



PIANO DELLA COMUNICAZIONE

INDICE:

1. [Il Piano della Comunicazione](#)
 - [1.1. Di cosa si tratta](#)
 - 1.2. Quadro normativo di riferimento
2. Analisi del contesto
 - 2.1. Caratteristiche del territorio
3. Analisi della struttura
4. Obiettivi
5. Individuazione dei destinatari
6. La rete della comunicazione
 - 6.1. Sindaco e Assessori
 - 6.2. Segretario Generale e Responsabili
 - 6.3. Segreteria AA.GG. e Comunicazione URP

6.4. Rete dei referenti

7. Monitoraggio e valutazione dei risultati

1. IL PIANO DELLA COMUNICAZIONE

1.1. di cosa si tratta

"C'è un solo bene, il sapere, e un solo male, l'ignoranza"
Socrate

Il Piano di Comunicazione (PdC) è un documento di programmazione delle attività di comunicazione dell'Ente; la sua adozione è divenuta obbligatoria per mezzo della Legge 150/2000, disciplinante le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

Il PdC punta a creare un efficace coordinamento delle risorse, dei metodi e dei processi facenti parte della strategia comunicativa elaborata dall'amministrazione. Il fine è quello di favorire una conoscenza dei servizi e delle attività programmate e formare una cittadinanza consapevole.

In un flusso continuo e dinamico di dati e azioni interni ed esterni all'ente, in un'ottica di apertura "orizzontale" al dialogo e alla partecipazione con il cittadino, la comunicazione diviene dunque uno strumento di trasparenza per raggiungere e mantenere una cittadinanza informata sull'azione amministrativa. Pertanto, la creazione dell'informazione e le modalità con cui la stessa si trasmette all'esterno fanno la differenza nel raggiungimento dello scopo.

A cosa serve un Piano della Comunicazione?

Il Piano della comunicazione è lo strumento necessario per far conoscere ai cittadini quali sono gli obiettivi che il Comune si prefigge di raggiungere, in che modo li sta perseguendo nel tempo e di quali risorse umane, strumentali ed economiche si avvale per raggiungerli. Internamente esso si propone come un documento guida in continuo divenire, redatto con l'intervento di **tutti i settori** e oggetto di verifica e riadattamenti anche rispetto al **contesto** in cui si opera.

Il piano non è solo utile per veicolare i messaggi che l'amministrazione intende far pervenire ai cittadini e a tutti coloro che vuole raggiungere, e coinvolgere,

nella propria attività, ma è efficace anche all'ente stesso; la stesura del piano è infatti l'occasione per costruire una mappa ragionata e interrelata di ciò che si deve fare, chi lo deve fare, e con quali risorse.

Esso rappresenta altresì un supporto concreto per l'amministrazione, evidenziando i passi compiuti rispetto al Programma di Mandato e:

- tutelando gli interessi di quanti, nell'intrattenere rapporti con l'ente municipale, siano da considerare come portatori di interesse;
- assicurando un'azione improntata alla massima trasparenza;
- promuovendo un processo di crescita umana, sociale, culturale della comunità locale;
- stimolando la partecipazione dei cittadini alla vita dell'ente;
- incentivando, laddove possibile, sinergie tra pubblico e privato;
- promuovendo temi di grande sensibilità per il territorio e aggiornando in tempo reale su fatti ed eventi di interesse per la collettività.

Questo mezzo di programmazione comunicativa, dunque, può essere utile a tutti, a partire da noi, per ricordarci che **se non ci siamo occupati della comunicazione, il nostro lavoro non è ancora finito.**

