



Manuale operativo e Piano di Comunicazione 2025/27

Unione Pedemontana Parmense

1. MANUALE E PIANO COMUNICAZIONE...

...Perché?



- L'**Unione Pedemontana Parmense**, di seguito UPP, ha deciso di regolamentare le sue attività di **Ufficio Stampa e Comunicazione** dotandosi di strumenti che, partendo dal contesto, dalle risorse umane e strumentali a disposizione, vadano ad indicare le **linee operative** e gli **obiettivi** da perseguire nel redigere i contenuti e nell'utilizzo dei canali comunicativi tradizionali e social.
- **Il manuale** si pone l'obiettivo di definire i **modi**, i **tempi**, gli **strumenti**, e **regolamentare le attività** di informazione/comunicazione, nonché **i rapporti e le collaborazioni** nella gestione di tali attività con i Comuni che fanno parte dell'UPP. Rappresenta il "come" debba essere declinata l'unità d'intenti che muove le scelte amministrative e le azioni conseguenti, garantendo e potenziando l'accesso alle informazioni e ai servizi da parte dei cittadini, superando, in particolare con i canali social, l'unidirezionalità tipica degli enti pubblici.
- **Il Piano** ha, invece, l'obiettivo di **programmare** in modo coordinato le attività di informazione/comunicazione su **scadenze/eventi e iniziative ricorrenti** e non, che l'Amministrazione ritiene opportuno diffondere e con quali strumenti.
- **I responsabili di ogni servizio concorrono alla realizzazione e all'aggiornamento periodico del Piano.**

2. CHI SIAMO

2.1 L'Unione Pedemontana Parmense



L'Unione Pedemontana Parmense

- L'UPP nasce nel 2008 e viene costituita dai Comuni di Collecchio, Felino, Montechiarugolo, Sala Baganza e Traversetolo. Il suo territorio si estende su una superficie complessiva di **231 chilometri quadrati** in cui vivono **50.816 abitanti** (dati Istat gennaio 2024), con un **reddito medio pro-capite di 26.176 euro** (dati Istat 2023).
- Dal punto di vista economico, i cinque comuni sono caratterizzati da un tessuto economico omogeneo, con una **forte presenza di industrie agroalimentari e meccaniche**, soprattutto nel settore del food processing. Omogeneo anche il tessuto sociale, con la presenza di **numerose associazioni culturali e di volontariato**.
- Nel corso degli anni i Comuni hanno conferito all'UPP alcuni **servizi fondamentali** per i cittadini, tra i quali occorre ricordare la sicurezza, con la creazione del **Corpo Unico di Polizia Locale** e il coordinamento delle varie associazioni di **Protezione civile**, oltre all'**assistenza socio-sanitaria**, affidata per mezzo di una convenzione a **Pedemontana Sociale**, Azienda territoriale controllata dall'Unione stessa e che agisce nell'ambito del Distretto Sud-Est dell'azienda Ausl con il quale opera in stretta collaborazione.
Il Cda dell'Azienda è composto dai cinque sindaci dei Comuni dell'UPP e attua gli indirizzi generali definiti dal Consiglio dell'ente.

2. CHI SIAMO

2.2 La governance



La governance

La governance amministrativa dell'UPP, come definita dal Testo Unico degli Enti Locali (Decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267), è composta da un **Presidente**, da un **Vicepresidente**, da una **Giunta** e da un **Consiglio**.

Il Presidente e il Vicepresidente vengono nominati dalla Giunta. Le due cariche vengono assunte a rotazione annuale dai sindaci. Alla Giunta spetta anche la nomina del Presidente di Azienda Pedemontana sociale, sempre a rotazione annuale tra i sindaci.

La Giunta è formata dal Presidente e dagli altri sindaci dei Comuni associati. Le deleghe vengono assegnate dal Presidente ad eccezione di quella alla Comunicazione, che è sempre in capo al Presidente di turno.

Il Consiglio è formato da 21 membri. Oltre al Presidente e agli altri sindaci, è composto da altri 16 membri, eletti dai singoli Consigli comunali secondo uno schema che, tenendo conto del numero degli abitanti dei Comuni associati, garantisce una equa rappresentazione degli enti e una equa rappresentanza della maggioranza e della minoranza.

2. CHI SIAMO

2.3 Le funzioni associate



Funzioni conferite all'Unione Pedemontana

Polizia locale e Protezione civile

Servizi alla Persona (Pedemontana Sociale)

Centrale Unica di committenza (CUC)

Personale

Servizio Informatico Associato (SIA)

**Sportello Unico Attività Produttive (SUAP)
e prevenzione rischio sismico**

Servizio Turistico

Servizio Finanziario e Controllo di gestione

3. L'UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE

3.1 Risorse umane e inquadramento nell'organizzazione



L'Ufficio Stampa e Comunicazione

- L'Ufficio Stampa e Comunicazione dell'UPP ha **sede nel Municipio di Collecchio**, che è anche la sede legale e amministrativa dell'ente, ed è in staff al direttore operativo.
- Attualmente il servizio dispone di **un dipendente** a tempo pieno e indeterminato, inquadrato come categoria ad Elevata Qualificazione (Ex categoria D), iscritto all'**Ordine dei Giornalisti** come previsto dalla Legge 150/2000 che disciplina attività di comunicazione e informazione degli enti pubblici.
- **Dodici delle 36 ore di lavoro settimanali** sono destinate, per mezzo di una convenzione, a svolgere l'attività di Ufficio Stampa e Comunicazione per **Azienda Pedemontana Sociale**, che si occupa di erogare i servizi alla persona per tutti e cinque i Comuni dell'Unione.

