

ILCONSIGLIO FEDERALE

- VISTO** che, ai sensi dell'art.15 del DM 123/2010, è istituito il Consiglio Federale, presieduto dal Presidente dell'ISPRA e composto dal Direttore Generale dell'ISPRA e dai Legali Rappresentanti delle ARPA/APPA con il fine di promuovere lo sviluppo coordinato del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente, nonché per garantire convergenza nelle strategie operative e omogeneità nelle modalità di esercizio dei compiti istituzionali delle Agenzie e di ISPRA stesso;
- CONSIDERATO** che, ai fini di cui sopra, formula e attua programmi pluriennali delle proprie attività, articolati in piani annuali, adotta atti di indirizzo e raccomandazioni, sollecita e propone soluzioni alle criticità per un migliore funzionamento del Sistema;
- CONSIDERATO** che, ai sensi del proprio Regolamento di funzionamento, il Consiglio Federale approva i prodotti del Sistema mediante delibere e raccomandazioni;
- CONSIDERATO** che, all'interno del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente, è emersa la necessità di adottare regole condivise per conseguire obiettivi di razionalizzazione, armonizzazione ed efficacia delle attività di diffusione delle informazioni ambientali;
- VISTA** l'approvazione del Piano triennale delle attività interagenziali 2014-2016 nella seduta del Consiglio Federale del 30 giugno 2014, di cui fa parte l'Area 8 "Attività integrate di tipo strategico", affidata alla gestione diretta dei Direttori Generali, che si avvalgono a tal fine del GIV (Gruppo Istruttore di Validazione dei Direttori Generali), comprendente l'attività "Comunicazione", affidata al Gruppo di Lavoro n. 48, coordinato da ARPA Toscana;
- VISTO** il documento "Le attività di comunicazione e informazione delle agenzie ambientali. Risultati del questionario", allegato alla presente delibera di cui fa parte integrante;
- RITENUTO** di prendere atto del documento come proposto dal predetto Gruppo di lavoro e visionato dal Gruppo Istruttore di

6



Validazione dei Direttori Generali;

VISTO

l'articolo 6 del proprio Regolamento di funzionamento;

DELIBERA

1. Di prendere atto del documento “Le attività di comunicazione e informazione delle agenzie ambientali. Risultati del questionario”, che è parte integrante della presente delibera.
2. Di dare mandato al Gruppo di Lavoro “Comunicazione” di pubblicare il suddetto documento sul sito istituzionale di ISPRA.

La presente delibera con i relativi allegati:

- a) è pubblicata sul sito internet di ISPRA;
- b) è trasmessa al Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare a cura di ISPRA, e alle Regioni e Province di riferimento a cura delle ARPA/APPA, ai sensi dell'art. 10 del proprio regolamento di funzionamento.

Roma, 3/11/2015

Il Presidente
Prof. Bernardo De Bernardinis

NOTA DI SINTESI

Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente

Programma triennale 2014 - 2016

Macroarea: C "Sviluppo, consolidamento del sistema, innovazione"

AREA 8: ATTIVITA' INTEGRATE DI TIPO STRATEGICO

GdL 48

Comunicazione

Sommario. 1. Informazioni generali – 2. Sintetica descrizione del prodotto – 3. Processo di validazione nell'ambito del Consiglio Federale – 4. Elementi per il pronunciamento in sede di Consiglio federale – 5. Proposta dello strumento formale per l'adozione del prodotto da parte del CF

1. Informazioni generali

Nell'ambito delle attività del gruppo di lavoro "Comunicazione" dell'Area 8 "Attività integrate di tipo strategico", è stato diffuso a tutte le agenzie ambientali un questionario sulle attività di comunicazione e informazione (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc). svolte e sulle relative modalità organizzative presenti nelle agenzie.

L'iniziativa, alla quale hanno partecipato tutte e 22 le agenzie del SNPA (Ispra-Appa-Arpa), si è conclusa con la redazione di un report da parte del Gruppo di Lavoro.

2. Sintetica descrizione del prodotto

Il report presenta le informazioni ricavate dai questionari compilati.

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. 8 hanno una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, stakeholder, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le funzioni relative. Al contrario in 7 casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici. Negli altri 7 casi le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di non facile coordinamento. Complessivamente sono impegnati in queste attività circa 150 persone.

Praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati stampa da parte delle agenzie ambientali.

Assicurare la gestione dei rapporti con il pubblico (URP) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali. Circa due terzi dell'agenzie (15 su 22) hanno un numero di telefono dedicato ai rapporti con i cittadini, solamente in tre casi si tratta di un numero verde. Alcune gestiscono così varie migliaia di contatti con il pubblico ogni anno. Più o meno le stesse agenzie che hanno un numero dedicato alle attività di relazioni con il pubblico hanno anche una casella mail con la stessa funzione.

Solamente 8 agenzie hanno dichiarato di avere un proprio notiziario periodico con una frequenza abbastanza diversificata (dal quotidiano al bimensile). Su 6 agenzie che diffondono i propri notiziari via mail la maggior parte lo fanno a indirizzari piuttosto contenuti (meno di 1000 destinatari). Partendo da queste esperienze il GdL "Comunicazione" sta lavorando per la sperimentazione di un notiziario periodico del SNPA (Ispra-Appa-Arpa). Solamente 4 le Agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole.

Tutte le agenzie ambientali hanno un loro sito Web. Per quanto riguarda la diffusione dei dati ambientali il quadro che emerge è estremamente frastagliato, con modalità molto diversificate di

presentazione dei dati, con dizioni, architetture e sistemi di interrogazione molto diversi gli uni dagli altri. Le agenzie ambientali che hanno realizzato apposite APP per smartphone e tablet sono 8. L'indagine effettuata ha rilevato che la presenza maggiore delle agenzie nel campo dei social si ha su Twitter, dove sono attualmente presenti 15 agenzie, e le due APPA sono presenti sui profili social delle rispettive province autonome.

Complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL "Comunicazione" sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

Per quanto riguarda Facebook, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi è una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti "mi piace", che al 1° settembre sono complessivamente circa 24.000).

Altre presenze di agenzie ambientali si hanno su YouTube, Flickr, Instragram, Issuu, e alcuni social minori.

3. Processo di validazione nell'ambito del CF

Il report è stato approvato dal Direttore Generale di ARPA Toscana, quale Referente GIV dell'Area 8 per il Gruppo di lavoro "Comunicazione" e inviato via mail in data 17.9.2015 ai componenti del GIV.

4. Elementi per il pronunciamento in sede di Consiglio federale

Il report è stato redatto dal Gruppo di Lavoro "Comunicazione", con il contributo dei riferimenti per la comunicazione di tutte le agenzie.

5. Proposta dello strumento formale per l'adozione del report da parte del Cf

Allegata proposta di delibera con cui il CF prenderà atto del report.



