



COMUNE DI MONREALE
Provincia di Palermo

VERBALE DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA MUNICIPALE

N. 161/IE

C O P I A

OGGETTO: Approvazione Piano di Comunicazione 2018

L'anno 2018, il giorno 10 del mese di AGOSTO in Monreale nella Sala destinata alle adunanze, si è riunita la Giunta Municipale con l'intervento dei Componenti i Signori:

Risultano presenti:

Avv. Capizzi	Pietro	Sindaco
Dott. Cangemi	Giuseppe	Vice Sindaco
Sig.ra Naimi	Paola	Assessore
Sig. D'Alcamo	Santo	Assessore
Sig. Gelsomino	Bartolomeo	Assessore
Dott. Zingales	Alessandro	Assessore

Risulta assente:

Sig. Li Causi	Rosario	Assessore
---------------	---------	-----------

Partecipa il Segretario Generale, Dott.ssa D. Ficano

Assume la Presidenza, il Sindaco, Avv. Pietro Capizzi, il quale, riconosciuta legale l'adunanza, dichiara aperta la seduta ed invita la Giunta a deliberare sull'argomento indicato in oggetto.

Proposta di deliberazione per la Giunta Municipale

Oggetto: Piano di comunicazione 2018 in attuazione della Legge 7/6/2000 n. 150

Premesso che lo Statuto del Comune di Monreale art. 2 lett. D valorizza e promuove la più ampia partecipazione dei cittadini e garantisce l'accesso agli atti e alle informazioni sulle l'attività dell'ente;

Considerato che tra gli obiettivi assegnati dall'Amministrazione Comunale al Capo servizio Ufficio Stampa per l'anno 2018 è compresa la predisposizione del Piano di Comunicazione;

Ritenuto che questo Piano rappresenta uno strumento per disciplinare le attività di informazione e comunicazione dell'Amministrazione secondo i principi di "trasparenza ed efficacia" necessarie per l'attivazione di pratiche di programmazione e progettazione sulle attività svolgersi, per raggiungere l'obiettivo di comunicare con l'esterno ovvero con la cittadinanza;

Vista la legge del 7 giugno 2000, n. 150 art. 1 comma 5 avente come oggetto "*Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni*" che disciplina le attività di informazione e di comunicazione finalizzandole a:

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

Preso atto che la comunicazione istituzionale costituirà un obiettivo strategico del DUP per il Bilancio Riequilibrato anno 2018 in quanto considerato strumento fondamentale nel rapporto tra istituzioni e cittadini, nonché strumento efficace per garantire la trasparenza e l'informazione sull'attività dell'ente ai cittadini, alle altre amministrazioni pubbliche ed alle diverse realtà associative;

Tutto ciò premesso:

Ritenuto necessario porre in essere una azione in grado di rendere i servizi, gli eventi e l'immagine dell'ente, maggiormente fruibili ai cittadini, andando ad ottimizzare tutti i processi comunicativi ed informativi dell'Amministrazione

comunale all'insegna del "principio di trasparenza" e di "corretta informazione", e in funzione degli standard richiesti dal precitato quadro normativo e dalle nuove tecnologie;

Ritenuto altresì di procedere alla messa a punto di strumenti rispondenti alle reali esigenze di comunicazione dell'ente, con l'obiettivo di sviluppare anche in raccordo con altre aree una strategia integrata, finalizzata al coordinamento delle iniziative di comunicazione;

Ravvisata l'opportunità di creare una immagine coordinata del comune e di avviare iniziative che consentono la presentazione sistematica del suo ruolo istituzionale e delle sue specifiche attività, individuando uno standard comunicativo

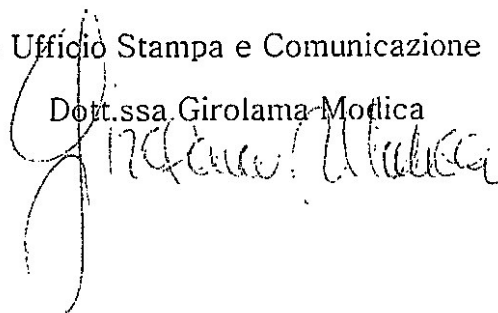
Preso atto che il Piano presentato è in sintonia con la normativa vigente e con le finalità in premessa esposte;

PROPONE

Approvare il Piano di Comunicazione che fa parte integrante del presente atto

Il Responsabile Ufficio Stampa e Comunicazione

Dott.ssa Girolama Modica



LA GIUNTA MUNICIPALE

VISTA la superiore proposta di deliberazione.

