PIANO DI COMUNICAZIONE

Comunicare la partecipazione

# PREMESSA

Perché un piano di comunicazione del processo partecipativo (FINALITÀ)

Sintesi del piano

# IL CONTESTO

## IL PROCESSO PARTECIPATIVO

Finalità della partecipazione, ambito tematico e ambito di policy, metodo individuato e sue caratteristiche

## IL CONTESTO TERRITORIALE

(IN RIFERIMENTO ALL’AMBITO TEMATICO OGGETTO)

Livello di maturità, controversia, conoscenza del tema oggetto di partecipazione

Panorama sugli stakeholders

## L’ORGANIZZAZIONE INTERNA

Assessorati, Direzioni coinvolte nel processo

Gruppo di lavoro legato alla partecipazione

Risorse interne dedicate alla comunicazione

## GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DELL’ENTE

È importante partire da dati “solidi” sugli strumenti di comunicazione in uso dell’ente

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Descrizione  | Numeri | Chi se ne occupa/referente interno |
| Sito istituzionale |  |  |  |
| Siti tematici |  |  |  |
| Account social |  |  |  |
| URP |  |  |  |
| Bacheche/spazi di affissione |  |  |  |
| Newsletter |  |  |  |
| MailingList, indirizzari verificati |  |  |  |
| Sistemi di messaggistica (WathsApp, Telegram, ecc.) |  |  |  |
| Eventi/Convegni in agenda |  |  |  |
| Assemblee |  |  |  |
| Rete territoriale di comunicazione |  |  |  |
| Tipografia interna |  |  |  |
| Cartellonistica già disponibile |  |  |  |
| Ecc. |  |  |  |

# GLI OBIETTIVI

## OBIETTIVI GENERALI

Descrizione degli obiettivi generali che guidano la comunicazione

1.

2.

3.

## OBIETTIVI OPERATIVI

|  |  |
| --- | --- |
| **OBIETTIVI GENERALI** | **OBIETTIVI OPERATIVI** |
| Obiettivo generale 1 | Obiettivo operativo 1.1 |
| Obiettivo operativo 1.2 |
| Obiettivo operativo 1.3 |
| Obiettivo generale 2 | Obiettivo operativo 2.1 |
| Obiettivo operativo 2.2 |
| Obiettivo generale 3 | Obiettivo operativo 3.1 |
| Obiettivo operativo 3.2 |
| Obiettivo operativo 3.3 |

# I PUBBLICI DI RIFERIMENTO

I pubblici in relazione agli obiettivi

|  |  |
| --- | --- |
| **OBIETTIVI OPERATIVI** | **PUBBLICI DI RIFERIMENTO** |
| Obiettivo operativo 1.1 |  |
| Obiettivo operativo 1.2 |  |
| Obiettivo operativo 1.3 |  |
| Obiettivo operativo 2.1 |  |
| Obiettivo operativo 2.2 |  |

Descrizione dei diversi pubblici

|  |  |
| --- | --- |
| TARGET 1 |  |
| Rilevanza nel processo partecipativo |  |
| Dove e come comunicano |  |
| Obiettivi di comunicazione in relazione al target |  |

Matrice di coerenza strumenti/pubblici di riferimento

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Sito istituzionale | Mail | Contatto diretto | Facebook | Twitter | WathsApp | Incontri |  |
| Target 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# STRATEGIA

## AZIONI & STRUMENTI

**OBIETTIVO OPERATIVO 1.1**

**Per il conseguimento dell’obiettivo è necessario:**

* **azione 1**
* **azione 2**
* **azione 3**

**AZIONE**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titolo dell’azione** |  |
| **Data inizio** |  |
| **Data fine** |  |
| **Target**  |  |
| **Obiettivi** |  |
| **Descrizione** |  |
| **Strumenti** |  |
| **Budget**  |  |
| **Responsabile** |  |
| **Risorse coinvolte** |  |

# PIANO FINANZIARIO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Azione | Risorse umane | Referente dell’azione | Costo |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# CRONOPROGRAMMA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Azione | Prima | Durante | Dopo |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** |
| Azione 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Azione 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# MISURAZIONE E VALUTAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Misurare l’operatività del piano

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Azione | Indicatore di realizzazione | Fonte di verifica |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Misurare i risultati della comunicazione

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Obiettivo operativo | Indicatore di risultato | Strumenti di rilevazione |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |