribuire alla comunicazione una funzione integrativa dell'agire amministrativo”*, nella redazione del nuovo Piano di comunicazione, è necessario focalizzare l'attenzione *su che cosa deve essere comunicato*.

Poiché la **Comunicazione** è efficace se è **a sostegno degli obiettivi che l'Amministrazione intende perseguire**, risulta implicito che, gli obiettivi che con il presente Piano si intendono perseguire saranno esplicitativi delle linee di intervento, dei programmi e delle iniziative che l'Ente ha avviato, avvierà e si propone di sviluppare nel corso dell'anno 2013.

Certamente la funzione comunicativa dell'Ente non si limiterà alle iniziative di tipo informativo o promozionale, bensì riguarderà anche il raggiungimento di specifici obiettivi strategici settoriali, per i quali sarà necessario effettuare una accurata selezione in virtù delle attività di comunicazione più significative, in particolar modo per quelle il cui messaggio in termini di ricaduta sul territorio potrebbe avere un notevole impatto.

Infatti, come in premessa evidenziato, il compito non è solo quello di fare e fare bene, ma è essenziale farlo apprezzare, in una parola *comunicarlo*.

Pertanto, il presente piano di comunicazione, in quanto strumento che serve a programmare le azioni di comunicazione di una organizzazione in un certo arco temporale, è finalizzato a dar valore e sostenere, previa deliberazione della Giunta provinciale, iniziative/azioni dell'Ente che saranno realizzate nell'anno 2013, attraverso un'adeguata informazione ed un'opportuna ed attenta comunicazione che, nel rispetto della normativa vigente in materia, in particolare alle disposizioni dettate dall'art. 41, commi 1 e 4, del D. Lgs. 31 luglio 2005, n. 177, differenzierà gli strumenti informativi in relazione ai diversi target di riferimento, mediante l'utilizzo dei media tradizionali (giornali, quotidiani, periodici, tv, radio ecc.), ma anche con l'impiego dei nuovi strumenti informatici (sito Internet, canale You Tube della Provincia, manifesti, brochure, locandine ecc.).

Al di là dei diversi target di riferimento e degli strumenti utilizzati, è bene precisare che l'efficacia della comunicazione relativamente al perseguimento dell'obiettivo da raggiungere sarà garantita dall'utilizzo di un linguaggio chiaro ed accessibile ai diversi destinatari, nonché adeguato alle loro esigenze, affinché possano risultare veramente interessati alla comunicazione ed in grado di interagire con essa.

Infatti, occorre sottolineare che, la comunicazione istituzionale investe tutte le situazioni di "relazione con il pubblico", nel senso che spesso la pubblica amministrazione diventa soggetto ricevente rispetto alle istanze dei cittadini, che sono invece trasmittenti, in quanto portatori di bisogni che abbiano rilevanza istituzionale.

Atteso ciò ed in linea con le recenti normative nazionali, come la legge n. 190 entrata in vigore il 28 novembre 2012, con il cui intervento normativo sono stati introdotti numerosi strumenti per la prevenzione e la repressione del fenomeno corruttivo nella Pubblica Amministrazione, nonché in conformità con l'obiettivo principale di questa Amministrazione che, come indicato nella Relazione sulle Linee Programmatiche presidenziali, è stato ed è quello di "*cambiare passo*"; uno degli obiettivi specifici del presente Piano di comunicazione potrebbe essere sintetizzato con lo slogan "*passiamo alla Legalità*".

"Cambiare passo" significa certamente "Passare alla legalità"

Il binomio inscindibile di *Sicurezza e legalità* rappresenta il primo punto delle dieci priorità indicate nelle Linee di mandato presidenziale, nonché il punto di partenza per il "perseguimento di un territorio vivibile".

Premessa ineludibile per questo progetto di rigenerazione sociale, è certamente il contrasto alla cultura della mafiosità e dell'illegalità.

All'illegalità bisogna rispondere nel quotidiano, dando prova di cittadinanza attiva nei gesti di ogni giorno e dando esempi di legalità che partano dai livelli istituzionali più alti fino ad ogni singolo nella propria vita sociale.

Nell'ottica di un' attenta lettura delle necessità primarie del territorio provinciale ed in linea con le dieci priorità, trova, inoltre, giusta collocazione una particolare attenzione, che con il presente Piano si intende rivolgere, al binomio "Ambiente e territorio".

Occorre innovare la concezione dello sviluppo del territorio, puntando su criteri rigorosi e permanenti di sostenibilità e responsabilità sociale nel campo ambientale, ai più vari livelli.

E' necessario ed indispensabile salvaguardare il presente per avere un futuro.

Obiettivo specifico del Piano di Comunicazione 2013, sarà, pertanto, anche quello di progettare messaggi di comunicazione istituzionale finalizzati al rispetto dell'ambiente.

