



## **Comune di Arcola (SP)**

# **Piano della comunicazione ambientale Anno 2009**

*Ufficio Ambiente*

*Ufficio Relazioni  
con il Pubblico*



# Piano di comunicazione ambientale - 2009

## Indice

### Premessa e principi generali

#### **PARTE I**

- Quadro di riferimento
- Obiettivi
- Metodologia

#### **PARTE II**

- Analisi del contesto
- Contenuti
- Destinatari

#### **PARTE III**

- Strumenti di Comunicazione
- Azioni e Prodotti

## Premessa e principi generali

### ***Il Piano della Comunicazione della Pubblica Amministrazione***

#### o **La filosofia della Legge Quadro n. 150/2000**

*"...La comunicazione pubblica 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..."*

**Tratto dalla premessa alla Direttiva Ministeriale del 7.2.2002 – Attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni.**

La Legge n. 150/2000, che disciplina la comunicazione pubblica, rappresenta una delle norme che sul finire dello scorso decennio (ndr *millennio*) hanno contribuito a cambiare la prospettiva d'azione delle Pubbliche Amministrazioni. Comunque ancora oggi, a distanza di oltre 8 anni dalla sua emanazione, molto rimane da fare per dare seguito a quanto previsto dalla stessa normativa. Probabilmente molte Pubbliche Amministrazioni, per diverse ragioni, non comprendono fino in fondo il mutamento della *mission* della P.A. avvenuto in questi anni. Di conseguenza non riescono a valutare correttamente l'importanza e l'occasione rappresentata e contenuta in questa norma, considerando l'attività ad essa connessa nel migliore dei casi una "cenerentola", nel peggiore un vero e proprio "orpello legislativo".

In applicazione a quanto previsto dalla Legge n. 150/2000 che, si è detto, disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle P.A., queste ultime devono definire nell'ambito del proprio ordinamento degli uffici e del personale e nei limiti delle risorse disponibili, le strutture e i servizi finalizzati alle attività di informazione e comunicazione e al loro coordinamento. In pratica, con la Legge n. 150/2000, la comunicazione non dovrà più essere "facoltativa, episodica, tattica, un diritto", bensì "obbligatoria, permanente, strategica, un servizio".

Per chiarezza, in questa sede è utile distinguere l'attività di "informazione" da quella della "comunicazione". Si è di fronte ad una attività di informazione istituzionale quando la P.A. si relaziona con i media (giornali, tv, radio etc.). Quando essa si relaziona con i cittadini si deve parlare di "comunicazione esterna", mentre nel caso in cui si relaziona con i propri dipendenti si parla di "comunicazione interna".

Gli obiettivi di carattere generale della comunicazione della P.A. sono:

- o favorire la conoscenza delle disposizioni normative;
- o far conoscere le attività delle istituzioni ed il loro funzionamento;
- o favorire l'accesso ai servizi pubblici, promovendone la conoscenza;
- o promuovere conoscenze diffuse e approfondite sui temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- o favorire processi interni di semplificazione delle procedure, di modernizzazione degli apparati e la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- o promuovere l'immagine dell'amministrazione, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi promossi e realizzati.

## ○ **Il Piano di Comunicazione**

### **COS'E'**

Esso rappresenta uno strumento fondamentale a programmare le azioni di comunicazione di un'organizzazione in un determinato periodo temporale.

### **IL CONTESTO**

Esso si colloca nella fase precedente la valutazione di impatto delle politiche e successiva alle decisioni. E' lo strumento di gestione della comunicazione dell'organizzazione pubblica a partire dalla verifica dell'impatto delle scelte della dirigenza politica e tecnica, nonché nella fase successiva quando le decisioni strategiche della stessa organizzazione sono state già assunte. Il Piano stabilisce uno schema d'azione, pur rimanendo uno strumento flessibile, potendo controllare solo una parte della comunicazione.

### **LE FINALITA'**

Esso contribuisce a ordinare, sviluppare e utilizzare risorse di diversa natura: umane, strumentali, economiche. Il tutto, al fine di conseguire gli obiettivi comunicativi prefissati. La strategia da adottare deve dare un senso alle informazioni, senza eccessi o confusione, nonché relazionarsi al proprio destinatario.

## ○ **Fare un Piano di Comunicazione**

Costruire un Piano di Comunicazione significa disegnare una mappa ragionata ed intelligente degli obiettivi che si intendono perseguire e dei destinatari dei nostri obiettivi.

Il Piano di Comunicazione rappresenta pertanto una nuova dimensione strategica dell'operato della Pubblica Amministrazione. E' fondamentale assimilare il concetto che la comunicazione *non e' un settore dell'Amministrazione, e' viceversa parte integrante di tutta l'azione amministrativa.*

La redazione di un Piano di Comunicazione rappresenta l'occasione per vedere tutti i soggetti influenti lavorare nel processo della comunicazione. Siano essi soggetti interni direttamente coinvolti o soggetti esterni destinatari del messaggio.

Un'unita' di intenti tra le logiche della comunicazione interna e quelle della comunicazione esterna, per rendere la strategia dell'organizzazione condivisa da tutti i livelli.

In sintesi, per "fare un piano della comunicazione" occorre:

- 1) procedere all'analisi dello scenario in cui si opera;**
- 2) definire gli obiettivi che si intende perseguire;**
- 3) caratterizzare e segmentare il pubblico destinatario della comunicazione;**
- 4) scegliere le strategie comunicative;**
- 5) scegliere i contenuti della comunicazione;**
- 6) scegliere le attività e gli strumenti della comunicazione;**
- 7) misurare i risultati raggiunti.**

## Problematiche ambientali e comunicazione

### ○ Sensibilità ambientale e opinione pubblica

In questi ultimi decenni l'opinione pubblica ha manifestato una crescente sensibilità verso le questioni ambientali. In un primo momento questa si è evidenziata con una generica attenzione verso problemi dell'inquinamento gravi e quei disastri ecologici provocati dall'uomo. Successivamente, l'opinione pubblica ha affinato questa sensibilità, dimostrando particolare attenzione alle relazioni tra livello globale e livello locale delle problematiche ambientali. Comunque, tuttora essa risponde spesso in maniera "scomposta" agli allarmi ambientali, o presunti tali, oggetto di trattazione da parte dei media.