VISTO il D.Lgs. n. 267/2000.

VISTO il parere favorevole espresso ai sensi dell'art. 12 della L.R. n. 30 del 23/12/2000.

VISTO l'Ordinamento Amministrativo degli EE.LL.

Ad unanimità di voti favorevoli , espressi per alzata di mano, così come proclamato dal Sindaco,

D E L I B E R A

Approvare il Piano di Comunicazione che fa parte integrante del presente atto.

Su proposta del Sindaco

VISTA la L.R. n.44/1991;

VISTO l'Ordinamento Amministrativo degli EE.LL.;

Ad unanimità di voti favorevoli, espressi per alzata di mano, così come proclamato dal Sindaco;

D I C H I A R A

Il presente provvedimento di IMMEDIATA ESECUZIONE

P A R E R I

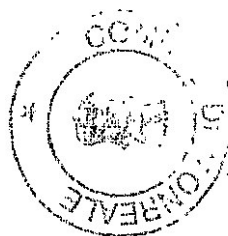
Proposta di deliberazione della GIUNTA MUNICIPALE avente per oggetto:

Esperita l'istruttoria di competenza;

Visto l'art. 12 della L.R. n. 30 del 23.12.2000;

Il Segretario Generale esprime parere **FAVOREVOLE**, in ordine alla regolarità tecnica, sulla proposta di deliberazione sopraindicata.

Data _____

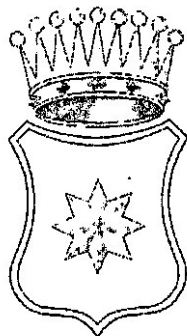


Il Segretario Generale
Dott.ssa D. Ficano

Il Dirigente dell'Area Gestione Risorse, esprime parere **FAVOREVOLE**, in ordine alla regolarità tecnica, sulla proposta di deliberazione sopraindicata.

Data _____

Il Dirigente ff
Del Settore Finanziario
Dott. ssa D. Ficano



COMUNE DI MONREALE
U.O. Stampa e Comunicazione Istituzionale
Via B. D'Acquisto - 90046 MONREALE

IL PIANO DI COMUNICAZIONE 2018-2019
Approvato con Deliberazione di Giunta Comunale

n. del.....

Introduzione

L'elaborazione di un Piano di Comunicazione è una modalità di lavoro che seguiamo dal 2006, quando per la prima volta in maniera "formale" ci siamo dotati di questo strumento. Abbiamo radicalmente redatto il Piano ottemperando così l'obbligo espressamente previsto dalla Legge 150/2000 (Disciplina delle attività di informazione e comunicazione nelle Pubbliche Amministrazioni).

Grazie alla volontà dell'attuale Amministrazione, si rende effettivo per il Comune di Monreale uno dei principi base della Direttiva del Ministro della Funzione pubblica del 7 febbraio 2002, che attribuisce alla comunicazione un ruolo chiave dell'agire amministrativo.

A seguito delle radicali novità del quadro politico e sociale italiano degli anni '90, il sistema della comunicazione, da quel momento in poi, ha sfruttato in maniera più o meno favorevole il nuovo trend che si andava imponendo, in cui temi come la trasparenza nella comunicazione al pubblico, la facilitazione dell'accesso agli atti ed ai documenti e la chiarezza ed efficacia dei procedimenti amministrativi diventavano obiettivi assolutamente prioritari dell'azione degli Enti locali.

Il cuore della questione era la volontà/necessità di rendere il rapporto tra "amministrati" ed "amministratori" l'elemento cruciale di una rinnovata e migliore gestione delle politiche a livello locale. Nei contenuti e negli strumenti si vuole adeguarli ad una realtà in rapido mutamento (significativi sono stati avvio e gestione dei primi profili ed account nei social network), il Piano si configura prevalentemente come aggiornamento del Piano precedente con gli obiettivi da raggiungere e quindi i servizi da organizzare, le iniziative e gli eventi da promuovere.

