

# La comunicazione degli enti pubblici



(tema centrale della formazione #Erasmus svolta a Parigi nel 2023)



Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

Carla Scarsi  
Giornalista

**FranceTV**

**Reporters sans frontières**

**Istituto italiano di Cultura a Parigi**

**Comune di Guyancourt**

**Mouvement Européen-France**

**Maison des journalistes**

**Unesco**

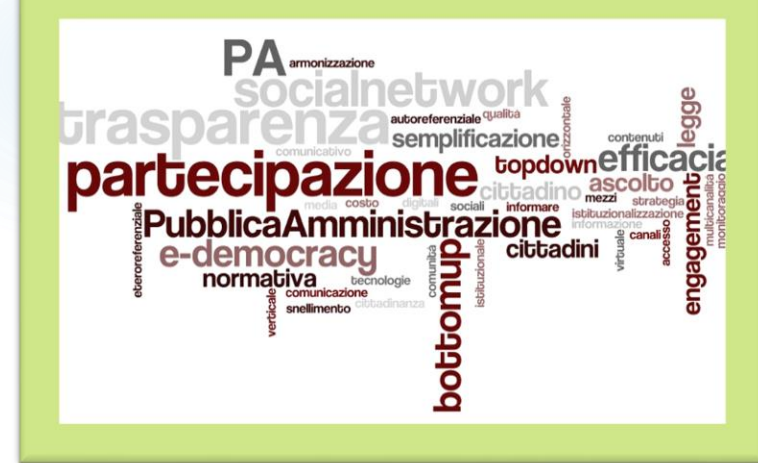


Erasmus di formazione *full-immersion* dedicato alla comunicazione pubblica. Si tratta di un progetto sviluppato dall'Ordine dei Giornalisti della Liguria - unico in Italia - nel quadro del programma europeo ErasmusPlus. La formazione prevede incontri ed esperienze con istituzioni e associazioni, con focus sulla comunicazione istituzionale.

## La comunicazione pubblica è unica nel suo genere:

- non segue le regole del mercato,
- è emanata dallo Stato e dagli Enti Locali,
- informa i Cittadini e le Cittadine,
- riferisce sulle politiche pubbliche
- e ha (o meglio *avrebbe*) come compito anche alimentare il dibattito pubblico

La sua influenza diretta e indiretta sulla vita di tutti è innegabile, anche se poco riconosciuta.





## Gli argomenti di cui **potremmo** parlare oggi:

Strategie di Comunicazione Efficace

Definizione di Comunicazione Efficace

Uso dei *Media* Tradizionali (Giornali, Radio, TV)

Strategie Digitali (Siti Web, Social Media, Newsletter)

Comunicazione Visiva e Design (Infografiche, Video, Presentazioni)

Coinvolgimento e Partecipazione del Pubblico

Importanza della Partecipazione Attiva

Metodi per Coinvolgere i Cittadini (Sondaggi, Forum, Eventi Pubblici)

Gestione dei Feedback e delle Critiche...

Invece...

# Includere e coinvolgere i Cittadini e le Cittadine anziani con poca abitudine digitale nella comunicazione integrata



Includere i cittadini anziani, specialmente quelli con poca dimestichezza con le tecnologie digitali, è una sfida importante per garantire una comunicazione integrata e inclusiva negli enti locali.

Coinvolgere gli anziani nelle comunicazioni, mantenendo un approccio accessibile e rispettoso delle loro esigenze:

## Sportelli Informativi e Punti di Ascolto Fisici

Creare sportelli informativi fisici nei municipi, nelle biblioteche, o nei centri per anziani dove il personale può fornire informazioni, assistenza e orientamento in modo diretto.

**Esempi: “Sportello Amico”** nei municipi per assistenza pratica nella comprensione dei servizi, compilazione di moduli, e accesso a informazioni comunali.

