



# **CITTÀ DI GRUGLIASCO**

*Città Metropolitana di Torino*

***PIANO DELLA COMUNICAZIONE  
DEL COMUNE DI GRUGLIASCO  
2020-2022***

# ANALISI DELLO SCENARIO

## **1 – Contesto generale** (Geografico, territoriale, socio-economico)

Il Comune di Grugliasco si trova nella zona ovest in prima cintura della Città Metropolitana di Torino. Ha una popolazione di 37.780 residenti. Ha avuto un ruolo importante nel settore dell'automotive, prima dell'attuale crisi economica, con la presenza di Comau, Pininfarina, Lear. Oggi, complice la crisi, gli stabilimenti risultano ridimensionati e vi si trovano comunque ancora produzioni importanti come lo stabilimento Maserati e la galleria del vento di Pininfarina. La città è interessata da processo di riqualificazione delle aree dismesse che si sta sviluppando sempre di più verso il terziario e i servizi alla persona. Sul territorio insistono ancora diverse aree agricole. L'Amministrazione Comunale è orientata a una implementazione degli spazi verdi fruibili da tutte le fasce di età della popolazione.

## **2 – Contesto del settore** (Ambito specifico: situazione generale dell'ente, servizi offerti, modalità organizzative, interne e comunicazione già realizzata)

Al momento l'area comunicazione fa parte del settore "Risorse Umane, Organizzazione, Demografici e Comunicazione" con un dirigente, due direttivi e tre istruttori amministrativi. Nello specifico ci sono l'Ufficio Comunicazione che fa capo al direttivo responsabile anche della segreteria del sindaco (cui afferiscono anche i tre istruttori amministrativi) e l'Ufficio Stampa che ha un direttivo come responsabile.

## COMUNICAZIONE ESTERNA

### **a – Comunicazione istituzionale e di servizio**

Il Comune di Grugliasco ha un sito web che è in fase di rinnovo in base alle linee guida dell'Agid.

### **b – Informazione**

Il Comune di Grugliasco attualmente utilizza diversi canali di informazione:

**le news sul sito web**, che presto verranno traghettate su un sito dedicato all'informazione e parallelo a quello in via di costruzione secondo le linee guida Agid; sono numerose e provengono sia dagli uffici comunali che dalle realtà associative del territorio;

**La newsletter** inviata agli iscritti ogni giovedì pomeriggio/sera con gli appuntamenti e le notizie più importanti fino al venerdì successivo;

**Ingrugliasco** il periodico a colori dell'amministrazione comunale che viene distribuito a tutte le famiglie grugliaschesi nella buca delle lettere e che esce due volte l'anno, una in estate in prossimità della rassegna estiva e uno alla fine dell'anno prima di Natale per fornire un bilancio dell'attività svolta e gli appuntamenti per le festività natalizie e il santo patrono del 31 gennaio successivo. Il giornale viene realizzato internamente e impaginato da un grafico consulente e stampato e distribuito da terzi.

**Ingrugliasco15** il periodico quindicinale a colori dell'amministrazione comunale che viene realizzato interamente all'interno compresa la grafica e la stampa e distribuito gratuitamente in punti di interesse come le edicole, gli studi medici, gli esercizi

commerciali che ne fanno richiesta, i centri civici, le sedi di associazioni cittadine, alcune scuole che ne hanno fatto richiesta, impianti sportivi.

**Comunicati stampa:** due volte a settimana (di solito il lunedì e il giovedì poiché il giornale locale che si occupa della zona esce il martedì e il venerdì) si inviano ai giornalisti in mailing list una serie di Comunicati stampa/news con appuntamenti e scadenze. Vengono poi realizzati comunicati stampa con contenuto più corposo e articolato per argomenti maggiormente interessanti e notizie da approfondire da parte dei singoli giornalisti. In questo caso il comunicato viene inviato singolarmente e indipendentemente dal giorno.

**Conferenze stampa:** per le notizie più importanti vengono organizzate conferenze stampa, convocate con invito stampa ai giornalisti e con preparazione e fornitura della cartella stampa con comunicato e materiale durante la conferenza stampa stessa.

## **c – Social**

**Facebook:** al momento esiste la pagina ufficiale della Città di Grugliasco amministrata da una redazione composta dai due direttivi dell'Area comunicazione.

La frequenza dei post è quotidiana. Si punta molto sulle fotografie e anche su notizie curiose e non solo istituzionali.

**Instagram** esiste un account Instagram che al momento è utilizzato per il servizio meteo

**Youtube** il canale della Città di Grugliasco contiene tutti i video che vengono realizzati da personale appositamente incaricato durante le iniziative e le manifestazioni organizzate dal Comune, ma anche da associazioni, se particolarmente significative, per la cittadinanza e la comunità grugliaschese.