Rimane di certo valida la definizione di Piano della Comunicazione come proposta metodologica che consente di individuare la finalizzazione della comunicazione (il perché si comunica), indicarne gli attori (il chi comunica e verso quali destinatari), i prodotti (il cosa si dovrebbe realizzare) e gli strumenti. In un Piano di Comunicazione tutte queste variabili vengono tra di loro logicamente correlate mettendo l'Ente nelle condizioni di avere una visione strategica ed unitaria della propria comunicazione.

Ogni dipendente o collaboratore, qualsiasi mansione rivesta, ha un "ruolo", se non diretto, almeno indotto nel processo di comunicazione. Le modalità con cui svolge il proprio lavoro, l'atteggiamento e le relazioni all'interno del servizio o verso il pubblico hanno inevitabilmente una "funzione" comunicativa. Nel Piano prestiamo attenzione anche a questi aspetti. Avere un Piano della Comunicazione aggiornato permette inoltre di misurare i risultati che la comunicazione ha prodotto.

Valutare e misurare i risultati quantitativi e qualitativi della nostra comunicazione deve quindi essere stimolo per migliorarne l'efficacia progettuale e verificare il nostro metodo di lavoro nella costante opera di ottimizzazione delle risposte ai bisogni della comunità. Ricordiamoci infatti che il Piano di Comunicazione è uno strumento flessibile, aggiornato e adeguato anno per anno. Non si può infatti comunicare "una volta per sempre", la comunicazione è un processo evolutivo continuo: al cambiamento di obiettivi e contenuti mutano necessariamente strumenti e modalità con cui si comunica.

E noi dobbiamo essere pronti. Il processo può poi essere 'esportato' nel medio periodo ad altri luoghi, investendo di responsabilità i funzionari che, all'interno dei vari settori, volessero diventare una sorta di 'punto di riferimento' della comunicazione. In tal modo si comincerebbe a delineare l'idea di una CASA COMUNE che è, appunto, il Comune, dove ogni dipendente e collaboratore può – almeno superficialmente – essere portato a conoscenza delle attività dei suoi colleghi, a tal fine con una nota a firma del Segretario generale e del responsabile dell'Ufficio Stampa e Comunicazione Istituzionale, sono stati nominati referenti della comunicazione i responsabili di servizio.

CHI COMUNICA

Gli attori della comunicazione del Comune di Monreale

- Amministratori: Sindaco e Assessori
- Segretario Generale
- Capo Servizio Ufficio Stampa e Comunicazione Istituzionale
- Dirigenti
- Ufficio Staff del Sindaco
- Rete dei referenti della comunicazione – responsabili di servizio

Sindaco e Assessori

La funzione svolta dai politici è di indirizzo e di individuazione delle strategie della comunicazione, anche se sindaco e assessori giocano ruoli anche più operativi, come la partecipazione a riunioni, la legittimazione alla pianificazione della comunicazione (anche nei confronti della dirigenza), il supporto alla raccolta e censimento dei bisogni comunicativi dei vari settori. Dal punto di vista della comunicazione esterna i politici sono in prima linea, sono coloro che “ci mettono la faccia”: partecipano alle assemblee pubbliche, rilasciano dichiarazioni ai media, ecc.

Segretario Generale – Dirigenti – Funzionari apicali

Il Segretario Generale svolge un ruolo di supervisione, sostegno e legittimazione interna del processo di pianificazione, oltre che di coordinamento e impulso. I dirigenti svolgono un ruolo attivo e di coordinamento operativo, fornendo ai funzionari apicali sia informazioni sulle differenti esigenze comunicative dei vari settori e servizi sia informazioni sulle criticità e punti di forza delle modalità di organizzazione della comunicazione all'interno delle rispettive strutture. I dirigenti sono quindi i referenti delle strategie, delle logiche e dinamiche comunicative dei servizi.