1.2. Un quadro normativo di riferimento

- **"Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"** (Direttiva del ministro della Funzione pubblica, 7 febbraio 2002)
- **"Istituzione, presso la Presidenza del consiglio dei ministri - Dipartimento della Funzione Pubblica, di una struttura di missione, ai sensi dell'articolo 7, comma 4, del Dlgs 30 luglio 1999 n. 303"** (Dpcm 31 ottobre 2001)
- **"Regolamento recante norme per la determinazione dei titoli per l'accesso alle attività di informazione e comunicazione e per l'individuazione e la disciplina degli interventi formativi"** (Dpr 21 settembre 2001, n. 422)
- **"Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle pubbliche amministrazioni"** (Circolare del dipartimento della Funzione pubblica, 13 marzo 2001, n. 3)
- **"Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"** (Legge 7 giugno 2000, n. 150)
- **"Delega al Governo per il conferimento di funzioni e compiti alle regioni ed enti locali, per la riforma della Pubblica**

amministrazione e per la semplificazione amministrativa” (Legge 15 marzo 1997, n. 59)

- **“Direttiva sui principi per l’istituzione ed il funzionamento degli uffici per le relazioni con il pubblico”.** (Direttiva del Presidente del Consiglio dei ministri 11 ottobre 1994)
- **“Articolo 12 Dlgs 3 febbraio 1993 n. 29 Istituzione dell’Ufficio per le relazioni con il pubblico e disciplina dell’attività di comunicazione di pubblica utilità”** (Circolare del ministro per la Funzione pubblica, 27 aprile 1993, n. 17)
- **“Testo unico delle Leggi sull’ordinamento degli enti locali” (Decreto Legislativo 18 agosto 2000. n. 267)**

2. ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO

2.1. Caratteristiche del territorio

Baricella è un Comune di 7.182 abitanti, collocato all’interno della Città Metropolitana di Bologna, che si estende per una superficie pari a 45,48 chilometri quadrati. Si colloca in pianura e confina con Argenta, Budrio, Ferrara, Malalbergo, Minerbio, Molinella e Poggio Renatico (FE).

Dei 7.182 residenti, 3565 sono abitanti di sesso maschile e 3617 di genere femminile. Il tasso di natalità registrato nel 2020 è stato del 4,88% e l’età media nel medesimo anno è stata di 45 anni.

La realtà sociale di Baricella, alla data del 1 gennaio 2021, conta di 1132 residenti sotto i 18 anni, mentre, da un’analisi demografica dei residenti, emerge che la fascia d’età più popolata è quella dai 37 ai 63 anni; ben 3458 baricellesi, infatti, appartengono a questo range demografico.

Secondo i dati Istat, il territorio baricellese ha registrato (fatto salvo l’anno 2011 per il quale si registra una variazione negativa) un progressivo e costante aumento della popolazione che rimane attualmente assestata sui numeri rilevati al dicembre dell’anno 2020.

Il saldo migratorio si mantiene positivo per l’ultimo ventennio circa.

Sulla totalità della popolazione stanziata sul territorio di Baricella, l’14,78% è di origine straniera.

Il fenomeno migratorio che ha interessato il Comune consente di rilevare una netta predominanza, tra gli stranieri, della popolazione rumena (il 38,4% nel 2020) e di quella marocchina (il 16,94% nel 2020).

L’immigrazione ha difatti un forte impatto sulla realtà cittadina, come si evince dal quadro di sintesi proposto con la tabella che segue.

1. Tabella densità demografica stranieri nelle Frazioni del Comune di Baricella

N.	Denominazione	Numero abitanti
-----------	----------------------	------------------------

Riproduzione cartacea del documento informatico sottoscritto digitalmente da

OMAR MATTIOLI il 08/03/2022 08:58:42, GIUSEPPE BERARDI il 07/03/2022 11:19:13

SILVIA CAPUZZO il 25/02/2022 13:18:03 ai sensi dell’art. 20 e 23 del D.lgs 82/2005

DELIBERA DI GIUNTA: 2022 / 10 del 04/03/2022

1	Baricella	706
2	San Gabriele - Mondonuovo	259
3	Boschi	71
4	Passo Segni	26
Totale.		1062

Il Comune di Baricella è composto da 4 frazioni, denominate Baricella, San Gabriele - Mondonuovo, Boschi e Passo Segni che differiscono sotto diversi punti di vista, come la densità demografica. A tal proposito si propone la tabella di sintesi sopra riportata.