## Uso di Canali Tradizionali Accanto a quelli Digitali

Non abbandonare i metodi tradizionali di comunicazione come volantini, manifesti, lettere, e annunci radiofonici locali. Questi strumenti sono familiari agli anziani e rimangono efficaci.

**Esempi: Bollettini comunali cartacei** distribuiti porta a porta, **annunci** su giornali locali, e bacheche informative nelle piazze e nei centri anziani.

## Eventi Informativi e Presentazioni Pubbliche

Organizzare eventi informativi, riunioni di quartiere, o presentazioni nei centri per anziani, per spiegare i progetti comunali e raccogliere feedback direttamente dal pubblico.

**Esempi: Incontri periodici** con gli amministratori locali per aggiornare sugli sviluppi della comunità e ascoltare i bisogni degli anziani.

## Corsi di Alfabetizzazione Digitale

Organizzare corsi gratuiti di alfabetizzazione digitale specificamente per gli anziani, insegnando loro a utilizzare strumenti semplici come smartphone, email e servizi online di base.

**Esempi: Workshop** organizzati con la collaborazione di associazioni di volontariato, scuole o università della terza età, focalizzati su come usare i social media, fare videochiamate, o accedere a servizi online.

## Coinvolgimento Intergenerazionale

Promuovere iniziative intergenerazionali, dove giovani e anziani collaborano. I giovani possono offrire supporto tecnologico, mentre gli anziani condividono esperienze e conoscenze del territorio.

**Esempi: Progetti di “nonni e nipoti digitali”** dove i giovani insegnano agli anziani a usare smartphone e computer.

# Includere e coinvolgere i Cittadini e le Cittadine anziani con poca abitudine digitale nella comunicazione integrata/2



## Applicazioni Semplici e Accessibili

**Descrizione:** Sviluppare applicazioni o servizi digitali che siano estremamente semplici, con interfacce chiare, icone grandi e navigazione intuitiva. Considerare anche l'uso di assistenti vocali.

**Esempi:** App comunali con funzioni di assistenza vocale che permettono agli anziani di chiedere informazioni parlando direttamente al dispositivo.

## Informazione Audio e Video

**Descrizione:** Creare contenuti audio e video accessibili, come brevi podcast informativi o video tutorial, che gli anziani possono ascoltare o guardare, ad esempio, su CD/DVD, radio locali, o schermi nei centri per anziani.

**Esempi:** Brevi messaggi vocali registrati che spiegano le iniziative comunali, distribuiti tramite radio locali o con altoparlanti nei quartieri.

## Materiali Informativi Adattati

**Descrizione:** Creare materiali informativi con un linguaggio semplice, caratteri grandi, e un design leggibile. Includere istruzioni passo-passo con immagini esplicative per spiegare l'uso dei servizi digitali.

**Esempi:** Brochure che spiegano come iscriversi alla newsletter comunale o come utilizzare l'app del comune, con illustrazioni chiare e call-to-action evidenti.

## Assistenza Telefonica e Numero Verde

**Descrizione:** Offrire un servizio di assistenza telefonica dedicata dove gli anziani possano chiamare per ricevere informazioni, chiarimenti e supporto su pratiche e servizi.

**Esempi:** Un numero verde comunale per rispondere a domande su come accedere ai servizi o per ricevere aggiornamenti sulle attività locali.

## Coinvolgimento dei Volontari e delle Associazioni Locali

**Descrizione:** Collaborare con associazioni di volontariato che già operano sul territorio e sono in contatto con gli anziani, come parrocchie, centri anziani, o gruppi di quartiere.

**Esempi:** Volontari che visitano anziani a casa per informarli sulle attività comunali o per offrire assistenza pratica nell'uso delle tecnologie.



# I SOCIAL

**WhatsApp, Telegram, Instagram, e Facebook** sono canali estremamente potenti per la comunicazione degli enti locali e offrono una vasta gamma di strumenti per raggiungere un pubblico diversificato. Tuttavia, **non sono sufficienti da soli** per coprire tutte le esigenze di comunicazione di un ente locale, soprattutto in Italia, dove la digitalizzazione della popolazione è in crescita, ma non omogenea.