Servizi di Comunicazione (Ufficio Stampa – Sito Istituzionale del Comune – Giornale On Line Monreale Informa)

Ufficio Stampa: è l'unico ufficio deputato a tenere i rapporti con i media. Ogni richiesta di informazioni che dovesse arrivare dai media direttamente ai servizi va reindirizzata all'Ufficio Stampa. A tal proposito è stata diramata *una direttiva sindacale tuttora in vigore prot. N.853/Gab del 29 settembre 2010 con la quale si invitavano tutti i dirigenti e dipendenti comunali “ad astenersi dal rilasciare qualsiasi dichiarazione agli organi di stampa, relativamente a fatti pertinenti all'Amministrazione, rammentando che tale prerogativa compete esclusivamente all'organo politico di vertice ossia il sindaco per il tramite dell'Ufficio Stampa”*.

L'Ufficio Stampa e comunicazione Istituzionale si occupa della gestione del sito internet istituzionale www.comune.monreale.pa.it per quanto concerne l'inserimento dati nelle seguenti sezioni: Amministrazione trasparente, le News della Home Page dove vengono evidenziati avvisi pubblici, bandi, e comunicazioni su eventi. Inoltre, sono stati inseriti numerosi link su: Rassegna Stampa on line, protezione civile comunale, notizie su turismo e beni culturali, numeri utili, ricettività alberghiera, personaggi illustri. Sempre sul sito al fine di promuovere l'immagine della città di Monreale inserita nel percorso arabo-normanno del patrimonio Unesco è stato creato un apposito banner collegato con il sito della Fondazione denominato <http://arabonormannaunesco.it>

L'Ufficio Stampa si occupa altresì della redazione del giornale online istituzionale “Monreale Informa” e di tenere i rapporti con gli amministratori e i servizi per i materiali da pubblicare. In senso più generale, si occupa di coordinare la comunicazione esterna dell'ente attraverso tutti gli strumenti che insieme compongono una “campagna di comunicazione” (Sito istituzionale, giornale online Monreale Informa con pagina Facebook, pubblicazioni, ecc.).

A tal fine sarebbe opportuno istituire una unica pagina facebook del “Comune di Monreale” da mettere in collegamento con il sito istituzionale ed eliminare definitivamente tutte le pagine non autorizzate.

Ufficio Staff del Sindaco

È l'ufficio referente per tutto ciò che riguarda il cerimoniale ossia il protocollo da rispettare per le iniziative di rappresentanza. È coordinato dal Capo Ufficio di Gabinetto del Sindaco. Qualunque servizio si trovi ad organizzare eventi istituzionali è opportuno l'ufficio stampa si confronti con lo Staff del Sindaco per la preparazione dell'evento stesso, come è avvenuto fino ad oggi. Verifica inoltre il corretto utilizzo del logo del Comune di Monreale da parte degli organizzatori di iniziative dell'Ente o da esso patrocinate.

Rete dei referenti della comunicazione

La rete dei referenti della comunicazione è costituita dai Responsabili di Servizio. Il loro compito è di fare da anello di congiunzione tra gli input dell'Assessorato e del Dirigente di riferimento e i Servizi di Comunicazione per la preparazione delle campagne di comunicazione relative ad attività, eventi, progetti. Dal 13 gennaio 2016 il Segretario Generale dell'ente ha valutato di far coincidere i referenti della comunicazione con i responsabili di servizio per una maggiore efficienza ed efficacia della filiera della comunicazione: sono i referenti del prodotto di comunicazione. Nel compito di raccolta di indicazioni e informazioni sulle modalità operative e i contenuti delle iniziative di comunicazione, i responsabili vengono coadiuvati dal personale dei servizi da loro individuato.

Associazionismo locale

Oltre a questi attori, esiste una vasta area costituita dalle Associazioni che promuovono iniziative patrocinate dal Comune, con le quali si stabilisce un rapporto di collaborazione per valutare il rispetto delle linee comunicative dell'Amministrazione comunale.

Gli obiettivi della comunicazione

In un piano di comunicazione pubblica esistono obiettivi funzionali alle politiche dell'organizzazione, in questo del tutto simili al settore privato, e obiettivi di comunicazione funzionali alle politiche della trasparenza e dell'imparzialità che invece sono proprie della Pubblica Amministrazione.