3. L'UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE

3.2 Le attività

Le attività

- **Media relation** - Curare i rapporti e stabilire una relazione continuativa con i giornalisti;
- **Collaborazione e condivisione** dei contenuti con i comunicatori dei Comuni dell'UPP;
- **Curare la rassegna stampa** pubblicata sul sito web dell'ente ([Link](#));
- Organizzare, e seguire, **conferenze stampa** e presentazioni:
 - ✓ Invio inviti ad amministratori, agli stakeholder e alle redazioni;
 - ✓ Preparazione delle cartelle stampa e altro materiale promozionale;
 - ✓ Redazione comunicati stampa e invio alle testate giornalistiche.
- **Realizzazione servizi fotografici, presentazioni e video** in occasione di eventi di una certa rilevanza (da concordare con il Presidente e il responsabile del servizio), conferenze stampa e presentazioni;
- **Redigere materiale info-promozionale** di eventi o servizi: volantini, dépliant, pieghevoli, inviti, cartoline e manifesti;



3. L'UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE

3.2 Le attività/2



-
- **Web editing e aggiornamento sito internet istituzionale:**
 - ✓ Notizie;
 - ✓ Eventi;
 - ✓ Allerte ed emergenze di Protezione civile;
 - ✓ Realizzazione e aggiornamento pagine statiche;
 - ✓ Pubblicazione dei concorsi, nonché di tutti gli atti all'interno della sezione Amministrazione Trasparente.
 - **Social Media management** - Gestione pagine social (Facebook, YouTube e LinkedIn) Unione Pedemontana e Pedemontana sociale;
 - **Monitoraggio media e piattaforme social** (Insight) per misurare la diffusione dei contenuti, la brand reputation, interagire con i cittadini che chiedono informazioni e moderare i commenti;
 - **Crisis management (Allegato A** - Modalità di gestione);
 - **Verificare la corretta applicazione delle linee comunicative** nei testi e nel materiale promozionale realizzato da terzi per eventi patrocinati dall'ente;
 - **Supporto Ufficio Europa.**

3. L'UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE

3.3 Gli obiettivi

Gli obiettivi

1. **Creare e promuovere un'immagine positiva** dell'ente;
2. **Ottenere la maggiore visibilità possibile, costante e mirata,** sui media;
3. **Rappresentare una fonte di informazione autorevole** per i media e per i cittadini;
4. **Divulgare informazioni verificate e certificate;**
5. **Selezionare, filtrare e veicolare informazioni** in modo preciso , traducendo in modo semplice l'attività amministrativa che, esplicandosi attraverso atti, può risultare complessa;
6. **Garantire e potenziare l'accesso alle informazioni e ai servizi,** anche attraverso campagne specifiche;
7. **Crisis Management** - Prevenire e risolvere le eventuali situazioni che potrebbero essere dannose per l'immagine e l'azione dell'ente.



4. GLI STRUMENTI

Gli strumenti

1. **Medialist** - database dei contatti delle testate giornalistiche, sia generaliste, sia di settore;
2. **Mailing list** - costruite in modo mirato per stakeholder e portatori di interesse;
3. **Conferenza stampa/presentazione**
4. **Comunicato stampa**
5. **Materiale info-promozionale**
6. **Sito web istituzionale**
7. **Canali social** (Facebook, YouTube e LinkedIn)
8. **Gli Uffici stampa e Comunicazione** dei Comuni associati;
9. **Spazi espositivi** per il materiale promozionale, come bacheche e sportelli pubblici



4. GLI STRUMENTI

4.1

La conferenza Stampa/presentazione



Conferenza stampa/presentazione

Quando e perché

La **conferenza stampa**, insieme al comunicato stampa, rappresenta il mezzo principale per veicolare attraverso i media le attività e i progetti dell'UPP.

Come

Per una migliore economicità ed efficienza dell'attività, e considerando la scarsità di collaboratori delle testate giornalistiche locali sul territorio, per ampliare la platea dei potenziali partecipanti **è preferibile l'organizzazione di conferenze stampa che svolgano anche la funzione di presentazioni.**

La convocazione di una conferenza stampa/presentazione deve essere **concordata** con il **responsabile** del Servizio Ufficio Stampa e Comunicazione e il **Presidente** dell'UPP.

A meno che non si tratti di gestire una situazione di crisi, oppure di situazioni contingenti, l'organizzazione necessita di una serie di attività preparatorie e **deve essere concordata con l'Ufficio Stampa e comunicazione almeno 20 giorni prima.**

4. GLI STRUMENTI

4.1

La conferenza Stampa/presentazione



Prima - Le attività preparatorie

- **Inviti istituzionali** agli amministratori, ai partner e ai soggetti interessati per mezzo di una mailing list da concordare con gli amministratori e il responsabile del servizio per il quale viene convocata la conferenza stampa/presentazione. La richiesta dovrà essere effettuata **almeno 20 giorni prima**, per poterli inviare con un preavviso di 15 giorni.
- **Cartella stampa** con comunicato stampa integrato con le dichiarazioni dei sindaci/assessori di riferimento e degli eventuali soggetti coinvolti. La cartella stampa andrà concordata con un **preavviso di almeno 10 giorni**.
- **Realizzazione, su richiesta, di slide**. Il materiale dovrà essere fornito con un anticipo di **almeno 15 giorni**.

Durante

- Realizzazione **servizio fotografico/video**.
- **Raccolta di informazioni, dichiarazioni e del necessario per la redazione del comunicato** nel caso in cui non sia stato possibile prepararlo precedentemente alla conferenza stampa/presentazione.

4. GLI STRUMENTI

4.1

La conferenza stampa/presentazione

Dopo

- Invio **comunicato stampa e immagini** alle testate giornalistiche.
- **Pubblicazione comunicato stampa**, corredato da immagini e ogni altro materiale ritenuto utile per il cittadino (documentazione, link etc.) sul sito web dell'UPP.
- **Pubblicazione di post sui canali social**, con realizzazione immagini dedicate su Facebook e, nel caso in cui si tratti di un progetto o di un'attività rilevante, su LinkedIn. Così come per le pubblicazioni sul sito istituzionale, anche i post sui social media andranno condivisi con i comunicatori dei comuni dell'UPP. **La pubblicazione sul sito e sui canali social, dovrà avvenire successivamente all'invio del comunicato alla stampa.**
- **Condivisione della notizia** pubblicata sul sito istituzionale e sui canali social con i comunicatori degli altri Comuni dell'UPP.