Alcune ricerche demoscopiche realizzate negli ultimi 10 anni rivelano questo trend crescente di interesse verso le tematiche ambientali.

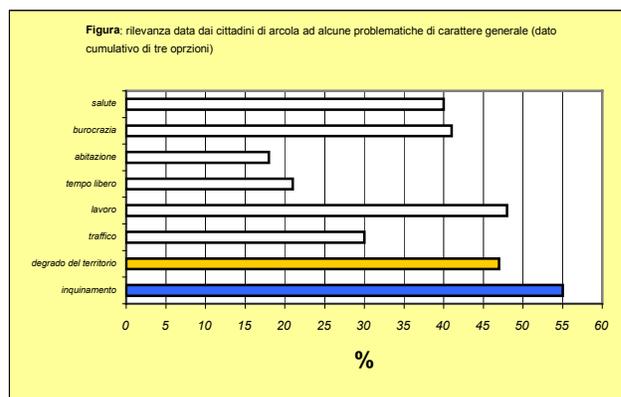
Nel seguente schema si riassumono i risultati di alcune di queste ricerche:

- 1995 – **Eurobarometer Commissione Europea** : preoccupazioni ambientali più generali che locali (16.000 cittadini della U.E.)
- 1995 – **Legambiente-Atlas** : l'inquinamento ambientale al 4° posto delle preoccupazioni degli italiani dopo la criminalità, la droga, la disoccupazione e insieme a corruzione politica.
- 2003 – **Eurobarometer Commissione Europea** : l'opinione pubblica dell'U.O. assegna ai temi ambientali massima priorità.
- 2003 – **Coesis-Acli** : la paura per il rischio ambientale è al primo posto con il 94%, davanti al terrorismo internazionale con il 93%, nuove guerre con il 88%. Il 16% degli intervistati è rassegnato che "non è possibile far niente", mentre il 50% dei cittadini ritiene l'impegno personale la chiave della riuscita per comportamenti socialmente responsabili (donazioni, consumo critico, risparmio etico 34%) o l'adesione attiva in movimenti e associazioni (24%).

Secondo un sondaggio condotto dalla Coesis per conto delle Acli nel settembre 2003, dal titolo "Paure e speranze degli italiani, nella società globale del rischio", la paura per il rischio ambientale balza al primo posto (94%), precedendo gli attacchi del terrorismo internazionale (93%) ed all'arrivo di nuove guerre (88%).

In generale, secondo i dati del sondaggio, "ciò che è lontano preoccupa tanto quanto ciò che è vicino. Le distanze si sono accorciate e i rischi globali vengono percepiti in modo altrettanto forte quanto le paure del quotidiano".

Dai dati emersi da un'indagine socio-ambientale condotta ad Arcola tra il 1999 e il 2000, dall'Ufficio Ambiente in collaborazione con il Centro Interuniversitario di Ricerca Educazione Ambientale dell'Università di Parma, pubblicata dall'Università di Berlino in: *Educating of Sustainability* ed. Peter Lang. (Autori Luigi Martella e Antonella Bachiorri) emerge che per i cittadini arcolani intervistati le problematiche legate all'inquinamento e al degrado del territorio assumono una rilevanza significativa rispetto alle altre tematiche proposte.



Occorre constatare però che mentre aumenta una sensibilità complessiva dell'opinione pubblica rispetto ai temi ambientali, per converso, non sempre corrispondono comportamenti e stili di vita ecocompatibili. Molti consumatori sono consapevoli dell'importanza dell'ambiente come fattore fondamentale per la qualità della vita, ma non sempre sono disposti a mettere in discussione i propri stili di vita e modelli di consumo. Esiste nei fatti una contraddizione tra il "*pensare sociale*" e il "*comportamento individuale*" forse perché a seguito di un'esperienza immediata l'individuo può trarne dei benefici diretti, mentre i pregiudizi collettivi emergono generalmente nel lungo periodo. Inoltre, spesso ciascuno di noi si "*nasconde*" dietro la percezione che il contributo individuale ai problemi ambientali collettivi è molto limitato, perciò si decide di non agire "*tanto è inutile*".

Questa cosiddetta "*doppia morale*" dei consumatori sembra essere confermata anche dal modo con il quale la maggior parte dei media trattano le questioni ambientali. I temi ambientali "*fanno notizia*" se assumono un carattere catastrofista e sensazionalista, che solletica le reazioni emotive del lettore o telespettatore. Questo approccio dei media da un lato ha garantito uno spazio crescente all'ambiente, ma nel contempo non garantisce una migliore e corretta informazione.

In ogni caso se prima l'ambiente costituiva una variabile esterna ininfluyente e trascurabile oggi esso svolge un ruolo fondamentale in tutti i processi di governo del territorio, tanto che oramai da circa 20 anni si parla di *sviluppo sostenibile*.

## ○ **Lo sviluppo sostenibile**

Nella società contemporanea si vive la contraddizione tra i vantaggi che lo sviluppo ci assicura e il degrado ambientale derivante dallo sfruttamento delle risorse non rinnovabili con la stessa velocità con la quale sono utilizzate.