Obiettivi strategici della comunicazione pubblica:

- **Garantire e tutelare i diritti nella relazione pubblico/privato:** informazione per garantire imparzialità nell'opportunità di accesso ai servizi; accesso agli atti e partecipazione.
- **Rafforzare identità e immagine dell'Ente:** comunicazione dell'identità costitutiva del Comune e della sua missione; comunicazione di iniziative e programmi; volontà di correggere la percezione presso i pubblici in caso di scarto tra identità e immagine percepita.
- **Aumentare la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità:** l'efficacia delle politiche dipende anche da convinzioni e comportamenti. La comunicazione crea le condizioni della costruzione di un significato consapevole ed un percorso di condivisione fra l'amministrazione che sceglie come risolvere un problema e quindi definisce le proprie politiche e la comunità su cui quelle scelte andranno ad incidere e da cui dipenderà la soluzione del problema evidenziato.
- **Migliorare la percezione della qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate:** far conoscere le opportunità di fruizione dei servizi, semplificare le procedure, snellire i tempi, ridurre i costi, rendere i servizi coerenti con i bisogni degli utenti, ecc.
- **Promuovere all'interno dell'organizzazione della cultura della relazione e del servizio al cittadino** (comunicazione interna): se la comunicazione finalizzata alla trasparenza e all'innovazione è un obiettivo strategico dell'ente, esso deve essere conosciuto e condiviso. Favorire lo sviluppo di un'etica del servizio pubblico e un maggior senso di appartenenza all'organizzazione può contribuire a migliorare il grado di consapevolezza degli operatori e, di conseguenza, la loro partecipazione e motivazione e, probabilmente, la qualità dei servizi erogati.

Iniziative istituzionali annuali

L'Amministrazione Comunale organizza annualmente alcune iniziative istituzionali la cui gestione viene curata dallo Staff del Sindaco secondo le regole del Cerimoniale.

Eccone un sintetico elenco:

27 gennaio - Giornata della Memoria

25 aprile - Anniversario della Liberazione

3 maggio - Festa del Santissimo Crocifisso

4 maggio - Commemorazione Cap. Basile

2 giugno - Festa della Repubblica (in caso siano previste iniziative)

13 Giugno - Commemorazione Cap. M. D'Aleo

Luglio-Agosto -

"Estate Monrealese"- Relazione annuale del Sindaco

Ottobre/Novembre - Storie di Libri tra Palermo e Monreale –

-Settimana della Musica Sacra

Dicembre - Manifestazioni natalizie

Le strategie della comunicazione

Una strategia di comunicazione è un complesso di decisioni armoniche che indicano su quali fattori si deve agire in riferimento ai pubblici e agli obiettivi individuati per avere maggiore capacità comunicativa e per conseguire i risultati attesi. La scelta delle strategie di comunicazione deve essere fatta tenendo presente vincoli e criteri di fattibilità: risorse tecnologiche.

Gli strumenti di comunicazione hanno spesso bisogno di infrastrutture tecnologiche. Vanno valutate nella scelta.

Gli strumenti della comunicazione

Per ogni obiettivo di comunicazione e per il tipo di pubblico al quale ci rivolgiamo va valutato lo strumento di comunicazione più adeguato e le più efficaci forme di promozione/distribuzione.

Gli strumenti "interattivi" o capaci di promuovere uno spazio partecipativo bi-direzionale, come i social network, sono quelli destinati a subire il maggiore

sviluppo perché consentono da una parte di rispondere all'obiettivo di mettere il cittadino al centro dell'azione amministrativa e, dall'altra, di misurare l'efficacia della comunicazione attraverso la promozione di forum, chat, mailing-list, blog.

Si tratta di strumenti poco costosi dal punto di vista delle risorse finanziarie da attivare, ma impegnativi dal punto di vista delle risorse umane che vanno adeguatamente formate e devono tenere sotto costante aggiornamento e monitoraggio gli strumenti che si è deciso di attivare.

La comunicazione esterna

Nella comunicazione esterna distinguiamo tra comunicazione diretta, la quale non si avvale del filtro della scrittura, ma utilizza soprattutto modalità di comunicazione orale e/o faccia-a-faccia, e comunicazione mediata, appunto filtrata dalla scrittura sotto diverse forme (atti amministrativi, materiali di comunicazione vari cartacei, internet, newsletter) o da comunicazioni audio-video.