4. GLI STRUMENTI

4.2 Il comunicato stampa



Il comunicato stampa

Quando e perché

Il comunicato stampa viene redatto prima oppure dopo un evento o una **conferenza stampa/presentazione**, di cui può anche esserne il sostituto, nel caso in cui si decida di diffondere contenuti senza la necessità di doverli presentare alla stampa o al pubblico, oppure nel caso non si tratti di un evento aperto alla cittadinanza e quindi da comunicare a posteriori.

Tempistiche: la richiesta di un comunicato stampa, corredata con le informazioni necessarie alla sua redazione, deve essere inoltrata all'Ufficio Stampa e Comunicazione con un anticipo di **almeno 7 giorni lavorativi** dalla data ipotizzata per la sua divulgazione/pubblicazione, e di **almeno 15 giorni lavorativi** nel caso in cui debba essere funzionale a favorire la partecipazione dei cittadini ad eventi o iniziative.

4. GLI STRUMENTI

4.2 Il comunicato stampa

Come

- **Chiarezza** – Occorre evitare un linguaggio troppo tecnico.
- **Lunghezza** – Si consiglia un testo tra le 3.000-3.500 battute, spazi inclusi. Una lunghezza eccessiva, può inficiarne la diffusione, in particolare attraverso i media cartacei che hanno spazi limitati.
Una lunghezza eccessiva comporta il rischio che vengano stralciate dichiarazioni o contenuti che possono inficiarne la chiarezza e l'efficacia.
- **Corredato con le dichiarazioni** degli amministratori referenti del servizio/argomento trattato. Di norma non devono essere rilasciate dai tecnici.

Fatte salve eventuali eccezioni, il **numero delle dichiarazioni non deve essere superiore a due.**



4. GLI STRUMENTI

4.3 I canali social

Utilizzo dei social network

L'UPP dispone attualmente dei seguenti canali social:

1. **Facebook** ([Link](#))
2. **Linkedin** ([Link](#))
3. **YouTube** ([Link](#))

Esistono diversi livelli di presenza sui social network. Fra questi, occorre considerare con attenzione l'ascolto, e la **verifica di come si parla della pubblica amministrazione**. È fondamentale agevolare i cittadini nella comprensione dei contenuti. L'obiettivo deve essere l'interazione, per migliorare i servizi e stabilire una relazione basata sulla **fiducia e la partecipazione**, per coinvolgere i cittadini nelle scelte dell'amministrazione.

I social network dell'ente dell'Unione Pedemontana vengono **gestiti dall'Ufficio stampa e comunicazione** o da **eventuali altri dipendenti/collaboratori** incaricati in casi di stretta necessità o emergenza.

Per ulteriori dettagli sull'utilizzo dei profili social, si rimanda alla **Social Media Policy** dell'Unione Pedemontana Parmense, **Allegato B** al presente manuale operativo.



4. GLI STRUMENTI

4.3 I canali social



Facebook e LinkedIn

Norme d'utilizzo di carattere generale

- Sui profili **Facebook** e **LinkedIn** dell'ente non vengono condivisi post o altri contenuti pubblicati sui profili personali/fan di amministratori, tecnici o di qualsiasi altra persona fisica.
- **I commenti** ai post, salvo casi eccezionali concordati con il Presidente e il responsabile del Servizio, vengono lasciati aperti.
- Le immagini **non devono essere coperte da copyright** e occorre avere la massima attenzione nel **garantire la privacy**, in particolare dei minori che, nel caso non si sia in possesso delle necessarie liberatorie da parte dei genitori o chi ne esercita la potestà, devono avere il volto pixelato.
- La **moderazione dei commenti** e il **blocco** di eventuali condivisioni dei contenuti del profilo UPP da parte altri utenti, viene monitorata dall'Ufficio Stampa e Comunicazione negli orari di servizio.
- Le pagine social dell'UPP possono **condividere contenuti di altri enti/associazioni/aziende** che siano di interesse per i cittadini, anche di iniziative/eventi che non siano organizzati o patrocinati dall'UPP, dai suoi Comuni e da Pedemontana sociale.

4. GLI STRUMENTI

4.3 I canali social

I post e i contenuti

- **Il tono** - Per i post su **Facebook** è opportuno utilizzare un tono informale con un linguaggio semplice e chiaro, evitando, se possibile, i tecnicismi. **LinkedIn**, invece, è una piattaforma orientata al networking e al business, dove gli interlocutori sono principalmente altri enti, aziende, liberi professionisti, funzionari amministrativi e politici. Necessita quindi di un tono più formale, evitando comunque un linguaggio eccessivamente tecnico.
- **La lunghezza** - Si consiglia di non superare i **250 caratteri** (spazi compresi), ma i post con **meno di 80 caratteri** ottengono comunque maggiore visibilità.
- **I Link** - Se il post riguarda una notizia contenuta sul sito dell'UPP o di un altro ente, è opportuno inserire il link per invitare il follower ad un approfondimento.
- **Le immagini** - Ogni post deve essere corredato da una o più immagini, oppure da infografiche. L'immagine singola può essere pubblicata con il modello di cornice dell'UPP un claim, il logo dell'UPP e/o del servizio oggetto del contenuto (Polizia Locale, Protezione civile etc.).
In caso di immagini singole, per assicurare la migliore visibilità anche su altri device come smartphone e tablet, il formato dell'immagine consigliato è quello con risoluzione 526x526 pixel.



4. GLI STRUMENTI

4.3 I canali social

- **Le storie (Facebook)** - Le storie possono essere pubblicate sia utilizzando i post, sia volantini. In quest'ultimo caso è consigliabile attivare un pulsante con il link alla notizia sul sito.
- **I reel (Facebook)** - Video brevi (la lunghezza massima è di 90 secondi).

Utilizzo dei servizi di messaggistica istantanea

- **Facebook Messenger e il servizio messaggistica di LinkedIn** sono canali di comunicazione immediata tra la pubblica amministrazione e i cittadini, per fornire loro informazioni che devono essere chiare ed accurate. È importante rispondere alle richieste in modo tempestivo.
- Considerando gli orari di assenza dal servizio, **è opportuno impostare una risposta automatica** che informi l'utente che la richiesta è stata presa in carico. Il referente dell'Ufficio Stampa e Comunicazione provvederà a raccogliere le informazioni per dare una risposta completa ed esaustiva.
- Il **tono** delle risposte deve essere sempre **garbato e rispettoso**, anche a fronte di richieste o segnalazioni con un linguaggio maleducato.
- **Rispondere NON è un obbligo**, in particolare ai messaggi violenti o che contengano insulti. Gli utenti che si rivolgono in modo maleducato o con insulti possono essere bloccati.



