



PIANO DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

del mandato amministrativo 2024-2029

Approvato con deliberazione di Giunta comunale n. ____ del __/__/2025

Indice

1. Introduzione.....	4
2. Scenario.....	6
2.1 Inquadramento territoriale.....	6
2.2 Dati demografici.....	6
2.3 Assetto economico.....	7
2.4 Contesto interno dell'Ente.....	8
2.6 Canali e strumenti attuali.....	9
2.7 Sintesi e prospettive.....	9
3. «Perché comunichiamo?» – Gli obiettivi.....	10
3.1 Premessa.....	10
3.2 I capisaldi del mandato come guida alla comunicazione.....	10
3.3 Migliorare la comunicazione esterna.....	11
3.4 Migliorare la comunicazione interna.....	11
3.5 Sintesi.....	12
4. «Con chi comunichiamo?» – Il pubblico.....	13
4.1 Premessa.....	13
4.2 Il pubblico esterno.....	13
4.3 Il pubblico interno.....	13
4.4 Approccio per target.....	14
4.5 Sintesi.....	14
5. «Chi comunica?» – Gli attori.....	15
5.1 Premessa.....	15
5.2 L'Ufficio Comunicazione.....	15
5.3 Il PuntoSi.....	15
5.4 L'Ufficio di staff del Sindaco.....	16
5.5 Gli uffici e i settori comunali.....	16
5.6 Gli Amministratori.....	16
5.7 Gli incaricati esterni.....	17
5.8 Altri attori.....	17
5.9 Sintesi.....	17
6. «Cosa comunichiamo?» – I contenuti.....	18
6.1 Premessa.....	18
6.2 Criteri editoriali trasversali.....	18
6.3 Le quattro famiglie di contenuto.....	18
6.3.1 Comunicazione di servizio.....	18
6.3.2 Comunicazione istituzionale.....	18
6.3.3 Comunicazione promozionale.....	19
6.3.4 Comunicazione di emergenza.....	19
6.4 Aree tematiche.....	19
6.4.1 Servizi alla persona.....	19
6.4.2 Cultura, biblioteca e tempo libero.....	19
6.4.3 Sport e impianti.....	19
6.4.4 Lavori pubblici, manutenzioni e viabilità.....	19
6.4.5 Ambiente e sostenibilità.....	20
6.4.6 Attività produttive e commercio.....	20
6.4.7 Urbanistica e territorio.....	20
6.4.8 Sicurezza e protezione civile.....	20
6.5 Ciclo di vita del contenuto.....	20

6.6	Strutture e micro-formati redazionali.....	20
6.7	Linguaggio, inclusione e comprensibilità.....	21
6.8	Ricorrenze e calendario contenuti.....	21
6.9	Priorità e livelli di rilevanza.....	21
6.10	Misurare la qualità del contenuto.....	21
6.11	Sintesi.....	22
7.	«Come si comunica» – Gli strumenti.....	23
7.1	Premessa.....	23
7.2	Strumenti digitali.....	23
7.2.1	Sito web istituzionale – www.comune.rubano.pd.it.....	23
7.2.2	Social network istituzionali – Facebook e Instagram.....	25
7.2.3	Newsletter istituzionale – “Rubano Comunica”.....	27
7.2.4	Canale WhatsApp “Rubano Comunica”.....	28
7.2.5	Canale YouTube istituzionale.....	29
7.2.6	Form “Segnala un disservizio”.....	31
7.3	Strumenti cartacei / fisici.....	32
7.3.1	Notiziario comunale.....	32
7.3.2	Bacheche e affissioni.....	34
7.4	Comunicazione esterna diretta.....	35
7.4.1	PuntoSi – Sportello polifunzionale.....	35
7.4.2	Incontri e assemblee pubbliche.....	37
7.5	Strumenti per la comunicazione interna.....	38
7.5.1	Intranet comunale.....	39
7.5.2	e-mail istituzionali.....	39
7.5.3	Riunioni periodiche.....	39
7.5.4	Gruppi di lavoro intersettoriali.....	40
7.5.5	Cartelle condivise “Intra Aree”.....	40
7.6	Comunicazioni urgenti.....	41
8.	Misurare l’efficacia della comunicazione.....	43
8.1	Descrizione e finalità.....	43
8.2	Strumenti di monitoraggio.....	43
8.3	Periodicità.....	43
8.4	Responsabilità.....	43
8.5	Dati di riferimento (baseline).....	43
9.	Conclusioni.....	45

Informazioni e contatti

Documento redatto dall’Ufficio comunicazione del Comune di Rubano

Funzionario responsabile: dr.ssa Fiorenza Brugnolo - Capo Area 3 – Segreteria, PuntoSi, Cultura

Responsabile del Procedimento: dr. Matteo Cesarotto

Ufficio Comunicazione: dr.ssa Daniela De Toni, Sig.ra Cristina Pettenuzzo

e-mail: comunicazione@rubano.it – Telefono 0498739222 (digitare interno 1 – PuntoSi)

Via Antonio Rossi, 11 – 35030 Rubano (PD)

1. Introduzione

Il Piano della Comunicazione del Comune di Rubano rappresenta lo strumento strategico attraverso il quale l'Ente definisce modalità, contenuti, mezzi e obiettivi della propria attività comunicativa, con lo scopo di garantire ai cittadini un'informazione completa, chiara, tempestiva e trasparente.

La comunicazione pubblica non è solo un obbligo normativo, ma anche una funzione essenziale di buon governo. La **Legge n. 150/2000**¹ ha introdotto nel nostro ordinamento il principio per cui le pubbliche amministrazioni devono organizzare le proprie attività di informazione e comunicazione in modo da favorire la conoscenza delle disposizioni normative, l'accesso ai servizi, la partecipazione e il processo di trasparenza amministrativa. A questo impianto si affiancano altre disposizioni fondamentali, come il **D.lgs. n. 33/2013**² in materia di pubblicità e trasparenza e il **D.lgs. n. 82/2005**³, che sancisce il diritto dei cittadini ad accedere in forma digitale a informazioni e procedimenti.

Il presente Piano si pone quindi come uno strumento programmatico e allo stesso tempo operativo, che si inserisce nella cornice delle linee politiche espresse dal programma di mandato e nei documenti di programmazione strategica dell'Ente. Esso definisce un percorso che parte dall'analisi del contesto – interno ed esterno – per arrivare alla scelta di strumenti, canali e linguaggi capaci di raggiungere in modo efficace i diversi destinatari, tenendo conto delle peculiarità sociali, culturali ed economiche della comunità di Rubano.

La comunicazione istituzionale non è attività accessoria, ma parte integrante del processo amministrativo: un'amministrazione che comunica in modo chiaro e trasparente rafforza il rapporto di fiducia con i cittadini, stimola la partecipazione e contribuisce alla coesione sociale. Questo Piano intende quindi valorizzare le opportunità offerte dalle tecnologie digitali, senza trascurare i canali tradizionali, per assicurare l'inclusione di tutte le fasce della popolazione, comprese quelle meno avvezze agli strumenti online.

La stesura di questo documento trae ispirazione dalle migliori pratiche in ambito locale e nazionale, come previsto anche dalle **Linee guida AgID** sull'accessibilità e la comunicazione istituzionale⁴, e tiene conto dell'esperienza maturata negli anni dal Comune di Rubano nella gestione dei propri flussi informativi. La sua attuazione richiederà

1 Legge 7 giugno 2000, n. 150, recante “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*” — [testo vigente su Normattiva](#) — che stabilisce principi, strumenti e modalità per garantire ai cittadini il diritto a un'informazione completa, chiara e tempestiva sull'attività delle amministrazioni pubbliche.

2 Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33, recante “*Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*” — [testo vigente su Normattiva](#) — che definisce i principi e le modalità per assicurare la trasparenza dell'azione amministrativa e favorire il controllo diffuso da parte dei cittadini.

3 Decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 – *Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD)* – che disciplina i diritti di cittadini e imprese all'uso delle tecnologie digitali nei rapporti con la pubblica amministrazione e le regole per la gestione digitale dei procedimenti amministrativi. Testo aggiornato disponibile su [Normattiva](#).

4 Secondo le [Linee guida AgID sull'accessibilità degli strumenti informatici e sulla comunicazione istituzionale](#), adottate in attuazione della Legge 9 gennaio 2004, n. 4 e della Direttiva (UE) 2016/2102, che definiscono criteri e standard per garantire l'accessibilità, l'usabilità e l'inclusività delle comunicazioni e dei servizi digitali delle pubbliche amministrazioni.

il coinvolgimento attivo di tutti i soggetti interni all'Ente, in un'ottica di responsabilità condivisa e coordinamento costante.

In sintesi, il Piano della Comunicazione si propone di:

- tradurre gli obblighi normativi in azioni concrete e misurabili;
- fornire un quadro organico degli strumenti a disposizione;
- definire obiettivi chiari e strategie coerenti;
- monitorare i risultati per un miglioramento continuo.

Il Piano della Comunicazione è un documento dinamico, aggiornato almeno una volta per ogni mandato amministrativo quinquennale, per recepire tempestivamente le evoluzioni normative, tecnologiche e sociali, oltre a integrare gli obiettivi strategici di mandato delle singole amministrazioni. La sua redazione si fonda sulla centralità del cittadino e sul riconoscimento del diritto di ciascuno a ricevere informazioni corrette, chiare e tempestive.

2. Scenario

2.1 Inquadramento territoriale

Il Comune di Rubano si trova in posizione strategica lungo la Strada Regionale 11, uno degli assi di collegamento più importanti tra Padova e Vicenza. Con un territorio di circa quindici chilometri quadrati, comprende le frazioni di Bosco, Sarmeola e Villaguttera, ciascuna con una propria identità e una rete di servizi e attività che contribuiscono al tessuto complessivo del Comune. La collocazione, unita alla facilità di accesso alla rete autostradale e alla vicinanza al capoluogo, ha favorito negli ultimi decenni una crescita costante sia dal punto di vista residenziale che economico.

Il paesaggio urbano alterna aree residenziali consolidate a zone produttive e commerciali, senza trascurare le superfici agricole, che mantengono un ruolo importante per l'equilibrio ambientale e per la memoria storica del territorio. In questo contesto si inserisce il **Parco Etnografico di Rubano**, un'area verde di rilevanza naturalistica e culturale che conserva testimonianze della vita rurale e delle tradizioni locali, ospitando iniziative didattiche e ricreative. Il Parco rappresenta non solo un luogo di svago e di incontro, ma anche uno strumento di valorizzazione dell'identità storica della comunità, capace di rafforzare il legame fra i cittadini e il territorio.

Questa varietà di funzioni e destinazioni d'uso si riflette anche nella vita quotidiana e nelle esigenze di comunicazione dell'Ente, che deve saper dialogare con pubblici diversi e con interessi talvolta molto specifici.

2.2 Dati demografici

Al 31 dicembre 2024 il Comune di Rubano conta **17.057 abitanti**. La comunità si caratterizza per una composizione eterogenea, con una distribuzione equilibrata fra le tre frazioni di Bosco, Sarmeola e Villaguttera, ognuna con un proprio profilo demografico e sociale.

L'analisi anagrafica evidenzia una **presenza significativa di nuclei familiari con figli in età scolare**, elemento che comporta un forte utilizzo dei servizi educativi, sportivi e ricreativi e che influenza la programmazione di eventi e iniziative culturali. Allo stesso tempo, è in aumento la fascia di popolazione anziana, che richiede politiche di comunicazione attente a garantire accessibilità, chiarezza e canali tradizionali di informazione, come il notiziario cartaceo o gli avvisi pubblici affissi sul territorio.