Il Comune ha istituito nell'ambito del proprio territorio l'istituto delle Consulte di Frazione.

Le consulte di frazione sono un organismo di partecipazione all'azione amministrativa, con funzione consultiva, di iniziativa e di vigilanza sull'andamento dei servizi e delle attività decentrate dell'Amministrazione, questi organismi sono composti dai rappresentanti della popolazione residente o da coloro che hanno una sede individuale di attività nella frazione dove opera la consulta.

Attualmente sono attive: la Consulta di Boschi, la Consulta di Passo Segni e la Consulta di San Gabriele.

2. Tabella densità demografica Frazioni del Comune di Baricella

N.	Denominazione	Numero abitanti
1	Baricella	4444
2	San Gabriele - Mondonuovo	1838
3	Boschi	657
4	Passo Segni	243

3. ANALISI DELLA STRUTTURA

Il Municipio di Baricella è organizzato in settori che si suddividono di concerto le attività procedurali che spettano all'ente locale, nello specifico trattasi dei seguenti:

- Il Primo settore: Settore Affari Generali, Servizi Demografici e URP - Cultura;
- Il Secondo settore: Governo e Sviluppo del Territorio;
- Il Quarto settore: Economico Finanziario;
- Il Servizio Associato di Polizia Municipale;

→ La Farmacia Comunale;

Ciascun settore fa capo ad un responsabile, avente la cd. "Posizione organizzativa" (Titolo IV, Capo III, D.Lgs. 267/2000). In totale, pertanto, sono in servizio 4 p.o. a Baricella, su un totale di 40 dipendenti in servizio al 1 Gennaio 2021.

Il Servizio di Polizia Municipale si distingue dagli altri settori dell'ente perché è gestito in associazione tra i comuni di Baricella, Malalbergo e Minerbio.

Ci sono altri importanti servizi dati alla cittadinanza e gestiti in modo associato con altri enti. Il Comune di Baricella, infatti, aderisce all'Unione dei Comuni di Terre di Pianura, insieme a Granarolo dell'Emilia, Malalbergo, Minerbio.

I succitati enti territoriali aderiscono congiuntamente ad alcune o tutte le funzioni oggi in Unione Terre di Pianura, quali:

- Il Servizio statistico associato;
- L'UPD
- Il Settore Gare e contratti;
- Il Settore Informatico Associato;
- Il Settore Suap (Sportello unico attività produttive)
- Il Settore Sismica Associato;
- Il Settore Tributi e Riscossioni coattive;
- L'Area Gestione e sviluppo risorse umane;
- Il Coordinamento Protezione civile;
- I Servizi sociali
- I Servizi educativi-scolastici

Punti di forza e debolezza della struttura interna

Nella predisposizione del Pdc è utile tener conto delle variabili della struttura interna che potrebbero ostacolare o facilitare la comunicazione stessa. L'intento è di dirimerle o cavalcarle a favore di quel ponte di fiducia che l'ente sta costruendo insieme alla sua comunità.

Una metodologia utile in tal senso è quella di visualizzare al contempo i punti di forza, i punti di debolezza interni alla struttura, le opportunità e le minacce esterne all'Ente con una tabella cd. SWOT¹.

Avere questo quadro chiaro ci permetterà, in un'ottica sistemica, di individuare con maggiore facilità le variabili capaci di agevolare o di ostacolare il raggiungimento degli obiettivi, consentendo in questo modo di indirizzare al meglio le scelte strategiche.

¹ La tabella SWOT è uno strumento di valutazione finalizzato ad evidenziare punti di forza (strengths), debolezze (weaknesses), opportunità (opportunities) e minacce (threats) in una strategia.