**Sistema Nazionale
per la Protezione
dell'Ambiente**



Le attività di comunicazione e informazione delle Agenzie ambientali

Risultati del questionario

settembre 2015

Le attività di comunicazione e informazione delle agenzie ambientali

Risultati del questionario

A cura di:

Gruppo di lavoro “Comunicazione”

SISTEMA NAZIONALE per la PROTEZIONE dell'AMBIENTE (SNPA)

ARTA Abruzzo – Nadia Miriello

ARPA Basilicata – Anna Caterina Cammarota

APPA Bolzano – Nadia Franzoi

ARPA Calabria – Marco Cosentini

ARPA Campania – Andrea Tafuro

ARPA Emilia Romagna – Mauro Bompani

ARPA Friuli Venezia Giulia – Sergio Sichenze

ARPA Lazio – Luigi Chialvo

ARPA Liguria - Federico Grasso

ARPA Lombardia – Antonella Masala, Alessandra Negriolli

ARPA Marche – Rita Simeoni

ARPA Molise – Amalia Damiano

ARPA Piemonte – Elisa Bianchi, Loredana Lattuca

ARPA Puglia – Luigi Carrino

ARPA Sardegna – Carmine Sau

ARPA Sicilia – Lillo Di Chiara

ARPA Toscana – Marco Talluri

APPA Trento – Jacopo Mantoan

ARPA Umbria – Fabio Mariottini

ARPA Valle d'Aosta – Sara Favre

ARPA Veneto – Riccardo Guolo

ISPRA - Attilio Castellucci, Renata Montesanti , Cristina Pacciani

Indice

Indice	3
Premessa	4
Strutture dedicate alle attività di comunicazione e informazione	6
Le funzioni relative alla comunicazione ed informazione svolte nelle agenzie.....	9
Le attività che seguono procedure di qualità ISO 9001.....	11
Immagine coordinata	12
Comunicazione interna.....	13
I rapporti con i media	14
I rapporti con il pubblico	16
La diffusione di notizie attraverso newsletter e riviste	20
Il sito Web.....	21
La diffusione dei dati ambientali	22
Informazioni ambientali sulle APP.....	24
La presenza sui social media	25
Conclusioni	33

Premessa

Le agenzie ambientali costituiscono una realtà relativamente giovane. Le più “vecchie” hanno vent’anni, la più giovane neppure dieci. La loro conoscenza da parte dell’opinione pubblica è piuttosto limitata. Ancora più contenuta è la capacità di influire sulla “agenda” delle scelte politiche ed istituzionali in campo ambientale. Il fatto che la loro riforma sia in discussione in Parlamento da diverse legislature ne costituisce un esempio.

Ancora minore è la visibilità delle agenzie come “Sistema Nazionale della Protezione Ambientale” (SNPA), che è una realtà quasi del tutto sconosciuta all’esterno del mondo delle agenzie. Solo recentemente è stato definito un logotipo del SNPA, ed ora è necessario definire le linee guida per la sua utilizzazione, con l’intento di favorire la crescita di una immagine di “Sistema” delle agenzie ambientali.

D’altra parte le agenzie operano in un contesto socio-politico sempre più complesso e difficile. Da una parte c’è sempre maggiore attenzione e sensibilità nei confronti dell’ambiente, ed ancor di più riguardo ai rischi per la salute delle persone derivanti dallo stato dell’ambiente e dalle fonti di pressione (industrie, impianti di gestione dei rifiuti, aree da bonificare, ecc.). Dall’altra pesa fortemente la “sfiducia” di base maturata in questi anni nei confronti di tutta la pubblica amministrazione e la tendenza ancor più accentuata alla crescente conflittualità sui temi ambientali.

Le agenzie si devono frequentemente confrontare con le critiche dei cittadini, delle aziende, dei comitati, degli amministratori e dei politici, che sovente esprimono giudizi sul loro operato, che considerano non conforme alle loro aspettative.

Uno dei compiti fondamentali delle agenzie ambientali è quello di contribuire a formare la conoscenza sull’ambiente. Le agenzie raccolgono ogni giorno una grande quantità di informazioni e di dati attraverso il monitoraggio dello stato dell’ambiente ed il controllo sulle fonti di pressione sui complessi sistemi ambientali. Questi dati vengono validati, cioè se ne attesta la correttezza delle procedure di acquisizione e restituzione, e raccolti in apposite banche dati. Segue, abitualmente, la produzione di rapporti analitici di sintesi, anche attraverso l’utilizzo di tecniche quali la modellistica o l’applicazione di modelli interpretativi condivisi, ma anche in forme sintetiche di presentazione (mappe tematiche, infografiche, ecc).

L’insieme di queste informazioni/dati vanno a costituire veri e propri sistemi informativi che debbono essere messi a disposizione del pubblico, come previsto dalla normativa europea (Convenzione di Aarhus, Direttiva 2003/4/CE sull’accesso del pubblico all’informazione ambientali) e da quella nazionale (Decreto legislativo 195/2005), anche in formati aperti tali da poter essere riutilizzati anche da parte di altri soggetti (*open data*). Sulla base di queste stesse normative, per le agenzie ambientali diffondere l’informazione ambientale disponibile, con un’attività di comunicazione e informazione proattiva, è un dovere.

L’informazione ambientale costituisce quindi un obiettivo strategico delle agenzie ambientali, che si traduce nell’impegno di mettere a disposizione di tutti (istituzioni, imprese, associazioni, cittadini) informazioni (notizie, approfondimenti, report) e dati derivanti dalle proprie attività istituzionali (monitoraggio, controllo e supporto all’amministrazione attiva) in modo: tempestivo, esauriente, facilmente fruibile e comprensibile.

Nella “dialettica” tra dati primari pubblicati in formato aperto (necessariamente destinati a pubblici di esperti, che ne ricavano conoscenze, informazioni strutturate, fonti di attività economiche) ed elaborazioni secondo criteri e logiche di comunicazione per i diversi pubblici delle Arpa, si rende possibile la verifica della terzietà e della affidabilità delle Agenzie, e si realizza il loro dare conto del proprio operato (la *accountability*). Si “sdoppia” così la comunicazione delle attività agenziali, tra una attività di puro servizio pubblico ed una di comunicazione che segue le logiche dei media ai quali i diversi prodotti elaborati sono destinati.

In questo modo si rendono disponibili alle istituzioni e alla società civile (associazioni, politica, imprese, media, università e ricerca, scuole e singoli cittadini) un bagaglio di informazioni comuni da “leggere” secondo i diversi punti di vista, rafforzando così la terzietà che caratterizza e distingue le agenzie ambientali.

Si tratta di informazioni utili per dar vita ad azioni amministrative di breve periodo (ad esempio le limitazioni del traffico a causa di livelli di inquinamento atmosferico elevati o i divieti di balneazione in presenza di livelli di inquinamento del mare superiori ai limiti previsti), ma anche di medio periodo (come i piani di risanamento della qualità dell'aria delle nostre città, dei fiumi o dell'inquinamento acustico). Inoltre costituiscono dati di riferimento per l'orientamento dell'opinione pubblica e la formazione di decisioni politiche di carattere strategico sulle tematiche ambientali. Rispetto al modello [DIPSR](#) (Determinanti, Impatti, Pressioni, Stato, Risposte), costituiscono delle Risposte per il miglioramento dello Stato dei sistemi ambientali.

Una certa discontinuità e disomogeneità temporale e spaziale, l'attenzione doverosa alla completezza e validazione del dato, però a volte a scapito della sua tempestività e chiarezza, sono elementi sui quali il Sistema delle agenzie e le loro strutture di comunicazione sono attive per sviluppi e miglioramenti.

Le agenzie ambientali hanno notevoli potenzialità di comunicazione. Spesso si vive una condizione frustrante: di essere depositari di dati - che sono il frutto di un duro e qualificato lavoro quotidiano - che poi sono utilizzati da altri (ad esempio le associazioni ambientaliste) per promuovere iniziative eclatanti, che hanno una grande risonanza mediatica. Sono inoltre gli stessi operatori delle agenzie che hanno bisogno di dare un senso compiuto al proprio lavoro, e sono poi le stesse agenzie che hanno bisogno di costruirsi una immagine, una autorevolezza che non può prescindere dal "far conoscere" le attività pregevoli e qualificate che fanno quotidianamente.

Oggi la realtà delle agenzie ambientali nel campo della comunicazione e dell'informazione è molto variegata.

Le esperienze positive, sia pure importanti, attuate da alcune agenzie, non sono comunque sufficienti, per poter ottenere risultati rilevanti; occorre che tutto il Sistema Nazionale della Protezione Ambientale riesca ad acquisire maggiore visibilità ed efficacia comunicativa.

Per fare questo è indispensabile “fare squadra”, cioè fare in modo che le agenzie mettano in comune le esperienze più avanzate e comunichino in modo coordinato facendo “massa critica”, almeno sui temi che investono mediaticamente la società, nonché su taluni eventi (ad es. la prossima Conferenza di Parigi sul clima).

Con tali finalità è stato costituito dal Consiglio federale del SNPA il gruppo di lavoro (GdL) “Comunicazione”, al quale partecipano tutte le agenzie ambientali.