## Telegram:

### Pro:

Canali pubblici e gruppi numerosi, ideali per informazioni continue e aggiornamenti.

Funzioni di bot per automatizzare risposte e fornire informazioni su richiesta.

Maggiore controllo sulla gestione dei dati rispetto a WhatsApp.

### Contro:

Meno utilizzato rispetto a WhatsApp in alcune fasce della popolazione, soprattutto tra i più anziani.

Meno intuitivo per chi non ha familiarità con la piattaforma.

## WhatsApp:

### Pro:

Ampia diffusione e utilizzo quotidiano, anche tra fasce d'età più anziane.

Ottimo per comunicazioni dirette e urgenti (es. avvisi, allarmi, informazioni di servizio).

Gruppi e liste broadcast permettono una comunicazione segmentata e personalizzata.

### Contro:

Non è adatto per informazioni ufficiali o complesse.

Può creare sovraccarico di messaggi se non gestito correttamente.

Rischi legati alla privacy e alla gestione dei dati personali.

## Instagram:

### Pro:

Alto tasso di engagement, particolarmente tra giovani e adulti.

Ottimo per comunicazione visiva (foto, video, storie) e per promuovere eventi o iniziative.

Funzionalità come le storie e i reel sono molto efficaci per aggiornamenti veloci e accattivanti.

### Contro:

Limitato per comunicazioni complesse o lunghe.

Meno efficace per raggiungere le fasce di età più anziane.

Richiede una gestione costante e creativa per mantenere l'interesse.

## Facebook:

### Pro:

Ampia base di utenti in Italia, soprattutto tra adulti e anziani.

Ideale per post informativi, eventi, e comunicazioni ufficiali con ampio spazio per dettagli.

Possibilità di interazione con i cittadini tramite commenti e messaggi privati.

### Contro:

Declino tra i giovani, che preferiscono altre piattaforme.

Algoritmi che limitano la visibilità dei post organici, richiedendo spesso sponsorizzazioni per raggiungere ampie audience.

Rischio di disinformazione e difficoltà a gestire i commenti negativi o le fake news.



## I canali digitali **da soli non bastano.**

La comunicazione deve essere **integrata e multicanale**, per raggiungere e coinvolgere tutti i cittadini.

1. **Inclusione Sociale:** Per una comunicazione veramente inclusiva, è essenziale integrare canali tradizionali come:

- **Uffici informativi fisici.**
- **Bollettini cartacei distribuiti nei quartieri.**
- **Annunci su radio locali e giornali.**
- **Bacheche informative in luoghi pubblici.**



2. **Comunicazioni Ufficiali:** I social media non sono adatti per gestire comunicazioni ufficiali che richiedono documenti formali o dettagli complessi. È fondamentale mantenere un sito web istituzionale aggiornato, dove i cittadini possano trovare documenti ufficiali, moduli, bandi, e regolamenti.
3. **Accessibilità e Privacy:** I canali digitali devono essere integrati con strumenti che garantiscono l'accessibilità a persone con disabilità, come contenuti audio, sottotitoli, e testi facilmente leggibili. Inoltre, la privacy deve essere gestita attentamente, specialmente su piattaforme come WhatsApp e Telegram.
4. **Interattività e Feedback:** È necessario creare occasioni di interazione diretta con i cittadini tramite assemblee pubbliche, sportelli di ascolto, e consultazioni partecipative. I social media possono avviare il dialogo, ma il contatto personale rimane insostituibile per alcune fasce della popolazione.



# Coinvolgere i dipendenti degli enti locali a imparare a comunicare è essenziale per rendere la comunicazione pubblica più efficace, chiara e accessibile



Spesso, il problema è una mancanza di competenze tecniche, una resistenza culturale al cambiamento e all'adozione di nuove pratiche.