Riproduzione cartacea del documento informatico sottoscritto digitalmente da

8. Tabella SWOT

I PUNTI DI DEBOLEZZA interni	
1	poche informazioni in circolazione tra uffici senza un modello sistemico: le informazioni non sempre circolano in modo adeguato e puntuale, creando di riflesso disagi e disfunzioni anche ai cittadini in termini di fruibilità e puntualità;
2	informazioni che talvolta rimangono in mano a chi le produce;
3	modalità di comunicazione non gestite in maniera efficace: le attività non risultano coordinate al meglio (es.: sovrapposizione di messaggi);
I PUNTI DI FORZA interni	
1	polo di coordinamento della comunicazione rafforzato nel tempo, con attenzione alla formazione e alla cura della colleganza nei rapporti interpersonali all'interno dell'ente;
2	disponibilità degli strumenti informatici;
3	nuove risorse professionali, spesso "digital skill nativi" che crescano con la cultura della comunicazione
LE OPPORTUNITÀ esterne	
1	Comune con meno di 10.000 abitanti può trovare facilitazione nella comunicazione per l'immediatezza, la genuinità e la veridicità dei rapporti umani;
2	aziende, associazioni ed esercizi commerciali che partecipano alle attività promosse dal Comune contribuendo in prima persona (sponsor)
LE MINACCE esterne	
1	assenti punti fissi per ottimizzare la visibilità della comunicazione;
2	difficoltà nella distribuzione del materiale cartaceo alle case sparse nel territorio dove non arriva il wi-fi

A questa analisi va correlato un ulteriore fattore che vede la maggioranza dei prodotti comunicativi gestiti internamente e interamente dall'ente mediante **"filiera di auto-produzione"**.

La comunicazione istituzionale infatti può muoversi su tre binari: interno, esterno e misto.

Per quanto riguarda la comunicazione interna, questa si caratterizza per essere completamente autoprodotta dall'ente pubblico, a differenza, quindi, della comunicazione esterna che è elaborata da soggetti esterni all'ente.

Una mediazione fra queste due categorie è la comunicazione mista, in quanto realizzata insieme ad altri enti o soggetti privati.

Il Comune di Baricella, nello specifico, crea e forma da sé la quasi totalità della comunicazione, ricorrendo solo per una parte esigua alla collaborazione o a prodotti realizzati da soggetti esterni all'ente. Con questa consapevolezza, può essere di supporto un approccio di *benchmarking* della comunicazione, che permetta di confrontare le proprie operazioni e procedure rispetto a quelle di altri enti/soggetti affini, per scoprire in quali aree e/o per quali attività avviare progetti di miglioramento.

4. OBIETTIVI

L'obiettivo principale di questo PdC è quello di dare vita e mantenere una cultura diffusa della comunicazione dentro la struttura e, contestualmente, fare una buona comunicazione all'esterno che rinsaldi il rapporto di fiducia con il cittadino.

L'intento è quello di creare le condizioni per un accesso alle informazioni trasparente, puntuale e tempestivo, sia rispetto ai servizi erogati dall'Ente, sia rispetto alle attività programmate o di interesse per la collettività.

Finalità correlate a questo obiettivo sono nello specifico la volontà di:

- dare risposte concrete alle domande dei cittadini, tutelando i loro diritti, attuando iniziative di comunicazione ed informazione più mirate ed estese. Occorre qui sottolineare come l'adozione di nuovi strumenti di comunicazione digitali, resi possibili dallo sviluppo della rete internet, consenta di rendere più dirette, immediate e accessibili le pratiche comunicative, oltre ad aumentarne l'efficienza organizzativa e ridurre i costi;
- contribuire alla definizione di un'immagine chiara, omogenea e credibile del Comune, migliorando il rapporto con il cittadino attraverso le strutture del Comune dedicate all'informazione e alla comunicazione;
- promuovere una cultura della comunicazione condivisa all'interno del Comune, che consenta di pensare la comunicazione in modo strategico e organico, di rendere più omogenei i linguaggi utilizzati e più coordinate le prassi comunicative;
- promuovere la cultura della relazione, del confronto e della partecipazione al governo del Comune da parte dei cittadini, veicolando un'idea di comunità in cui soggetti, persone e organizzazioni possano riconoscersi e identificarsi;
- implementare la comunicazione digitale riconoscendo il ruolo centrale che svolge oggi nell'ambito delle pubbliche relazioni. Occorre sfruttare appieno le potenzialità offerte dalla comunicazione digitale, integrandole

trasversalmente a tutte le altre forme di comunicazione e scegliendo i social media più efficaci anche in base ai differenti destinatari;