Oggi, concetti come quello di *Equilibrio*, *Limite*, *Sviluppo Sostenibile*, sono entrati a far parte del nostro vocabolario comune e sono considerati argomenti importanti per lo sviluppo delle dinamiche sociali e politiche di molti stati.

Secondo la definizione attualmente più diffusa e utilizzata, elaborata dalla Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo presieduta da Gro Harlem Brundtland, presente nel rapporto *Our Common Future*: "*è sostenibile quello sviluppo che soddisfa i bisogni delle generazioni presenti, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i loro*" (*Our Common Future*, 1987).

Se si analizzano i significati letterali delle due parole, *sviluppo* e *sostenibile* vediamo che:

- *Sviluppo*: equivale a potenziamento, espansione, incremento.
- *Sostenibile*: deriva dal verbo "sostenere" che vuol dire supportare, sopportare, mantenere, mantenere il peso di, che si può portare su di sé, che si può sopportare etc.

Si osserva che i due termini contengono dei significati per certi versi contrapposti, perché lo *sviluppo* contiene l'idea di una *crescita illimitata*, mentre la parola *sostenibile* porta con sé il senso di "*soglia*" e di "*limite*". Questa "natura" dei due termini ha spesso comportato l'uso improprio del concetto di "sviluppo sostenibile".

Se parliamo di sviluppo sostenibile, ci riferiamo ad uno sviluppo economico e sociale che la Terra e gli organismi che la abitano, uomo incluso, possano sostenere nel tempo. Esso deve essere compatibile con gli equilibri sociali e con la conservazione delle risorse naturali. In pratica, occorre *costruire una società capace di futuro*, in grado cioè di rendere migliore la qualità della vita delle presenti e delle future generazioni.

## ○ La comunicazione ambientale

La comunicazione ambientale e l'informazione su questioni ambientali nasce come una presa di coscienza collettiva, stimolata in modo particolare da alcuni scienziati e militanti ambientalisti e diventa nel tempo un elemento sostanziale della vita democratica, fino ad essere considerato un elemento costitutivo dei diritti di cittadinanza.

Da diversi anni la comunicazione relativa alle problematiche ambientali locali e globali viene realizzata in varie forme, con vari strumenti e da una pluralità di soggetti.

Dei fattori comuni con cui tale comunicazione e informazione vengono proposte sono rappresentati dall'unilateralità, dalla settorialità, dall'episodicità, dal sensazionalismo e dalla superficialità.

La forma e la sostanza della comunicazione ambientale viene troppo spesso semplificati o eccessivamente tecnicizzata. Ne deriva che l'informazione è in spesso eccessivamente ricca di dati mal gestibili, oppure incompleta e non aggiornata o di difficile accesso per i potenziali interessati.

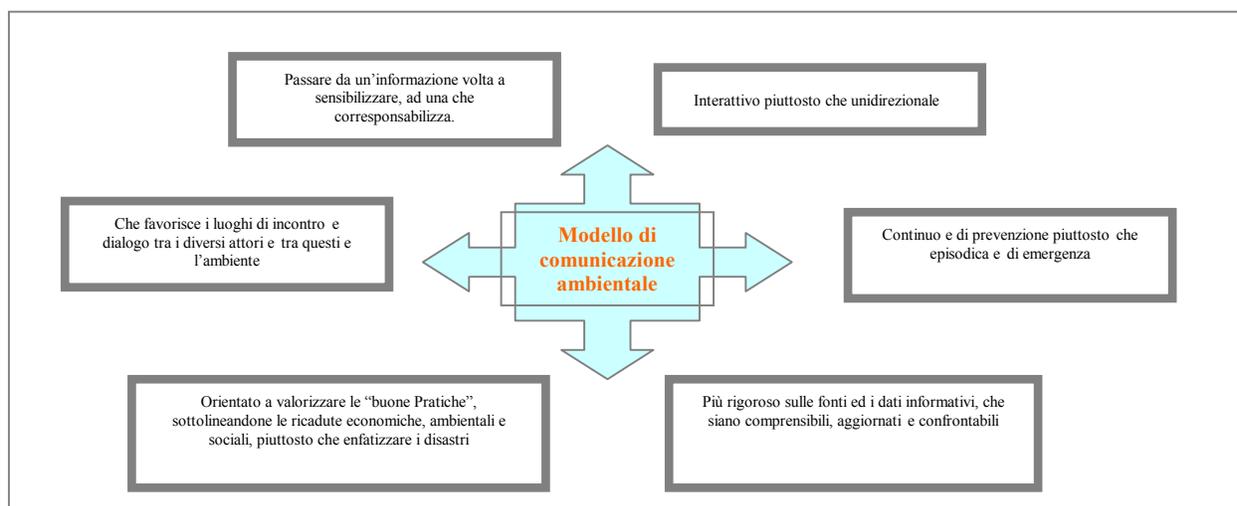
Questi ed altri fattori introducono il rischio che, nonostante le buone intenzioni, le iniziative di comunicazione risultino essere inefficaci.

Nella società dell'informazione, accanto a tante opportunità esiste il rischio di un "*inquinamento comunicativo*", ovvero una inflazione di messaggi non distinguibili che, anziché tradursi in conoscenza, producono confusione.

L'obiettivo di una piena "cittadinanza ambientale", ovvero la compartecipazione dei cittadini al governo dell'ambiente, presuppone lo sviluppo di abilità indirizzate verso la "*sensibilizzazione*", la "*conoscenza*", la "*responsabilità*" e la "*competenza*" ambientale.

Quindi, la comunicazione ambientale riveste un ruolo fondamentale e strategico nella diffusione della cultura dello sviluppo sostenibile.

Nel seguente schema viene esemplificato un modello di comunicazione ambientale.



Di seguito, in sintesi, si riportano quali dovrebbero o potrebbero essere gli elementi distintivi di una comunicazione ambientale orientata allo sviluppo sostenibile.

*"Passare da una comunicazione incentrata sull'ambiente in pericolo (a volte amplificato, altre minimizzato) ad una comunicazione per la sostenibilità, pensata e praticata come elemento co-essenziale della soluzione del problema"* (Sancassiani e Tamburrini – AG21 Locali Italiane)

*transizioni*

DA.....	...A....
...una comunicazione programmata a priori dagli addetti ai lavori....	... all'analisi periodica dei bisogni informativi emergenti; al costante e preventivo monitoraggio delle "percezioni", dei "comportamenti" delle "motivazioni" verso l'ambiente; alla costante verifica della efficacia delle azioni intraprese e degli strumenti utilizzati quali presupposti metodologici di base per strategie e piani di comunicazione.
...un'informazione unidirezionale....	... una comunicazione articolata in un processo dinamico di ascolto-comunicazione- interazione di tipo retroattivo -, rapporto di co-determinazione tra gli attori che vi prendono parte.
...l'episodicità, emergenza, casualità, rincorsa ai problemi....	... una comunicazione continua e preventiva, ad una pianificazione integrata della comunicazione che segue tutte le fasi dei processi decisionali (prima, durante, dopo).
...un'informazione volta a sensibilizzare, che dà consigli, per il cambiamento degli atteggiamenti, al coinvolgimento diretto, motivazione e co-responsabilizzazione per la partecipazione attiva dei vari attori rispetto ai problemi, opportunità, rischi e responsabilità di ciascuno relative a progetti di pubblico interesse sul territorio....	... alla promozione dell'approccio negoziale per l'elaborazione e condivisione di obiettivi comuni tra i diversi "portatori di interesse" (stakeholders).
...l'approssimazione....	... credibilità e attendibilità delle fonti, alla disponibilità di dati e informazioni sull'ambiente che siano comprensibili a tutti, aggiornati, confrontabili (nello spazio e nel tempo), verificabili e rilevanti, secondo standard riconosciuti a livello regionale, nazionale e internazionale.
...la comunicazione monotematica (es. rifiuti)....	... la comunicazione integrata e trasversale, orientata a descrivere la complessità dei temi interdisciplinari/intrasettoriali e a evidenziare le implicazioni di tutti gli aspetti ambientali, sociali, economici.
...la lettura ed esposizione esemplificata dei problemi ....	... la considerazione-descrizione delle cause e degli effetti (che raramente sono semplici e lineari bensì complessi e ricorsivi) l'intreccio di implicazioni ambientali, sociali, economiche a breve, medio e lungo termine, le possibili soluzioni tecnologiche, economiche, normative, gestionali, sociali, culturali.
...l'enfatizzazione di pericoli e disastri ambientali ....	... la proposizione di modelli di "buone pratiche" realizzate e in corso, evidenziandone le ricadute economiche, ambientali e sociali, l'accettabilità e il coinvolgimento dei diversi attori coinvolti e la desideabilità dei cambiamenti verso la sostenibilità.
...comunicazioni ad attori ristretti e consolidati ....	... comunicazioni ad attori diversificati e nuovi, al fine di promuovere una più ampia partecipazione di attori nelle fasi di progettualità e attuazione, con riguardo anche a settori sociali ritenuti di scarso peso nelle decisioni, come marginali, deboli, anziani e nuove generazioni (bambini, giovani).
...semplificazione e riduzione dei codici comunicativi ....	... l'adozione di una pluralità di linguaggi da utilizzare in modo appropriato a seconda dei contesti e degli attori coinvolti: messaggi "al cuore, alla testa, all'occhio"; mix di linguaggi dedicati: tecnico-statistico, divulgativo-informativo, emozionale, estetico-artistico, di rendicontazione, improntati a conciliare "rigore scientifico e immaginazione"
...la prevalente utilizzo dei tradizionali strumenti di comunicazione informativi/monodirezionali ....	... l'implementazione di strumenti interattivi, multimediali (iper-testi cd-rom, mailing list, internet – web e video conferenze ecc) e partecipativi (forum, workshops, focus grup, momenti informali-conviviali ec): necessità di un mix bilanciato e combinato di new media interattivi e di contatti "viso a viso".
...il consumo passivo delle nuove tecnologie informative ....	...loro orientamento e utilizzo per implementare il lavoro in rete, per garantire l'accesso in tempo reale alle informazioni sull'ambiente, per ampliare gli spazi di decisione, occasione per praticare effettivamente il pensare globalmente e l'agire localmente.
...l'utilizzo di strumenti di comunicazione ad alto impatto ambientale (spreco di carta, inflazione di messaggi) ....	...la promozione di strumenti di comunicazione più sostenibili che utilizzano in modo appropriato, efficace e oculato le risorse materiali e immateriali.

# PARTE I

## Quadro di riferimento

### Stato dell'arte

#### ○ Il Rapporto Ambientale

La volontà/necessità di comunicare ai cittadini del Comune di Arcola le azioni ambientali promosse e realizzate nel corso del tempo dall'Amministrazione Comunale, a partire dall'anno 2002 ha portato l'Ufficio Ambiente Comunale a ideare e redigere il *1° Rapporto sullo Stato dell'Ambiente del Comune di Arcola*.

La consapevolezza dei limiti metodologici del lavoro svolto, dovuta alle limitate risorse umane e finanziarie tipiche di un piccolo centro come Arcola, non ha certo scoraggiato la P.A. in questa nuova sfida. Quindi, si è pensato di *far diventare un nostro limite, un'opportunità*.