Fra i primi impegni del GdL c'è stato quello di somministrare a tutte e 22 le agenzie ambientali (Ispra-Appa-Arpa) del SNPA un questionario sulle attività di comunicazione, realizzando una ricognizione degli strumenti di comunicazione delle agenzie e delle migliori pratiche di diffusione dell'informazione ambientale.

Questa raccolta di notizie è preliminare alla definizione delle opportune modalità di "messa in rete" per sviluppare azioni integrate di comunicazione e diffusione dell'informazione ambientale del SNPA. Infatti, dopo una approfondita fase esplorativa il GdL individuerà in dettaglio per ogni tipologia di attività comunicativa svolta le opportunità di collaborazione/coordinamento.

Il presente rapporto illustra i risultati del questionario diffuso e compilato nei mesi di giugno/luglio 2015.

Strutture dedicate alle attività di comunicazione e informazione

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. Solamente 8 hanno una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, *stakeholder*, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le sue principali funzioni (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc).

Prevalentemente ciò accade in diverse delle agenzie più grandi. In tutti questi casi le strutture riferiscono direttamente alla Direzione generale, con un chiaro riconoscimento della loro funzione strategica. Tuttavia, solamente 6 di queste agenzie, impegnano in tali attività almeno 5 o più persone, avendo quindi una struttura di un certo peso. In 5 di esse la responsabilità della struttura è attribuita ad un dirigente.

Al contrario in 7 casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici.

In altri 7 casi le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di difficile coordinamento.

Anche in presenza di una struttura dedicata alla comunicazione, non sempre le attività di relazioni con il pubblico e di ufficio stampa sono inserite in essa. Ancora più frequentemente le attività relative alla diffusione dei dati ambientali sono curate da settori tecnici.

Complessivamente sono 155 le persone impegnate in attività di comunicazione ed informazione: 15 dirigenti e 140 operatori del comparto (anche se c'è un margine di incertezza su questo numero, tenendo conto che laddove sono presenti più strutture, alcuni svolgono anche attività diverse), di cui 40 hanno fra le proprie competenze professionali anche quelle relative all'iscrizione all'ordine dei giornalisti (prevalentemente come pubblicisti).

Una criticità evidente, presente in quasi tutte le agenzie (ad eccezione solo di 2) è che tutto il personale impegnato nelle attività di comunicazione è centralizzato presso la sede direzionale e non ci sono operatori della comunicazione presso le sedi territoriali. In esse, se ci sono attività comunicative da seguire (in special modo relazioni con i cittadini) si sopperisce con altro personale. In due casi c'è un qualche rapporto funzionale fra la struttura dedicata alla comunicazione e personale presente sul territorio per le attività di relazioni con il pubblico.

La dimensione dell'Agenzia (numero dipendenti) è certamente un fattore determinante per definire l'organizzazione delle attività di comunicazione e informazione, anche se in alcune agenzie piuttosto grandi la comunicazione non ha comunque una strutturazione adeguata, ovvero è dispersa fra varie strutture.

Ecco alcune delle denominazioni adottate per le strutture dedicate o applicate alla comunicazione:

- Affari istituzionali, pianificazione e comunicazione (Arpa Emilia Romagna)
- Comunicazione (Ispra)
- Comunicazione e informazione (Arpa Puglia)
- Comunicazione istituzionale (Arpa Piemonte)
- Comunicazione istituzionale, URP ed educazione ambientale (Arpa Sardegna)
- Comunicazione, informazione e documentazione (Arpa Toscana)
- Comunicazione, promozione e diffusione della cultura ambientale e scientifica (Arpa Umbria)
- Informazione, comunicazione, educazione ambientale (Arpa Basilicata)

- Marketing comunicazione formazione (Arpa Liguria)
- Pianificazione, progettazione e sviluppo (Arpa Veneto)
- Rapporti con il pubblico - URP (Ispra, Arpa Veneto)
- Relazioni con il pubblico e diritto alle informazioni (Arta Abruzzo)
- Relazioni esterne (Arpa Lazio)
- Relazioni istituzionali, comunicazione ed educazione ambientale (Arpa Lombardia)
- SIRA, formazione e informazione ambientale (Arta Abruzzo)

Agenzia	n. dipendenti al 31.12.2014 (a tempo ind.)	organizzazione comunicazione	dirigenti	comparto	totale
Abruzzo	>200<=500	Più strutture con competenze articolate	0	3	3
Basilicata	129	Più strutture con competenze articolate	1	6	7
Bolzano	197	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	2	2
Calabria	298	Un'unica struttura dedicata	0	3	3
Campania	587	Un'unica struttura dedicata	1	9	10
Emilia Romagna	1.015	Un'unica struttura dedicata	1	8	9
Friuli Venezia Giulia	329	Più strutture con competenze articolate	0	9	9
Ispra	1.182	Più strutture con competenze articolate	3	38	41
Lazio	457	Più strutture con competenze articolate	2	4	6
Liguria	346	Più strutture con competenze articolate	1	3	4
Lombardia	1.050	Un'unica struttura dedicata	1	8	9
Marche	242	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	2	2
Molise	<= 200	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	2	2
Piemonte	1.039	Un'unica struttura dedicata	0	5	5
Puglia	243	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	2	2
Sardegna	361	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	2	2
Sicilia	355	Un'unica struttura dedicata	1	4	5
Toscana	706	Un'unica struttura dedicata	1	17	18
Trento	115	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	3	3
Umbria	208	Un'unica struttura dedicata	1	2	3

Valle d'Aosta	78	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	0	1	1
Veneto	989	Più strutture con personale parzialmente dedicato	2	7	9
Totale			155	140	155

organizzazione	n. agenzie	dirigenti	comparto	totale
1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	7	-	14	15
Più strutture con competenze articolate	7	9	70	79
Un'unica struttura dedicata	8	6	56	62
Totale	22	15	140	155

Zona	n. agenzie	dirigenti	comparto	totale
Nord	9	5	46	51
Centro	5	7	63	70
Sud e Isole	8	3	31	34
Totale	22	15	140	155

dimensioni agenzie (n. dipendenti)	n. agenzie	dirigenti	comparto	totale
<= 200	5	1	14	15
>200<=500	10	5	34	39
>500<=1000	2	4	33	37
>1000	4	5	59	64
Totale	22	15	140	155

dimensioni agenzie (n. dipendenti)	Organizzazione della comunicazione		
	1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	Più strutture con competenze articolate	Un'unica struttura dedicata
<= 200	4	1	
>200<=500	3	4	3
>500<=1000		1	2
>1000		1	3
Totale	7	7	8

Le funzioni relative alla comunicazione ed informazione svolte nelle agenzie

In sede di predisposizione del questionario sono state individuate le seguenti funzioni relative alla comunicazione ed informazione che comprendono un po' tutti gli aspetti di una effettiva comunicazione integrata di un ente/impresa:

- piano annuale di comunicazione integrata dell'Agenzia
- relazioni con i media (ufficio stampa)
- monitoraggio e analisi periodica dell'immagine dell'Agenzia sui media
- rapporti con il pubblico (URP) attraverso sportello informativo (numero verde, casella mail, ecc.)
- gestione degli esposti/segnalazioni problemi ambientali
- gestione dei reclami
- comunicazione istituzionale con le parti interessate e con la società civile
- comunicazione interna
- gestione della intranet
- immagine coordinata
- progettazione, realizzazione e gestione del sito Web istituzionale
- diffusione dei dati ambientali prodotti, anche attraverso la pubblicazione sul web dei contenuti delle banche dati e del reporting agenziale
- organizzazione e partecipazione a eventi (convegni, esposizioni, manifestazioni, incontri pubblici ed istituzionali, ecc.)
- produzione editoriale (pubblicazioni, opuscoli, depliant, cd-rom, ecc.);
- sistema di ascolto (monitoraggio delle attese e della soddisfazione dei clienti e delle parti interessate);
- Amministrazione trasparente
- produzione materiali multimediali.