Un aspetto distintivo è la **componente straniera**, che rappresenta circa il 10% della popolazione. Le comunità più numerose sono quelle rumena, moldava, cinese e albanese, ma sono presenti anche cittadini provenienti da altri Paesi europei, asiatici e africani. Questa varietà culturale porta ricchezza di tradizioni e competenze, ma implica anche la necessità di predisporre messaggi istituzionali che possano essere compresi da tutti,

eventualmente ricorrendo a linguaggi semplificati o a contenuti visivi. A questo proposito i social network istituzionali offrono un servizio di traduzione automatica che riduce il divario linguistico favorendo partecipazione ed inclusione sociale.

Dal punto di vista della distribuzione per genere, il dato è sostanzialmente equilibrato, con una leggera prevalenza femminile, in linea con la media regionale. L'età media si colloca poco sopra i 44 anni, un valore che riflette sia la stabilità di famiglie già insediate da tempo, sia l'arrivo di nuovi residenti attratti dalla posizione strategica del Comune e dalla qualità dei servizi offerti.

Negli ultimi anni la popolazione ha mostrato un andamento tendenzialmente stabile, con lievi oscillazioni legate al saldo migratorio: il numero di nuovi residenti compensa in buona parte il calo fisiologico dovuto alla natalità in diminuzione, fenomeno comune a livello nazionale.

Dal punto di vista della pianificazione della comunicazione, questo profilo demografico implica la necessità di **utilizzare un mix di canali e linguaggi**: strumenti digitali e social per raggiungere le fasce più giovani e attive online, mezzi tradizionali per gli anziani e per chi non utilizza abitualmente internet, contenuti visivi e sintetici per superare barriere linguistiche e favorire la comprensione immediata dei messaggi.

2.3 Assetto economico

Il tessuto economico di Rubano è caratterizzato da una notevole **diversificazione settoriale** e da un equilibrio tra attività produttive, commerciali e di servizio. Alla fine del 2024 le unità locali registrate erano **1.997**, in crescita significativa rispetto alle **1.538** del 2020, segno di una buona vitalità imprenditoriale nonostante le difficoltà del contesto economico nazionale ed europeo degli ultimi anni.

Il **settore terziario** è predominante e comprende un'ampia gamma di attività: commercio al dettaglio e all'ingrosso, servizi alle imprese, studi professionali, attività bancarie e assicurative, ristorazione e accoglienza. All'interno di questo comparto, si distingue la presenza di numerosi punti vendita di medie e grandi dimensioni, che attirano clientela anche dai comuni limitrofi, generando flussi di mobilità e necessità di servizi accessori (parcheggi, segnaletica, viabilità).

Il **manifatturiero** resta un pilastro importante dell'economia locale, con aziende attive nella lavorazione dei metalli, nella meccanica di precisione, nell'industria alimentare e nella produzione di beni destinati sia al mercato interno sia all'esportazione. Queste realtà contribuiscono alla creazione di occupazione qualificata e consolidano la reputazione di Rubano come polo produttivo di rilievo nella cintura ovest di Padova.

Il **settore delle costruzioni** ha conosciuto negli ultimi anni una ripresa legata sia agli interventi di rigenerazione urbana e manutenzione straordinaria sia agli incentivi per l'efficientamento energetico degli edifici. Tale comparto si intreccia con le attività immobiliari, che mantengono un peso significativo e riflettono la costante attrattività del territorio per nuovi insediamenti residenziali e produttivi.

L'**agricoltura**, pur rappresentando una quota minore dell'economia comunale, conserva un ruolo importante nella salvaguardia del paesaggio e nella produzione di filiera corta, in particolare ortaggi e prodotti tipici locali. Alcune aziende agricole partecipano a mercati a km 0 e collaborano a iniziative promosse dal Distretto del Commercio e dal Comune.

Sono inoltre presenti **attività di trasporto e logistica**, favorite dalla posizione strategica di Rubano e dalla vicinanza ai principali assi viari. Questo comparto è in crescita, spinto anche dallo sviluppo dell'e-commerce e dalla domanda di servizi di consegna rapida.

La presenza del **Distretto del Commercio "Le Statali dello Street Commerce"**, che unisce Rubano ai comuni di Mestrino, Veggiano e Grisignano di Zocco, favorisce iniziative condivise di promozione commerciale e turistica, come:

- il **Welfare Circolare** (buoni spesa a km 0);
- il portale **streetcommerce.it**;
- **La Statale del Gusto**, rassegna enogastronomica per valorizzare la cucina e le produzioni locali.

La varietà e la vitalità del tessuto economico di Rubano costituiscono un punto di forza, ma richiedono anche un'azione comunicativa attenta e segmentata: ogni comparto ha esigenze e tempi propri, e per essere efficace l'informazione deve essere calibrata sui canali e sui linguaggi più idonei ai diversi destinatari.

2.4 Contesto interno dell'Ente

L'organizzazione interna del Comune di Rubano è dimensionata per rispondere alle esigenze di un ente di medie dimensioni, con un personale complessivo di circa settanta dipendenti. La gestione amministrativa è guidata dal Segretario comunale, che assicura la legittimità e l'efficienza dell'azione amministrativa e svolge funzioni di raccordo fra l'indirizzo politico della Giunta e le attività operative degli uffici.

L'organizzazione interna del Comune di Rubano si sviluppa su due livelli gerarchici. A livello apicale vi sono le **Aree**, ciascuna guidata da un responsabile (capo area), che rappresentano i macro-ambiti di attività dell'Ente. Ogni Area è a sua volta **ripartita in settori**, coordinati da un capo settore, cui competono funzioni più specifiche e operative.

All'interno di questa struttura, i servizi sono affidati a personale con competenze specialistiche, che garantiscono l'erogazione efficiente delle prestazioni e l'aggiornamento puntuale delle informazioni di propria competenza.

Accanto alle attività svolte direttamente, l'Amministrazione si avvale della collaborazione di soggetti esterni per la gestione di servizi ad alta intensità organizzativa o con particolari esigenze tecniche, come la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti, la refezione scolastica, la manutenzione delle aree verdi e la gestione degli impianti sportivi.

Rubano partecipa anche a organismi e consorzi sovracomunali, come il Consorzio di Polizia Locale Padova Ovest, il Consiglio di Bacino Brenta, il Consorzio Biblioteche

Padovane Associate e la società ETRA S.p.A., che consentono di condividere risorse e competenze ma richiedono un costante coordinamento comunicativo per garantire che i cittadini ricevano sempre informazioni corrette e coerenti, indipendentemente dal soggetto gestore.

Il buon funzionamento dell'organizzazione interna dipende in larga misura da un flusso informativo continuo e ordinato, sia verticale (tra amministratori, responsabili e operatori) sia orizzontale (fra uffici di pari livello). In questo contesto, la comunicazione interna non è solo un supporto gestionale, ma un presupposto per la qualità e la coerenza della comunicazione esterna: un'informazione condivisa all'interno dell'Ente si traduce in messaggi più chiari, coordinati e tempestivi verso la comunità.

2.6 Canali e strumenti attuali

Il Comune dispone di un sito web istituzionale costantemente aggiornato, di canali social attivi (Facebook, Instagram, YouTube), di una newsletter periodica, di un canale WhatsApp informativo e di un notiziario comunale cartaceo distribuito a tutta la popolazione e messo a disposizione anche in versione elettronica (PDF).

Anche la biblioteca comunale contribuisce alla comunicazione online con una pagina Facebook ed un canale Youtube dedicati; è inoltre prevista l'apertura di un profilo Instagram specifico.

Questi mezzi, integrati da strumenti tradizionali come le affissioni nelle bacheche comunali, la corrispondenza cartacea e la comunicazione diretta tramite servizi allo sportello, consentono di raggiungere pubblici differenti. La loro efficacia dipende però dalla capacità di coordinare i contenuti, evitare ridondanze e calibrare i messaggi in base al canale e al target di riferimento.

2.7 Sintesi e prospettive

In sintesi, lo scenario in cui si colloca la comunicazione istituzionale di Rubano è quello di un Comune di medie dimensioni, con una comunità vivace, un'economia diversificata e una struttura amministrativa snella ma chiamata a gestire un'ampia gamma di relazioni interne ed esterne.

La sfida è costruire una comunicazione che non si limiti a trasmettere informazioni, ma diventi uno strumento di partecipazione e coesione.

3. «Perché comunichiamo?» – Gli obiettivi

3.1 Premessa

La comunicazione del Comune di Rubano è un elemento strategico per l'attuazione del programma di mandato e per il rafforzamento del legame di fiducia con la comunità. Essa non si limita a diffondere informazioni, ma interpreta e traduce le scelte politiche e organizzative in messaggi comprensibili, accessibili e tempestivi, favorendo la partecipazione attiva dei cittadini.

Ogni azione comunicativa è un tassello di un disegno più ampio: raccontare con trasparenza l'operato dell'Amministrazione, promuovere i valori condivisi, informare sulle opportunità e sui servizi disponibili, stimolare comportamenti virtuosi e sostenere i processi di cambiamento. La comunicazione, quindi, non è un'attività separata, ma è parte integrante della gestione quotidiana dell'Ente.

3.2 I capisaldi del mandato come guida alla comunicazione

La pianificazione degli obiettivi di comunicazione parte dal programma amministrativo 2024–2029. Nelle **Linee programmatiche** presentate al Consiglio Comunale il 19 luglio 2024 e ribadite nel Documento Unico di Programmazione (DUP), l'Amministrazione ha individuato dieci capisaldi che rappresentano la visione e il percorso di crescita che si intende realizzare.

Tra questi, tre rivestono un ruolo particolarmente rilevante per l'impostazione delle strategie comunicative:

- **Rubano partecipata, vicina e connessa** – Un Comune costantemente in ascolto dei cittadini e capace di semplificare il dialogo con essi, anche attraverso l'uso di tecnologie avanzate. La comunicazione ha qui il compito di mantenere aperti canali diretti, rapidi e bidirezionali, favorendo la trasparenza e la tempestività dell'informazione.
- **Rubano culturale** – Un Comune che promuove cultura e arte come strumenti di identità condivisa, coesione sociale e inclusione. La comunicazione deve valorizzare le iniziative culturali, raccontarle in modo coinvolgente e renderle accessibili a un pubblico ampio e diversificato.
- **Municipio e PuntoSi** – Un'Amministrazione efficace ed efficiente, che basa il buon operato sulla competenza dei dipendenti e sulla partecipazione dei cittadini. La comunicazione deve rendere visibili i servizi, semplificare le procedure di accesso e far percepire l'Ente come un punto di riferimento affidabile e vicino.

Questi capisaldi tracciano le linee guida per un'azione comunicativa integrata, capace di unire canali digitali e strumenti tradizionali, linguaggi istituzionali e modalità partecipative.