## Strategia per Coinvolgere i Dipendenti degli Enti Locali nella Comunicazione

### 1. Analisi dei Bisogni Formativi

- capire il livello attuale di competenze comunicative tra i dipendenti e le aree che necessitano miglioramenti.
- **Come Fare:** Questionari anonimi, interviste, o focus group con i dipendenti per raccogliere feedback su cosa trovano difficile nella comunicazione e su quali aspetti vorrebbero migliorare.

### 2. Formazione su Misura e Workshop Pratici

- **Comunicazione chiara e semplice:** Tecniche per evitare il burocratese e scrivere in modo accessibile.
- **Gestione dei social media:** Come rispondere ai cittadini online e gestire commenti e critiche.
- **Public speaking e relazione con il pubblico:** Migliorare la comunicazione verbale e la gestione delle interazioni in assemblee o sportelli..

### 3. Creazione di Linee Guida e Strumenti di Supporto

- **Fornire** linee guida chiare e strumenti pratici
  - **Manuale di comunicazione interna:** Regole su come comunicare con i colleghi e con il pubblico, esempi di risposte e modelli di messaggi.
  - **Template di messaggi:** Modelli per email, post social, avvisi al pubblico, e comunicati stampa.
  - **Glossario dei termini:** Un elenco di termini burocratici con traduzioni più semplici da usare nelle comunicazioni.

# Il linguaggio semplice

## Che cos'è il linguaggio semplice (PLS)?

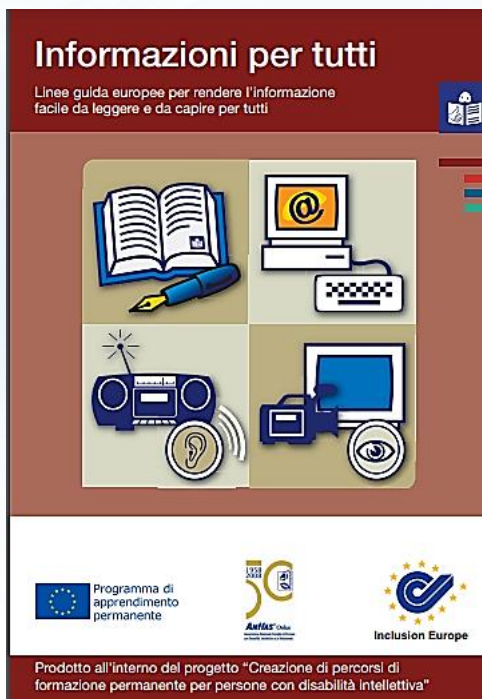
Il linguaggio semplice rende i testi più facili da capire per tutti e soprattutto per le persone con scarse capacità di lettura. rende la comunicazione più fluida ed efficace; permette alle persone di capire i contenuti e le motiva a proseguire fino alla fine.

## Come si applica il linguaggio semplice?

- evitando una struttura di frasi macchinosa composta da molte subordinate e da frasi passive
- scrivendo frasi brevi
- spiegando i termini tecnici

## Perché dovrei creare un riassunto in linguaggio semplice?

I riassunti in linguaggio semplice (PLS) migliorano il coinvolgimento del pubblico e producono impegno per aiutare l'utenza a identificare le informazioni importanti



**Informazioni per tutti**  
Linee guida europee per rendere l'informazione facile da leggere e da capire per tutti

Programma di apprendimento permanente  
Aefas  
Inclusion Europe

Prodotto all'interno del progetto "Creazione di percorsi di formazione permanente per persone con disabilità intellettiva"