- mantenere e innovare le modalità di comunicazione inclusiva, con lo scopo di abbattere le barriere comunicative nei confronti di categorie di utenti svantaggiate. In questo modo si incentivano la socializzazione e la partecipazione alla vita pubblica delle suddette categorie di cittadini;
- creare momenti formativi adeguati al personale interno con l'intento di raggiungere un linguaggio corretto e uniforme ma differenziato di volta in volta rispetto ai diversi strumenti di comunicazione utilizzabili e ai diversi target dei destinatari scelti;
- pensare a momenti formativi conoscitivi che aumentino le digital skills dei cittadini affinché siano in grado di fruire dei sempre maggiori servizi proposti on line facilitandoli.

5. INDIVIDUAZIONE DEI DESTINATARI

La comunicazione è principalmente rivolta alla cittadinanza in modo indistinto.

In altri casi la scelta del target avviene in base alla progettualità a monte con l'individuazione di strumenti e di linguaggi specifici.

Una segmentazione dei destinatari sarà altresì determinata dal tipo di informazione, la quale avrà interesse solo per determinati destinatari, come ad esempio la pubblicazione di un bando di gara o la convocazione delle consulte di frazione.

6. LA RETE DELLA COMUNICAZIONE

Ogni settore della struttura gestisce la propria attività comunicativa esterna seguendo il PdC, integrandosi in timeline e procedure standardizzate 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.

Per la programmazione del sistema di comunicazione istituzionale, il Piano della Comunicazione individua all'interno della struttura i soggetti chiamati ad assolvere per ogni servizio le funzioni correlate alla comunicazione, coordinando tempi e modi di utilizzo degli strumenti di comunicazione in uso nell'ente.

La comunicazione diventa parte ineludibile dei processi che ha in gestione il servizio ed è un elemento da valutarsi nella performance del settore medesimo per stabilire la piena realizzazione degli obiettivi dati dall'amministrazione.

Da un punto di vista organizzativo, la **rete della comunicazione** dell'ente si dipana attraverso i soggetti di seguito individuati:

6.1. Sindaco e Assessori

Gli organi politici hanno funzione di indirizzo e di individuazione delle strategie della comunicazione; inoltre sindaco e assessori giocano ruoli anche più operativi, come la partecipazione a riunioni, la legittimazione alla pianificazione della comunicazione, il supporto alla raccolta e censimento dei bisogni comunicativi dei vari settori, ecc. Infine, dal punto di vista della comunicazione con l'esterno, le figure politiche sono ovviamente in prima linea.

6.2. Segretario Generale e responsabili

Il Segretario Generale e il Vice Segretario svolgono un ruolo di supervisione, sostegno e legittimazione interna del processo di pianificazione, oltre che di coordinamento e impulso.

I singoli responsabili di settore svolgono un ruolo attivo: forniscono ai propri referenti interni al settore della comunicazione le informazioni necessarie per mantenere sempre aggiornate le sezioni del sito. Intervengono qualora ricevano segnalazioni rispetto ad una comunicazione non fluida, tempestiva ed adeguata.

6.3. Segreteria AAGG Comunicazione URP - Cultura

Il I settore del Comune è il fulcro di coordinamento dell'attività di comunicazione dell'Ente, agendo quindi su diversi fronti e livelli. Questa funzione viene svolta avvalendosi di risorse interne, che sono impiegate anche in altre materie e filoni, per una parte del loro profilo orario settimanale.