3.3 Migliorare la comunicazione esterna

Gli obiettivi operativi per la comunicazione esterna derivano direttamente dai capisaldi e si articolano in azioni strategiche:

- **Inclusione digitale e accessibilità** – Grazie ai fondi PNRR è stato sviluppato un nuovo sito web, in fase di miglioramento, conforme alle linee guida AgID, con sezioni semplificate e piena compatibilità con le tecnologie assistive. La comunicazione deve promuovere l'uso di questo strumento e formare i cittadini, in particolare coloro che hanno minore familiarità con le tecnologie.
- **Potenziare lo Sportello telematico** – Estendere le funzionalità della piattaforma per consentire l'accesso rapido e intuitivo ai servizi da dispositivi digitali, promuovendo l'utilizzo di SPID e CIE-ID anche attraverso il PuntoSi e il Punto Digitale Facile. La comunicazione ha il compito di accompagnare i cittadini nell'utilizzo di queste risorse con guide chiare e assistenza dedicata.
- **Ampliare e qualificare la presenza sui social e sui canali tradizionali** – Potenziare la diffusione delle informazioni sia sui social network istituzionali sia su strumenti consolidati come il notiziario e la newsletter. È previsto anche il coinvolgimento di soggetti esterni per migliorare lo stile e l'efficacia dei messaggi, adattando il linguaggio ai diversi target.
- **Rafforzare l'immagine coordinata dell'Ente** – Definire e rendere riconoscibile lo stile visivo del Comune (loghi, cartigli, firme, orari, materiali grafici), in modo che ogni comunicazione sia immediatamente identificabile come istituzionale.
- **Migliorare ulteriormente la qualità dei servizi** – Diffondere informazioni chiare sulle modalità di fruizione, semplificare le procedure anche online, ridurre i tempi di risposta e dedicare particolare attenzione ai cittadini più fragili, anche attraverso un punto di ascolto dedicato.
- **Coordinare tutti gli strumenti comunicativi** – Utilizzare in modo integrato le risorse interne ed esterne per rendere più veloce e uniforme la diffusione delle informazioni, assicurando trasparenza e favorendo una comunicazione bidirezionale.
- **Stimolare la partecipazione attiva** – Coinvolgere cittadini, imprese e associazioni in progetti e iniziative, con particolare attenzione ai giovani, promuovendo canali per raccogliere proposte e suggerimenti.
- **Sviluppare il canale "Rubano Comunica"** – Promuovere l'utilizzo del canale informativo "Rubano Comunica" sull'applicazione di messaggistica WhatsApp e sviluppare nuovi strumenti per rendere la comunicazione sempre più rapida ed efficace.

3.4 Migliorare la comunicazione interna

Anche all'interno dell'Ente la comunicazione riveste un ruolo cruciale per l'efficienza e la qualità dei servizi. Gli obiettivi principali sono:

- **Rendere più fluido il flusso informativo tra settori e uffici**, favorendo la circolarità delle informazioni e riducendo le interruzioni nei passaggi di dati;
- **Creare un sistema di condivisione interna** (banca dati o cartelle condivise) che permetta a tutto il personale di accedere a documenti, modulistica e aggiornamenti in modo semplice e sempre aggiornato;
- **Introdurre newsletter interne** per tenere informati i dipendenti su novità, iniziative e scadenze;
- **Potenziare riunioni e incontri di coordinamento** tra capi area e responsabili di settore, favorendo il confronto e lo scambio di buone pratiche;
- **Utilizzare sondaggi e questionari** per raccogliere il punto di vista dei dipendenti e coinvolgerli nei processi decisionali;
- **Creare gruppi intersettoriali** per sviluppare competenze trasversali e una visione d'insieme dell'attività comunale;
- **Effettuare verifiche periodiche** sui flussi informativi per individuare eventuali criticità e intervenire con misure correttive.

3.5 Sintesi

Gli obiettivi di comunicazione del Comune di Rubano nascono dall'integrazione tra i capisaldi strategici del mandato e le esigenze concrete di cittadini e operatori. La loro attuazione richiede un impegno coordinato di tutti i settori dell'Ente e l'uso sapiente di strumenti e linguaggi differenziati. In questo modo la comunicazione diventa il filo conduttore che unisce la visione politica alla realtà quotidiana, trasformando le intenzioni in risultati percepibili e condivisi.

4. «Con chi comunichiamo?» – Il pubblico

4.1 Premessa

Ogni azione comunicativa dell'Ente ha un destinatario preciso. Identificare in modo chiaro il pubblico a cui ci si rivolge è fondamentale per scegliere il linguaggio, i canali e i tempi più adatti. La comunicazione istituzionale del Comune di Rubano si rivolge a una pluralità di soggetti, interni ed esterni all'Ente, che hanno bisogni informativi differenti e modalità di accesso alle informazioni altrettanto diversificate.

Conoscere il pubblico significa anche riconoscere la sua evoluzione nel tempo: le abitudini di informazione cambiano, così come le aspettative nei confronti delle istituzioni. Per questo il Piano della Comunicazione prevede un'analisi costante dei destinatari, per adattare i contenuti e garantire a tutti pari accesso alle informazioni.

4.2 Il pubblico esterno

Il pubblico esterno comprende l'insieme delle persone, organizzazioni e soggetti che interagiscono con il Comune dall'esterno. In primo luogo ci sono i **cittadini residenti**, con le loro diverse fasce di età e bisogni: famiglie con figli piccoli, giovani, adulti in età lavorativa, anziani. Ognuna di queste categorie necessita di canali e linguaggi specifici.

Accanto ai residenti, un ruolo importante lo svolgono i **cittadini non residenti** che lavorano, studiano o frequentano Rubano per motivi personali, così come i **turisti** e i visitatori occasionali. Questi destinatari hanno bisogno soprattutto di informazioni pratiche e immediate, reperibili facilmente online o tramite applicazioni mobili.

Tra le tipologie di pubblico esterno rientrano anche:

- le **imprese** e gli operatori economici locali, interessati a bandi, opportunità di collaborazione, progetti di sviluppo e regolamenti comunali;
- le **associazioni culturali, sportive e di volontariato**, con cui l'Ente condivide iniziative e progetti;
- le **istituzioni scolastiche** e gli enti formativi;
- la **stampa e i media locali**, che svolgono un ruolo di amplificazione delle informazioni e di mediazione con la cittadinanza.

4.3 Il pubblico interno

La comunicazione interna è rivolta a tutti coloro che operano stabilmente o temporaneamente all'interno dell'Ente. Ne fanno parte:

- **gli amministratori (Sindaco, Giunta e Consiglio comunale);**
- **i capi area e i coordinatori di settore;**
- **i dipendenti comunali**, suddivisi nei diversi settori e uffici;

- i **collaboratori esterni** e i soggetti che gestiscono in appalto o in convenzione servizi comunali;
- gli **organismi partecipati** e i **consorzi** di cui il Comune fa parte.

Per questa categoria di pubblico, la comunicazione ha l'obiettivo di migliorare il flusso di informazioni interne, favorire la condivisione di documenti e dati, promuovere un senso di appartenenza e allineare tutti verso gli stessi obiettivi strategici.

4.4 Approccio per target

L'approccio comunicativo del Comune di Rubano prevede la modulazione dei contenuti e dei canali in base al target di riferimento. Per il pubblico digitalmente attivo si privilegiano i social network, il sito web e le newsletter; per la popolazione meno digitalizzata, restano fondamentali strumenti come il notiziario cartaceo, le bacheche pubbliche, gli sportelli di front-office e gli incontri pubblici.

La comunicazione verso le imprese e le associazioni si avvale di news informative e della pubblicazione di informazioni su bandi e opportunità nel sito web istituzionale nonché di incontri dedicati. Con la stampa locale, invece, si mantengono rapporti diretti e costanti, attraverso comunicati stampa, conferenze e interviste.

4.5 Sintesi

Individuare con precisione i pubblici e le loro esigenze consente di costruire una comunicazione più mirata, efficace e inclusiva. Un messaggio ben calibrato, diffuso attraverso il canale giusto e nel momento opportuno, aumenta la probabilità di essere compreso e di generare partecipazione. Il Comune di Rubano si impegna a mantenere aperti tutti i canali di comunicazione, tradizionali e digitali, per garantire a ogni pubblico l'accesso equo e tempestivo alle informazioni di interesse pubblico.

5. «Chi comunica?» – Gli attori

5.1 Premessa

La comunicazione istituzionale è un'attività corale: non è responsabilità di un singolo ufficio, ma il risultato del lavoro coordinato di più soggetti che, a vario titolo, concorrono alla raccolta, elaborazione e diffusione delle informazioni. Per essere efficace, la comunicazione deve basarsi su una chiara definizione di **ruoli, competenze e responsabilità**, così che ogni attore sappia **cosa fare, quando farlo e con chi confrontarsi**.

Nel Comune di Rubano, la regia è affidata all'**Ufficio Comunicazione**, ma il flusso informativo coinvolge direttamente anche gli uffici tecnici e amministrativi, l'Ufficio di staff del Sindaco, la Giunta, il Consiglio comunale, le strutture partecipate e i partner esterni.

5.2 L'Ufficio Comunicazione

L'Ufficio Comunicazione è collocato all'interno dell'**Area 3 – Segreteria, PuntoSi, Cultura** e fa parte del **Settore PuntoSi, Comunicazione, Protocollo, Archivio**. È il **nodo centrale** della rete comunicativa dell'Ente:

- coordina la **pianificazione editoriale** di tutti i canali istituzionali;
- cura e redige i contenuti, direttamente o tramite operatore esterno, verificandone correttezza, chiarezza e coerenza con l'identità visiva del Comune;
- partecipa al **Gruppo di lavoro web**, assicurando aggiornamento e accessibilità del sito istituzionale;
- mantiene un **rapporto costante con i soggetti esterni incaricati** che gestiscono parte delle attività di comunicazione, verificando che i contenuti proposti siano in linea con la strategia dell'Ente;
- si interfaccia con l'**Ufficio di staff del Sindaco e gli assessori di riferimento** per coordinare tempi e modalità di uscita dei comunicati ufficiali di Sindaco e Giunta.

L'Ufficio Comunicazione, oltre a essere produttore diretto di contenuti, svolge una funzione di **filtro e raccordo**: ogni informazione in uscita viene verificata, uniformata nello stile e nel linguaggio, e veicolata attraverso il canale più idoneo.

5.3 Il PuntoSi

Il PuntoSi è lo sportello **polifunzionale** del Comune, dedito anche all'accoglienza e all'orientamento dei cittadini. Svolge funzioni di protocollo, comunicazione e archivio, e integra anche i servizi di facilitazione digitale.

Ruolo nella comunicazione:

- è il primo presidio fisico di informazione ai cittadini;

- raccoglie segnalazioni, richieste e domande frequenti, che diventano preziosi input per l'Ufficio Comunicazione;
- distribuisce materiale informativo e promuove i canali digitali del Comune;
- assiste nell'uso di strumenti online (SPID, CIE-ID, pagamenti elettronici, prenotazioni) grazie alla presenza di un facilitatore digitale appositamente dedicato.

Grazie al contatto diretto e quotidiano con il pubblico, il PuntoSi funge anche da **termometro** delle esigenze e delle percezioni della cittadinanza, permettendo all'Ente di calibrare messaggi e priorità.

5.4 L'Ufficio di staff del Sindaco

Supporta il Sindaco e la Giunta comunale nella gestione delle relazioni istituzionali e politiche, ed è un attore chiave per la comunicazione di indirizzo politico-amministrativo.

Compiti principali:

- definizione, insieme all'Ufficio Comunicazione, della linea editoriale per i comunicati istituzionali di Sindaco e Giunta;
- validazione dei testi con contenuto politico o a forte impatto mediatico;
- gestione diretta di alcune relazioni con la stampa locale.

Il costante raccordo tra lo staff del Sindaco e l'Ufficio Comunicazione garantisce che le comunicazioni di rilievo politico siano coerenti con le priorità dell'Amministrazione e diffuse nei tempi opportuni.

5.5 Gli uffici e i settori comunali

Ogni settore dell'Ente è **produttore di contenuti** per la propria area di competenza.

Per citarne solo alcuni:

- servizi alla persona (scuola, sociale, sport);
- biblioteca e cultura;
- lavori pubblici e manutenzioni;
- urbanistica e ambiente;
- tributi e attività economiche.

