
3.7 DESCRIZIONE DEL **PROGETTO N° 5** DI CUI AL **PROGRAMMA N° 7000**

COMUNICAZIONE

RESPONSABILE: Angelo VACCAREZZA

3.7.1 Finalità da conseguire:

3.7.1.1 Investimento

3.7.1.2 Erogazione di servizi di consumo

Comunicazione

L'attività di comunicazione e informazione nel corso del 2011-2013 perseguirà sostanzialmente gli elementi di continuità definiti nelle Linee Guida Piano 2010 con particolare attenzione, tuttavia, alle modalità di diffusione dei progetti dell'Ente e con il coordinamento delle azioni di comunicazione volte a razionalizzare, impostare e definire i processi di diffusione delle informazioni con lo scopo di garantire la presenza continuativa e quotidiana della Provincia sui media ed evitare, contemporaneamente, il sovraffollamento delle azioni di comunicazione rivolte alla stampa.

Tra gli obiettivi dunque:

- migliorare la percezione diffusa dell'operato dell'Ente provinciale;
- programmare l'attività dell'ufficio stampa dotato di specifiche professionalità in grado di ottimizzare l'attività di comunicazione, gestire i flussi di notizie, creare servizi e attività in grado di garantire standard di risultato elevati, costituirsi quale referente unico per la gestione 'in and out' del flusso di informazioni da e per l'Ente;
- incrementare la diffusione dei servizi fruibili anche con politiche di ulteriore sviluppo dei servizi tecnologici ITC (*Information Technology Communication*)
- sviluppare la massima accessibilità alle informazioni in un'ottica di elevata trasparenza e accessibilità
- Attivare e pianificare l'attività del WEB TV della provincia, strumento che avrà il compito di pubblicare con continuità servizi informativi "esclusivi" realizzati direttamente dal personale interno, quali ad esempio una rubrica settimanale, registrata ogni lunedì mattina, tesa a presentare gli eventi più importanti che si svolgeranno in settimana, riprese delle conferenze organizzate dall'Ente, approfondimenti di eventi organizzati o patrocinati dall'Ente o comunque di primario interesse per il territorio.
- sviluppare le attività legate al rilancio del territorio.
- Le scelte di comunicazione dovranno prioritariamente essere dedicate alla massimizzazione del risultato di diffusione della notizia, del servizio, del progetto sia per quanto riguarda la 'direzione' media che per quella riguardante l'utente/cittadino.
- Il metodo deve conseguire due risultati prioritari: ovvero la razionalizzazione dei flussi di informazione; la gestione/confezione delle notizie; la divulgazione delle stesse attraverso tutti gli strumenti ad alta diffusione capaci di raggiungere anche i fruitori meno attenti al flusso di comunicazione veicolato tramite mass media.
- Gli strumenti a disposizione della Provincia andranno utilizzati in stretta relazione con le finalità delle comunicazioni stesse, trovando applicazione appropriata a seconda dell'obiettivo e del target da raggiungere.
- In primo luogo la diffusione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze o eventi dedicati, l'utilizzo di campagne di affissione mirate e continuative, la selezione di organi di informazione su cui mantenere un altro livello di presenza (IVG, Savona News, per la parte internet; Primocanale, Telenord, TeleGenova per la parte video e organi di carta stampata) tramite 'affiliazione' legata all'acquisto di spazi pubblicitari (banner, servizi, speciali, pagine etc.) contribuiranno ad un deciso aumento dei GRP complessivi (Gross Rating Point, sistema di valutazione quantitativa della comunicazione).
- Dovrà proseguire l'attenta gestione delle flussi informativo gestito tramite il sito web che registra una crescita costante pari a circa 50.000 visitatori mese, cercando di evidenziare le sinergie informative con gli spazi informativi qualificati presenti sul territorio savonese. In questo settore dovrà essere prevista restyling del sito internet volto a velocizzare e a rendere maggiormente intuitivi i contenuti di un web

piuttosto complesso e, in alcune aeree, sovraccarico di informazioni. La parte del sito relativa alla parte di comunicati stampa e informazioni da parte dell'Ente sarà aggiornata quotidianamente dagli addetti dell'Ufficio Stampa