Complessivamente le attività svolte – da strutture e/o addetti dedicati alla comunicazione - da tutte (o quasi) le agenzie sono quelle relative alla produzione editoriale, all'organizzazione e partecipazione ad eventi, alle relazioni con la stampa, alla diffusione dei dati ambientali ed alla gestione del sito Web. Da notare, comunque, che le uniche due attività svolte proprio da tutte le agenzie sono quelle a carattere più "tradizionale", cioè la produzione editoriale e l'organizzazione di eventi.

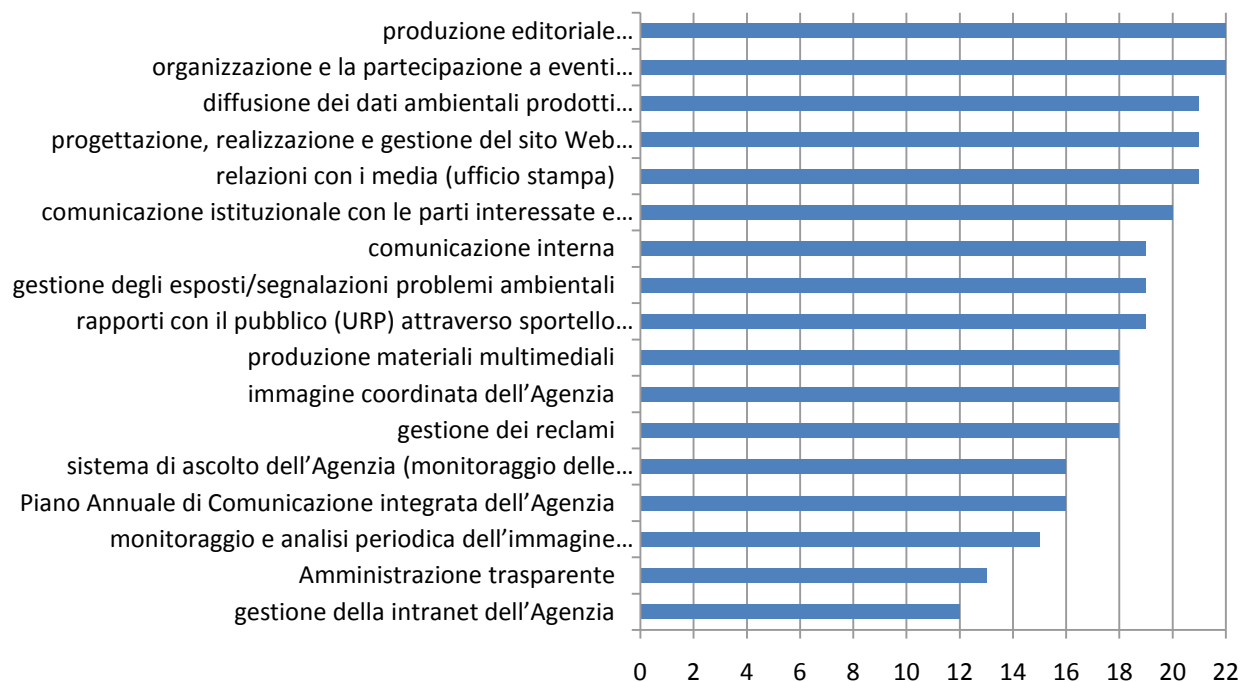
All'opposto, le attività svolte solamente da poco più del 50% di queste strutture/addetti sono quelle relative agli adempimenti relativi alla "amministrazione trasparente" previsti dal D.Lgs. n.33/2013, che probabilmente sono stati considerati più problemi di carattere amministrativo/giuridico che comunicativo, ed alla gestione della intranet (che in molti casi non esiste).

Per diverse delle attività indicate (es. gestione degli esposti e dei reclami) si tratta di funzioni molto probabilmente gestite, ma in altri ambiti agenziali, ed in particolare a livello tecnico nelle strutture territoriali. Lo stesso avviene, peraltro, in non pochi casi anche per quanto riguarda quella che è una competenza fondamentale per le attività di comunicazione e cioè le relazioni con il pubblico (URP). Non a caso previste dalla legge 150/2000, che disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, come cardine di tali attività, insieme a quelle relative all'ufficio stampa.

Di fatto quindi, accade in diversi casi che il rapporto con i cittadini non sia organizzato e gestito da personale che ha una specifica professionalità di comunicatore, ma trattato – anche occasionalmente – dal personale tecnico, che ha altre competenze ed incombenze prevalenti.

Al di là delle dichiarazioni riportate nella prima parte del questionario compilato, poi i singoli filoni di attività sono stati visti con singoli gruppi di domande che hanno permesso di capire meglio le attività svolte dalle varie agenzie, facendo intravedere luci ed ombre e possibili opportunità di miglioramento.

Funzioni svolte dalle strutture / addetti alla comunicazione ed informazione delle agenzie ambientali



Le attività che seguono procedure di qualità ISO 9001

Molte delle agenzie ambientali hanno i propri sistemi di gestione per la qualità certificati. La certificazione attesta che un prodotto, un processo o un servizio è conforme ad una specifica norma o documento normativo, in particolare per questo tipo di attività alla norma ISO 9001.

Un'organizzazione con un sistema di gestione certificato, quindi, si impegna a fornire con continuità prodotti che sono in conformità con i requisiti applicabili e mira ad aumentare la soddisfazione del cliente.

La certificazione viene rilasciata da organismi di certificazione, che agiscono quale terza parte indipendente rispetto all'impresa certificata e che periodicamente verificano il rispetto degli impegni presi attraverso specifici audit.

In particolare fra le 8 agenzie che hanno dichiarato di operare nell'ambito di sistemi di gestione di qualità che riguardano anche le attività di comunicazione sono solamente 2 le agenzie (Ispra e Arpa Toscana) che hanno procedure di carattere generale che regolano tali attività:

- “[Realizzazione delle attività di comunicazione e informazione](#)”, che definisce, descrive e regola la realizzazione delle attività di comunicazione e informazione in favore del personale dell'Agenzia e degli interlocutori esterni.
- “Organizzazione e pianificazione delle attività del Servizio Comunicazione”, che descrive i compiti e le responsabilità del personale del Servizio Comunicazione e come vengono organizzate e gestite le attività di pertinenza al suo interno.

6 le agenzie (Ispra, Arpa Campania, Emilia Romagna, Marche, Toscana e Veneto) che hanno procedure (alcune anche disponibili sul Web) che governano specifiche attività di comunicazione, quali:

- Aggiornamento della Carta dei servizi
- [Gestione degli esposti](#)
- [Gestione dei contatti con il pubblico](#)
- Gestione dei contenuti del sito Web
- [Gestione dei reclami e dei suggerimenti](#)
- Gestione della casella di posta elettronica
- Gestione della newsletter
- Gestione delle giornate della trasparenza
- [Monitoraggio della soddisfazione del cliente](#)
- Organizzazione e pianificazione degli eventi
- Organizzazione e pianificazione delle attività dell'ufficio grafica
- [Registrazione dei reclami](#)
- [Soddisfazione del cliente](#)

Immagine coordinata

L'immagine di una qualsiasi azienda, ente o attività commerciale che interagisce con un pubblico esterno consiste nelle diverse espressioni e/o manifestazioni esteriori che sono percepite, quando ogni elemento è coerente con l'altro si parla di immagine coordinata. Più semplicemente è "l'abito" che indossa un'impresa pubblica o privata per farsi riconoscere da persone esterne ad essa.

Non è sufficiente costruire la propria immagine con la definizione di un solo elemento come il marchio o il logotipo, ma è necessario abbinare ad esso una serie di elementi che mostrino una coerenza e una riconoscibilità immediata. In questo modo ogni prodotto aziendale sarà direttamente ricondotto all'ente in questione.

L'immagine coordinata è quindi il mezzo attraverso il quale, a prescindere dalla complessità e dalle dimensioni di questi fenomeni di comunicazione, l'immagine risultante è percepita all'esterno come proveniente dalla stessa entità. La coerenza semiotica di questa attività rende più efficiente il processo comunicativo perché fornisce ai destinatari precisi punti di riferimento, ma soprattutto induce un processo di progressivo riconoscimento dell'azienda e della sua attività.