Per questa ragione e per altre valutazioni tecniche si è pensato di costruire uno strumento *flessibile*, che per certi aspetti si basa sulle metodologie dei Rapporti sullo Stato dell'Ambiente "classici", ma che ha scelto di *modellarsi* alle esigenze e alle risorse disponibili riconducibili alle dimensioni del Comune di Arcola.

Si sono coinvolte professionalità interne ed esterne all'Ente legate al territorio e cultori delle diverse tematiche ambientali affrontate, ed inoltre si è utilizzato, nel giusto dosaggio, il materiale disponibile sul web. Si è creato in sostanza un *network*.

Il 3° Rapporto Ambientale è caratterizzato dai seguenti elementi:

- Intende comunicare all'esterno dell'Ente le azioni ambientali praticate, consolidando le conoscenze acquisite e progettando nuove azioni –**rapporto**–;
- vuole costituire il luogo dove si può trovare la rappresentazione di punti di vista dei diversi soggetti sociali sulle tematiche ambientali e relativi approfondimenti –**rivista**–;
- punta a rappresentare il luogo dove convergono e si sviluppano le relazioni tra soggetti diversi realizzando un vero e proprio laboratorio di idee –**rete relazionale**–.

La struttura di ciascun *tema dell'ambiente* (es. acqua, aria etc) viene così ad essere costruita su tre basi:

- il *punto di vista* di un soggetto esterno alla P.A.;
- le *notizie e aggiornamenti* sulle buone pratiche ambientali di Arcola;
- l'*approfondimento* tecnico/divulgativo. Il *Tema dell'anno* consente di affrontare ed approfondire annualmente una tematica ambientale.



L'informazione e la comunicazione ambientale per il buongoverno del territorio.

ANNO 2004

## ○ L'Ufficio Relazioni con il Pubblico

Il Comune di Arcola apre l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) agli inizi del 2002. Lo sportello viene collocato, non a caso, nello stabile in Piazza 2 Giugno, in una zona baricentrica del territorio comunale e facilmente raggiungibile anche da utenti "diversamente abili".

### **Perche' l'URP?**

Lo sportello nasce come uno spazio che facilita l'incontro dei cittadini con il Comune, predilige l'ascolto e il contatto diretto. Agevola nell'utilizzo dei servizi comunali, facilita la comprensione delle normative e dei provvedimenti, verifica il gradimento e la qualita' dei servizi comunali.

### *I punti di forza*

Predilezione per *l'ascolto*

Informazione *chiara ed univoca*.

Linguaggio, che si rivolge *prima di tutto al cittadino* e non alla gerarchia burocratica.

Il 17 maggio 2003 e' stato inaugurato il primo sito internet del Comune di Arcola: [www.comune.arcola.sp.it](http://www.comune.arcola.sp.it)

La tecnologia non sostituirà i consueti canali di comunicazione con il cittadino, che potrà continuare a recarsi nei singoli uffici. Cercherà piuttosto di modellare le esigenze della Pubblica Amministrazione a quelle dei suoi "utenti".

I principali beneficiari del progetto saranno infatti i cittadini, che potranno utilizzare gli strumenti a loro più congeniali per soddisfare le proprie necessità. Sarà lo stesso fruitore a scegliere l'interazione più consona alle proprie esigenze 24 ore su 24 e in qualsiasi luogo esso si trovi.

### **L'URP oggi**

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico del Comune di Arcola, rappresenta al momento il Front-Office più avanzato sul territorio Comunale. Agevolato da una posizione strategica e baricentrica, ha acquisito nel tempo la connotazione di punto di riferimento per buona parte della popolazione arcolana.

Durante l'anno l'Urp riceve migliaia di contatti e cura diverse campagne informative dirette alla popolazione. Di seguito se ne riporta un esempio.

TIPO DI CAMPAGNA	IN COLLABORAZIONE CON
Raccolta fondi per popolazioni asiatiche vittime dello Tsunami	Servizi sociali
Guida alla corretta alimentazione	Pubblica Istruzione
Bando per volontariato personale	Servizi sociali e Polizia Municipale
Giro della Lunigiana	Ufficio Sport
ISEE	Servizi sociali
Campus estivi per ragazzi	Assistenti sociali
Campagne prevenzione tumore al seno	Asl spezzino
Terzo rapporto ambientale	Ufficio Ambiente
Refezione e trasporto scolastico	Pubblica istruzione
Incontri su influenza aviaria	Asl spezzino
Controllo impianti elettrici e termici Centro storico di Arcola	Ufficio Tecnico
Campagna disabili gravi	Servizi sociali
Denunce volatili e animali da cortile	Asl spezzino

## **Lo scenario di partenza**

La comunicazione ambientale che si cerca di affrontare organicamente con questa pianificazione è sempre stata un elemento qualificante dell'attività dell'Ente nel corso degli anni. Con l'implementazione di un sistema di gestione ambientale e con il conseguente ottenimento della certificazione ISO 14001:2004 le azioni di comunicazione e informazione ambientale sono andate incrementando. Da qui la necessità di una vera e propria programmazione e pianificazione delle azioni.

A seguito dell'audit di certificazione svoltosi il 2 e 3 settembre 2007 e sulla base delle determinazioni dell'Ente di certificazione (RINA spa), è stato rilasciato il certificato di conformità n. EMS-1927/S datato 27/09/07, che attesta la rispondenza alla norma ISO 14001:2004 del Sistema di Gestione Ambientale adottato da questo Ente.

In data 30 aprile 2007 si è svolto il primo audit di mantenimento. L'esito di tale audit è stato positivo consentendo il mantenimento della certificazione. Il prossimo audit di mantenimento è fissato per il 19 e 23 dicembre 2008.