## **COMUNICAZIONE INTERNA**

Quanto alla comunicazione interna gli strumenti più utilizzati al momento sono:

**a – Circolari**

**b – Rete Intranet aziendale**

**c – Pannelli informativi**

Tali strumenti hanno l'obiettivo di coinvolgere i dipendenti e informarli nel più breve tempo possibile delle novità organizzative interne.

Con specifico riferimento alla rete Internet aziendale, si specifica che la nuova piattaforma è attiva dall'ottobre 2014 e, al lancio, è stata presentata a tutti i dipendenti dell'Ente, previa individuazione di un referente per ogni Settore. Le rubriche principali sono: News (a scorrimento in home page), Normativa/Sentenze/Commenti, Ricerca leggi, Giornali, Siti utili, Manualistica, Modulistica, Corsi di formazione, Comunicazioni ai dipendenti, Registro atti, Circolari, Regolamenti comunali, Bilancio e Peg, Vita in Comune, Rubrica telefonica, Migliora la Tua Intranet, Procedure, Sit, Bacheca sindacale, RSU e CUG. Tale Intranet si chiama "Easy Gru", ed è stata concepita come una sorta di cassetta degli attrezzi, per rafforzare e facilitare la comunicazione interna, sviluppare il senso di appartenenza all'Ente e semplificare il lavoro quotidiano (perché organizza la documentazione corrente in singoli contenitori a disposizione di tutti). Easy Gru si rivolge a tutti gli attori interni del Comune, cioè Amministratori e dipendenti.

# LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

## 1 – Creazione di un'immagine coordinata dell'Ente

Si intende creare un'immagine coordinata dell'Ente, che al momento non sussiste. Si vuole arrivare ad avere omogeneità nel comunicare a cominciare dall'utilizzo del medesimo layout grafico delle lettere. Occorrerà proporre un'unica carta intestata dove dovrà variare soltanto il settore di appartenenza all'Ente. Alla base di una immagine coordinata dell'ente c'è sicuramente un'attività coordinata che attinga i medesimi dati disponibili per tutti i settori che hanno a che fare con i cittadini e che quindi devono poter fruire di un'unica banca dati. Si intende quindi unificare tutte le singole banche dati presenti nei vari settori dell'ente in modo da crearne una comune il più completa possibile.

## 2 – Trasparenza Open Grugliasco: costruzione di un'alleanza con i cittadini mediante un dialogo costante per rendere trasparente e condivisa l'azione amministrativa

## 3 – Avviare nuovi modelli di comunicazione con i cittadini

**Individuazione dei target** (Cittadini, cittadini organizzati in associazioni o altri organismi, media, altre istituzioni, dipendenti)

Il target dell'attività di comunicazione dell'Ente sono in prima battuta tutti i cittadini di ogni fascia d'età. Esistono poi cittadini organizzati in associazioni, che a Grugliasco sono molto numerose, attive e propongono numerose iniziative durante tutto l'anno. Con loro esiste una comunicazione bilaterale, nel senso che il Comune veicola anche le informazioni che provengono da loro pubblicizzando, attraverso le news, le locandine, facebook e i comunicati stampa le manifestazioni patrocinate. Altro target fondamentale sono i mezzi di comunicazione, ossia le testate giornalistiche cartacee, online e le tv. Principalmente l'ufficio stampa del Comune ha rapporti con i corrispondenti de "La Stampa", "La Repubblica", "Il Corriere edizione di Torino" per quanto riguarda i quotidiani e con i corrispondenti del bisettimanale locale "Luna Nuova", oltre che, occasionalmente con la redazione del TG3 regionale nel caso di notizie molto rilevanti. Per quanto riguarda le emittenti locali "Primantenna" è molto presente sul territorio, mentre i giornali online sono TorinoToday, Grugliasco24 e Cintura Ovest. In ogni caso le informazioni su conferenze stampa e i comunicati stampa vengono inviati a tutti le testate giornalistiche presenti sul territorio torinese e della cintura.

Per quanto riguarda la comunicazione interna, invece, gli interlocutori sono senz'altro tutti i dipendenti.

## **Approccio strategico**

(Linee guida utili a sviluppare e dare concretezza al piano di comunicazione)

**Scelta degli strumenti e delle azioni del piano** (Piano dei mezzi da utilizzare e delle risorse umane ed economiche)

## **PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA**

### **Comunicati stampa**

Si mantiene il medesimo sistema di invio.