I coordinatori di settore e gli operatori individuano le informazioni da rendere pubbliche (scadenze, modifiche di servizi, eventi, avvisi) e le pubblicano nel sito web istituzionale secondo procedure condivise (schede informative, tracce redazionali, canali di contatto diretti).

5.6 Gli Amministratori

Sindaco, assessori e consiglieri comunali contribuiscono alla comunicazione:

- segnalano iniziative e temi rilevanti per il territorio;

- partecipano a conferenze stampa e interviste;
- interagiscono con i cittadini durante eventi e incontri pubblici.

Le comunicazioni ufficiali dell'Amministrazione devono sempre passare attraverso i canali istituzionali gestiti dall'Ufficio Comunicazione e/o dallo Staff del Sindaco.

5.7 Gli incaricati esterni

Il Comune di Rubano si avvale di uno o più incaricati esterni per alcune attività di supporto tecnico e operativo, come:

- gestione grafica e impaginazione di materiali (notiziario, locandine, campagne social);
- programmazione di contenuti sui social media;
- gestione del servizio informativo WhatsApp;
- implementazione delle sezioni “news” ed “eventi” nel sito web istituzionale.

L'operato dei soggetti esterni è sempre supervisionato dall'Ufficio Comunicazione, che rappresenta il punto di verifica e raccordo dei contenuti pubblicati stabilendo la linea editoriale generale.

5.8 Altri attori

Rientrano nel sistema di comunicazione anche:

- **la stampa e i media locali**, come canali di diffusione verso la comunità;
- **le associazioni e i partner** con cui si realizzano eventi e progetti, che diventano moltiplicatori dei messaggi dell'Ente;
- **gli organismi partecipati** e i consorzi, con cui si condividono campagne e iniziative comuni.

5.9 Sintesi

Sapere “chi comunica” significa poter costruire un sistema fluido, dove ognuno conosce il proprio ruolo e sa a chi passare le informazioni. Nel Comune di Rubano, la comunicazione è un lavoro di squadra: l'Ufficio Comunicazione fa da cabina di regia, ma il flusso nasce dal contributo di tutti – dagli uffici operativi al Sindaco, dal PuntoSi agli incaricati esterni – con l'obiettivo comune di informare i cittadini in modo chiaro, tempestivo e coerente.

6. «Cosa comunichiamo?» – I contenuti

6.1 Premessa

“Che cosa” comunichiamo è la sostanza del nostro rapporto con la comunità: riguarda i servizi che eroghiamo, le decisioni che assumiamo, le opportunità che mettiamo a disposizione, i rischi da prevenire e le storie che raccontano l'identità di Rubano. La selezione e la cura dei contenuti non è un'operazione neutra: orienta le attese, facilita l'accesso ai servizi, rende leggibili i progetti e, soprattutto, costruisce fiducia. In questo capitolo definiamo i contenuti che l'Amministrazione intende rendere pubblici, i criteri con cui li seleziona e le strutture narrative con cui li presenta, lasciando ai capitoli successivi gli aspetti operativi dei canali e delle procedure.

6.2 Criteri editoriali trasversali

Ogni contenuto nasce e viene validato alla luce di alcuni criteri comuni. Il primo è il **valore pubblico**: comunichiamo ciò che serve davvero alle persone per orientarsi, decidere o partecipare. Il secondo è la **comprensibilità**: linguaggio chiaro, informazioni essenziali in testa, riferimenti concreti (chi, cosa, quando, dove, come fare, costi e tempi). Terzo, la **completezza** proporzionata: il contenuto deve essere sufficientemente ricco per permettere un'azione, senza diventare prolisso. Quarto, la **coerenza** con i capisaldi del mandato: i temi strategici devono emergere in modo riconoscibile, così come i risultati via via conseguiti. Quinta, l'**accessibilità**: titoli parlanti, segmentazione del testo, alternative testuali per gli elementi visivi e assenza di barriere alla fruizione dei documenti. Sesto, la **tutela dei dati personali e la sobrietà istituzionale**: nessun dato superfluo, attenzione ai minori, alle immagini e alle informazioni sensibili.

6.3 Le quattro famiglie di contenuto

6.3.1 Comunicazione di servizio

È il cuore della comunicazione quotidiana. Riguarda orari, modulistica, requisiti, costi, tempi, prenotazioni, pagamenti, contatti utili. La **scheda del servizio** è il contenuto di riferimento e ha una struttura stabile: una sintesi iniziale che spiega *di che cosa si tratta e a chi è rivolta*; i requisiti; *cosa serve* per presentare la richiesta; *come presentarla* (anche online); *quanto costa*; *quanto tempo richiede*; *chi contattare* in caso di dubbi; *norme e documenti* collegati. Gli aggiornamenti di servizio (variazioni temporanee, sospensioni, nuove modalità) si appoggiano sempre alla scheda madre e ne riportano il link, evitando duplicazioni e contraddizioni.

6.3.2 Comunicazione istituzionale

Rende leggibili decisioni, atti e progetti. Una notizia istituzionale ben fatta risponde a tre domande: *cosa è stato deciso* (e da chi), *perché* (l'interesse pubblico che si intende soddisfare) e *cosa cambia* per le persone (tempi, impatti, benefici). I piani e i programmi si

presentano con “schede di lettura”: obiettivi, azioni, risorse, cronoprogramma, stato di avanzamento e punti di contatto. Per i progetti complessi (es. tramvia SIR2) il contenuto si arricchisce in tempo reale con tappe, immagini, mappe e domande frequenti.

6.3.3 Comunicazione promozionale

Valorizza cultura, sport, educazione, commercio di prossimità, volontariato e partecipazione. La logica non è pubblicitaria, ma di servizio: inviti chiari, informazioni pratiche (quando, dove, come partecipare), contenuti inclusivi e immagini rispettose. Quando l'evento coinvolge partner esterni, i contenuti riportano il ruolo del Comune e i riferimenti dei soggetti organizzatori, mantenendo l'identità visiva istituzionale.

6.3.4 Comunicazione di emergenza

Riguarda i contenuti da diffondere con immediatezza: allerte meteo, interruzioni di servizi essenziali, modifiche urgenti alla viabilità, indicazioni di protezione civile. La struttura è minimale e funzionale: *che cosa sta succedendo, da quando a quando, dove, cosa deve fare il cittadino adesso, chi contattare* per informazioni. La coerenza tra messaggi e l'aggiornamento tempestivo sono parti integranti del contenuto stesso; i dettagli operativi sui canali e sulle tempistiche verranno disciplinati nel capitolo dedicato al “come”.

6.4 Aree tematiche

6.4.1 Servizi alla persona

Dalla scuola ai servizi sociali, dalle politiche giovanili ai servizi per la terza età. I contenuti più ricorrenti sono iscrizioni, graduatorie, tariffe, agevolazioni, orari, calendari, opportunità educative, sostegni economici e progetti di inclusione. Le schede servizio restano il perno, affiancate da avvisi puntuali in periodi sensibili (iscrizioni scolastiche, buoni servizio, contributi affitto).

6.4.2 Cultura, biblioteca e tempo libero

Programmazioni, rassegne, laboratori, mostre, presentazioni, gruppi di lettura, prestiti e servizi digitali. Ogni contenuto collega l'informazione pratica (date, luoghi, modalità) al senso dell'iniziativa per la comunità, indicando sempre se l'ingresso è libero o su prenotazione e i contatti per esigenze particolari (accessibilità, mediatori).

6.4.3 Sport e impianti

Calendari, convenzioni con associazioni, manutenzioni programmate, disponibilità palestre e campi, bandi per l'uso degli impianti, progetti di promozione del benessere. I contenuti privilegiano chiarezza su tempi, costi e modalità di richiesta.

6.4.4 Lavori pubblici, manutenzioni e viabilità

Anche qui “cosa cambia per me” è la chiave: cantieri, deviazioni, tempi dei lavori, motivazioni, benefici attesi. I progetti maggiori hanno pagine di progetto con tappe, planimetrie e aggiornamenti continui; per gli interventi minori si prediligono avvisi sintetici con mappa e durata stimata.

6.4.5 Ambiente e sostenibilità

Calendari e modalità della raccolta rifiuti, isole ecologiche, campagne di riduzione dei rifiuti e tutela del verde, qualità dell'aria, giornate ecologiche. I contenuti combinano istruzioni pratiche e comportamenti consigliati.

6.4.6 Attività produttive e commercio

Bandi, sportello SUAP, mercati e fiere, semplificazioni, iniziative del Distretto del Commercio, agevolazioni e percorsi informativi per imprese. I contenuti sono orientati all'azione: requisiti, tempi, modulistica, referenti.

6.4.7 Urbanistica e territorio

Varianti, piani attuativi, occupazioni suolo pubblico, autorizzazioni, rigenerazione urbana. Le notizie istituzionali accompagnano gli atti con schede di lettura e indicazioni sui momenti di partecipazione.

6.4.8 Sicurezza e protezione civile

Piano comunale, istruzioni alla cittadinanza sui comportamenti da adottare nelle emergenze, messaggi operativi nelle fasi di allerta. I contenuti devono essere immediatamente comprensibili, con rimando alla fonte ufficiale per aggiornamenti.

6.5 Ciclo di vita del contenuto

Un contenuto utile non nasce dal nulla: viene proposto dagli uffici competenti, validato rispetto a correttezza e interesse pubblico e trasformato in un testo chiaro e completo. La sua vita non finisce con la pubblicazione: alcune informazioni scadono e vanno rimosse o archiviate, altre restano stabili e richiedono manutenzione periodica (specie le schede servizio). Per i contenuti sensibili al tempo (bandi, iscrizioni, interruzioni servizi) si prevede sempre una data di scadenza o un controllo programmato; per i contenuti permanenti (regolamenti, progetti, piani) è indicata la data dell'ultimo aggiornamento. La tracciabilità delle modifiche è parte integrante della qualità del contenuto.

6.6 Strutture e micro-formati redazionali

Per aiutare la lettura adottiamo strutture ricorrenti. Le *notizie* iniziano con un titolo parlante e un occhiello che chiarisce il perché. Il primo paragrafo contiene già il succo: cosa succede, dove, quando, a chi interessa. Le *schede* usano titoli-sezione coerenti (cos'è, a chi è rivolto, cosa serve, come fare, costi, tempi, contatti). Le *pagine di progetto* si aprono con una sintesi e proseguono con obiettivi, stato di avanzamento e documenti. Le *FAQ* nascono dalle domande reali raccolte a sportello, al telefono o tramite segnalazioni: non duplicano, ma integrano, e rimandano sempre alla fonte madre. Le *immagini* e i *documenti* sono parte del contenuto: si usano solo quando aggiungono valore, con didascalie chiare e testo alternativo per garantirne l'accessibilità; i PDF-A sono fruibili e ordinati, sempre in formato accessibile; i link sono "parlanti" e portano esattamente dove servono.

6.7 Linguaggio, inclusione e comprensibilità

Il linguaggio è semplice, rispettoso, privo di tecnicismi inutili. Quando il termine tecnico è necessario, lo si spiega. Per favorire l'inclusione, i contenuti più importanti sono sintetizzati anche in forma "facile da leggere" (plain language) e, quando utile, supportati da infografiche o micro-video esplicativi. In occasione di situazioni straordinarie (es. campagne sanitarie), le informazioni essenziali possono essere rese disponibili anche con brevi versioni multilingue o con icone universalmente riconoscibili.