Con l'implementazione di un Sistema di Gestione Ambientale questa Amministrazione si è messa nelle condizioni di tenere meglio sotto controllo tutti i parametri ambientali, rilevare eventuali situazioni di emergenza o anomale e agire, pianificare e programmare gli interventi necessari, gestire gli interventi secondo procedure definite e far acquisire una maggiore sensibilità ambientale, nell'ottica di sistema, al personale dell'Ente.

Nella Politica ambientale definita dal Sindaco ed emessa da questo Ente nell'ambito della documentazione di sistema sono stati previsti numerosi richiami alla comunicazione ambientale; tra i vari punti, possiamo ricordare:

- garantire la comunicazione ai soggetti interessati dei programmi ambientali adottati, dei traguardi raggiunti e degli impegni intrapresi per il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali;
- avviare azioni di informazione, sensibilizzazione e promozione dell'introduzione di politiche ambientali e/o sistemi di gestione ambientale per uno sviluppo sostenibile nei confronti delle aziende operanti sul territorio comunale;
- garantire risposte adeguate a reclami e/o sollecitazioni provenienti dall'esterno in campo ambientale;
- promuovere di campagne di sensibilizzazione indirizzate ai cittadini, studenti e alle aziende sulla tematiche della gestione dei rifiuti urbani;
- attuare campagne di informazione e formazione dei dipendenti su tematiche ambientali.

## Obiettivi

Considerato che con Deliberazione di Giunta Comunale n. 85 del 23/09/2008 si sono approvate le *linee guida per la comunicazione istituzionale* e stabiliti i *canoni di comportamento nella comunicazione* del Comune di Arcola finalizzate a:

- contribuire alla definizione di un'immagine attendibile e autorevole dell'istituzione Comune;
- dare risposta concreta alle domande dei cittadini, attuando iniziative di comunicazione e informazione più dirette e capillari;
- supportare il processo di modernizzazione di una struttura articolata come quella amministrativa;
- promuovere sinergie di comunicazione orientate a ottimizzare le risorse e legittimare l'azione amministrativa.

In attuazione della Politica ambientale dell'amministrazione finalizzata a:

- garantire la comunicazione ai soggetti interessati dei programmi ambientali adottati, dei traguardi raggiunti e degli impegni intrapresi per il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali;
- avviare azioni di informazione, sensibilizzazione e promozione dell'introduzione di politiche ambientali e/o sistemi di gestione ambientale per uno sviluppo sostenibile nei confronti delle aziende operanti sul territorio comunale;
- garantire risposte adeguate a reclami e/o sollecitazioni provenienti dall'esterno in campo ambientale;
- promuovere di campagne di sensibilizzazione indirizzate ai cittadini, studenti e alle aziende sulla tematiche della gestione dei rifiuti urbani;
- attuare campagne di informazione e formazione dei dipendenti su tematiche ambientali.

Il Piano di comunicazione ambientale, facente parte integrante del Piano della comunicazione istituzionale, definisce le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di attuare nell'anno 2009.

Questo documento serve a programmare le azioni di comunicazione attraverso la definizione di ciascun intervento, delle finalità (perché comunichiamo), degli attori (chi comunica e a quali destinatari), i prodotti (cosa si deve realizzare), con quali strumenti e con quali risorse.

## Metodologia

Il presente piano è stato redatto prendendo in considerazione le attività di comunicazione che verranno svolte nel corso del 2009, con le relative finalità e i tempi di realizzazione.

Il piano è frutto del lavoro sinergico tra l'Ufficio Ambiente (Responsabile dr. Luigi Martella) e l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (Responsabile Daniela Tresconi), con il coordinamento del Responsabile dell'Area Tecnica, arch. Alessandro Canepa che unendo le rispettive professionalità hanno consentito una pianificazione puntuale degli interventi di comunicazione ambientale.

## PARTE II

### Analisi del contesto

#### **Contesto esterno**

La sensibilità dei cittadini e della *comunità locale* genera la necessità di fornire informazioni dettagliate e chiare in materia di politica ambientale. E' sempre più evidente il bisogno di conoscere le informazioni ambientali riguardanti i luoghi in cui si vive o dove si sceglie di andare in vacanza.

Il *cittadino/abitante* è sempre più attento ai benefici che possono derivare dall'azione della politica ambientale dell'Ente/i di governo territoriali sulla "sua" qualità della vita. In questo contesto, spesso egli svolge un ruolo di stimolo nei confronti dell'amministrazione comunale su problemi territorialmente circoscritti, talvolta limitandosi soltanto ad una visione di breve periodo senza considerare l'importanza di una necessaria visione a medio-lungo termine.

*Attività produttive* in generale e *liberi professionisti* sono vincolati alla conoscenza e al rispetto delle norme e quindi possono rappresentare contestualmente punti di forza e punti di debolezza. Nel primo caso ricadono le aziende e i professionisti che non si limitano ad adeguarsi al dettato normativo e alle prescrizioni di legge, ma che si pongono in un'ottica di costante miglioramento delle loro performance ambientali divenendo così esempio di buona pratica nei confronti delle altre attività. Nel secondo caso ricadono le aziende e i libero professionisti che ignorano le norme continuando a disattendere gli obblighi di legge ponendosi come elemento di "pressione negativa" alle risorse naturali, al territorio e alla convivenza sociale. Essi rappresentano un esempio in negativo che, se non adeguatamente contrastato, potrebbe causare un deleterio "effetto domino".

Nel caso di aziende, professionisti e/o *società partecipate* o che lavorano per conto dell'Amministrazione comunale, questi aspetti sono ancor più enfatizzati, in quanto i comportamenti (positivi e/o negativi) e il loro modo di porsi nei confronti delle tematiche ambientali nel sentire comune viene imputato all'Amministrazione pubblica che, anche per questo, deve svolgere un ruolo di guida e controllo che si esplica non solo attraverso il potere sanzionatorio ma soprattutto attraverso un'adeguata opera di formazione/informazione.