L'immagine coordinata è l'identità inviolabile di un qualsiasi operato, di una qualsiasi attività, è la firma che determina la paternità di precisi prodotti e atteggiamenti, è la carta di identità di un'azienda.

Il Manuale di immagine coordinata è uno strumento che regola in modo organico e vincolante l'uso degli strumenti di comunicazione, dal marchio al logotipo, alla impostazione grafica della carta intestata, buste da lettera, biglietti da visita, cover fax ecc. Tutti i soggetti coinvolti devono attenersi alle linee guida ed alle regole contenute nel manuale.

Per quanto riguarda le agenzie ambientali, solamente 5 (Arpa [Calabria](#), Lombardia, Piemonte, [Toscana](#) e Veneto) hanno un proprio manuale di immagine coordinata (in 2 casi disponibile sul Web e negli altri sulle intranet) ed altre 2 (Arpa Bolzano e Arpa Sardegna) hanno affermato di seguire quello delle ente di riferimento (Regione o Provincia). In alcuni casi (ad es. Arpa Basilicata) non esiste un manuale vero e proprio ma indicazioni sulle modalità di utilizzo del logo ed alcune sue applicazioni.

In definitiva, solamente una ristretta minoranza di agenzie ha dedicato una qualche attenzione a questo strumento essenziale per la comunicazione dell'ente. Può sembrare un aspetto marginale, rispetto a problemi tanto più rilevanti che si possono avere in queste organizzazioni, ma in termini di visibilità, di identità riconosciuta all'esterno costituisce invece un aspetto molto importante che può avere ricadute significative. Naturalmente tutto ciò si collega alla relativamente "giovane" età delle agenzie, tutte nate negli ultimi venti anni.



sopra esempio pagina Manuale Immagine coordinata ARPA Veneto

Comunicazione interna

Un'organizzazione aperta e trasparente, in grado di comunicare, e quindi di dialogare con l'esterno, deve essere prima di tutto in grado di comunicare al proprio interno, attraverso la comunicazione calda (cioè diretta, di persona) e fredda (mediata attraverso i diversi strumenti di comunicazione).

Solo recentemente ha iniziato a diffondersi questa consapevolezza, sia nelle imprese che nella pubblica amministrazione, che intende esplicitare e valorizzare anche le comunicazioni informali tra le persone, al di fuori dalla catena gerarchica.

La buona conduzione dei processi relazionali interni si fonda sulla consapevolezza che ciascun dipendente ha di essere parte di un'organizzazione e quindi sulla necessità che il personale sia motivato e reso partecipe dell'iter dei processi che spesso il singolo segue solo per alcuni segmenti.

Per questo è essenziale che anche la comunicazione interna sia gestita adeguatamente assicurando tempestività (informare prima il personale e poi l'esterno), continuità e sistematicità.

La Intranet è una componente essenziale della comunicazione interna.

In questo caso dal questionario risulta che 17 agenzie hanno la propria, diventano 18 con un'agenzia che utilizza quella dell'ente istituzionale di riferimento.

L'argomento meriterà nel prossimo futuro un qualche approfondimento, tuttavia, in quanto – sia pure sulla base delle poche informazioni disponibili – non sembra che, in quasi tutti i casi, questi strumenti siano particolarmente evoluti in termini di “lavoro collaborativo” (chat, forum, ecc.) ovvero di coinvolgimento attivo del personale.

In 16 agenzie, risultano esserci anche altri strumenti di comunicazione interna.

The screenshot displays the ARPAT Omnibus Intranet interface. At the top, there's a navigation bar with tabs for 'Home', 'Dir. Generale', 'Dir. Amministrativa', 'Dir. Tecnica', and three 'Area Vasta' categories (Centro, Costa, Sud). Below this, the main content area is organized into several columns. The leftmost column contains a sidebar with a calendar for September 2015 and a login section. The central part of the page is divided into three main sections: 'DIREZIONE GENERALE', 'DIREZIONE AMMINISTRATIVA', and 'DIREZIONE TECNICA'. Each of these sections contains a list of links to various internal resources, documents, and services. To the right of these sections, there's a 'STRUMENTI' section with links to tools like 'Orario di lavoro (SIGMA)', 'Sigma Planner', and 'Posta elettronica (Webmail)'. Below this is an 'ACCESSO RAPIDO' section with links to 'Invia un reclamo interno', 'Segnala una non conformità', and 'Invio di un suggerimento-apprezzamento'. To the right of the 'ACCESSO RAPIDO' section is an 'ASSISTENZA' section with links to 'Modulistica', 'Avvisi e bandi di concorsi e selezioni', 'Sistemi informatici e telefonia', 'Rassegna stampa', 'Documentazione di origine esterna applicabile alle attività di ARPAT', 'Documentazione', 'Giurisprudenza', 'Guide alla Omnibus', 'Biblioteca: Accesso alle banche dati', 'Biblioteca: Riviste on line', 'Rappresentanza Sindacale Unitaria - RSU', 'Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza - RLS', and 'Comitato Unico di Garanzia (CUG)'. On the far right, there are two 'Notizie' sections: 'Notizie Direzione' and 'Notizie TIC', each containing a list of recent news items with dates.

I rapporti con i media

Praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati da parte delle agenzie ambientali. Fra coloro che hanno fornito un dato puntuale, risulta una media di circa 50 comunicati diffusi nel corso del 2014, anche se tre agenzie ne hanno prodotti più di cento, e otto meno di 25.

In quasi tutte le agenzie (con tre eccezioni) chi si occupa della comunicazione (strutture o addetti dedicati) si relaziona quotidianamente con i giornalisti, fungendo da tramite tra l'Istituto e i media stessi. Questa attività è particolarmente rilevante ed impegnativa, in quanto richiede l'individuazione dell'interlocutore idoneo a fornire la risposta a quanto richiesto e tempestività nelle risposte da fornire, in particolare in presenza di situazioni di emergenze ambientali nazionali, regionali e locali. Questa attività si concretizza nel fornire interviste, pareri tecnici, partecipazioni a trasmissioni tv o a telegiornali, articoli e consente di comprendere meglio e di verificare, insieme alla rassegna stampa, quale sia l'effettivo "ritorno" e l'interesse di quello che presentiamo ai media. In alcuni casi, poi, l'addetto stampa è una vera e propria interfaccia "unica" nei confronti dei media, nel senso che è delegato, nella maggior parte dei casi, a dialogare con i colleghi giornalisti, sulla base delle informazioni fornitegli dalla struttura tecnica e territoriale.

In ogni caso c'è molta attenzione riguardo a quello che appare sulla stampa. Anche in questo caso tutte le agenzie (ad eccezione di quattro) hanno una rassegna stampa (metà delle agenzie la producono internamente e l'altra metà usufruisce di servizi esterni), che viene diffusa in 2/3 dei casi a tutto il personale, in particolare utilizzando la Intranet, mentre nelle altre agenzie viene distribuita solamente ai direttori ed ai dirigenti. In un caso (Arpa [Calabria](#)), la rassegna viene pubblicata sul Web.

In tutte le agenzie gli articoli che appaiono sulla stampa e che evidenziano problemi relativi all'attività dell'Agenzia vengono evidenziati alle strutture dell'ente interessate dalle critiche, anche per valutare eventuali repliche.

	L'Agenzia produce regolarmente comunicati stampa?	In caso affermativo, quanti ne ha diffusi nel 2014?
Abruzzo	si	15
Basilicata	si	16
Bolzano	si	60
Calabria	si	73
Campania	si	6
Emilia Romagna	si	80
Friuli Venezia Giulia	si	32
Ispra	si	27
Lazio	si	11
Liguria	si	70
Lombardia	si	118
Marche	si	8
Molise	si	20
Piemonte	si	24
Puglia	si	6
Sardegna	no	-

Sicilia	SI	24
Toscana	si	122
Trento	si	30
Umbria	si	24
Valle d'Aosta	no	-
Veneto	si	220
		986

Rassegna **Stampa**



www.arpab.it

I rapporti con il pubblico

Assicurare la gestione dei rapporti con il pubblico (URP) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali.