Oggi il **I settore** rispetto alla comunicazione, svolge le seguenti attività:

- a) Coordina nel suo complesso la comunicazione esterna del Comune, supervisiona il corretto utilizzo di tutti gli strumenti in dotazione nell'ente, con particolare riferimento al sito web istituzionale;
- b) Verifica il corretto flusso di informazioni interne ed esterne all'ente apportando i correttivi necessari alla buona circolazione delle informazioni, come da PdC, coordinando la propria attività con quella dei referenti dei diversi settori;
- c) Analizza le esigenze comunicative dell'Ente in base agli obiettivi e ai destinatari; su questa base propone l'adozione di nuovi eventuali strumenti comunicativi, in sostituzione o in aggiunta a quelli già in uso;

- d) Predispone ed innova il PdC con i suoi allegati, anche coordinando e analizzando l'apporto delle informazioni provenienti dai settori dell'ente rispetto alle esigenze della comunità;
- e) Si occupa di gestire il servizio WhatsApp "*Baricella comunica*";
- f) Supporta operativamente l'uscita del notiziario comunale "*Il Municipio di Baricella*";
- g) Ha in capo il monitoraggio dell'efficacia della comunicazione nel suo complesso anche puntando a una omogeneità di immagine verso l'esterno.

L'Ufficio relazioni con il Pubblico, attivo nel **I settore**, nato con lo scopo di favorire l'incontro e, quindi, lo scambio comunicativo tra l'Ente e l'utente, è l'interfaccia privilegiata con il pubblico.

Come sportello operante in prima linea e per il contatto diretto e quotidiano con il cittadino infatti, l'URP gode di una posizione naturalmente vantaggiosa rispetto al resto degli uffici, fungendo in tal modo da osservatorio e punto di ascolto delle diversificate esigenze dei cittadini.

La comunicazione in questo servizio è spesso diretta, uno a uno, caratteristica che porta a modulare la strategia comunicativa verso un vero e proprio ascolto attivo cui far scaturire informazioni anche internamente utili ad analizzare e riflettere sull'andamento dei diversi servizi erogati alla comunità.

6.4. Rete dei referenti

La rete dei referenti di ogni settore si è rivelato un modello efficace per il Comune di Baricella, che non è dotata di un ufficio stampa e di un servizio dedicato interamente alla comunicazione.

Fare comunicazione oggi significa, per il nostro ente, coinvolgere dunque capillarmente l'intera struttura organizzativa.

I referenti hanno un ruolo nevralgico, nel contesto dei flussi informativi interni ed esterni, incaricati di portare a compimento gli obiettivi strategici affidati dall'amministrazione, dando in questo modo alla comunità la possibilità di esserne partecipe.

Le loro funzioni, conformandosi al PdC, sono le seguenti:

- a) sono gli interlocutori diretti di enti esterni gestori di pubblici servizi che fanno riferimento alla propria area o servizio, per quanto riguarda l'attività di comunicazione dagli stessi attuata nell'ambito del territorio comunale;
- b) realizzano le attività di comunicazione esterna nelle materie e ambiti trattati dal settore di riferimento e si coordinano nei flussi di comunicazione interna con il I settore, anche per chiedere momenti formativi specifici necessari al buon esito della comunicazione.

c) collaborano con gli altri attori di volta in volta interessati nella comunicazione per la realizzazione di prodotti comunicativi efficaci e conformi a un'immagine univoca dell'ente.

d) aggiornano le banche dati delle procedure e della modulistica;

e) aggiornano le informazioni sul sito Web e sulla rete intranet del Comune relative al settore o servizio di riferimento;

f) collaborano con il I settore nel dare feedback sulle attività di comunicazione messe in campo rispetto al calendario editoriale e su nuove eventuali esigenze emerse anche per parte degli stakeholders esterni;

g) supportano in modo fattivo il lavoro editoriale del Direttore Responsabile del notiziario "Il Municipio" del Comune di Baricella;

h) partecipano e collaborano attivamente nella comunicazione, ivi inclusa la raccolta dei dati utili alla redazione e all'aggiornamento del presente Piano.