6.8 Ricorrenze e calendario contenuti

Una parte del "che cosa" è ciclica: scadenze tributarie, iscrizioni scolastiche, bandi ricorrenti, iniziative culturali stagionali, manutenzioni programmate. Per queste ricorrenze si predispongono contenuti "madre" che ogni anno vengono riaperti e aggiornati, evitando di ricominciare da capo. Accanto alle ricorrenze ci sono le *rubriche* che aiutano le persone a orientarsi, come "Lo sapevi che...?" con micro-istruzioni su servizi poco conosciuti, o i focus "Cantieri in corso" che riuniscono aggiornamenti frammentati in un'unica cornice.

6.9 Priorità e livelli di rilevanza

Non tutti i contenuti hanno lo stesso peso. Le comunicazioni ordinarie seguono il calendario dei servizi e degli eventi; quelle straordinarie entrano in corsa quando maturano decisioni o opportunità non programmabili; quelle di emergenza chiedono immediatezza e sintesi assoluta. La priorità si misura con tre domande semplici: quante persone coinvolge, quanto incide sulle loro scelte, quanto è urgente conoscere l'informazione. La risposta orienta la posizione del contenuto nelle pagine di atterraggio e la necessità di predisporre versioni più brevi per canali diversi (questo aspetto "multicanale" sarà affrontato nel capitolo dedicato al come).

6.10 Misurare la qualità del contenuto

Prima di valutare quanto un canale "funziona" in termini di visualizzazioni o di contatti, è importante capire se il contenuto che stiamo diffondendo è davvero utile e ben fatto. Un contenuto di qualità comunicativa, riduce la necessità per i cittadini di telefonare o recarsi a sportello per chiedere chiarimenti, previene errori e malintesi, e stimola domande pertinenti.

Per verificare la qualità di un contenuto, si considerano elementi come:

- coerenza tra titolo e testo;
- assenza di contraddizioni con la normativa o con altre informazioni dell'Ente;
- completezza delle informazioni essenziali (cosa, quando, dove, come fare, a chi rivolgersi);
- aggiornamento puntuale;
- chiarezza delle istruzioni o delle azioni richieste al cittadino.

I capitoli successivi entreranno invece nel merito dei dati numerici che riguardano i singoli canali di comunicazione (sito, social, newsletter, ecc.), come ad esempio quante persone leggono una notizia o interagiscono con un post.

6.11 Sintesi

Il “che cosa” è la bussola: rende evidente la funzione pubblica dell’Ente e mette i cittadini nelle condizioni di agire. Strutture chiare, linguaggio semplice, priorità definite e manutenzione costante trasformano l’informazione in un servizio. Nei capitoli seguenti entreremo nel “come”: strumenti, flussi e responsabilità operative con cui questi contenuti viaggiano in modo coerente, accessibile e tempestivo.

7. «Come si comunica» – Gli strumenti

7.1 Premessa

Il presente capitolo illustra in maniera organica gli strumenti di comunicazione utilizzati dal Comune di Rubano, definendone finalità, modalità di gestione, flussi operativi e responsabilità.

Ogni canale, sia esso digitale, cartaceo o di contatto diretto, è parte integrante di un sistema coordinato che assicura uniformità stilistica, coerenza dei messaggi, tempestività di diffusione e piena accessibilità delle informazioni. La gestione è attribuita a strutture e figure specificamente incaricate, con l'Ufficio Comunicazione in qualità di unità di regia, la collaborazione di uno o più soggetti esterni per attività tecniche e grafiche, e il coinvolgimento dell'Ufficio di staff del Sindaco e/o degli assessori di riferimento per i contenuti a carattere politico-istituzionale. Per ciascuno strumento, le procedure operative prevedono passaggi chiari, tempi standard e modalità di validazione, così da garantire tracciabilità, trasparenza e qualità costante dell'informazione.

7.2 Strumenti digitali

7.2.1 Sito web istituzionale – www.comune.rubano.pd.it

Descrizione e ruolo

Il sito web istituzionale del Comune di Rubano costituisce il principale punto di accesso digitale alle informazioni e ai servizi dell'Ente, garantendo trasparenza, tempestività e piena accessibilità dei contenuti. È stato realizzato, messo online ed asseverato nell'ambito delle misure finanziate dal **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) – Missione 1 “Digitalizzazione, innovazione e sicurezza nella PA”**, con il contributo dei fondi **Next Generation EU**. La sua architettura, i contenuti e le funzionalità sono conformi agli standard tecnici e agli obiettivi previsti dalle **Linee guida AgID** e dal **Design System per i servizi digitali della PA**, assicurando un'esperienza d'uso semplice, intuitiva e inclusiva, in linea con gli stringenti requisiti di accessibilità WCAG 2.1 e con la normativa nazionale in materia.

Il portale ospita sezioni dedicate ai servizi comunali, alle notizie e agli eventi, ai progetti e alle opere pubbliche, oltre a una specifica area per l'attuazione delle misure PNRR, che documenta l'impegno dell'Ente nel percorso di trasformazione digitale.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:**
 - Responsabile del procedimento (RPR) per i contenuti di servizio e procedurali;
 - Ufficio Comunicazione per news generali e informazioni di carattere trasversale;

- Uffici settoriali per eventi e comunicazioni di competenza;
- Amministratori comunali per iniziative istituzionali o comunicazioni politiche di Giunta.
- **Come proporre:**
 - Tramite invio a comunicazione@rubano.it e alla mail del soggetto esterno incaricato di: titolo, testo, eventuali allegati, immagini in formato JPEG/PNG (min. 1200px), indicazione della sezione di destinazione e urgenza della pubblicazione;
 - Per news ed eventi: aggiungere data, luogo, orari e contatti;
 - Per aggiornamenti di servizio: indicare pagina di riferimento e modifiche puntuali.

2. Validazione

- **Chi approva:**
 - L'Ufficio Comunicazione verifica completezza, correttezza, coerenza linguistica e rispetto degli standard di accessibilità;
 - Per contenuti di natura politico-istituzionale, è richiesta l'approvazione preventiva dello Staff del Sindaco;
 - Per contenuti tecnici complessi, validazione anche dal settore proponente.

3. Gestione operativa

- **Chi pubblica:**
 - **Pagine di servizio:** Gruppo di lavoro web, coordinato dal Responsabile della Transizione al Digitale.
 - **News ed eventi:** Soggetto esterno incaricato, su indicazioni e materiale fornito dall'Ufficio Comunicazione e/o dai singoli uffici interni.
- **Modalità:**
 - Inserimento dei contenuti tramite portale di back office del sito;
 - Verifica della resa grafica e dell'accessibilità prima della messa online;
 - Aggiornamento e archiviazione dei contenuti scaduti (con rimozione o spostamento in archivio).

4. Tempi standard

- **Ordinario:** pubblicazione entro 3 giorni lavorativi dalla validazione per pagine di servizio; entro 2 giorni lavorativi per news/eventi;
- **Urgenze:** pubblicazione in tempo reale, attivando la procedura di comunicazione urgente (vedi §7.6)

5. Note particolari

- **Accessibilità:**
 - Testo alternativo per immagini, al fine di renderle compatibili con l'utilizzo di tecnologia assistiva ed adattiva (es. lettori di schermo);
 - Documenti PDF accessibili (PDF/A, testi selezionabili, segnalibri interni);
 - Link parlanti e coerenti.
- **Stile e formati:**
 - Titoli descrittivi (max 90 caratteri);
 - Sommario iniziale che sintetizza il contenuto;
 - Testo organizzato in paragrafi brevi;
 - Per eventi, indicare sempre *cosa, quando, dove, come partecipare* e se l'ingresso è libero o a pagamento.
- **Tracciabilità:**
 - Ogni aggiornamento è registrato nel log del CMS (sistema di gestione dei contenuti) con data, autore e motivo della modifica.

7.2.2 Social network istituzionali – Facebook e Instagram

Descrizione e ruolo

I profili social istituzionali del Comune di Rubano, attivi su **Facebook** e **Instagram**, sono strumenti di comunicazione diretta e immediata, destinati a raggiungere rapidamente ampie fasce di popolazione, favorendo la partecipazione pubblica.

Vengono utilizzati per:

- diffondere avvisi e comunicazioni di servizio;
- rilanciare notizie e aggiornamenti pubblicati sul sito istituzionale;
- promuovere eventi, iniziative e progetti dell'Ente;
- sviluppare campagne tematiche di sensibilizzazione.

La gestione editoriale avviene nel rispetto dell'identità visiva dell'Ente e in coerenza con le linee guida AgID e con la policy di utilizzo dei social media adottata.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** uffici comunali, Ufficio Comunicazione, amministratori (per iniziative istituzionali).
- **Modalità di proposta:** invio a comunicazione@rubano.it e alla mail del soggetto esterno incaricato con:
 - testo in formato Word o nel corpo dell'e-mail (massimo 700–900 caratteri);
 - eventuali link di approfondimento al sito istituzionale;

- indicazione del canale preferito (Facebook, Instagram o entrambi) e della tempistica di pubblicazione.

2. Validazione

- **Chi approva:**
 - Ufficio Comunicazione per completezza, coerenza editoriale e rispetto dell'identità visiva;
 - Staff del Sindaco per contenuti politico-istituzionali o di particolare rilievo pubblico;
 - Settore competente o amministratori per dati tecnici o specialistici.

3. Gestione operativa

- **Chi pubblica:** il soggetto esterno incaricato, sulla base delle indicazioni e dei contenuti validati dall'Ufficio Comunicazione.
- **Modalità:**
 - Redazione del post in coerenza con il format grafico approvato;
 - Impostazione di immagini, testo e link secondo le specifiche dei canali;
 - Programmazione nel calendario editoriale o pubblicazione immediata in caso di urgenza;
 - Monitoraggio delle interazioni (like, commenti, condivisioni) e segnalazione di eventuali criticità all'Ufficio Comunicazione;
 - Elaborazione di report periodici, sia qualitativi sia quantitativi, relativi alle attività sulle pagine social istituzionali, al fine di valutare l'efficacia dei contenuti pubblicati, monitorare l'andamento delle interazioni e supportare l'Ufficio Comunicazione nella definizione di strategie di miglioramento.

4. Tempi standard

- **Ordinario:** pubblicazione in base al Piano Editoriale Digitale (P.E.D.);
- **Urgenza:** pubblicazione in tempo reale, attivando la procedura di comunicazione urgente (vedi §7.6).

5. Note particolari

- Tutti i post devono riguardare notizie già pubblicate nel sito web istituzionale ed includere link di approfondimento al sito istituzionale, ove possibile;
- È obbligatorio utilizzare immagini coerenti con l'identità visiva dell'Ente, evitando foto di bassa qualità o non autorizzate;
- I contenuti devono essere scritti con linguaggio chiaro, inclusivo e privo di tecnicismi non spiegati;

7.2.3 Newsletter istituzionale – “Rubano Comunica”

Descrizione e ruolo

La newsletter istituzionale “Rubano Comunica” è un canale periodico di informazione diretta ai cittadini che hanno scelto di iscriversi al servizio compilando l’apposito form di iscrizione denominato “[Iscrizione WhatsApp e alla Newsletter](#)”. È interamente gestita dall’**Ufficio Comunicazione** e ha l’obiettivo di fornire, in forma sintetica e immediata, una selezione delle notizie e degli eventi più rilevanti già pubblicati sul sito istituzionale. Il servizio è conforme alle normative in materia di protezione dei dati personali (Reg. UE 2016/679 – GDPR) e utilizza una piattaforma dedicata che consente l’invio massivo e la gestione sicura delle liste di distribuzione.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** l’Ufficio Comunicazione seleziona i contenuti direttamente dalle sezioni *News* ed *Eventi* del sito; non vengono accettati testi non pubblicati sul portale istituzionale.
- **Come avviene la selezione:**
 - Priorità a notizie di interesse generale, scadenze imminenti, avvisi di servizio e iniziative culturali o sociali di rilievo;
 - Esclusione di contenuti duplicati o già diffusi di recente attraverso altri canali digitali, salvo urgenze.