La strategia di comunicazione è indifferenziata nel senso che ci si rivolge allo stesso modo ad un pubblico dalla composizione eterogenea. Possono essere predisposti materiali di comunicazione di supporto (presentazioni in Power Point, dimostrazioni pratiche, ecc.). Si riduce la distanza tra amministratori e cittadini. Il cittadino non sempre opera la distinzione tra politici, amministratori, tecnici. L'Amministrazione che si avvicina ai propri cittadini dimostra già un interesse ai loro problemi. Possono presentarsi difficoltà a "tenere" il pubblico, possono esserci contestazioni. E' necessario prepararsi a un contesto potenzialmente di crisi.

STRUMENTO:

Organizzazione di Eventi per la promozione di servizi/iniziative dell'Ente (Convegni, Seminari, Open day, etc.).

CARATTERISTICHE:

1) Convegni, seminari, tavole rotonde, presentazioni, inaugurazioni

Hanno generalmente uno spessore tecnico, rivolto agli addetti ai lavori.

2) Manifestazioni (giornata-evento)

Hanno di solito precise finalità educative e di intrattenimento e mirano a coinvolgere l'utenza e a favorire la fidelizzazione dei cittadini.

3) Partecipazione a fiere/convegni

Lo scopo è promozionale, permettono confronto tra enti od organizzazioni dello stesso settore.

4) Mostre ed esposizioni

Luoghi privilegiati per riproporre valori, storia, missione dell'ente allo scopo di rafforzarne l'immagine e l'identità di ente vicino ai suoi cittadini

La gestione delle cerimonie istituzionali con cadenza annuale è affidata allo Staff del Sindaco, coordinata dal Capo Ufficio di Gabinetto del Sindaco, e si avvale della collaborazione organizzativa dell'Ufficio cultura.

➤ **STRUMENTO:** Direct mail/inviti per progetti speciali

CARATTERISTICHE: Dà la possibilità di inviare lettere, brochure informative sul lancio e la promozione di servizi e opportunità, inviti ad iniziative pubbliche

PUBBLICO: Indirizzario selezionato

➤

➤ **STRUMENTO:** Conferenza stampa

CARATTERISTICHE: Si tratta di incontri con i giornalisti ai quali partecipano il Sindaco o gli assessori di competenza ed i responsabili dei progetti/servizi/iniziative da promuovere. L'organizzazione della conferenza stampa viene curata dall'Ufficio Stampa del Comune. Il tema della conferenza stampa deve essere così complesso per cui l'Amministrazione ritiene necessaria una conferenza stampa per dare maggiori approfondimenti ed eventualmente per chiarire attraverso le domande dei giornalisti i dubbi sui contenuti, o ritenuto particolarmente importante dall'Amministrazione. La conferenza stampa va convocata 3/4 giorni prima con un invito via e-mail, seguito da un recall (chiamata telefonica) il giorno prima. La preparazione della cartella stampa, contenente dati, dichiarazioni di amministratori e soggetti coinvolti, immagini, ecc., per la conferenza può richiedere tempi lunghi da valutare anche in base al tema oggetto dell'incontro con i giornalisti. Variabili della conferenza stampa: press tour (visita sul posto, per esempio in caso di inaugurazione di strutture) o press brief (incontro più informale organizzato per dare uno spunto al giornalista su un eventuale approfondimento tematico: spesso si tratta di fornire una sorta di "interpretazione dietro le quinte" di un argomento di stretta attualità. I giornalisti possono essere avvisati con un semplice contatto personale).

PUBBLICO: Giornalisti

➤ **STRUMENTO:** Interviste con i media

CARATTERISTICHE: Meno formalizzate di una conferenza stampa, si possono concordare interviste con gli amministratori (e gli eventuali responsabili del progetto) proponendo preventivamente gli argomenti ai media. Anche le interviste con i media vengono curate dall'Ufficio Stampa.

➤ **STRUMENTO:** Giornale online istituzionale (“**Monreale informa**”)

CARATTERISTICHE DEL GIORNALE ISTITUZIONALE: attraverso cui l’Amministrazione comunale informa i propri cittadini su tutte le notizie di pubblica utilità che riguardano il comune. La redazione del giornale è affidata all’Ufficio Stampa, il direttore responsabile è il capo servizio dell’Ufficio Stampa Comunicazione.