- **Treccani:** [https://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/speciali/inclusione/3\\_Sciumbata.html](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/inclusione/3_Sciumbata.html)
- **Manuale dell'italiano facile da leggere e da capire** (Cesati editore)
- **Linee guida europee** [https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/IT\\_Information\\_for\\_all.pdf](https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/IT_Information_for_all.pdf) (40 pagine)
- **Plain Language Guidelines:** Una guida utile per creare testi chiari e comprensibili, usata negli USA per semplificare il linguaggio burocratico
- **Guide du langage clair:** Una guida francese per rendere la comunicazione amministrativa più accessibile
- **GOV.UK Style Guide:** Una guida britannica che standardizza la comunicazione pubblica con linguaggio semplice
- **Glossaire de termes administratifs simplifiés:** Un glossario francese che aiuta a tradurre il gergo amministrativo in un linguaggio comune



## Dove vogliamo (e possiamo) arrivare?



1. **Includere e rendere accessibile**, senza che nessuno venga lasciato indietro.
2. **Costruire la fiducia e la credibilità** tra le agenzie governative e il pubblico. Una comunicazione chiara e onesta dimostra il rispetto per i cittadini e promuove la fiducia nelle azioni e nelle decisioni del governo.
3. **Migliorare l'efficienza e l'efficacia**. Un linguaggio complesso e ambiguo può portare a fraintendimenti, errori e inefficienze. Il linguaggio semplice riduce il rischio di interpretazioni errate e garantisce che i messaggi siano trasmessi in modo accurato e professionale.
4. **Responsabilizzare i cittadini**. Quando i cittadini dispongono di informazioni chiare e comprensibili, possono prendere decisioni informate, partecipare attivamente al dibattito pubblico e chiedere conto al governo. Il linguaggio semplice dà potere ai cittadini eliminando il “mistero” dei processi, delle politiche e dei regolamenti governativi.



# Quello che ho imparato



**Empatia e Pazienza:** Adotto un approccio empatico, rispettando i tempi di apprendimento di tutti, pensando soprattutto agli anziani.

**Test e Feedback:** Provo le nuove soluzioni con piccoli gruppi che includano almeno un paio di anziani per raccogliere feedback e migliorarle.

**Costanza nell'Informazione:** Mantengo una comunicazione regolare e continua, senza sovraccaricare ma mantenendo informati i cittadini sugli aggiornamenti rilevanti.

**Il linguaggio semplice:** Imparare a usare il linguaggio semplice alle volte è frustrante, ma mi ha aiutata a chiarire sostanzialmente al massimo ciò che intendo (o devo) dire.

**Potenza dell'educazione:** un linguaggio e un atteggiamento educati, spesso dando del lei, risolvono miracolosamente situazioni ingarbugliate, spiazzando persone aggressive pronte alla reazione violenta.



Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

# La Città di Guyancourt

## Comunicare la prossimità



All'interno dell'incontro che il gruppo Giornalisti Liguri in formazione Erasmus a Parigi ha avuto con l'amministrazione di Guyancourt, abbiamo avuto l'interessante opportunità di conoscere **Yves Charmont**, delegato della rete di comunicatori **CAP'COM**, arrivato appositamente per noi da Lione.

Erano presenti la portavoce e direttrice della comunicazione **Anne-Caroline Poincaré** e dalla giornalista **Sarah Ferreira che cura i social network** (Facebook, Instagram, Twitter) e **sito web**. Coordina il **mensile cartaceo** 'Guyancourt Mag', diffuso gratuitamente mediante il **volantinaggio in cassetta** Il **sito del Comune** ha un impianto istituzionale, ma dedica una sezione ad una **agenda** bene organizzata ed efficace anche dal punto di vista grafico, che riporta giorno per giorno tutti gli eventi fruibili a Guyancourt.



Cofinanziato  
dall'Unione europea



Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

La «lezione» che Yves Charmont della CAP'COM di Lione/Parigi ha allestito per noi a Guyancourt è stata di altissimo livello professionale.

Abbiamo potuto confrontarci con operatori che ogni giorno hanno a che fare con la comunicazione pubblica, e abbiamo anche avuto l'impressione che fossero molto gratificati dallo svolgere un seminario come quello davanti a professionisti stranieri che hanno apprezzato il loro lavoro.