2. Validazione

- Non è previsto il passaggio con lo Staff del Sindaco, salvo numeri speciali o comunicazioni di particolare rilevanza politica-istituzionale;
- L’Ufficio Comunicazione effettua la verifica di completezza, coerenza grafica e rispetto del linguaggio istituzionale.

3. Gestione operativa

- **Chi pubblica:** esclusivamente l’Ufficio Comunicazione.
- **Modalità:**
 - Raccolta dei contenuti e redazione dei sommari in linguaggio chiaro;
 - Inserimento dei link diretti alle notizie sul sito istituzionale;
 - Impaginazione nella piattaforma di invio con uso di template coerente con l’identità visiva dell’Ente;
 - Verifica dei report di invio (tasso di apertura, click sui link, disiscrizioni) per eventuali aggiustamenti di formato e frequenza.

4. Tempi standard

- **Ordinario:** invio a cadenza quindicinale;
- **Alta attività:** invio settimanale;

- **Speciale:** invio straordinario in occasione di eventi di particolare rilevanza o scadenze urgenti.

5. Note particolari

- La newsletter non sostituisce il sito istituzionale, ma ne è uno strumento di promozione e diffusione dei contenuti;
- Il linguaggio deve essere sintetico, con titoli chiari e “*call-to-action*” che incoraggino il lettore a cliccare per approfondire;
- Le immagini devono essere ottimizzate per il web, con testo alternativo per garantire l’accessibilità;
- La gestione delle liste prevede l’aggiornamento costante degli indirizzi (aggiunte, disiscrizioni, rimozione di indirizzi non validi);
- È vietato l’uso della newsletter per finalità promozionali non istituzionali o per contenuti non coerenti con la missione dell’Ente.

7.2.4 Canale WhatsApp “Rubano Comunica”

Descrizione e ruolo

Il canale WhatsApp “Rubano Comunica” è un servizio di messaggistica istantanea, rivolto ai cittadini che desiderano ricevere informazioni utili, avvisi di servizio e comunicazioni urgenti direttamente sul proprio smartphone. Il servizio è gestito operativamente da un **soggetto esterno incaricato** e attivato su iscrizione volontaria dell’utente, nel rispetto delle normative sulla privacy (Reg. UE 2016/679 – GDPR). L’iscrizione avviene seguendo le indicazioni riportate sul sito istituzionale nella pagina dedicata “[Iscrizione WhatsApp e alla Newsletter](#)”.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** tutti gli uffici comunali e, in caso di avvisi istituzionali, anche gli amministratori;
- **Come proporre:** invio della richiesta di pubblicazione direttamente al soggetto esterno incaricato, indicando:
 - testo del messaggio (max 550 caratteri);
 - eventuale link di approfondimento al sito;
 - data e orario di invio desiderati;
 - immagini e/o locandine laddove già predisposte;
 - livello di urgenza (ordinario/urgente).

2. Validazione

- L’**Ufficio Comunicazione** riceve dal soggetto esterno incaricato la bozza di messaggio e ne verifica contenuti, correttezza linguistica, coerenza con l’identità visiva e con le finalità istituzionali;

- L'invio è autorizzato solo dopo il via libera definitivo dell'Ufficio Comunicazione e/o degli amministratori;
- Per contenuti di natura politico-istituzionale o di particolare rilevanza, è richiesta anche la validazione dello Staff del Sindaco.

3. Gestione operativa

- **Chi pubblica:** la **ditta esterna** incaricata, dopo autorizzazione dell'Ufficio Comunicazione;
- **Modalità:**
 - Invio immediato per messaggi urgenti (es. modifiche a servizi, allerte meteo, chiusure);
 - Programmazione in orari di massima lettura per comunicazioni ordinarie;
 - Inserimento di link di approfondimento al sito istituzionale, quando disponibile.

4. Tempi standard

- **Ordinario:** invio in base al Piano Editoriale Digitale (P.E.D.);
- **Urgente:** invio entro 30–60 minuti dalla richiesta.

5. Note particolari

- I messaggi devono essere brevi, chiari e privi di sigle o abbreviazioni non comuni;
- L'uso di immagini o allegati è limitato ai casi in cui siano indispensabili per comprendere il contenuto del messaggio;
- È vietata la diffusione di contenuti non istituzionali o di natura commerciale;
- Gli utenti possono cancellarsi dal servizio in qualsiasi momento, seguendo la procedura indicata sul sito istituzionale.

7.2.5 Canale YouTube istituzionale

Descrizione e ruolo

Il canale YouTube istituzionale del Comune di Rubano è stato creato prioritariamente per la trasmissione in diretta streaming e la pubblicazione in differita delle sedute del Consiglio comunale, al fine di garantire massima trasparenza e partecipazione. Oltre alla funzione principale, rappresenta uno strumento potenzialmente utile per la diffusione di video istituzionali su progetti, servizi, eventi e iniziative di interesse pubblico.

Il canale è gestito in conformità con la normativa vigente in materia di diritto d'autore e protezione dei dati personali (Reg. UE 2016/679 – GDPR), assicurando il rispetto dell'identità visiva e comunicativa dell'Ente.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:**

- Segreteria comunale per le sedute di Consiglio;
- Ufficio Comunicazione per eventuali altri contenuti istituzionali (es. progetti PNRR, servizi, eventi).
- **Come proporre:** invio a comunicazione@rubano.it con:
 - titolo e descrizione del video;
 - eventuali materiali visivi aggiuntivi (immagini di copertina, loghi);
 - link di approfondimento o documentazione correlata.

2. Validazione

- **Sedute del Consiglio comunale:** il flusso di trasmissione è definito e approvato in via permanente;
- **Altri contenuti:** validazione dell'Ufficio Comunicazione, con eventuale coinvolgimento dello Staff del Sindaco per contenuti di rilievo politico-istituzionale.

3. Gestione operativa

- **Chi pubblica:** Soggetto tecnico incaricato per lo streaming delle sedute di Consiglio ovvero l'Ufficio Comunicazione per gli altri contenuti;
- **Modalità:**
 - Per il Consiglio comunale:
 1. programmazione della diretta in coordinamento con Segreteria;
 2. avvio e gestione dello streaming live;
 3. pubblicazione della registrazione entro 24 ore, con titolo, data e descrizione;
 4. link ai documenti e all'ordine del giorno nella descrizione del video.
 - Per altri video istituzionali:
 1. caricamento sul canale con descrizione e tag coerenti;
 2. eventuale incorporamento nel sito o rilancio su social.

4. Tempi standard

- **Dirette:** avvio 10–15 minuti prima dell'orario ufficiale di inizio;
- **Pubblicazione registrazioni:** entro 24 ore dalla seduta o dall'evento;
- **Video tematici:** pubblicazione in base al Piano Editoriale Digitale (P.E.D.)

5. Note particolari

- Per garantire l'accessibilità, i video devono avere titolo chiaro, descrizione testuale e, se possibile, sottotitoli;

- È vietata la pubblicazione di contenuti non istituzionali o non coerenti con la missione dell'Ente;
- I video rimangono disponibili in archivio, ordinati per data e categoria (playlist);
- Il canale YouTube può essere integrato con il sito comunale e rilanciato attraverso la newsletter e i social.

7.2.6 Form “Segnala un disservizio”

Descrizione e ruolo

“Segnala un disservizio” è uno strumento digitale messo a disposizione dei cittadini per comunicare direttamente all'Ente problematiche e malfunzionamenti presenti sul territorio comunale (es. guasti all'illuminazione pubblica, buche stradali, rifiuti abbandonati, atti di vandalismo) o per formulare suggerimenti migliorativi. L'obiettivo è favorire un'interazione rapida ed efficace tra cittadinanza e Amministrazione, consentendo un tracciamento puntuale delle segnalazioni e un miglioramento della tempestività degli interventi.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** cittadini, associazioni, comitati di quartiere;
- **Come avviene la segnalazione:** compilazione del form online presente sul sito istituzionale, con inserimento obbligatorio di:
 - descrizione del problema;
 - indirizzo o localizzazione geografica;
 - eventuale foto o documento a supporto;
 - dati di contatto per ricevere riscontro.
- Le segnalazioni pervenute via e-mail, telefono o di persona al PuntoSi possono essere inserite manualmente nel portale dagli operatori.

2. Validazione

- L'Ufficio Protocollo riceve copia automatica della segnalazione e verifica che il contenuto sia pertinente e sufficientemente dettagliato per l'inoltro;
- Eventuali segnalazioni non di competenza comunale vengono rispedito al mittente con indicazioni dell'ente competente.

3. Gestione operativa

- **Chi prende in carico:** l'ufficio competente per materia (es. Lavori Pubblici, Ambiente, Segreteria);
- **Modalità:**
 1. assegnazione interna della segnalazione all'ufficio responsabile;
 2. avvio delle verifiche e dell'intervento tecnico;

3. aggiornamento dello stato della segnalazione (presa in carico, in lavorazione, risolta);
4. comunicazione dell'esito al cittadino tramite e-mail o messaggio.

4. Tempi standard

- **Presa in carico:** entro 48 ore lavorative dalla ricezione;
- **Aggiornamento stato:** entro 5 giorni lavorativi dall'assegnazione;
- **Chiusura:** immediata alla conclusione dell'intervento, con comunicazione all'utente.

5. Note particolari

- Le segnalazioni sono archiviate e conservate a fini statistici per analizzare ricorrenze e individuare aree critiche del territorio;
- Il portale può essere utilizzato anche per raccogliere suggerimenti su progetti o servizi comunali;
- I dati personali sono trattati nel rispetto del GDPR e utilizzati esclusivamente per la gestione della segnalazione;
- Per questioni urgenti o di pericolo imminente, i cittadini devono essere indirizzati ai canali di emergenza (Polizia Locale o Forze dell'Ordine).

7.3 Strumenti cartacei / fisici

7.3.1 Notiziario comunale

Descrizione e ruolo

Il Notiziario comunale è una pubblicazione periodica dell'Ente, in formato cartaceo e digitale (PDF accessibile sul sito istituzionale), finalizzata a informare la cittadinanza sulle attività amministrative, sui progetti in corso, sugli eventi e sui servizi disponibili. È uno strumento particolarmente utile per raggiungere i cittadini meno avvezzi ai canali digitali e per fornire approfondimenti su temi di interesse generale, garantendo coerenza con l'identità visiva dell'Ente e il linguaggio istituzionale.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:**
 - Uffici comunali (per le attività di competenza);
 - Ufficio Comunicazione (per la selezione e la redazione di contenuti trasversali);
 - Amministratori comunali (per iniziative e progetti istituzionali).
- **Come proporre:** invio di testi, immagini e/o provvedimenti amministrativi (delibere, determinazioni, ordinanze ecc.) a notiziario@rubano.it, indicando:
 - titolo dell'articolo;

- se possibile testo completo (circa 2.000 battute), altrimenti atti amministrativi e/o documentazione informativa sufficiente per redigere un articolo completo;
- eventuali fotografie in formato JPEG/PNG ad alta risoluzione (min. 300 dpi per la stampa);
- nome e qualifica dell'autore o ufficio di riferimento.