PUBBLICO: Cittadini, imprese, istituzioni del territorio

➤ **STRUMENTO:** Comunicati stampa

CARATTERISTICHE: Comunicazioni sintetiche rivolte a un pubblico di professionisti della comunicazione a ridosso dell’avvenimento (servizio che parte, lavori pubblici che iniziano, ecc.). Sono curati dall’Ufficio Stampa del Comune in collaborazione con gli Amministratori e i responsabili dei progetti. Contengono la risposta alle 5 W: who (chi), what (cosa), where (dove), when (quando), why (perché), le dichiarazioni dell’amministratore, eventuali link o allegati per le immagini e gli approfondimenti. Il comunicato stampa trasmette le informazioni ai media un paio di giorni prima dell’evento, necessita di tempi di elaborazione di norma abbastanza brevi e si può redigere avendo le informazioni il giorno prima o il giorno stesso (va comunque spedito di norma entro le ore 14 per consentire alle redazioni di lavorarci).

PUBBLICO: Media (agenzie stampa, quotidiani, periodici, radio, tv).

➤ **STRUMENTO:** attraverso i media

CARATTERISTICHE:

- 1) stampa periodica e quotidiana nazionale: elaborazione di annunci o distribuzione come allegati di opuscoli informativi. Caratteristiche: grande diffusione, costi elevati, rischio obsolescenza
- 2) stampa quotidiana locale: se l’informazione va diffusa soprattutto a livello locale
- 3) stampa periodica: costo maggiore rispetto a quella quotidiana, ma migliore elaborazione grafica
- 4) stampa di settore: consigliata per messaggi di natura tecnica
- 5) televisione locale: mezzo che ha il miglior costo/contatto, ma i messaggi possono risultare massificati, l’informazione esaustiva viene delegata ad altri media (opuscoli informativi, numeri verdi)
- 6) radio: vantaggio notevole in termini di frequenza del messaggio
- 7) affissioni (anche sui mezzi pubblici, veicolata da Internet): la più immediata e meno costosa, possibilità di elaborazione grafica per sfruttare immagini, colori, testo
- 8) banner su siti internet dedicati

PUBBLICO: Tutti i lettori/spettatori/ascoltatori

Il web: la comunicazione ai tempi dei social network

Un approfondimento a parte meritano gli strumenti di comunicazione sul web destinati ad avere in futuro lo sviluppo maggiore. Il sito o il portale pubblico sono strumenti necessari, ma non più sufficienti se davvero si vuole raggiungere la propria utenza. Per farlo, è necessario conoscere e presidiare i luoghi ove essa è ormai abituata a muoversi, ossia i siti di *social networking*. Per questo, oltre all’evoluzione dei siti o portali già esistenti, l’Amministrazione comunale ha attivato alcuni strumenti legati al social networking, con l’obiettivo di ricercare nuove modalità di interazione con i cittadini, rafforzando l’idea di trasparenza ed efficienza dell’azione amministrativa.

✓ **STRUMENTO: Siti o Portali Internet**

Anche nell'ottica di una maggiore presenza dell'Amministrazione sui social network, il sito web istituzionale acquisisce un ruolo centrale nel momento in cui diviene il punto di riferimento verso il quale indirizzare gli utenti per le informazioni ufficiali. Uno degli obiettivi dell'Amministrazione Comunale è, da una parte, aumentare il numero di servizi erogabili on line e, dall'altra, promuovere presso i cittadini la cultura del web riducendo così il digital divide.

CARATTERISTICHE:

Il nuovo portale è organizzato con una home page di primo livello in cui verranno pubblicate le notizie più importanti, i comunicati stampa, rassegna stampa, notizie turistiche e culturali, i vari banner per le segnalazioni, ecc. e c i n q u e aree tematiche - Città, Comune, Albo Pretorio, Amministrazione Trasparente - ciascuna con un menu di navigazione ed una home page dedicati. Le home page di area riporteranno in evidenza le notizie di rilievo della sezione interessata e le sottosezioni in cui sono stati raggruppati i contenuti: ad esempio, nell'area Città vi saranno le sottosezioni dedicate al patrimonio artistico, eventi, numeri utili, alla città, dove mangiare, dove dormire etc.