In particolare l'approfondimento sulla comunicazione pubblica in tempo di crisi è stato discusso fra tutti i componenti del gruppo



Cofinanziato  
dall'Unione europea





Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

# Incontro con Yves Charmont CAP.COM Lione/Parigi



Da oltre 30 anni, Cap'Com coordina, guida e rappresenta 25.000 professionisti della comunicazione pubblica e territoriale delle autorità locali, delle amministrazioni e degli enti pubblici nazionali e locali e del settore del volontariato francesi.

Cap'Com si rivolge a chiunque sia interessato alla comunicazione di interesse pubblico: rappresentanti eletti, personale di gabinetto, manager pubblici, accademici, consulenti, agenzie di comunicazione e fornitori di servizi specializzati.

# CAP' COM



Cofinanziato  
dall'Unione europea



Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

# Incontro con Yves Charmont CAP.COM Lione/Parigi



La reciproca conoscenza ha avviato un'interessante discussione sulla basilare differenza dei comunicatori italiani degli Enti Locali rispetto a quelli francesi: se in Italia gli uffici stampa dell'Ente Pubblico devono essere giornalisti iscritti all'Ordine, i funzionari pubblici francesi non possono essere giornalisti in quanto potrebbe emergere un loro conflitto di interessi con altri incarichi. Inoltre, è preferibile che non operino nel privato perché le loro competenze - acquisite anche con finanziamenti pubblici, - vanno restituite all'interno del pubblico.



Cofinanziato  
dall'Unione europea





Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri

# I Corsi di Cap'Com

«Come utilizzare FB per la collettività», «L'utilizzo delle altre piattaforme come Twitter, Instagram, LinkedIn», «Come creare un contenuto video interessante», «Come migliorare il linguaggio» «Come creare un *magazine* o una *news letter* efficace»

«Le regole di utilizzo delle immagini (considerando le leggi sulla *privacy* e sul diritto d'autore)»

«uno sguardo nuovo all'utilizzo delle infografiche»