I referenti oggi individuati per i diversi settori dell'ente sono nominativamente i seguenti:

<u>SETTORE</u>	<u>RESPONSABILE</u>	<u>REFERENTI</u>
2° settore	Federico Ferrarato	Monia Dotti
4° settore	Emidio Cellini	Fabio Casalini Zaira Anzaldi
Farmacia comunale	Patrizia Fabbri	Rachele Silvana Cisulli
Servizio Associato di Polizia Locale	Simona Gambari	Lorenzo Balleri

I referenti trovano riferimento diretto nel proprio responsabile di settore per i contenuti da diffondere e un coordinamento strategico-organizzativo-formativo nel I settore dell'ente, oggi sotto la responsabilità della dott.ssa Silvia Capuzzo.

Questa rete di soggetti avranno in competenza due tipologie di attività nella comunicazione:

- ordinarie: finalizzate cioè a garantire la comunicazione dell'area/servizio di appartenenza secondo le indicazioni e gli obiettivi del proprio responsabile, con le procedure in uso nell'ente e soggette al coordinamento generale del I settore.
- di sviluppo: come il perseguimento di progetti specifici finalizzati al miglioramento della qualità della comunicazione interna ed esterna.

7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Il monitoraggio e l'analisi dei feedback raccolti durante l'anno hanno lo scopo di verificare l'efficacia del PdC rispetto:

- alla conoscenza e alla diffusione del percorso fatto sul programma di mandato dell'amministrazione da un lato;
- alle singole iniziative/servizi proposti dall'altro.

Monitorare serve dunque a capire quanto performante è stata l'attività dei diversi settori della struttura rispetto al raggiungimento finale degli obiettivi affidati dagli amministratori. È inoltre funzionale agli eventuali correttivi da apportare nel percorso volti a **rafforzare sempre più una cultura della comunicazione**.

L'adeguamento al PdC e ai i suoi allegati diventa una opportunità per **elevare lo standard dei servizi offerti** al cittadino con un potenziamento della performance interna alla struttura.

Per valutare gli effetti delle azioni di comunicazione e informazione, così come anche previste nel PdC, si ritiene utile stimare l'efficacia della comunicazione in base al raggiungimento di determinati indicatori quantitativi-qualitativi come:

- comparazioni e corrispondenza del numero delle attività programmate nel calendario annuale di comunicazione con l'effettiva realizzazione delle stesse in armonia ai tempi e agli strumenti indicati;*
- verifica del numero dei comunicati/avvisi/eventi pubblicizzati sui diversi canali;*
- adeguamento ai modelli di workflow sull'utilizzo dei diversi strumenti di comunicazione;*
- livello di integrazione degli strumenti in uso;*
- livello di formazione delle risorse addette alla comunicazione;*
- livello di coordinamento della rete dei referenti;*
- livello di efficacia rispetto ai destinatari della comunicazione (eventualmente tramite l'ascolto delle indicazioni provenienti dall'interno e dall'esterno del Comune);*

Gli indicatori sopra descritti sono esempi che potrebbero sommarsi o sostituirsi ad altri per verificare in maniera aderente e periodica:

- la performance dei diversi settori rispetto agli obiettivi dati dall'amministrazione che debbono intendersi conclusi solo con la fase della comunicazione.
- gli elementi da innovare e modificare del PdC, al fine di creare e mantenere una diffusa cultura della comunicazione dentro e fuori l'ente, dove il Comune abbia una sua identità riconosciuta e riconoscibile.

Il piano della comunicazione diventa così con questa ultima fase lo strumento indispensabile per valutare ciò che è stato fatto, perché **per poter programmare l'attività dell'anno successivo è necessario valutare ciò che durante l'anno viene realizzato** e gli obiettivi che sono stati raggiunti. Vagliare e riflettere autocriticamente su successi e insuccessi, risultati e carenze delle proprie iniziative di comunicazione ci permetterà di programmare con serietà e maggior efficacia le nostre attività future.