2. Validazione

- L'Ufficio Comunicazione seleziona i contributi, ne verifica la coerenza stilistica e la conformità agli standard editoriali;
- Lo Staff del Sindaco interviene per i contenuti di rilevanza politico-istituzionale o per la definizione di messaggi di indirizzo generale;
- I contenuti approvati dai settori preposti o dagli amministratori vengono trasmessi al soggetto esterno incaricato alla redazione e all'impaginazione.

3. Gestione operativa

- **Chi impagina e stampa:** soggetto esterno incaricato;
- **Modalità:**
 1. definizione della scaletta con Sindaco e suddivisione in sezioni (es. Editoriale, Attività istituzionali, Lavori pubblici, Cultura, Sociale, Sport);
 2. impaginazione grafica in coerenza con l'identità visiva dell'Ente;
 3. revisione bozza da parte dell'Ufficio Comunicazione e delle aree o settori di competenza;
 4. approvazione finale da parte dell'Amministrazione;
 5. invio in stampa e distribuzione sul territorio;
 6. pubblicazione del PDF accessibile sul sito istituzionale.

4. Tempi standard

- **Raccolta contenuti:** circa 45 giorni prima della distribuzione;
- **Impaginazione e revisione:** 1–2 settimane;
- **Distribuzione:** entro 7 giorni dalla stampa;
- **Periodicità:** almeno 2 numeri l'anno, con eventuali edizioni straordinarie per eventi o progetti speciali.

5. Note particolari

- Tutti i contenuti devono essere di interesse pubblico e pertinenti con le finalità istituzionali;
- L'uso di immagini di minori è subordinato alla preventiva acquisizione del consenso dei genitori/tutori;

- Gli articoli devono essere redatti in linguaggio chiaro, evitando tecnicismi non spiegati;
- L'impaginazione deve rispettare i requisiti di leggibilità e contrasto cromatico per favorire l'accessibilità.

7.3.2 Bacheche e affissioni

Descrizione e ruolo

Le bacheche comunali e le affissioni istituzionali sono strumenti di comunicazione tradizionale che permettono di raggiungere anche la parte di popolazione meno connessa ai canali digitali. Sono collocate in punti strategici del territorio (sedi comunali, biblioteche, impianti sportivi, piazze principali, frazioni) e ospitano avvisi, manifesti, locandine ed altri materiali informativi relativi a servizi, eventi, scadenze e comunicazioni urgenti.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** uffici comunali, Ufficio Comunicazione, amministratori;
- **Come proporre:** consegna diretta all'incaricato dell'Ufficio URP – Messi comunali con indicazione del periodo di esposizione e, per le affissioni, formato del manifesto e luogo di affissione richiesto.

2. Validazione

- La validazione è a cura del singolo ufficio richiedente;
- Per messaggi di rilievo politico-istituzionale, validazione aggiuntiva dello Staff del Sindaco.

3. Gestione operativa

- **Bacheche:**
 - Affissione e aggiornamento a cura del personale comunale;
 - Verifica periodica per rimuovere contenuti scaduti o deteriorati.
- **Manifesti e locandine:**
 - Stampa a cura dell'ufficio proponente o del soggetto esterno incaricato;
 - Affissione negli spazi comunali dedicati, con eventuale ricorso al servizio affissioni pubbliche per aree regolamentate.
- **Comunicazioni urgenti:** affissione immediata nelle bacheche strategiche (PuntoSi, Municipio, Biblioteca).

4. Tempi standard

- **Ordinario:** affissione entro 4 giorni lavorativi dalla validazione;

5. Note particolari

- I testi devono essere sintetici, con caratteri leggibili anche a distanza;
- Evitare sovraccarico di informazioni o immagini che possano ridurre la chiarezza del messaggio;
- Tutti i materiali devono rispettare le normative sul diritto d'autore e sul trattamento dei dati personali.

7.4 Comunicazione esterna diretta

7.4.1 PuntoSi – Sportello polifunzionale

Descrizione e ruolo

Il **PuntoSi** è il servizio di accoglienza e informazione del Comune di Rubano, punto di riferimento per cittadini, imprese e associazioni. È uno sportello polifunzionale che concentra in un unico luogo fisico e virtuale diversi servizi comunali, consentendo di:

- ricevere informazioni chiare e aggiornate su servizi, procedure, eventi e iniziative;
- svolgere pratiche amministrative;
- ottenere assistenza per l'uso dei canali digitali comunali (SPID, CIE-ID, piattaforme online) tramite una postazione di facilitazione digitale dedicata.

Il PuntoSi è anche un **nodo strategico per la comunicazione**: distribuisce materiale informativo, raccoglie richieste e segnalazioni, supporta l'iscrizione ai canali digitali del Comune (newsletter, WhatsApp "Rubano Comunica") e fa da raccordo operativo tra i cittadini e l'Ufficio Comunicazione.

1. Flusso informativo

- **Chi propone contenuti informativi:**
 - Uffici comunali (aggiornamenti su servizi e procedure);
 - Ufficio Comunicazione (campagne informative, eventi, avvisi urgenti);
 - Amministratori (iniziative istituzionali).
- **Come avviene la comunicazione verso il PuntoSi:**
 - Invio via e-mail o caricamento su cartelle condivise interne;
 - Note operative con descrizione analitica delle procedure, tempistiche del procedimento, eventuali allegati e materiali di supporto;

2. Validazione

- Il Settore PuntoSi verifica la correttezza e l'aggiornamento dei materiali prima della distribuzione;

3. Gestione operativa

- **Presso lo sportello:**

- Accoglienza e orientamento degli utenti;
 - Distribuzione di volantini, brochure e altri materiali informativi approvati;
 - Supporto nella compilazione di moduli e nella navigazione del sito istituzionale;
 - Assistenza nella creazione di credenziali CIE-ID e nella consultazione dei servizi online tramite apposito sportello di facilitazione digitale (ubicato fisicamente presso il PuntoSi ma gestito dall'Ufficio Biblioteca - Cultura).
- **Come nodo della comunicazione:**
 - Raccolta di segnalazioni e richieste da inoltrare agli uffici competenti;
 - Informazioni sulle modalità di iscrizione alla newsletter e al canale WhatsApp "Rubano Comunica";
 - Aggiornamento costante delle informazioni esposte (bacheche interne, schermi informativi).
- **Relazioni con Ufficio Comunicazione:**
 - Flusso bidirezionale costante per garantire coerenza e aggiornamento delle informazioni;
 - Invio di feedback su domande frequenti o esigenze informative emergenti.
 - Gestione delle richieste pervenute alla casella e-mail puntosi@rubano.it con inoltro agli uffici competenti per i procedimenti non direttamente gestiti dal PuntoSi.

4. Tempi standard

- **Aggiornamento informazioni:** entro 24 ore dalla ricezione di nuove comunicazioni;
- **Distribuzione materiale:** immediata per materiale ricevuto validato.

5. Note particolari

- Il personale del PuntoSi riceve formazione periodica su novità normative, aggiornamenti di servizi e strumenti digitali;
- Tutte le comunicazioni orali e scritte devono essere coerenti con l'identità visiva e lo stile istituzionale;
- Il PuntoSi svolge anche il servizio di **Porta d'accesso digitale** nell'ambito delle misure PNRR, supportando la cittadinanza nella transizione ai servizi online avvalendosi del supporto di un esperto esterno per la facilitazione al digitale;
- I materiali cartacei distribuiti devono essere sempre nella versione aggiornata fornita dall'ufficio competente o dall'Ufficio Comunicazione.

7.4.2 Incontri e assemblee pubbliche

Descrizione e ruolo

Gli incontri e le assemblee pubbliche sono momenti di dialogo diretto tra l'Amministrazione comunale e la cittadinanza. Possono essere convocati per:

- illustrare progetti, opere pubbliche o iniziative strategiche;
- presentare piani e programmi dell'Ente;
- affrontare problematiche locali e raccogliere osservazioni o proposte;
- favorire la partecipazione attiva della comunità.

Si svolgono in spazi comunali (es. Sala Consiliare, Biblioteca, centri civici) o in luoghi pubblici idonei a garantire un'adeguata capienza e accessibilità.

1. Flusso informativo

- **Chi propone:** Sindaco, Giunta, Consiglio comunale, uffici comunali, comitati di quartiere;
- **Come proporre:** invio richiesta all'Ufficio di Staff e all'ufficio competente per materia, con:
 - motivazione e obiettivi dell'incontro;
 - data, ora e luogo proposti;
 - elenco dei relatori e argomenti trattati;
 - eventuale materiale informativo o presentazioni.

2. Validazione

- L'Ufficio di Staff verifica la coerenza con gli obiettivi istituzionali e coordina le attività di promozione;
- L'ufficio competente per materia approva i contenuti tecnici e garantisce la presenza dei relatori necessari.

3. Gestione operativa

Lo Staff del Sindaco provvede:

- **all'organizzazione logistica:** prenotazione sala o spazio pubblico, predisposizione sedie, audio/video, eventuale servizio di registrazione o streaming;
- **alla promozione dell'evento:**
 - predisposizione di locandine, manifesti e comunicati stampa;
 - pubblicazione sul sito istituzionale e sui social;
 - invio tramite newsletter e canale WhatsApp.

Gli assessori di riferimento, con la supervisione dell'Ufficio Comunicazione, provvedono:

- **allo svolgimento:** accoglienza partecipanti, gestione del dibattito, raccolta di domande e osservazioni;
- **alla gestione del post-evento:**
 - pubblicazione sul sito della sintesi dei contenuti emersi e delle decisioni assunte;
 - eventuale pubblicazione della registrazione video (se realizzata);
 - trasmissione delle osservazioni ai settori competenti per eventuali azioni conseguenti.

4. Tempi standard

- **Pianificazione:** almeno 15 giorni prima per incontri ordinari;
- **Promozione:** avvio almeno 7–10 giorni prima dell'evento;
- **Sintesi post-evento:** entro 5 giorni lavorativi.

5. Note particolari

- Gli incontri devono essere accessibili anche alle persone con disabilità, con adeguati spazi e strumenti;
- La moderazione deve garantire equilibrio negli interventi e rispetto dei tempi;
- Per eventi di particolare interesse, si raccomanda la diretta streaming o la registrazione da pubblicare sul canale YouTube istituzionale;
- Il materiale informativo distribuito deve essere chiaro, aggiornato e coerente con l'identità visiva dell'Ente.

7.5 Strumenti per la comunicazione interna

Descrizione e ruolo

La comunicazione interna è un elemento strategico per il buon funzionamento dell'organizzazione comunale. Garantire un flusso costante, chiaro e bidirezionale di informazioni tra Amministrazione, capi area, coordinatori di settore e operatori è essenziale per:

- assicurare coerenza e uniformità dei messaggi;
- ottimizzare i tempi di risposta ai cittadini;
- favorire il lavoro di squadra e la condivisione delle informazioni.

Gli strumenti interni devono essere utilizzati in modo coordinato e in conformità con le norme vigenti in materia di trasparenza, protezione dei dati e sicurezza informatica.

7.5.1 Intranet comunale

Descrizione:

Sistema informatico interno per la condivisione di documenti, modulistica, procedure e comunicazioni riservate tra gli uffici.

Flusso informativo:

- Il caricamento della documentazione aggiornata viene richiesta ai Servizi Informatici dall'ufficio competente tramite apertura di apposito ticket. Tutta la documentazione deve riportare una denominazione chiara e la data di aggiornamento;
- Il referente informatico aggiorna le sezioni comuni.

Validazione:

- Il responsabile del procedimento verifica la correttezza dei contenuti prima dell'apertura del ticket

Gestione operativa:

- Accesso riservato al personale comunale;
- Archiviazione in sezioni tematiche (per area/settore);
- Aggiornamento periodico con eliminazione dei file obsoleti.