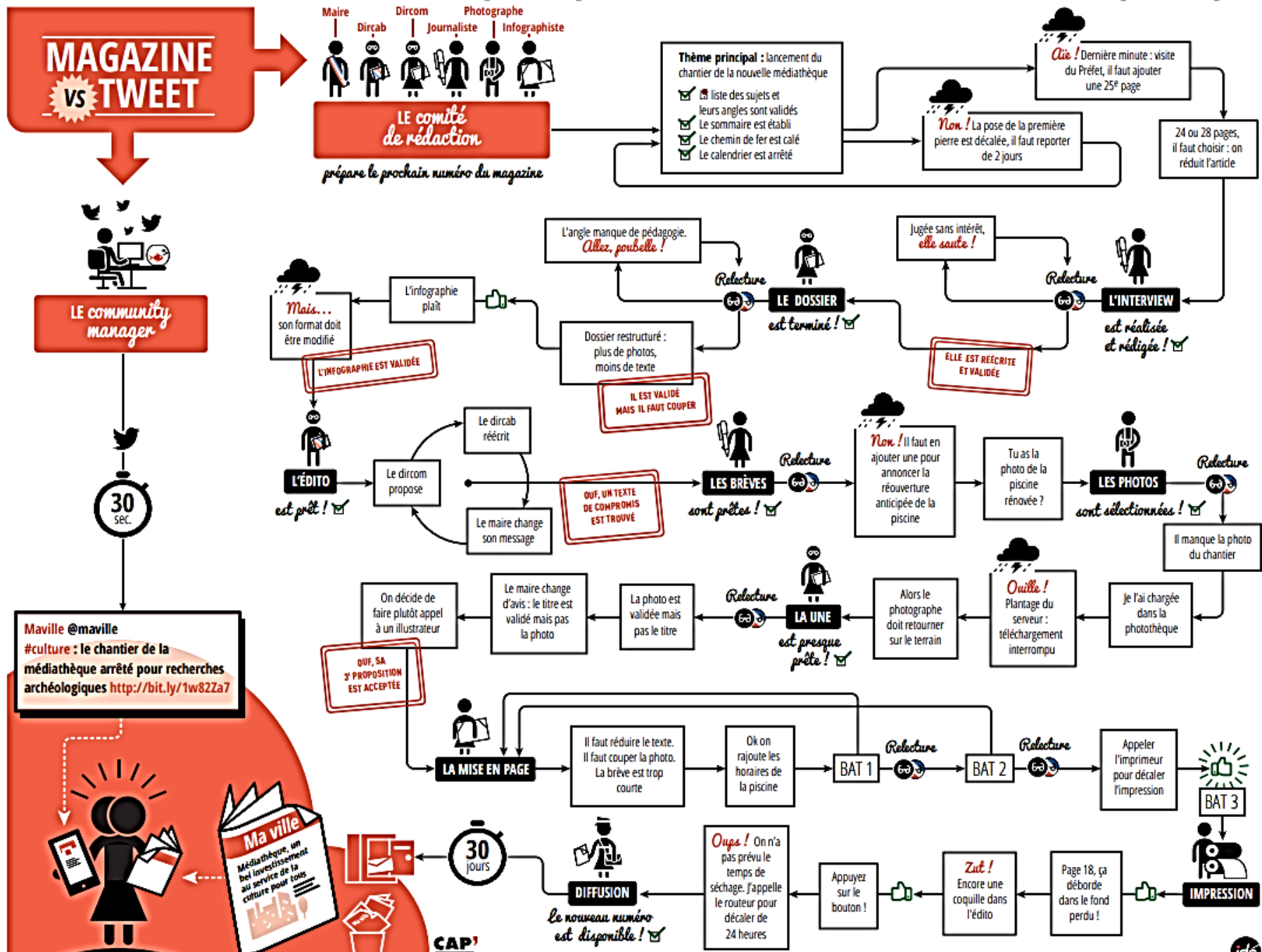
«Le strategie di utilizzazione dell'azione diretta del Cittadino, utilizzando la ***mobilità*** del comunicatore» (ovvero la sua presenza in diversi spazi digitali ma anche reali e quindi un parziale scollamento schizofrenico dalla realtà».

Il comunicatore è il ponte/passarella fra le varie piattaforme e può/deve fornire all'utenza una mappa nel labirinto delle offerte informative attuali per contribuire all'alfabetizzazione della cittadinanza.



Cofinanziato  
dall'Unione europea

# Les circuits de validation des principaux outils de la communication publique



## LA RÉALITÉ EN CHIFFRES

### LA PRESSE TERRITORIALE



### LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE



Plus de 1 Français sur 2 pensent que le développement des technologies du numérique a des conséquences très positives sur la vie locale

Sources : We are social janvier 2014 ; Cap'Com Lecha 2013 ; Institut Edgar Quinet Baromètre 2014 ; Inriality 2014 ; Cap'Com TMO 2014



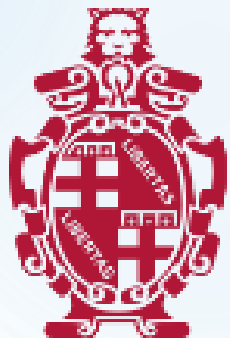
# Esempi di Buone Pratiche

## Comune di Bologna:

### Smart City e Partecipazione

Il portale «Bologna Ricerche» fornisce informazioni su progetti di ricerca e innovazione in corso.  
Il portale "Bologna Partecipa" permette ai cittadini di partecipare attivamente alla pianificazione e decisione su vari aspetti della vita cittadina.

**Risultati:** Aumento della partecipazione civica e miglioramento nella gestione dei servizi pubblici attraverso feedback diretto dai cittadini.