4. GLI STRUMENTI

4.3 I canali social



Il Canale YouTube

- Il canale YouTube dell'Unione Pedemontana è suddiviso in tre playlist:
 1. **Consigli dell'Unione** – Contiene le registrazioni video di tutte le sedute, che vengono preventivamente trasmesse in diretta streaming. Le sedute vengono caricate direttamente dal SIA, servizio informatico associato.
 2. **Unione Pedemontana** – Contiene i video che riguardano la funzioni associate, ad esempio video formativi e informativi dei vari servizi, servizi delle emittenti locali. Le sedute vengono caricate dall'Ufficio Stampa e Comunicazione, o da altro personale incaricato.
 3. **Pedemontana Sociale** – Contiene i video che riguardino le informazioni sui servizi al cittadino disponibili, che riguardino ad esempio le modalità di accesso, e i servizi delle emittenti locali. Anche questi contenuti vengono caricati dall'Ufficio Stampa e Comunicazione;
- Quando possibile, è opportuno che siano sottotitolati per essere accessibili anche alle persone con deficit dell'udito.
- All'Ufficio Stampa e Comunicazione spetta anche la moderazione dei commenti, secondo quanto stabilito sempre dalla **Social Media Policy (Allegato B** al presente manuale operativo).

4. GLI STRUMENTI

4.4 Il sito web

Il sito web istituzionale

Il sito web dell'UPP (www.unionepdemontana.pr.it) è il canale online ufficiale dell'ente. Rappresenta la porta d'ingresso virtuale per i cittadini e deve essere costantemente aggiornato in modo puntuale e con informazioni corrette. L'Ufficio Stampa e Comunicazione provvede alla sua gestione e aggiornamento. Il sito istituzionale dell'UPP e di Pedemontana Sociale contiene diverse sezioni, tra le quali le più importanti sono le seguenti:

- **Notizie/eventi**
- **Albo pretorio** (Aggiornamento a cura della Segreteria)
- **Servizi online**
- **Amministratori e personale**
- **Organigramma dell'ente e contatti**
- **Amministrazione trasparente**
- **Aree tematiche**



4. GLI STRUMENTI

4.4 Il sito web

Gestione del sito web istituzionale

L'Ufficio Stampa e Comunicazione si deve occupare, in particolare, di:

- Pubblicazione **comunicati stampa** nella sezione "Notizie";
- Pubblicazione **eventi** (Incontri, spettacoli, manifestazioni etc.);
- **Inserimento, modifica e aggiornamento pagine statiche** che riguardino, ad esempio, i servizi al cittadino, la composizione della Giunta e del Consiglio, l'articolazione e i recapiti degli uffici;
- Aggiornamento continuo della sezione "**Amministrazione Trasparente**";
- Pubblicazione **allerte/situazioni di emergenza** di Protezione civile;
- **Publicazioni bandi di gara e concorso**

Più in generale, l'Ufficio Stampa e Comunicazione si occupa di pubblicare qualsiasi notizia o atto ritenuto di pubblica utilità.



4. GLI STRUMENTI

4.4 Il sito web

Sezioni NOTIZIE ed EVENTI

Nella sezione notizie vengono, in particolare, pubblicati:

- **Comunicati stampa sulle varie funzioni svolte dall'Unione;**
- **Allerte/emergenze di Protezione civile;**
- **Avvisi che riguardino modifiche/sospensioni all'erogazione di servizi al cittadino e alle imprese;**
- **Avvisi di bandi per contributi/finanziamenti/ristori (da parte dei Comuni, Regione, o altri enti);**
- **Avvisi di agevolazioni economiche;**
- **Notizie pubblicate da altri enti o associazioni** che siano di particolare interesse per i cittadini dell'UPP.

Nella sezione eventi vengono pubblicati avvisi relativi a:

Rassegne e incontri, spettacoli, manifestazioni e, più in generale, tutti gli eventi di carattere turistico, ludico e culturale particolarmente rilevanti e di valenza sovracomunale, organizzati dall'Unione o dai cinque comuni dell'UPP.



4. GLI STRUMENTI

4.4 Il sito web

Utilizzo delle immagini

Tutte le immagini pubblicate in qualsiasi sezione del sito dell'UPP **non devono essere coperte da copyright** e occorre avere la massima attenzione nel **garantire la privacy**, in particolare dei minori che, nel caso non si sia in possesso delle necessarie liberatorie da parte dei genitori o chi ne esercita la potestà, devono avere il volto pixelato.

Amministrazione Trasparente

L'Ufficio Stampa e comunicazione non produce atti e documenti, ma **provvede unicamente alla loro pubblicazione** dopo averli ricevuti dai vari servizi e dal responsabile/referente dell'Anticorruzione e Trasparenza.



4. GLI STRUMENTI

4.4 Il sito web

Tempistiche per la pubblicazione

Notizie ed eventi

I **tempi di pubblicazione** nelle sezioni "**notizie**" ed "**eventi**", vengono stabiliti dall'Ufficio Stampa e Comunicazione (si veda, in particolare, la sezione 4.2 del presente documento "*Il comunicato stampa*" a pag. 14).

Pagine statiche

Le richieste per la **modifica e/o realizzazione di pagine statiche**, unitamente al materiale necessario, devono essere inviate all'Ufficio Stampa e Comunicazione con un **preavviso di almeno 10 giorni lavorativi**.

Amministrazione Trasparente

Gi atti e i documenti che devono essere pubblicati nella sezione Amministrazione Trasparente, compresi gli avvisi, i bandi di concorso, mobilità, progressioni etc., devono essere inviati all'Ufficio Stampa e comunicazione con un anticipo di almeno due giorni lavorativi.