Tempi standard:

- Aggiornamento periodico di procedure o modulistica.

7.5.2 e-mail istituzionali

Descrizione:

Canale principale per lo scambio di comunicazioni informali tra uffici

Flusso informativo:

- Mittente: ufficio o responsabile competente per materia;
- Oggetto chiaro e sintetico, corpo del messaggio ordinato in paragrafi brevi;
- Allegati in formato PDF/A o altro formato standard accessibile.

Validazione:

- Il contenuto è responsabilità del mittente;

Tempi standard:

- Invio immediato per urgenze;
- Comunicazioni ordinarie entro la giornata lavorativa.

7.5.3 Riunioni periodiche

Descrizione:

Incontri programmati di livello apicale tra Capi Area, Sindaco e Segretario comunale

oppure di secondo livello tra coordinatori di settore e personale per condividere aggiornamenti e coordinare le attività.

Flusso informativo:

- Convocazione via e-mail o calendario condiviso;
- Ordine del giorno comunicato con anticipo;
- Verbale o sintesi inviati dopo l'incontro.

Tempi standard:

- Riunioni di coordinamento: mensili;
- Riunioni straordinarie: convocate in caso di urgenza.

7.5.4 Gruppi di lavoro intersettoriali

Descrizione:

Team temporanei composti da personale di diversi settori per sviluppare progetti comuni (es. campagne di comunicazione, eventi).

Flusso informativo:

- Nomina dei partecipanti e definizione obiettivi;
- Utilizzo di strumenti condivisi (intranet, cartelle cloud, chat interne).

Gestione operativa:

- Riunioni di aggiornamento;
- Condivisione documenti e report di avanzamento.

7.5.5 Cartelle condivise “Intra Aree”

Descrizione:

Area di archiviazione condivisa sul server comunale (**X:\Intra Aree\Guida Servizi PuntoSi**) contenente la documentazione operativa e la modulistica relativa a tutti i servizi gestiti dal PuntoSi e riportati nella *Guida ai servizi del PuntoSi*. Le cartelle sono organizzate per Ufficio di competenza e ulteriormente suddivise in sottocartelle tematiche.

Flusso informativo:

- Ogni Ufficio aggiorna le **note operative** e la **modulistica** di propria competenza, indicando sempre la **data di aggiornamento** e il **numero di revisione**;
- Gli aggiornamenti sono caricati direttamente dagli operatori abilitati o, se necessario, con il supporto dei Servizi Informatici;
- Il PuntoSi, in qualità di sportello polifunzionale e front office degli uffici di back office, consulta e utilizza la documentazione aggiornata per garantire correttezza e liceità dell'azione amministrativa.

Validazione:

- Il responsabile del procedimento dell'Ufficio di competenza verifica la correttezza dei contenuti prima del salvataggio definitivo nella cartella condivisa.

Gestione operativa:

- Gli operatori dei singoli Uffici hanno **diritti di modifica** sui documenti di propria competenza e **diritti di sola lettura** sugli altri;
- Gli operatori del PuntoSi hanno **diritti di lettura e modifica** su tutta la struttura delle cartelle presenti in *X:\Intra Aree\Guida Servizi PuntoSi*
- È obbligatoria la rimozione di documenti obsoleti o superati;
- La struttura delle cartelle deve rimanere coerente e ordinata, evitando duplicazioni o sovrapposizioni.

Tempi standard:

- Aggiornamento della documentazione **entro 24 ore** dall'entrata in vigore di modifiche normative o procedurali;
- Verifica periodica almeno **trimestrale** per garantire l'allineamento dei contenuti.

7.6 Comunicazioni urgenti

Descrizione e ruolo

Le comunicazioni urgenti sono destinate a informare in tempi rapidissimi la cittadinanza su eventi imprevisti o situazioni che richiedono un intervento immediato. Rientrano in questa categoria:

- interruzioni o variazioni improvvise di servizi essenziali;
- chiusure straordinarie di edifici o strade;
- allerte meteo e di protezione civile;
- emergenze sanitarie o di pubblica sicurezza.

Il loro obiettivo è garantire la massima diffusione delle informazioni, sfruttando contemporaneamente più canali (sito istituzionale, social network, WhatsApp "Rubano Comunica") e raggiungendo i cittadini nel più breve tempo possibile.

1. Attivazione della procedura

- L'ufficio o il soggetto che rileva l'urgenza (Sindaco, Giunta o uffici comunali) invia immediatamente una **richiesta** al soggetto esterno incaricato della gestione operativa della comunicazione.
- Nei **giorni festivi e fuori dall'orario di ufficio**, il soggetto esterno mette a disposizione anche uno o più **numeri di cellulare** per contatto diretto, in modo da garantire che la segnalazione venga presa in carico tempestivamente.

2. Gestione operativa

- Il **soggetto esterno** è responsabile di:
 - pubblicare la notizia nelle sezioni *News* ed *Eventi* del sito istituzionale;
 - diffondere il messaggio tramite il canale WhatsApp “Rubano Comunica”;
 - rilanciare il contenuto sui social network istituzionali.
- Le azioni vengono eseguite in autonomia, sulla base delle informazioni ricevute via e-mail o telefono.

3. Ruolo dell’Ufficio Comunicazione

- **In orario di ufficio:**
 - coordina la procedura, fornendo eventuali indicazioni integrative al soggetto esterno;
 - verifica la correttezza e la coerenza del contenuto diffuso.
- **Fuori orario di ufficio e festivi:**
 - non interviene nella validazione preventiva, per non rallentare la pubblicazione;
 - effettua una **verifica ex post** su come la procedura sia stata gestita, controllando qualità, tempi e completezza delle informazioni diffuse.

4. Tempi standard

- **Presenza in carico da parte del soggetto esterno:** immediata alla ricezione della richiesta via e-mail o telefono;
- **Diffusione messaggio:** entro 60 minuti dalla presa in carico;
- **Aggiornamenti:** emissione di ulteriori comunicazioni se emergono nuove informazioni o variazioni;
- **Verifica ex post** (fuori orario ufficio): entro il primo giorno lavorativo utile.

5. Note particolari

- I messaggi devono essere brevi, chiari e contenere tutte le indicazioni operative necessarie;
- Il soggetto esterno deve garantire l’allineamento dei contenuti su tutti i canali;
- Eventuali allegati o immagini devono essere ottimizzati per una lettura rapida e chiara;
- Per le allerte meteo e di protezione civile, utilizzare la terminologia ufficiale prevista dalle direttive regionali e nazionali.

8. Misurare l'efficacia della comunicazione

8.1 Descrizione e finalità

Il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione consentono di verificare l'efficacia delle azioni intraprese, la coerenza con gli obiettivi strategici del Piano e la capacità di raggiungere la cittadinanza in modo chiaro, tempestivo e inclusivo. Questa attività permette di:

- misurare i risultati concreti;
- individuare punti di forza e criticità;
- orientare le scelte future;
- garantire un uso efficiente delle risorse.

8.2 Strumenti di monitoraggio

Il Comune adotta un approccio integrato che combina strumenti quantitativi e qualitativi:

- **Analisi dei canali digitali** (sito web, social, YouTube, WhatsApp, newsletter);
- **Verifica strumenti cartacei e fisici** (notiziario, bacheche, affissioni);
- **Osservazione diretta e feedback interni** (segnalazioni, report del PuntoSi);
- **Ascolto della cittadinanza** (questionari, incontri pubblici);
- **Report periodici forniti dai professionisti esterni incaricati.**

8.3 Periodicità

- **Monitoraggio continuo:** dati digitali e feedback operativi;
- **Report annuale:** sintesi dei risultati;
- **Valutazione finale al termine del mandato amministrativo:** analisi complessiva e proposta di aggiornamento del Piano su indicazioni dell'Amministrazione entrante.

8.4 Responsabilità

- **Ufficio Comunicazione:** raccoglie e analizza i dati, redige i report, propone azioni di miglioramento;
- **Uffici comunali:** forniscono dati e segnalazioni;
- **Amministrazione:** valuta i risultati e approva eventuali modifiche strategiche.

8.5 Dati di riferimento (baseline)

Per avviare il monitoraggio con un quadro iniziale chiaro, si riportano i dati rilevati sui canali di comunicazione comunali:

WhatsApp “Rubano Comunica” (21 novembre 2025)

- **Iscritti attivi:** 2.238
- Crescita costante dal lancio (gennaio 2023 ≈ 1.000 iscritti)

Facebook (30 settembre 2025)

- **Follower:** 6.000
- **Genere:** 57,3% donne – 42,7% uomini
- **Fasce d’età prevalenti:** 35–44 (15%), poi 45–54 (15%) e 25–34 (10%)
- **Localizzazione:** Padova 39,1%; Rubano 23,6%; poi Mestrino, Selvazzano Dentro, Limena, Saccolongo, Veggiano

Instagram (30 settembre 2025)

- **Follower:** 1.289
- **Genere:** 66,1% donne – 33,9% uomini
- **Fasce d’età prevalenti:** 45–54 (18%), poi 35–44 (16%) e 55–64 (13%)
- **Localizzazione:** Rubano 44,9%; Padova 16,4%; Mestrino 3,4%, Roma 3,3%, Selvazzano Dentro 2,6% poi Venezia, Veggiano, Limena, Vicenza e Verona.
- **Pubblico estero:** ~2,6%

YouTube – Comune di Rubano Official (30 settembre 2025)

- **Iscritti:** 240
- **Contenuti:** dirette e differite del Consiglio comunale e altri video istituzionali
- **Ultimo streaming** (Consiglio comunale 24/07/2025): 2.145 visualizzazioni

9. Conclusioni

Il presente Piano di Comunicazione del Comune di Rubano rappresenta uno strumento strategico e operativo per orientare, coordinare e rendere efficace l'insieme delle attività comunicative dell'Ente. Non si tratta di un documento statico, ma di un quadro dinamico e aggiornabile, capace di adattarsi alle evoluzioni del contesto normativo, tecnologico e sociale, e di rispondere con flessibilità alle esigenze della comunità locale.

La centralità del cittadino, intesa come diritto di ciascuno a ricevere informazioni chiare, corrette e tempestive, costituisce il principio guida che permea tutte le azioni descritte. Il Piano, attraverso l'individuazione di obiettivi strategici e operativi, la definizione dei canali e degli strumenti di comunicazione, e l'assegnazione di responsabilità chiare, mira a:

- rafforzare il rapporto di fiducia tra Amministrazione e comunità;
- garantire la trasparenza e la partecipazione;
- valorizzare il ruolo dei servizi comunali;
- promuovere un'immagine coerente e riconoscibile dell'Ente.

Il capitolo dedicato al monitoraggio e alla valutazione assicura un sistema di controllo costante sull'efficacia delle azioni comunicative, fornendo indicatori utili per verificare il raggiungimento degli obiettivi e per introdurre eventuali correttivi. I dati di riferimento (baseline) costituiscono un patrimonio informativo importante, sia per misurare i progressi futuri sia per individuare le aree di potenziamento.

Il Comune di Rubano, con questo Piano, conferma la volontà di investire in una comunicazione pubblica moderna, inclusiva, accessibile e trasparente, in linea con i principi della legge 7 giugno 2000, n. 150 e con le Linee guida AgID per la comunicazione e l'accessibilità. La sua attuazione richiederà la collaborazione attiva di tutti gli uffici, dei soggetti esterni coinvolti e dell'intera comunità locale, affinché la comunicazione diventi sempre più un processo condiviso e partecipato, capace di sostenere lo sviluppo e la coesione del territorio.