- il miglioramento dell'attività di frontdesk dovrà vedere nel 2011 un miglioramento del sistema di accoglienza e prima informazione per gli utenti e cittadini che si recano presso gli uffici della Provincia con la definizione delle seguenti attività di implementazione dei servizi:
 - introduzione di sistemi per l'informazione negli spazi comuni dei locali della Provincia
 - introduzione di un nuovo sistema di gestione dei cittadini che si rivolgono all'URP
- Oltre al proseguimento delle campagne mirate alla promozione culturale e turistica, che in quest'ambito hanno goduto di specifici investimenti, tale attività potrà fruire al meglio delle opportunità che nascono dalle iniziative promosse specificatamente nell'ambito delle campagne effettuate nell'attivazione dei Fondi Europei (FSE, Fondo Sociale Europeo, FESR Fondo europeo Sviluppo Rurale, FPE Fondo Pesca Europeo).
- Nell'ambito delle attività di comunicazione, al fine di garantire attività comunicative e servizi altamente innovativi, potrà essere prevista l'acquisizione di specifiche professionalità esterne che possano garantire lo sviluppo sia di professionalità interne sia l'attuazione di un'attività legata alla comunicazione pubblica e istituzionale con elevati standard qualitativi.

3.7.2 Risorse strumentali da utilizzare

Mobili ed attrezzature in dotazione al settore

3.7.3 Risorse umane da impiegare

L'Ufficio Stampa della Provincia di Savona deve diventare l'unico punto di riferimento per la gestione delle informazioni in entrata e in uscita dall'Ente. Per questa ragione, e in relazione alla molteplicità di tematiche in carico alla Provincia stessa che riguardano praticamente tutti i settori relativi allo sviluppo dell'intero territorio, risulta indispensabile che l'US possa essere garantito – per la sua attività – da un presidio 5 giorni su 7 (esclusi il sabato e la domenica) per l'intera copertura oraria giornaliera.

3.7.4 Motivazione delle scelte

L'Ente Provincia deve costituirsi quale interlocutore serio, efficiente e affidabile su tutti i livelli. La vastità delle deleghe in ordine alla Giunta e al suo presidente rendono inevitabile la presenza quotidiana dell'Ente sui media, locali e non, relativamente ad una disparità di temi e questioni tali da necessitare di una complessa gestione sia tempistica che di contenuti.

Programmare e definire uno standard di alto livello necessita di:

- Personale qualificato e preparato;
- Presidio costante e continuativo dell'ufficio;
- Definizione delle priorità;
- Calendarizzazione degli eventi;
- Costruzione di un preciso modello comunicativo;
- Capacità di reazione immediata e risposta rapida di fronte ad emergenze, imprevisti, situazioni non pianificate;
- Costituzione di un ufficio che diventi la garanzia per i media di avere di fronte un interlocutore serio, attendibile, preparato, veloce e, soprattutto, affidabile nella gestione delle tempistiche imposte dai diversi standard di comunicazione, propri delle peculiarità dei diversi media.

L'Ente Provincia si rivolge principalmente al cittadino/utente che necessita di un livello e di un approfondimento delle tematiche di Suo interesse differente rispetto a quello recepitabile dai media. Per questa ragione la Provincia, che detiene già numerosi mezzi e servizi di diffusione delle informazioni, deve porsi criticamente di fronte a ciascuno di essi per seguirne l'aggiornamento, l'evoluzione e la facilità di accesso per tutti i livelli di utenza.

La creazione di servizi innovativi, la messa a disposizione di banche dati, la realizzazione di nuovi strumenti di divulgazione delle informazioni devono, pertanto, essere interconnessi con la funzione di 'direzione dei flussi comunicativi' gestiti dall'US.

La veicolazione delle notizie, infatti, deve obbligatoriamente seguire le due principali destinazioni, ovvero l'organo di informazione e l'utente, declinandosi – tuttavia – in maniera differenziata per consentirne la massima fruizione.