In caso di assenza dal servizio del referente dell'Ufficio Stampa e Comunicazione per ferie, permessi o malattia, occorre inoltrare le richieste di pubblicazione al Servizio Informatico Associato, rispettando le medesime tempistiche.



Piano di Comunicazione

2025/2027



1. Il Piano di Comunicazione



Le attività

- Il Piano di Comunicazione è lo strumento strategico che, insieme al Manuale Operativo, definisce gli obiettivi specifici e rilevanti che l'UPP intende raggiungere, attraverso la **programmazione coordinata delle attività di informazione e comunicazione** nei confronti dei cittadini dei cinque comuni associati, partendo da una pianificazione di **scadenze/eventi e iniziative ricorrenti** e non, che l'Amministrazione ritiene opportuno diffondere e con quali strumenti.
- Il presente Piano, fissa quelli che sono **i servizi e le attività di routine da comunicare**, realizzate annualmente dall'UPP, e deve essere aggiornato tramite un confronto, ogni volta in cui ve ne sia la necessità, con gli amministratori e i responsabili dei vari servizi associati che sono chiamati a concorrere alla realizzazione del Piano stesso.
- **Condivisione** - I contenuti del presente Piano vengono condivisi, ove necessario, con i comunicatori di tutti i comuni dell'UPP.
- **Documento "in progress"** - Il Piano di Comunicazione non deve essere considerato un documento "statico", essendo soggetto ad un continuo aggiornamento in base alle attività poste in essere e non ancora programmate, alle integrazioni proposte dagli amministratori e dai responsabili dei servizi.

2. Gli obiettivi

Gli obiettivi

✓ **Informare**

Diffondere informazioni e notizie sui servizi e l'attività dell'ente, intesa anche come atti amministrativi rilevanti per i cittadini;

✓ **Promuovere**

Aumentare la conoscenza e la consapevolezza tra i cittadini verso l'attività svolta dall'ente o un servizio;

✓ **Influenzare**

Stimolare il cambiamento di opinioni e atteggiamenti negativi nei confronti dell'ente, ma anche stimolare i cittadini ad assumere comportamenti virtuosi, ad esempio improntati al rispetto delle regole e alla sostenibilità ambientale;

✓ **Coinvolgere**

Creare una relazione attiva, bidirezionale e duratura con il pubblico. Stimolare la partecipazione ad eventi e coinvolgerlo in attività e progetti;



2. Gli obiettivi/2

Gli obiettivi

- ✓ **Migliorare la reputazione dell'ente**




Rafforzare l'immagine dell'ente e aumentare la fiducia dei cittadini nei suoi confronti;






- ✓ **Supportare gli obiettivi dell'amministrazione**






Allineare le attività di comunicazione agli obiettivi strategici dell'Amministrazione, declinando l'unità d'intenti che muove le scelte e le azioni conseguenti dell'ente.












Programmazione 2025

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Non pianificabile Allerte ed emergenze	<ul style="list-style-type: none"> Informare in tempo reale su situazioni di rischio o emergenze in corso 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazioni allerte e aggiornamenti su input del Servizio di Protezione civile 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale Post canali social Comunicato stampa soggetto a valutazione
Non pianificabile Interventi Polizia Locale	<ul style="list-style-type: none"> Promuovere l'attività della Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> Incontri periodici con il Comandante della PL per comunicare operazioni ed esiti di controlli 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicato stampa Pubblicazione sul sito istituzionale Post sui canali social
Non pianificabile Sospensione servizi al di fuori dei giorni festivi	<ul style="list-style-type: none"> Informare la cittadinanza e le attività produttive del territorio sulla sospensione di servizi 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale Post sui canali social Comunicato stampa soggetto a valutazione
Non pianificabile Bandi e contributi Regionali o di altri enti	<ul style="list-style-type: none"> Informare la cittadinanza e le attività produttive sull'opportunità di accedere a misure di sostegno economico 	<ul style="list-style-type: none"> Informazioni e link ai bandi per presentare la domanda 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale Post sui canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Gennaio Promozione trimestrale "Alert System"	<ul style="list-style-type: none"> Rilanciare le informazioni e l'iscrizione al servizio 	<ul style="list-style-type: none"> Cos'è, come funziona Alert System e le istruzioni per iscriversi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sito Post sui canali social
Gennaio Promozione trimestrale "Cosa fare in caso di emergenza" e Piani Protezione civile	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini e i titolari di attività produttive sui comportamenti da adottare in caso di emergenza 	<ul style="list-style-type: none"> Consigli utili e indicazioni Piano protezione civile e aree di attesa Brochure "Cosa fare in caso di emergenza" 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici da valutare con il Servizio di Protezione civile
Gennaio Consiglio Unione	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti alla stampa Comunicati stampa (pre e post Consiglio) Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social
20 gennaio San Sebastiano	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione sospensione servizi Resoconto celebrazioni Relazione attività 2024 Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> Discorsi ufficiali Dati su attività 2024 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadini Amministratori comunali 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti istituzionali Inviti alla stampa Servizio fotografico Comunicato stampa Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social






TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
27 Gennaio Giornata della Memoria	<ul style="list-style-type: none"> • Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> • Significato della Giornata della Memoria • Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito istituzionale con link agli eventi nei vari comuni • Post sui canali social
Gennaio Apertura iscrizioni Gravel Gourmet	<ul style="list-style-type: none"> • Promozione evento per raccolta iscrizioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Descrizione evento • Info, link e contatti per ulteriori informazioni e iscrizioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza • Cicloturisti, in particolare appassionati di Gravel 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicato stampa • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social
Gennaio Report risultati "Controllo di gestione"	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicare nella massima trasparenza il grado di efficienza ed economicità dei servizi analizzati 	<ul style="list-style-type: none"> • Report della relazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicato stampa • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social
Febbraio Promozione trimestrale Controllo di Vicinato	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare la popolazione sulla possibilità di contribuire alla sicurezza della comunità aderendo al CdV 	<ul style="list-style-type: none"> • Scopo, obiettivi e funzionamento del Controllo di Vicinato • Info e contatti su come farne parte 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social





TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Febbraio Promozione trimestrale su Servizi Online	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini sui servizi online disponibili 	<ul style="list-style-type: none"> Elenco servizi e modalità di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Febbraio Consiglio Unione	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti alla stampa Comunicati stampa (pre e post Consiglio) Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social
10 Febbraio Giorno del Ricordo	<ul style="list-style-type: none"> Informare sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> Significato del Giorno del Ricordo Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni Post sui canali social
Marzo Promozione trimestrale campagne "Stop ai furti e Occhio alla truffa"	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare su come evitare furti e raggiri 	<ul style="list-style-type: none"> Campagna informativa con Consigli e brochure realizzata dalla Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici da valutare con PL

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Marzo Consiglio Unione	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti alla stampa • Comunicati stampa (pre e post Consiglio) • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social
Aprile Promozione trimestrale "Alert System"	<ul style="list-style-type: none"> • Rilanciare le informazioni e l'iscrizione al servizio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cos'è, come funziona Alert System e le istruzioni per iscriversi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sito • Post sui canali social
Aprile Promozione trimestrale "Cosa fare in caso di emergenza" e Piani Protezione civile	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare i cittadini sui comportamenti da adottare in caso di emergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Consigli utili e indicazioni • Piano protezione civile e aree di attesa • Brochure "Cosa fare in caso di emergenza" 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social • Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici da valutare con il Servizio di Protezione civile

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Aprile Consiglio Unione (Rendiconto UPP e Consuntivo APS)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti alla stampa • Comunicati stampa (pre e post Consiglio) • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social
20 aprile Pasqua	<ul style="list-style-type: none"> • Auguri 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartolina 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social • E-mail di auguri alla stampa
25 aprile Festa della Liberazione	<ul style="list-style-type: none"> • Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> • Significato del 25 Aprile • Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni • Post sui canali sociale
Aprile Presentazione Gravel Gourmet	<ul style="list-style-type: none"> • Informare sull'edizione 2024 	<ul style="list-style-type: none"> • Resoconto presentazione con dichiarazioni amministratori • Circuiti e tappe enogastronomiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza • Appassionati di cicloturismo • Associazioni del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti istituzionali • Invito alla stampa • Comunicato stampa • Pubblicazione sito istituzionale e canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Maggio Promozione trimestrale Controllo di Vicinato	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare la popolazione sulla possibilità di contribuire alla sicurezza della comunità aderendo al CdV 	<ul style="list-style-type: none"> Scopo, obiettivi e funzionamento del Controllo di Vicinato Info e contatti su come farne parte 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Maggio Promozione trimestrale su Servizi Online	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini sui servizi online disponibili 	<ul style="list-style-type: none"> Elenco servizi e modalità di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza e attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
1° Maggio Festa dei Lavoratori	<ul style="list-style-type: none"> Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> Significato 1° maggio Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni Promozione sui canali social
Maggio Consiglio Unione	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti alla stampa Comunicati stampa (pre e post Consiglio) Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
2 Giugno Festa della Repubblica	<ul style="list-style-type: none"> • Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> • Significato del 2 giugno • Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni • Post sui canali social
Giugno Promozione trimestrale campagne "Stop ai furti e Occhio alla truffa"	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare i cittadini su come evitare furti e raggiri 	<ul style="list-style-type: none"> • Campagna informativa con Consigli e brochure realizzata dalla Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Pubblicazione post sui social • Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici
Giugno Consiglio Unione	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti alla stampa • Comunicati stampa (pre e post Consiglio) • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social
Giugno/luglio Nomina nuovi Presidenti UPP e APS	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicare i nuovi Presidenti e le linee programmatiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Nomine • Linee programmatiche • Dichiarazioni dei nuovi Presidenti 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicato stampa • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Luglio Assegnazione deleghe	<ul style="list-style-type: none"> • Informare sulla distribuzione delle deleghe da parte del nuovo Presidente UPP 	<ul style="list-style-type: none"> • Ripartizione deleghe • Dichiarazioni Presidente 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicato stampa • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social
Luglio Promozione trimestrale "Alert System"	<ul style="list-style-type: none"> • Rilanciare le informazioni e l'iscrizione al servizio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cos'è, come funziona Alert System e le istruzioni per iscriversi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sito • Post sui canali social
Luglio Promozione trimestrale "Cosa fare in caso di emergenza" e Piani Protezione civile	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare i cittadini sui comportamenti da adottare in caso di emergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Consigli utili e indicazioni • Piano protezione civile e aree di attesa • Brochure "Cosa fare in caso di emergenza" 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social • Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici da valutare con il Servizio di Protezione civile
Luglio Consiglio Unione (Aggiornamento DUP)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sito istituzionale e canali social • Comunicato stampa

