

Comunità OCPA

Modello di realizzazione della Comunità del Territorio

KIT di riuso Fase B – Comunicazione nella realizzazione della Comunità

B5. Strumenti informativi e formativi

Data rilascio: 30/10/2022

Versione: 1.0

Sommario

Premessa	2
1. Piano di comunicazione	3
1.1. Grafica coordinata	3
1.2. Obiettivi del Piano di comunicazione interna	3
1.3. Obiettivi del Piano di comunicazione esterna: media mix	3
2. Piano formativo e/o informativo	5
2.1. Obiettivi e strategia	5
2.2. Ambiti della formazione e/o informazione	5
2.3. Programma formativo	5
3. Strumenti a disposizione	6

Premessa

*Il documento affronta la problematica di **informazione e formazione** durante la realizzazione di una Comunità ed è il secondo di tre documenti che attraversano, per il tema d'Ambito, le fasi del ciclo di vita che caratterizza una Comunità: Costituzione(A) , Realizzazione (B) e Gestione (C).*

In questo secondo documento è sostanzialmente affrontato il problema della organizzazione delle attività di formazione previste all'interno della Comunità per condividere le scelte e l'organizzazione predisposta, e viene sviluppato un piano di informazione verso le Amministrazioni membri effettivi, ma anche verso il mercato, il territorio e Amministrazioni esterne.

Si ricorda che in fase di realizzazione della Comunità il KIT, prodotto attraverso un percorso di ritorno presso esperienze Pilota, ha una caratterizzazione dinamica di riscontro continuo sulle realtà che lo applicano, da cui sarà possibile acquisire elementi di variazione, adattamento, evoluzione preziosi per la valenza stessa dello strumento. Questo indica peraltro la necessità di un uso intenso e parallelo alla esecuzione delle attività al fine di contribuire al miglioramento degli strumenti stessi nell'ottica del contributo al riuso e, di rimando, al processo di rafforzamento amministrativo della P.A.

1. Piano di comunicazione

All'interno della comunità vengo periodicamente svolti incontri al fine di condividere e presentare le attività svolte della comunità. Solitamente vengono convocati due incontri per tutta la comunità ad inizio e fine anno al fine di presentare l'evoluzione che verranno realizzati e la verifica delle stesse. Oltre a questi vengono svolti incontri circoscritti su determinate tematiche con un gruppo ristretto di esperti dei comuni. Questi incontri hanno tutti un carattere di tipo INTERNO alla comunità.

Durante l'anno per specifiche iniziative vengono inoltre organizzati eventi nei confronti dell'Esterno, professionisti e imprese, di aggiornamento sulle evoluzioni tecniche e amministrative previste

1.1. Grafica coordinata

Da un punto di vista creativo è strategico cercare una grafica coordinata tra tutti gli Enti facenti parte della Comunità, caratterizzata da un nome distintivo e da un logo che visivamente e icasticamente qualifichino il fulcro del progetto ed i valori/benefici ad esso associati.

E' stata definita una grafica comune per tutti portali relativi alla Comunità denominata SUAPE 3.0, e è stato definito un logo riportato nelle presentazione e all'interno dell'area riservata



1.2. Obiettivi del Piano di comunicazione interna

Per quanto riguarda la comunicazione interna, è importante condividere gli obiettivi strategici ed operativi del progetto con il personale che verrà in qualsiasi modo impattato dalla buona pratica, e mettere loro a disposizione materiale informativo. Se possibile tutti i materiali devono riportare, oltre ai riferimenti alle pagine sociali (ad esempio, l'hashtag) e web del progetto (sezioni del sito istituzionale), anche un QR CODE che rimandi agli approfondimenti informativi disponibili su formato multimediale: demo, infografiche, video esplicativi della soluzione, anche attraverso interviste ai protagonisti di passati riusi (tali materiali, se presenti, fanno parte dello strumento del kit "Sintesi della buona pratica" e sono contenuti nell'archivio A5.1 Allegato – Materiale informativo).

1.3. Obiettivi del Piano di comunicazione esterna: media mix

Oltre ai più consueti canali di comunicazione istituzionale (sito web, newsletter, comunicati stampa, etc.), che ogni Ente metterà in campo secondo le proprie consuetudini, il Piano suggerisce un media mix composto da canali digitali (prevalentemente social media) e da canali tradizionali:

- gli **eventi** (convegni, workshop, seminari tematici e incontri professionali di settore) rappresentano un canale tradizionale di incontro e scambio per le Pubbliche Amministrazioni e per favorire l'inclusione di tutti gli stakeholder di progetto. Ove possibile e pertinente, cuore dell'evento può essere la sperimentazione diretta del servizio sviluppato nell'ambito della buona pratica. Si può prevedere lo streaming dell'evento da diffondere attraverso i canali digitali dell'Ente riusante. Tutti i soggetti interessati dal lancio del servizio (elenco degli stakeholder) devono essere invitati, in modo da avviare percorsi di collaborazione e miglioramento continuo. I luoghi degli eventi devono essere stabiliti in modo da favorire la più ampia partecipazione di pubblico e di partner, a livello locale, regionale e nazionale, che possano supportare nella diffusione della buona pratica.
- **Social media**: i social media (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.) devono essere parte integrante e non accessoria del Piano di Comunicazione; sono strumenti fondamentali per accorciare le distanze con il proprio target e rendere il progetto a portata di smartphone. I Social media sono inoltre una grande opportunità in un contesto caratterizzato da risorse economiche scarse (ricordiamo l'adeguamento al D.L. 122 del 2010 che ha ridotto dell'80% le spese di comunicazione rispetto a quanto effettuato nel 2009). Si raccomanda un linguaggio semplice, immediato e coerente con i messaggi valoriali su richiamati che si vogliono trasmettere, ed un ampio utilizzo di contenuti multimediali ("rich content"), che nel mondo social determinano la qualità dell'interazione e il livello di coinvolgimento del lettore.

2. Piano formativo e/o informativo

Nella fase di adesione di un ente alla comunità sarà previsto un piano formativo sia rivolto all'ente sia ai soggetti esterni illustri il modello della Comunità e sul suo finanziamento

2.1. Obiettivi e strategia

Il Piano ha l'obiettivo primario e imprescindibile di descrivere le conoscenze da trasferire ai soggetti coinvolti, nonché gli strumenti operativi utili per partecipare alla vita della Comunità.

2.2. Ambiti della formazione e/o informazione

L'ambito di informazione è stato quello dei servizi SUAPE e del territorio erogati dai Comuni.

2.3. Programma formativo

Il programma formativo di dettaglio verrà definito all'occorrenza con gli enti aderenti in accordo con gli stessi. Non è stato definito un progetto formativo mirato alla costituzione della Comunità.

Un supporto tabellare come quello seguente può essere utile per avere una visione di insieme del programma e degli elementi fin qui richiamati:

Programma formativa progetto...	Ambito tematico (contenuti e strumenti operativi da trasferire)	Enti e operatori coinvolti	Strumento formativo (lezione in aula, a distanza, help desk,...)	Relazioni nella Comunità
Fase costituzione				
Data...				
Data...				
Fase realizzazione				
Data...				
Per tutta la durata				
Per tutta la durata				
Fase di adozione (a regime)				
Fino al ..				

Tabella 1 - Programma formativo

3. Strumenti a disposizione

Sono presenti nella sezione degli Allegati al documento B2 “Realizzazione organizzativa della Comunità”