Le risorse economiche

Relativamente alle risorse economiche, nel Piano Esecutivo di Gestione per l'Esercizio finanziario 2012, al cap. 326, denominato "Attività di Informazione e Comunicazione", assegnato al Settore 1 "Segreteria/Direzione Generale- Giunta- Contratti- Assistenza Giuridico/amministrativa ai Comuni" è stato attribuito uno stanziamento di € 20.000,00 per le attività di Informazione e Comunicazione.

Attesa l'esiguità dello stanziamento attribuito al cap. 326, pertinente alle attività di informazione e comunicazione, conseguente alla riduzione operata in applicazione ai tagli di spesa previsti dalla Legge n.122 del 30 luglio 2010, si rappresenta l'opportunità, nel redigendo Bilancio di Previsione per l'esercizio finanziario 2013, di confermare al Cap. 326, denominato "Attività di Informazione e Comunicazione", lo stanziamento di € 20.000,00.

Detto budget sarà impegnato, nel rispetto delle disposizioni dettate dall'art. 41, commi 1 e 4, del D. Lgs. 31 luglio 2005, n. 177, il quale stabilisce che *"Le somme che le amministrazioni pubbliche destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono inoltre risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici"*.

La somma che, in ottemperanza al D. Lgs. sopra menzionato, non rientra tra il budget destinato alla carta stampata, né tra quello previsto per radio e televisioni locali, previo atto deliberativo dell'Organo politico, potrà essere destinata al finanziamento di un concorso, riservato agli Istituti Scolastici Superiori ricadenti nel territorio provinciale, per la realizzazione di due spots televisivi e/o radiofonici, da trasmettere su TV e radio locali, come messaggi di Comunicazione Istituzionale con il conseguente impiego della somma obbligatoriamente destinata alle emittenti televisive e radiofoniche, riconducibili ai temi "Sicurezza e legalità" e " Rispetto dell'ambiente", temi che nella Scuola occupano un posto centrale.

Impegnare il budget la cui destinazione non è vincolata obbligatoriamente dalla legge vigente in materia di comunicazione istituzionale, per la realizzazione di quanto sopra indicato significherebbe non solo fare "Comunicazione", bensì anche investire nella sensibilizzazione alle tematiche civili, ambito la cui centralità è indiscutibile.

Alla luce di quanto sopra esposto, l'assegnazione della somma relativa al Cap. 326, pertinente all'attività di Informazione e Comunicazione, risulterà, ove resa disponibile, così suddivisa:

- Acquisto spazi su giornali quotidiani e periodici € 10.000,00
- Acquisto spazi su TV e radio locali € 3.000,00
- Su altri mezzi di comunicazione (realizzazione concorso) € 7.000,00

Monitoraggio e Valutazione

Per comprendere se quanto è stato programmato, ha prodotto gli effetti sperati, è indispensabile valutare il raggiungimento degli obiettivi.

La valutazione è il processo di verifica periodica dell'efficienza, efficacia ed impatto che il Piano è in grado di sviluppare rispetto agli obiettivi prefissati.

Considerata l'esiguità delle risorse, sarebbe bene avviare e predisporre, per il corrente anno, un tipologia di valutazione basata su indagini on line, che attraverso il portale dell'Ente, siano rivolti all'utenza, e formulati in relazione allo scopo prefissato.

La valutazione finale servirà a determinare il grado di raggiungimento degli obiettivi che l'Amministrazione ha inteso perseguire, nel corso dell'anno 2013, a misurare l'impatto che il Piano di comunicazione ha avuto sui pubblici di riferimento e le eventuali modifiche di comportamento e di opinione, considerato, per esempio che, per quanto riguarda, l'obiettivo specifico "Sicurezza e Legalità " la sicurezza genera la fiducia nelle Istituzioni e la fiducia nelle Istituzioni favorisce comportamenti orientati al rispetto delle regole.

La valutazione finale, relativamente agli obiettivi specifici del presente Piano, potrà essere effettuata attraverso dei questionari rivolti al cittadino, predisposti secondo il modello allegato.

Questionario ai Cittadini

Sesso:

- Maschio
- Femmina

Titolo di studio:

- Licenza elementare
- Licenza media
- Diploma
- Laurea

Età:

- Fino a 20 anni
- Fino a 30 anni
- Fino a 40 anni
- Fino a 50 anni

1. E' a conoscenza del fatto che la Provincia di Reggio Calabria ha tra le dieci priorità "Sicurezza e Legalità" ed "Ambiente e Territorio"?

- Sì No

2. Conosce le iniziative realizzate dalla Provincia di Reggio Calabria su tali temi?

- Sì No

Se sì, quali _____

3. Come è venuto a conoscenza di queste iniziative (*sono possibili risposte multiple*)

- Manifesti pubblicitari
- Stampa, radio, televisione
- Internet
- Altro

4. Come considera il ruolo svolto dalla Provincia di Reggio Calabria in relazione alle iniziative finalizzate alla promozione di "Sicurezza e Legalità" ed al rispetto dell' "Ambiente e Territorio"

- Irrilevante
- Positivo
- Fondamentale