**Comune  
di Bologna**



## Esempi di Buone Pratiche

### Comune di Firenze:

## Comunicazione Visiva e Marketing Territoriale

Firenze ha sviluppato una serie di campagne di comunicazione visiva per promuovere il turismo per i visitatori ma anche le attività culturali rivolte ai cittadini e alle cittadine.

Il brand "Firenze" è stato rilanciato con un nuovo logo e campagne pubblicitarie mirate.

**Risultati:** Incremento del turismo ma anche del senso di soddisfazione degli abitanti.





# Esempi di Buone Pratiche

## Comune di Torino: Sostenibilità e Partecipazione Digitale

Torino ha introdotto iniziative per la sostenibilità ambientale e la partecipazione dei cittadini tramite il portale "**Torino Ambiente**" e app per monitorare la qualità dell'aria e dei rifiuti per informare i cittadini sulle iniziative ambientali e per facilitare la partecipazione nella gestione ambientale.

**Risultati:** Maggiore consapevolezza ambientale e partecipazione dei cittadini nella sostenibilità urbana.





## Esempi di Buone Pratiche

### Comune di Verona: Servizi Digitali e Accesso Facile

Verona ha implementato servizi online come "Verona Smart City," che offre servizi digitali per la gestione di pratiche amministrative, segnalazioni di problemi e richieste di servizi.

Ha inoltre facilitato l'accesso ai servizi pubblici attraverso soluzioni digitali che migliorano l'efficienza e l'accessibilità, fra cui tre canali youtube, tutti i social e i messaggi push



Comune  
di Verona





## Esempi di Buone Pratiche

### Comune di Parma: Cultura e Comunicazione Interattiva

Parma ha utilizzato la piattaforma "Parma2020" per promuovere eventi culturali e iniziative artistiche come parte del suo programma di Capitale della Cultura.

Ha quindi creato una piattaforma interattiva per promuovere eventi e coinvolgere la comunità nella vita culturale della città.

- **Risultati:** Aumento della partecipazione culturale e visibilità della città a livello nazionale e internazionale.



# Esempi di Buone Pratiche

## I Comuni Virtuosi

iniziativa che riunisce Comuni italiani impegnati a promuovere pratiche sostenibili, innovative e orientate al bene comune.

**Sostenibilità Ambientale:** Riduzione delle emissioni, promozione delle energie rinnovabili, gestione sostenibile dei rifiuti.

**Partecipazione Civica:** Coinvolgimento attivo dei cittadini nelle decisioni politiche, trasparenza amministrativa.

**Innovazione Sociale:** Sviluppo di nuovi modelli di welfare, inclusione sociale e politiche per la famiglia.

**Buona Amministrazione:** Gestione trasparente e responsabile delle risorse pubbliche.





# Esempi di Buone Pratiche - I Comuni Virtuosi



**Offrono piattaforme di Condivisione:** L'associazione offre strumenti per lo scambio di idee e buone pratiche tra i comuni.

**Offrono Supporto ai Comuni:** Formazione, consulenze e assistenza tecnica per implementare le buone pratiche.

**Organizzano Eventi e Premi:** Riconoscimenti annuali come il “Premio Comuni Virtuosi” per valorizzare le iniziative più innovative.

I Comuni Virtuosi sono un ottimo modello per una governance sostenibile.

## ALCUNI ESEMPI

**Comune di Capannori (LU) -** Obiettivo “Rifiuti Zero” entro il 2020.

**Comune di Ponte nelle Alpi (BL) -** Mobilità sostenibile con piste ciclabili, promozione dell'uso della bicicletta e mezzi pubblici ecologici.

**Comune di Colorno (PR) -** Creazione di orti urbani e comunitari per promuovere l'agricoltura biologica e l'autosufficienza alimentare.



# La comunicazione degli enti pubblici

(tema centrale della formazione #Erasmus  
svolta a Parigi nel 2023)



Formazione Internazionale  
Giornalisti Liguri



Carla Scarsi  
Giornalista

Grazie!