I cittadini possono rivolgersi ad un'agenzia ambientale per richiedere informazioni sulle attività svolte dalla stessa o segnalazioni di problematiche ambientali. Un *front-office* con il pubblico è comunque indispensabile, può essere gestito in modo ben organizzato o – nella situazione estrema peggiore – lasciato al caso, ovvero può articolarsi con modalità intermedie fra questi due “estremi”.

In ogni caso, se l'agenzia opera sul territorio, è presente e conosciuta, inevitabilmente dovrà rispondere alle richieste dei cittadini, che in qualche modo si metteranno in contatto con l'organizzazione. E' un loro diritto e per l'ente è un dovere quello di rispondere. Il modo con cui questo si organizza e risponde è già di per sé un motivo di soddisfazione/insoddisfazione da parte delle persone nei suoi confronti.

L'URP deve costituire l'interfaccia fra interno ed esterno dell'Agenzia, al fine di rendere più semplice e accessibile il servizio e permettere al contempo al personale tecnico di svolgere i propri compiti d'istituto. Ciò significa che l'URP non è un “centralino evoluto” che smista le chiamate ai vari settori dell'Agenzia, ma deve essere in grado di rispondere direttamente alle richieste che pervengono, utilizzando gli strumenti a disposizione (FAQ ambientali, sito Web, ecc).

Con alcune domande del questionario si è cercato di verificare qual è la situazione nelle diverse agenzie.

Il primo aspetto indagato è se esiste un numero di telefono dedicato al pubblico oppure no. In caso negativo, evidentemente significa che i contatti avvengono attraverso il centralino, che poi li smisterà a gli uffici che riterrà più opportuni. Qualora invece ci sia un numero dedicato, significa che l'agenzia ha organizzato un specifico servizio.

La risposta è affermativa in circa due terzi dell'agenzie (15 su 22). Tenzialmente questa scelta, che nel senso di assicurare modalità agevoli, facilmente conoscibili, per mettersi in contatto con l'ente è più diffusa al crescere della dimensione delle agenzie, ma anche ad una organizzazione più sviluppata delle funzioni di comunicazione. E' più diffusa nelle regioni del centro e del sud.

Delle 15 agenzie che hanno un numero dedicato (in realtà in due casi si tratta di diversi interni), solamente 3 (Piemonte, Toscana e Calabria) mettono a disposizione del pubblico un numero verde.

NUMERO TELEFONO URP DEDICATO			
Per dimensione dell'Agenzia	si	no	tot
<= 200	2	3	5
>200<=500	7	3	10
>500<=1000	3		3
>1000	3	1	4
	15	7	22

Per organizzazione comunicazione	si	no	tot
1/2 addetti (anche suddivisi in + strutture)	4	3	7
Più strutture con competenze articolate	5	2	7
Un'unica struttura dedicata	6	2	8
	15	7	22

Per zona del Paese	si	no	tot
Nord	4	5	9
Centro	4	1	5
Sud e Isole	7	1	8
	15	7	22

Di seguito proponiamo i numero dedicati delle agenzie e gli orari nei quali a questi numeri si assicura una risposta al pubblico.

Agenzia	Numero telefonico	Orario di apertura al pubblico	n. contatti 2014
Arpa Basilicata	0971 656223/656260	orario d'ufficio	nd
Arpa Calabria	800331929	lunedì-venerdì 9:00-14:00	2.016
Arpa Campania	0812326419 – 228 – 227 – 268	Non precisato	nd
Arpa Emilia Romagna	Telefoni delle diverse sezioni/strutture	Orari variabili tra sezioni e strutture (normalmente 9,00-17,00)	nd
Arpa Friuli Venezia Giulia	0432 1918050	lunedì-venerdì (orario non precisato)	nd
Arpa Lazio	06 48054210	lunedì-venerdì 9:00-13:00	200
Arpa Liguria	010 6437295	lunedì-venerdì 9:00-13:00 martedì e giovedì 14:00-17:00	421
Arpa Lombardia	02 69666214	lunedì-venerdì 9:00-13:00	1.000
Arpa Marche	071 2132733	lunedì-venerdì (orario d'ufficio)	50
Arpa Molise	0874 492648	lunedì-venerdì 9:00-14:00 lunedì e mercoledì 15:00-17:30	nd
Arpa Piemonte	800518800	lunedì martedì giovedì venerdì 10:00- 12:00 mercoledì 14:00-16:00	3.104
Arpa Puglia	0805460350	orario d'ufficio	300
Arpa Sardegna	070271681 295 - 280 - 236	lunedì-venerdì 8:00-14:00 lunedì-giovedì 15:00-18:00	nd
Arpa Sicilia	3204391368	lunedì martedì giovedì venerdì 10:00- 12:00 mercoledì 16:00-17:30	nd
Arpa Toscana	800800400	lunedì-venerdì 9:00-13:00 lunedì-giovedì 14:00-18:00	3.838
Arpa Veneto	049 8239360	lunedì - venerdì 9:00-12:00 mercoledì 15.00 - 17.00	2.578
Ispra	06 50074832	Non precisato	nd

L'orario di apertura al pubblico varia da un minimo di 14 ore settimanali ad un massimo di 42 (anche se quest'ultimo caso è relativo ad una delle agenzie che ha dichiarato di dedicare al servizio più numeri interni).

Fra le agenzie che hanno affermato di avere uno o più numeri dedicati alle relazioni con il pubblico solamente 9 hanno poi fornito il numero di contatti telefonici gestiti nel 2014. In quattro casi i

numeri sono piuttosto contenuti, fra 50 e 300 complessivi nell'anno. Negli altri si va da un minimo di circa mille al massimo di quasi quattromila. Una così grande difformità indica probabilmente che modalità e criteri di rilevazione sono disomogenei tra le diverse agenzie.

Alcune pubblicano anche sul Web questi dati (Arpa [Piemonte](#), [Sicilia](#), [Toscana](#)) Fra l'altro, l'aver potuto fornire numeri così puntuali indica una modalità di organizzazione che prevede una specifica registrazione dei contatti stessi in apposite banche dati, che poi permettono di analizzare l'andamento di tale servizio.

Nella maggior parte delle agenzie (14 su 22) è emersa l'esigenza di predisporre delle FAQ (Frequently Asked Questions) ambientali sui quesiti ricorrenti da parte dei cittadini, generalmente messe a disposizioni sul sito web, in diversi casi con una apposita sezione, in altri spalmate fra i diversi temi ambientali.

Appa Bolzano	http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/service/faq.asp
Appa Trento	sono inserite in alcune sezioni (es terre e rocce di scavo) http://www.appa.provincia.tn.it/binary/pat_appa/Terre_rocce_da_scavo/FAQ_14_12_2012.1355736490.pdf
Arpa Emilia Romagna	sono inserite in alcune sezioni (es amianto) http://www.arpa.emr.it/dettaglio_generale.asp?id=1383&idlivello=1096
Arpa Liguria	http://www.arpal.gov.it/faq.html
Arpa Lombardia	http://ita.arpalombardia.it/ITA/urp/faq.asp
Arpa Molise	sono inserite in alcune sezioni (es aria) http://www.arpamolise.it/Comunicazione/faq/aria/faq_aria.php
Arpa Puglia	sono inserite in alcune sezioni (es fitosanitari) http://www.arpa.puglia.it/web/guest/faq_fitosanitari?resultGroupId=10125
Arpa Sicilia	http://www.arpa.sicilia.it/urp/frequently-asked-questions/
Arpa Toscana	http://www.arpato.toscana.it/urp/risposte-a-domande-frequenti
Arpa Umbria	http://www.arpa.umbria.it/pagine/faq-servizi
Arpa Valle d'Aosta	http://www.arpa.vda.it/it/domande-frequenti
Arpa Veneto	sono inserite in alcune sezioni (es radon) http://www.arpa.veneto.it/temi-ambientali/agenti-fisici/radiazioni-ionizzanti/radon/faq-domande-e-risposte-sul-radon
Ispra	sono inserite in alcune sezioni (es biodiversità) http://www.isprambiente.gov.it/it/temi/biodiversita/le-domande-piu-frequenti-sulla-biodiversita

Più o meno le stesse agenzie che hanno un numero dedicato alle attività di relazioni con il pubblico hanno anche una casella mail con la stessa funzione (in un caso – [Lombardia](#) - invece di una casella mail questa funzione è svolta da una form online collegato ad un applicativo di gestione dei contatti con il pubblico (alcune agenzie ([Toscana](#) e [Veneto](#)) hanno sia la mail che la form.