#### **Contesto interno**

I *decisori politici* compiono le scelte e indicano gli obiettivi da raggiungere, tenendo conto delle criticità del territorio. Essi hanno la necessità di avere un'adeguata conoscenza nel contesto normativo e del quadro di riferimento attraverso il confronto con i propri *dirigenti* e *funzionari*. Questi ultimi hanno il compito di attuare gli obiettivi fissati dai decisori politici coordinando le attività del personale dipendente fornendo gli strumenti necessari.

I *dipendenti* sono coloro che nella quotidianità implementano le politiche ambientali dell'Ente. Per fare ciò devono essere i destinatari privilegiati di un'attenta attività di comunicazione/formazione che li porti a condividere gli obiettivi che l'Amministrazione si pone di raggiungere.

## Contenuti

### **Caratteristiche e articolazione della comunicazione ambientale**

La comunicazione ambientale ha caratteristiche e articolazioni ben definite che si possono suddividere almeno in tre direttrici principali (tratti da: *Manifesto della comunicazione pubblica in campo ambientale* – Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale):

- **la comunicazione ambientale:** è l'attività istituzionale degli enti che operano in campo ambientale ed è contraddistinta dalla necessità di informare costantemente il cittadino sullo stato dell'ambiente. L'acqua, l'aria ed il suolo vengono monitorati ed i dati resi pubblici. Una nuova opera che avrà un impatto sull'ambiente va ugualmente portata all'attenzione del cittadino, così come l'istituzione di un'area protetta o di una pista ciclabile;
- **la comunicazione-educazione ambientale:** L'attenzione all'ambiente nasce nel nostro Paese non più di trent'anni fa, il processo di maturazione nella coscienza collettiva è quindi ancora in corso. L'informazione in questo campo deve quindi essere strettamente connotata da una chiave educativa. E' compito dell'amministrazione comunicare in maniera appropriata la necessità di raccogliere i rifiuti in maniera differenziata, spiegandone le modalità o ancora come risparmiare energia contribuendo al rispetto dell'ambiente;
- **la comunicazione emergenziale:** La comunicazione di crisi ed emergenza è quella che si affronta nelle situazioni improvvise di rischio per la salute, al fine di dare la giusta ed equilibrata risposta alle istanze dei cittadini e dei media. Niente allarmismo, ma neanche nessun tentativo di tenere nascosta ai cittadini la portata dell'evento registrato.

I canoni di comportamento ai quali bisogna attenersi nella comunicazione dell'Ente sono fissati nella DGC n. 85/2008, e consistono:

1. Non abusare delle dichiarazioni, soprattutto sullo stesso argomento. Si rischia di svilire il messaggio originario ed indebolisce l'autorevolezza dell'azione di Governo.
2. Non replicare o dichiarare a seguito "di sentito dire" o di quanto riferito da altri.
3. Non utilizzare esclusivamente una sola modalità di informazione, ma indirizzarsi piuttosto verso la "multicanalità".
4. Informare preventivamente gli Uffici addetti all'informazione circa la prossima attuazione di iniziative.
5. Non farsi anticipare da informazioni fornite da fonti esterne o giornali o tv. Non nascondere, per evitare di essere colti di sorpresa dopo.
6. Divulgare all'interno delle aree e degli Uffici la cultura della comunicazione.
7. Rispettare le forme grafiche dell'Ente: non è pensabile che il cittadino riceva comunicazioni ogni volta diverse da Ufficio ad Ufficio.
8. Avere sempre la consapevolezza che, in ogni momento della comunicazione o dell'informazione, si sta rappresentando l'Ente Comune.
9. Coinvolgere sempre gli Uffici interessati nelle azioni che si mettono in campo.

## Destinatari

Il Piano si rivolge sia all'esterno che all'interno della struttura-organizzazione.

All'esterno troviamo:

- i cittadini, intesi sia come abitanti che come turisti/visitatori;
- associazioni anche di categoria, comitati, comitati di zona;
- le aziende, commercianti, liberi professionisti etc.

All'interno troviamo:

- Decisori politici (Sindaco- Giunta-Consiglio Comunale);
- Dirigenti e dipendenti.

## PARTE III

### Strumenti di comunicazione

Gli strumenti di comunicazione utilizzabili per questo tipo di comunicazione sono:

STRUMENTO	SPECIFICITA'	MESSAGGIO VEICOLABILE	DESTINATARI
Sportelli informativi	Contatto diretto	Informazioni di 1° livello Possibili risposte a problemi specifici	Tutti, con prevalenza cittadini e aziende
Incontri diretti con i cittadini o con i loro rappresentanti	Contatto diretto	Approfondimento su problematiche specifiche	Cittadini, aziende, associazioni, comitati di zona
Manifesti e locandine	Comunicazione statica	Avvisi generali e specifici legati a determinati contesti territoriali	Passanti (non identificabili a priori)
Depliant e brochure	Comunicazione indiretta, flessibile (es. distribuzione, spedizione ecc...)	Informazioni generali/specifiche rese anche con approfondimenti	Generici o segmenti di destinatari pre-individuati (mailing list)
Notiziario del Comune - "ArcolaTinforma"	Comunicazione periodica inviata a tutti i cittadini	Messaggi istituzionali di interesse generale	Cittadini
Web-site istituzionale	Iperestualità e rapidità nell'inserimento/ricerca informazioni	Tutti	Utenti della rete (esterni ed interni)
Rete intranet	Iperestualità e rapidità nell'inserimento delle informazioni	Tutti	Personale dipendente
Comunicati e conferenze stampa	Informazione mediata	Notizie di interesse generale	Media – New Media
Interviste radio-partecipazione programmi Tv di approfondimento	Impatto immediato, comunicazione diretta	Notizie di interesse generale/approfondimenti	Spettatori, ascoltatori
Comunicazioni attraverso invio di posta tradizionale o e-mail	Informazione mirata	Tutti	Tutti / utenti della rete
Inserimento nei documenti ufficiali	Ufficialità dell'informazione	Informazione collegata al documento	Destinatari del documento
Corsi di formazione	Approfondimento	Normativa, sistema di gestione e adempimenti in campo ambientale	Personale dipendente, fornitori