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
Agosto Promozione trimestrale Controllo di Vicinato	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare la popolazione sulla possibilità di contribuire alla sicurezza della comunità aderendo al CdV 	<ul style="list-style-type: none"> Scopo, obiettivi e funzionamento del Controllo di Vicinato Info e contatti su come farne parte 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Agosto Promozione trimestrale su Servizi Online	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini sui servizi online disponibili 	<ul style="list-style-type: none"> Elenco servizi e modalità di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Agosto Calendario eventuali chiusure e sospensioni estive dei servizi	<ul style="list-style-type: none"> Informare i cittadini sui servizi attivi e sospesi 	<ul style="list-style-type: none"> Calendario chiusure e sospensione dei servizi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Pubblicazione sui canali social
Settembre Promozione trimestrale campagne "Stop ai furti e Occhio alla truffa"	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini su come evitare furti e raggiri 	<ul style="list-style-type: none"> Campagna informativa con Consigli e brochure realizzata dalla Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Pubblicazione post sui social Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
<p>Settembre Consiglio Unione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti alla stampa • Comunicati stampa (pre e post Consiglio) • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social
<p>Ottobre Promozione trimestrale "Alert System"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rilanciare le informazioni e l'iscrizione al servizio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cos'è, come funziona Alert System e le istruzioni per iscriversi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sito • Post sui canali social
<p>Ottobre Promozione trimestrale "Cosa fare in caso di emergenza" e Piani Protezione civile</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzare i cittadini sui comportamenti da adottare in caso di emergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Consigli utili e indicazioni • Piano protezione civile e aree di attesa • Brochure "Cosa fare in caso di emergenza" 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione sul sito web dell'ente • Post sui canali social • Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici da valutare con il Servizio di Protezione civile
<p>Ottobre Consiglio Unione</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno • Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta • Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> • Inviti alla stampa • Comunicati stampa (pre e post Consiglio) • Pubblicazione sito istituzionale • Post sui canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
4 Novembre Festa Unità Nazionale e delle Forze armate	<ul style="list-style-type: none"> Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> Significato del 4 Novembre Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni Post sui canali social
25 Novembre Giornata internazionale contro la violenza sulle donne	<ul style="list-style-type: none"> Informare la cittadinanza sugli eventi organizzati nei cinque comuni dell'Unione 	<ul style="list-style-type: none"> Significato della ricorrenza Calendario eventi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito istituzionale link agli eventi nei vari comuni Post sui canali social
Novembre Promozione trimestrale Controllo di Vicinato	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare la popolazione sulla possibilità di contribuire alla sicurezza della comunità aderendo al CdV 	<ul style="list-style-type: none"> Scopo, obiettivi e funzionamento del Controllo di Vicinato Info e contatti su come farne parte 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Novembre Promozione trimestrale su Servizi Online	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini sui servizi online disponibili 	<ul style="list-style-type: none"> Elenco servizi e modalità di accesso 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Post sui canali social
Novembre Consiglio Unione (Bilancio preventivo APS)	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti alla stampa Comunicati stampa (pre e post Consiglio) Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social

TIMING 	OBIETTIVO 	CONTENUTI 	TARGET 	AZIONI 
<p>Dicembre Promozione trimestrale campagne "Stop ai furti e Occhio alla truffa"</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizzare i cittadini su come evitare furti e raggiri 	<ul style="list-style-type: none"> Campagna informativa con Consigli e brochure realizzata dalla Polizia Locale 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Pubblicazione posr sui social Nuova distribuzione brochure negli sportelli pubblici
<p>Dicembre Festività natalizie Sospensione servizi</p>	<ul style="list-style-type: none"> Informare i cittadini sui servizi attivi e sospesi 	<ul style="list-style-type: none"> Calendario chiusure e sospensione dei servizi 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza Attività produttive 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sul sito web dell'ente Pubblicazione sui canali social
<p>Dicembre Festività natalizie Auguri</p>	<ul style="list-style-type: none"> Auguri 	<ul style="list-style-type: none"> Cartolina 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social E-mail di auguri alla stampa
<p>Novembre Consiglio Unione (Bilancio preventivo UPP)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione convocazione con Ordine del Giorno Resoconto delle azioni intraprese dal Consiglio (delibere) 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicazione giorno, orario, luogo e Ordine del Giorno della seduta Resoconto della seduta, in particolare delle decisioni che hanno un impatto sulla cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Cittadinanza 	<ul style="list-style-type: none"> Inviti alla stampa Comunicati stampa (pre e post Consiglio) Pubblicazione sito istituzionale Post sui canali social

Allegato A

Manuale operativo e Piano di Comunicazione 2025

Crisis management



La situazione di crisi

La crisi è una **condizione di emergenza che rischia di creare una situazione di panico**, di solito legata ad una qualsiasi emergenza di Protezione civile o, più in generale, ad un avvenimento negativo che ha una vasta eco sui mezzi di informazione o sui social network e che può avere un forte impatto sull'immagine dell'ente.

Gestire una situazione di crisi richiede un **approccio strutturato e coordinato** per minimizzare i danni, proteggere la reputazione dell'ente e ristabilire la normalità nel minor tempo possibile.

In una situazione di crisi, è necessario:

1. Centralizzare il flusso delle comunicazioni verso l'esterno, costituendo una **"Unità di crisi"** con tutti i soggetti coinvolti (amministratori, funzionari e servizi) e l'Ufficio Stampa e Comunicazione. Nessun dipendente, consulente, collaboratore o amministratore, deve rilasciare dichiarazioni. **Ogni informazione deve essere veicolata tramite comunicati stampa e dichiarazioni ufficiali concordati all'interno della "Unità di crisi"**.



ALLEGATO A

La crisis management



2. Pianificare la risposta

- **Identificare gli obiettivi:** definire gli obiettivi immediati (ad esempio contenere gli effetti negativi) e quelli a lungo termine (ripristinare la fiducia nell'ente).
- **Attuare una comunicazione trasparente:** è necessario fornire informazioni tempestive, accurate e trasparenti, evitando confusione o disinformazione.

3. Rilasciare, se ritenuto necessario, comunicati stampa per informare e aggiornare la cittadinanza e gli altri soggetti interessati.

4. Gestione dei social media: se necessario, utilizzare i canali digitali per aggiornamenti rapidi, monitorando in modo puntuale reazioni e commenti.

5. Coordinamento con altre istituzioni: attuare un coordinamento con altri servizi dell'UPP coinvolti (Protezione civile, Polizia Locale etc.), enti e soggetti esterni per una gestione condivisa della situazione di crisi.

Allegato B

Manuale operativo e Piano di Comunicazione 2025

Social Media Policy



ALLEGATO B

Social Media Policy

1. Social media policy esterna

1. Social media policy esterna

- L'**Unione Pedemontana Parmense**, di seguito UPP, per favorire l'attività di informazione e ascolto, in un'ottica di bidirezionalità, nei confronti dei cittadini dei suoi cinque comuni (Collecchio, Felino, Montechiarugolo, Sala Baganza e Traversetolo), ha scelto di utilizzare i social network, dotandosi, in particolare dei seguenti profili:

✓ **Facebook** ([Link](#))

✓ **LinkedIn** ([Link](#))

✓ **YouTube** ([Link](#))

- **I contenuti** della comunicazione attuata attraverso i social network sono di natura istituzionale, e quindi sono da considerarsi **un servizio di pubblica utilità e di interesse generale**.
- **I profili social vengono gestiti dall'Ufficio Stampa e Comunicazione**. L'ente si riserva di affidare la gestione anche ad altri gestori in caso di necessità o emergenza.