Anche in questo caso, come per i contatti telefonici, è stato richiesto nel questionario di indicare i contatti avuti nel 2014. Di seguito gli indirizzi forniti dalle diverse agenzie ed a fianco il numero di contatti registrati nel 2014, complessivamente circa quindicimila, attraverso questo mezzo:

Agenzia	mail	n. contatti 2014
Arpa Basilicata	urp@arpab.it	70
Arpa Calabria	urp@arpacal.it	812
Arpa Campania	info@arpacampania.it	2.832
Arpa Emilia Romagna	urpdg@arpa.emr.it	300
Arpa Friuli Venezia Giulia	urp@arpa.fvg.it	nd
Arpa Lazio	rappresentanza@arpalazio.it	161
Arpa Liguria	info@arpal.gov.it	899
Arpa Lombardia	form on line Arpa Lombardia	3.287
Arpa Marche	arpam.comunicazione@ambiente.marche.it	54
Arpa Molise	urp@arpamolise.it	nd
Arpa Piemonte	urp@arpa.piemonte.it	2.046
Arpa Puglia	info@arpa.puglia.it	1.577
Arpa Sicilia	comunicando@arpa.sicilia.it	nd
Arpa Toscana	urp@arpat.toscana.it	1.358
Arpa Veneto	urp@arpa.veneto.it	1.466
Ispra	urp@isprambiente.it	865

La diffusione di notizie attraverso newsletter e riviste

Uno degli strumenti di comunicazione più diffusi dalle aziende e dagli enti è costituito dall'invio di notiziari (newsletter) via mail a indirizzari di persone interessate ai prodotti/servizi realizzati, oltre alla pubblicazione delle stesse notizie sui propri siti Web.

In campo ambientale, gli argomenti da trattare sono innumerevoli e spaziano dalle attività svolte da parte delle agenzie, con un'attenzione particolare al controllo ambientale svolto sul territorio, a temi ed approfondimenti di carattere generale sulle diverse problematiche dell'ambiente, anche in relazione agli studi prodotti anche dall'Agenzia Europea per l'Ambiente e/o da altre organizzazioni.

Solamente 8 agenzie hanno dichiarato di avere un proprio notiziario 2 (Appa Trento e Veneto) però si limitano a pubblicarlo sul proprio sito Web) con una frequenza abbastanza diversificata (dal quotidiano di ARPA Toscana al bimensile di Arpa Basilicata). Su 6 agenzie che diffondono i propri notiziari via mail la maggior parte lo fanno a indirizzari piuttosto contenuti (meno di 1000 destinatari). Solamente ISPRA e Arpa Toscana lo fanno nei confronti di un numero di destinatari più consistente e su scala nazionale (amministratori e funzionari di enti locali e nazionali, media, associazioni e comitati di cittadini, sindacati e categorie economiche, università e ricerca, ecc).

Per quanto riguarda le fonti delle notizie, in genere sono ad ampio raggio: Agenzia stessa, Altre agenzie ambientali italiane, Agenzia Europea per l'Ambiente, altri enti / istituzioni nazionali (ISS, Istat, Ministero dell'Ambiente, ecc.) ed europee, Regione ed enti locali, Associazioni ambientaliste)

In ogni caso questi notiziari sono disponibili online ai seguenti indirizzi:

Agenzia	Nome del notiziario	periodicità	Numero destinatari (se inviato via mail)
Appa Bolzano	News ambiente	irregolare	120
Appa Trento	Newsletter	settimanale	Solo Web
Arpa Basilicata	ARPAB informa	bimensile	40
Arpa Marche	ARPAM newsletter	quindicinale	600
Arpa Toscana	ARPATnews	quotidiana	84.000
Arpa Veneto	ARPAV informa	mensile	Solo Web
Arta Abruzzo	ARTA informa	mensile	500
Ispra	Newsletter Ispra	mensile	5.500

Partendo da queste esperienze il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando alla messa a punto di un notiziario periodico del SNPA (Ispra-Appa-Arpa).

Ancora più ridotto il numero di Agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole, disponibile sia online che in formato cartaceo (ad eccezione di quello dell'Arpa Campania). Sono solamente 4 (Arpa Campania, Emilia Romagna, Umbria ed Ispra).

Agenzia	Nome del notiziario	periodicità	Numero destinatari
Arpa Campania	Arpa Campania Ambiente	quindicinale	700
Arpa Emilia Romagna	Ecoscienza	bimestrale	3.000
Arpa Umbria	Micron	quadrimestrale	1.000
Ispra	Ideambiente	bimestrale	2.000

Il sito Web

Tutte le agenzie ambientali hanno un loro sito Web e quasi in tutte le agenzie i settori che si occupano di comunicazione ne gestiscono i contenuti e/o contribuiscono alla loro gestione.

APPA Bolzano	www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente
APPA Trento	www.appa.provincia.tn.it
ARPA Basilicata	www.arpab.it
ARPA Calabria	www.arpacal.it
ARPA Campania	www.arpacampania.it
ARPA Emilia Romagna	www.arpa.emr.it
ARPA Friuli Venezia Giulia	www.arpa.fvg.it
ARPA Lazio	www.arpalazio.gov.it
ARPA Liguria	www.arpal.gov.it
ARPA Lombardia	www.arpalombardia.it
ARPA Marche	www.arpa.marche.it
ARPA Molise	www.arpamolise.it
ARPA Piemonte	www.arpa.piemonte.it
ARPA Puglia	www.arpa.puglia.it
ARPA Sardegna	www.sardegnaambiente.it/arpas
ARPA Sicilia	www.arpa.sicilia.it
ARPA Toscana	www.arpat.toscana.it
ARPA Umbria	www.arpa.umbria.it
ARPA Valle d'Aosta	www.arpa.vda.it
ARPA Veneto	www.arpa.veneto.it
ARTA Abruzzo	www.artaabruzzo.it
ISPRA	www.isprambiente.gov.it

Il sito Web è generalmente gestito attraverso un CMS (*Content management system*) cioè un apposito software il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando chi ne cura la redazione da conoscenze tecniche specifiche di programmazione Web. Proprio grazie all'utilizzo di questi sistemi è più agevole assicurarne la gestione da parte di chi in agenzia si occupa di comunicazione e da incaricati appartenenti alle diverse strutture responsabili dei singoli tematismi..

Prevalentemente sono impiegati CMS *open source*, e fra questi il maggior numero di agenzie utilizza “[Plone](#)” (Ispra, Arpa Piemonte, Toscana, Veneto e presto anche Emilia Romagna.), che è il medesimo software con il quale viene gestito anche il sito dell’Agenzia Europea per l’Ambiente (EEA). In Valle d’Aosta, Marche e Calabria si utilizza “[Joomla](#)” ed in Sicilia “[Wordpress](#)”. In altre agenzie sono invece utilizzati sistemi meno diffusi o proprietari.

La diffusione dei dati ambientali

Nella maggior parte delle regioni il Sistema Informativo Regionale Ambientale (SIRA), cioè le banche dati ambientali in cui vengono raccolti, organizzati e messi a disposizione i dati ambientali, è gestito dall'agenzia regionale. In alcune, invece, questa funzione è svolta direttamente dall'ente regionale (o provinciale) che pubblica specifici siti dedicati ai dati ambientali.