## Azioni e Prodotti

Sulla base delle considerazioni sopra espresse è possibile individuare dunque le singole azioni programmate. Per ognuna di esse saranno indicate le informazioni principali (oggetto, strumenti, destinatari, tempi, ecc.). Per i costi di ciascun intervento, si rimanda agli eventuali atti/provvedimenti del caso (es. vedi Agenda per l'Ambiente 2009).

ID	INTERVENTO	OGGETTO	STRUMENTO	RESPONSABILE	DESTINATARIO	TEMPI
01/09	Politica Ambientale	Diffusione della Politica Ambientale	Affissione Albo Pretorio - bacheche uffici comunali - sito web - busta paga dipendenti - trasmissione soggetti istituzionali	URP-Ufficio Personale	Dipendenti – decisori politici – soggetti istituzionali	continuo
02/09	Coinvolgimento fornitori	Diffusione della Politica Ambientale	Inserimento della P.A. nei documenti ufficiali – Inserimento della P.A. nei bandi e/o capitalati	Capi Area	Fornitori	continuo
03/09	Articoli tematici sull'house-organ dell'Ente	Messaggi di interesse generale sulle tematiche ambientali	Notiziario "ArcolaTinforma"	URP	Cittadini	trimestrale
04/09	Conferenze stampa	Notizie ambientali di particolare rilievo	Conferenze stampa	URP	Media	continuo
05/09	Comunicati stampa	Notizie ambientali di attualità	Comunicati stampa	URP	Media	continuo
06/09	Formazione	Normativa e sistema di gestione ambientale	Corsi di formazione	Ufficio personale	Personale dipendente	Vedi piano formazione
07/09	Comunicazione aspetti ambientali significativi	Aspetti ambientali significativi (es. rifiuti, risorsa idrica, rischi rilevanti etc.)	Web-site istituzionale – manifesti – opuscoli etc.	RGA - URP	Cittadini e tutti i portatori di interesse	continuo
08/09	Comunicazione aspetti ambientali significativi	Aspetti ambientali significativi	Inserimento documenti ufficiali – inserimento aspetti ambientali significativi nei bandi e/o capitalati	Capi Area	fornitori	continuo
09/09	Diffusione del SGA	Sistema di Gestione Ambientale	Rete intranet	RGA	Personale dipendente – decisori politici	continuo

ID	INTERVENTO	OGGETTO	STRUMENTO	RESPONSABILE	DESTINATARIO	TEMPI
10/09	Diffusione materiale informativo	Dispense degli interventi formativi sul sistema di gestione ambientale	Rete intranet	RGA	Personale dipendente	continuo
11/09	Comunicazione pubblica	SGA – informazioni/notizie ambientali	Web-site istituzionale	RGA-URP	Utenti della rete	continuo
12/09	Diffusione atti istituzionali	Regolamenti e documentazione istituzionale	Web-site istituzionale	URP	Utenti della rete	continuo
13/09	Iniziative ambientali dell'Ente	Programmi e progetti ambientali (vedi Agenda per l'Ambiente 2009)	Web-site istituzionale – media - locandine	RGA-URP	Tutti	Secondo programmazione Agenda per l'Ambiente 2009
14/09	Comunicazione diretta con i cittadini	Segnalazione disservizi e informazioni su competenze uffici	Sportelli informativi	RGA-URP	Cittadini	continuo
15/09	Contatto diretto con le realtà territoriali	Ascolto delle necessità del territorio e comunicazione delle politiche dell'Ente	Incontri con i cittadini, aziende e loro rappresentanti	Decisori politici	Cittadini, comitati, aziende	periodici
16/09	Gestione emergenze	Informazioni di emergenza	Avvisi alla popolazione et al.	Protezione civile	cittadinanza	In caso di necessità
17/09	Promozione dell'Ente	Promozione iniziative ambientali	Partecipazione radio-tv	Decisori politici-URP	Pubblico radio-televisivo	periodico
18/09	Politiche ambientali dell'Ente	Approfondimenti ambientali di attualità	Interviste e partecipazione a programmi di approfondimento radio -tv	Decisori politici-URP	Pubblico radio-televisivo	periodico
19/09	Promozione iniziative e progetti ambientali	Inviti a iniziative e informazioni generali	Posta o e.mail	URP-RGA	Portatori di interessi	occasionale
20/09	Dibattiti su temi ambientali	Tematiche ambientali	Incontri pubblici	Decisori politici – URP - RGA	Tutti	occasionale
21/09	Monitoraggio socio-ambientali	Iniziative sistematiche per testare il gradimento dei servizi comunali	Customer satisfaction e marketing pubblico	URP	Portatori di interesse	periodico
22/09	Comunicazione interna tra uffici e organi politici	Azioni dell'ente in campo ambientale	Atti istituzionali	URP	Decisori politici	continuo
23/09	Newsletter	Comunicazioni settimanali	UrpTinforma-	URP	Newsletter a richiesta	settimanale
24/09	Moduli educativi specifici per le scuole	Organizzazione percorsi educativi (vedi Agenda per l'Ambiente 2009).	Educazione ambientale	RGA- URP - RD	Scuola	Secondo programmazione Agenda per l'Ambiente 2009