PUBBLICO:

Tutti hanno accesso tramite Internet al sito e al portale web, sempre aggiornato direttamente dall'Ufficio Stampa e comunicazione Istituzionale del Comune di Monreale :

www.comune.monreale.pa.it

SOCIAL NETWORK: Facebook

In aderenza alle condizioni d'uso di Facebook, l'Ente si è dotato di una pagina Facebook ufficiale che permette di rendere pubblici gli articoli pubblicati sul Giornale on Line "Monreale Informa" oltre a questa non si riconoscono ulteriori pagine face book o blog ufficiali. Si propone quindi così come precedentemente richiesto, di realizzare una pagina Facebook del Comune di Monreale dove inserire tutte le notizie ufficiali e le manifestazioni culturali proposte dall'Ente.

QUANDO SI COMUNICA


Il tempismo nella comunicazione è fondamentale. È essenziale pensare al risvolto comunicativo già nel momento in cui si progetta un'attività, un servizio, un evento. Per questo è opportuno sapere quali sono i tempi di lavorazione, di pubblicazione e di distribuzione dei singoli strumenti a disposizione. Di seguito una sintetica tabella riepilogativa che racchiude parte delle informazioni che si trovano nelle singole schede degli Strumenti comunicativi.

Conferenza stampa: Organizzata dall'Ufficio Stampa e convocata 3/4 giorni prima con un invito via e-mail, seguito da un recall (chiamata telefonica) il giorno prima. La preparazione della **cartella stampa**, contenente dati, dichiarazioni di amministratori e soggetti coinvolti, immagini, ecc., per la conferenza può richiedere tempi lunghi da valutare anche in base al tema oggetto dell'incontro con i giornalisti.

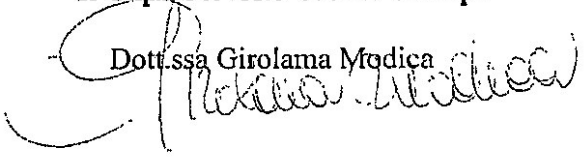
Comunicato stampa: Il comunicato stampa trasmette le informazioni ai media un paio di giorni prima dell'evento, necessita di tempi di elaborazione di norma abbastanza brevi e si può redigere avendo le informazioni il giorno prima o il giorno stesso (va comunque spedito di norma entro le ore 14 per consentire alle redazioni di lavorarci).

Portale: www.comune.monreale.pa.it Il portale viene aggiornato giornalmente ed è indispensabile che, in linea di massima, tutti i servizi rendano disponibile i materiali almeno due giorni prima della loro pubblicazione. Vi sono situazioni che richiedono anche tempi minori, ad esempio la pubblicazione di materiale di routine quale incarichi, bandi di concorso, gare, ecc., mentre altri richiedono una preliminare preparazione sia del "contenitore" che dei contenuti e di conseguenza tempi di elaborazione e di verifica di almeno una /due settimane.

Il Segretario Generale

Dott.ssa  Ficano

Il Capo Servizio Ufficio Stampa

Dott.ssa  Modica

Letto e sottoscritto

Il Sindaco – F.to Avv. P. Capizzi

L'Ass. Anziano – F.to: Sig. B. Gelsomino

Il Segr. Gen.le - F.to: Dott.ssa D. Ficano

Sarà Pubblicata all'Albo Comunale dal 13 AGO. 2018 al 27 AGO. 2018

Monreale, li 13 AGO. 2018

Il Messo Comunale


ELISELLA FISA VITA

Il sottoscritto Segretario Generale, su conforme dichiarazione del Messo Comunale, addetto al servizio, attesta che la presente deliberazione, a norma dell'art. 11, comma 1 e s.m.i., della L.R. n. 44/1991, è stata pubblicata per quindici giorni consecutivi.

Monreale li _____

Il Segr.Gen.le _____

Ai sensi degli artt. 12/2 e 16 della L.R. n. 44/91, la presente deliberazione è Immediatamente Esecutiva.

Monreale, li 10/08/2018

Il Segr. Gen.le - F.to: Dott.ssa D. Ficano

E' copia conforme all'originale, per uso amministrativo.

Monreale, li _____

Il Segr. Gen.le _____