### **InGrugliasco**

Mantenimento degli attuali 2 numeri l'anno, distribuzione anche negli uffici postali e negli esercizi commerciali, previsione di eventuali altre uscite anche solo digitali

### **InGrugliasco 15**

Mantenimento della cadenza quindicinale, con eventuale incremento dei luoghi di distribuzione

### **Facebook**

L'utilizzo del social sarà potenziato innovando anche lo stile grafico dei post e includendo immagini studiate ad hoc per i singoli eventi.

### **Instagram**

Si intende potenziare l'utilizzo di questo social attualmente utilizzato soltanto per le previsioni meteo.

### **Sito internet**

È prevista la messa online del nuovo sito secondo le linee guida dell'Agid all'inizio del 2020: le informazioni dovrebbero essere maggiormente fruibili e reperibili le informazioni di "servizio".

Inoltre verrà messo online un nuovo sito internet parallelo a quello istituzionale (accedibile tramite link dalla home page di quest'ultimo), dedicato prioritariamente agli aventi, alle rassegne fotografiche, ai video e alle curiosità, con la presenza di news aggiornate, galleria fotografica e video con l'obiettivo di rappresentare la dinamicità delle iniziative promosse in città e creare un ulteriore dialogo tra l'Amministrazione e il territorio.

### **PA Social**

Si intende aderire a "PA Social", la prima associazione italiana dedicata allo sviluppo della nuova comunicazione, quella portata avanti attraverso social network, chat, tutti gli strumenti innovativi messi a disposizione dal web. Prende forma dall'esperienza del gruppo di lavoro #PASocial, nato nel novembre 2015 dall'idea, entusiasmo e voglia di fare di comunicatori, capo uffici stampa, social media manager del Governo (Presidenza del Consiglio, tutti i Ministeri, varie istituzioni nazionali) e ancora operante con l'obiettivo di rendere la comunicazione pubblica delle istituzioni centrali sempre più efficace e a portata di cittadino. L'associazione PA Social ha l'obiettivo di proseguire e rafforzare il percorso di crescita di una rete nazionale della nuova comunicazione. PA Social vuole intercettare, dare riconoscimento e forza al grande fermento ed entusiasmo che sta tornando nel mondo della comunicazione, proprio grazie ai nuovi strumenti web e social.

Tra gli obiettivi ci sono: riconoscere e valorizzare la figura professionale del social media manager, degli specialisti della comunicazione nell'ambito istituzionale, delle aziende private e della Pubblica Amministrazione, enti e aziende pubbliche e di tutte le professionalità di comunicazione e informazione legate al mondo del web, dei social network, delle chat e di tutte le piattaforme del digitale. Il digitale significa lavoro, innovazione, servizi, nuovi linguaggi, migliori condizioni di vita per cittadini e città, è fondamentale istituzionalizzare e rendere sempre più centrali le nuove figure professionali del web, le nuove competenze digitali, i nuovi strumenti di lavoro; sostenere, promuovere e sviluppare l'uso consapevole e appropriato dei social media e di tutti i nuovi mezzi di comunicazione, considerati strategici e utili per ogni attività.

### **Newsletter**

Si intende mantenere la newsletter una volta a settimana, sperimentando però la suddivisione delle notizie per argomenti.

## **PER LA COMUNICAZIONE INTERNA**

Su fronte interno, oltre al potenziamento della rete Intranet aziendale, meglio illustrata nella prima parte del presente Piano, è allo studio l'utilizzo diffuso di uno strumento di messaggistica gratuita interna per condividere le informazioni di Settore/Area/Ufficio. È inoltre allo studio l'utilizzo di un altro strumento, molto efficace per rinforzare la rete di comunicazione interna: si tratta dei cosiddetti video tutorial: si tratta di sistemi free per produrre video divulgativi, utili ai dipendenti per svolgere agevolmente e al meglio fasi del lavoro. Ad esempio: funzionamento del sistema di valutazione, compilazione schede di Peg e Dup, utilizzo procedure informatiche.

Infine, sempre sul fronte della comunicazione interna, si segnala che più di un Ufficio nel corso del 2019 ha sottoposto i colleghi a sondaggi interni telematici, utilizzando i moduli gratuiti e anonimi messi a disposizione dal motore di ricerca americano Google. Laddove tale strumento è stato impiegato (sondaggio saletta mensa, sondaggio piano della formazione, sondaggio benessere organizzativo, sondaggio sistema di valutazione) ha suscitato dibattito e permesso di coinvolgere tutto il personale, senza distinzioni di livello e/o ruolo. Chiaramente si intende replicare ed estendere l'impiego dei Google Form per tutto il 2020.