ALLEGATO B

Social Media Policy

1. Social media policy esterna



I cittadini possono intervenire nei canali social dell'UPP

1. **Pubblicando i propri commenti** con toni educati, pertinenti al contenuto del post e rispettosi;
2. **Condividendo i post**;
3. **Inviando messaggi privati** per esprimere opinioni e richiedere informazioni, ai quali l'Ufficio Stampa e comunicazione risponderà nel minor tempo possibile negli orari di servizio, reperendo, se necessario, le informazioni dai responsabili dei servizi.

Moderazione dei commenti

La pagina Facebook, così come il profilo LinkedIn e il canale YouTube, vengono **moderati dall'Ufficio Stampa e Comunicazione negli orari di servizio.**

I canali social rispettano la libera espressione di opinioni in modo costruttivo, civile e nel rispetto delle opinioni altrui. Sono tuttavia soggetti a moderazione, in ogni caso a posteriori, i commenti che possono risultare discriminatori o offensivi nei confronti dell'UPP stessa o di altri soggetti. Verranno pertanto eliminati i commenti contenenti, in tutto o in parte, insulti, minacce, offese o osservazioni che ledono la dignità personale, i diritti delle minoranze, i principi di uguaglianza e libertà o altri principi costituzionalmente riconosciuti.

ALLEGATO B

Social Media Policy

1. Social media policy esterna



Nel dettaglio, verranno rimossi i commenti:

- ✓ **Volutamente polemici o off topic**, vale a dire non pertinenti al tema del post;
- ✓ **Spam**, che promuovano attività commerciali e a fini di lucro;
- ✓ **Che presentino un linguaggio inappropriato**, violento, minaccioso, volgare, ingannevole o in violazione dei diritti di terzi;
- ✓ **Discriminatori** per genere, razza, etnia, lingua, religione, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali, disabilità fisica/mentale;
- ✓ **Illeciti** o che incitino, promuovano e sostengano attività illecite;
- ✓ **Che divulghino dati e informazioni personali** che possano ledere la privacy, la dignità e la reputazione di terzi;
- ✓ **Che contengano dati sensibili**;
- ✓ **Di carattere osceno, pornografico o pedopornografico** o che offendano la morale comune;
- ✓ **Che violino i diritti d'autore** o che usino impropriamente un marchio registrato;
- ✓ **Che compromettano la sicurezza** nazionale, degli enti pubblici o dei singoli utenti.

L'UPP si riserva il diritto di bloccare gli utenti che violino la presente social media policy e di segnalarli alle forze dell'ordine.

ALLEGATO B

Social Media Policy

2. Social media policy interna



2. Social media policy interna

- La Social Media Policy Interna **disciplina le norme di comportamento cheil personale dell’UPP** richiamando quanto stabilito dal comma “d” dell’Art. 10 del “*Codice di comportamento dei dipendenti dell’Unione Pedemontana Parmense*”, che discende dall’Art. 10, d.p.r. 62/2013. **Norme che si estendono** anche ai collaboratori, consulenti, titolari di organi o incarichi di collaborazione con gli organi politici, nonché a tutti i collaboratori di imprese fornitrici di beni o servizi o che realizzino opere in favore dell’ente, così come stabilito dall’Art. 2 del medesimo “Codice di comportamento” e dall’Art. 2 del d.p.r. 62/2013.
- **In particolare è fatto divieto** di pubblicare sotto qualsiasi forma sulla rete internet (forum, blog, social network, ecc.) dichiarazioni, commenti, informazioni, foto, video o audio inerenti l’attività lavorativa, indipendentemente dal contenuto delle dichiarazioni medesime se la dichiarazione può essere riconducibile in via diretta o indiretta all’Unione, se può ledere l’immagine dell’ente, l’onorabilità di amministratori e colleghi, nonché la riservatezza o la dignità delle persone. Fatto salvo il diritto di esprimere valutazioni e diffondere informazioni a tutela dei diritti sindacali, il dipendente si astiene da dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell’amministrazione.

ALLEGATO B

Social Media Policy

2. Social media policy interna



L'utilizzo scorretto dei canali social, infatti, può:

- **Danneggiare**, anche gravemente, l'immagine e la reputazione dell'ente e, di conseguenza, delle figure professionali che vi lavorano;
- **Esporre a sospensioni o cancellazioni del profilo**, nel caso in cui non si rispettino i termini del servizio stabiliti dal social media stesso;
- **Esporre anche a danni diretti**, come richieste di risarcimento, nel caso vengano pubblicati contenuti lesivi del diritto d'autore e di proprietà intellettuale.

Iterazione con i cittadini/associazioni/aziende o altri enti

Nelle interazioni con terzi, coloro che gestiscono e monitorano i canali social devono:

- **Scrivere in modo chiaro, corretto, rispettoso ed educato**, anche in presenza di critiche o polemiche.
- **Evitare di commentare** post che riguardino l'UPP su pagine personali o su pagine fan che non appartengano all'ente stesso.

ALLEGATO B

Social Media Policy

2. Social media policy interna

-
- **Ad ogni richiesta pertinente di informazioni o di chiarimenti**, occorre rispondere in modo chiaro e semplice, se necessario concordando preventivamente il testo con la responsabile del servizio coinvolto;
 - **Astenersi** da qualsiasi opinione o commento politico;
 - **Evitare di pubblicare o ripostare** contenuti pubblicati sulla pagina privata degli amministratori.

Analogamente a quanto stabilito dalla Social media policy esterna, è vietato:

- **Divulgare dati sensibili e informazioni personali** che possano ledere la privacy, la dignità e la reputazione dell'ente o di soggetti terzi;
- **Pubblicare contenuti che violino copyright**, diritti d'autore o che usino impropriamente un marchio registrato;
- **Pubblicare contenuti che possano compromettere la pubblica sicurezza;**

La violazione di tali regole di comportamento è fonte di responsabilità disciplinare, accertata all'esito del procedimento disciplinare, nel rispetto dei principi di gradualità e proporzionalità delle sanzioni, così come stabilito dal "Codice di comportamento" dell'UPP.