Laddove il SIRA fa capo all'agenzia i dati sono quasi sempre pubblicati nell'ambito del sito Web istituzionale con una macrosezione ed un indirizzo dedicato.

Talvolta vi sono poi sezioni specifiche nelle quali si mettono a disposizione [open data](#), in altri gli open data ambientali sono disponibili nei portali regionali degli open data.

Il quadro che emerge è estremamente frastagliato, con modalità molto diversificate di presentazione dei dati, spesso niente affatto *user friendly*, con dizioni, architetture e sistemi di interrogazione molto diversi gli uni dagli altri.

Di seguito un quadro riepilogativo (non del tutto esaustivo) delle risorse messe a disposizione nelle diverse regioni (senza per ora introdurre la distinzione – comunicativamente fondamentale – tra App e web App).

Agenzia	SIRA – dati ambientali – open data
APPA Bolzano	• http://www.provincia.bz.it/agenzia-ambiente/service/informazioni-ambientali.asp
APPA Trento	• dati.trentino.it
ARPA Basilicata	• http://dati.regione.basilicata.it/catalog/organization/arpab
ARPA Calabria	• http://www.arpacal.it/index.php/temi-ambientali
ARPA Campania	• http://www.arpacampania.it/web/guest/55 • http://balneazione.arpacampania.it/balneazione/
ARPA Emilia Romagna	• http://dati.emilia-romagna.it/ • http://www.arpa.emr.it/dettaglio_generale.asp?id=2615&idlivello=1521
ARPA Friuli Venezia Giulia	• http://www.arpaweb.fvg.it/ba/gmapsba.asp • http://www.arpaweb.fvg.it/qagis/gmapsqa.asp • https://www.dati.friuliveneziagiulia.it/
ARPA Lazio	• http://www.arpalazio.gov.it/ambiente/acqua/dati.htm • http://www.arpalazio.gov.it/ambiente/aria/dati.htm
ARPA Liguria	• http://www.ambienteinliguria.it/
ARPA Lombardia	• http://www2.arpalombardia.it/sites/QAria/layouts/15/QAria/IDati.aspx?v=2 • http://ita.arpalombardia.it/ita/servizi/servizi2.asp • https://www.dati.lombardia.it
ARPA Marche	• http://www.arpa.marche.it/index.php/mare/balneazione1 • http://www.arpa.marche.it/index.php/qualita-dell-aria-oggi
ARPA Molise	• http://151.99.174.16/mapserver.html
ARPA Piemonte	• http://webgis.arpa.piemonte.it/geoportale/
ARPA Puglia	• http://www.arpa.puglia.it/web/guest/qariainq • http://dati.arpa.puglia.it/

ARPA Sardegna	• www.sardegnaambiente.it (progetto SIRA in corso)
ARPA Sicilia	• http://www.arpa.sicilia.it/storage/#titoloinizio
ARPA Toscana	• www.arpat.toscana.it/dati-e-mappe/ • sira.arpat.toscana.it
ARPA Umbria	• http://www.arpa.umbria.it/pagine/bollettini • http://www.arpa.umbria.it/open-data.aspx • http://apps.arpa.umbria.it/indicatoriambientali/
ARPA Valle d'Aosta	• http://www.arpa.vda.it/it/rete-di-monitoraggio-della-qualita-dellaria/inquinanti-export-dati
ARPA Veneto	• http://www.arpa.veneto.it/dati-ambientali
ARTA Abruzzo	• http://sira.artaabruzzo.it/ • http://www.artaabruzzo.it/applications/balneazione/
ISPRA	• www.sinanet.isprambiente.it/ • http://www.isprambiente.gov.it/it/amministrazione-trasparente/altri-contenuti/g8-open-data/open-data-ispra

Informazioni ambientali sulle APP

Con l'amplissima diffusione di smartphone e tablet che negli ultimi anni ha interessato anche il nostro Paese, sono entrate nell'uso comune anche le cosiddette APP, cioè le applicazioni pensate e realizzate per funzionare nel modo migliore su questi dispositivi mobili.

Le agenzie ambientali che hanno realizzato apposite APP sono 8, tutte del centro-nord. In alcuni casi si è messa a disposizione degli utenti una APP unica (Toscana, Umbria), in altri (ad esempio in Piemonte, Veneto) si è preferito mettere a punto una APP per ogni servizio (qualità dell'aria, balneazione, pollini, ecc.).

Ecco il quadro riepilogativo della situazione attuale:

Agenzia	Servizi assicurati
Arpa Emilia Romagna	previsioni meteo, dati meteo in tempo reale, mappe radar meteo
Arpa Friuli Venezia Giulia	qualità dell'aria, acqua, rifiuti
Arpa Piemonte	rischi naturali, balneazione, esposizione alle radiazioni del cellulare, temporali
Arpa Toscana	qualità dell'aria, balneazione, pollini, notizie, dati e mappe, documentazione, contatti
Arpa Umbria	qualità dell'aria, pollini, acqua potabile, elettromagnetismo, Arpa Tv (video agenziali), news agenziali
Arpa Valle d'Aosta	dati sul quantitativo di neve
Arpa Veneto	meteo, balneazione, idrometria, qualità dell'aria, pollini, neve e valanghe
Ispra	Consumo di Suolo, specie aliene

La presenza sui social media

Per le agenzie ambientali, come per molte aziende ed enti, il Web è il principale canale di comunicazione e informazione ambientale.

Uno sforzo particolare viene sempre più rivolto verso il cosiddetto [Web 2.0](#), quell'insieme cioè di applicazioni che rendono più agevole l'interazione e la condivisione di contenuti tra il sito Web e l'utente, creando veri e propri [social network](#) o meglio [social media](#).

In questo sforzo però non si dimenticano mai le caratteristiche peculiari delle agenzie, che sono enti tecnici, che hanno come propri compiti istituzionali il controllo ed il monitoraggio dell'ambiente e la raccolta, organizzazione e diffusione di informazioni ambientali.

Per questo ci si è orientati in particolare verso quei social media che possono essere più opportunamente utilizzati per diffondere notizie, dati, documenti, immagini, video, raccolti o realizzati nell'ambito delle proprie attività.

Maggiore cautela sia ha verso piattaforme che invece sono più efficaci nell'ambito della diffusione e della condivisione di opinioni, punti di vista, emozioni piuttosto che di dati oggettivi.

In questo modo si rendono disponibili informazioni e dati ambientali anche ad utenti che difficilmente visiterebbero i siti Web istituzionali delle agenzie, ed al contempo si cerca di promuovere la logica collaborativa tipica dei social media per un effetto "tam tam" che può essere specialmente utile per le situazioni di emergenza ambientale.

Anche in termini quantitativi, cioè di persone raggiunte attraverso questi canali di comunicazione, i dati che si rilevano ed indicati nelle tabelle delle seguenti pagine mostrano l'utilità di stare sui social.

Con queste premesse, l'indagine effettuata ha coerentemente rilevato che la presenza maggiore delle agenzie nel campo dei social si ha su **Twitter**, dove sono attualmente presenti 15 agenzie. Per quanto riguarda le APPA di Bolzano e Trento, non hanno propri account sui social, ma le notizie ambientali sono veicolate dagli account ufficiali delle province autonome su Twitter, Facebook e YouTube.

Si tratta, infatti, di un mezzo di comunicazione molto efficace, che può essere facilmente utilizzato, anche direttamente da smartphone, per fornire in modo assai tempestivo informazioni, ed interagire direttamente, anche in relazioni ad interventi compiuti dall'Agenzia per varie situazioni fra le quali appunto, i casi di emergenza ambientale.

Nella seguente tabella (nella quale è riportata la situazione aggiornata all'1 settembre 2015) c'è una fotografia che riflette momenti diversi di presenza su Twitter (in alcuni casi iniziata da poco, in altri di lungo periodo), e strategie diverse (ad esempio il numero di following, cioè di altri utenti seguiti); numeri infatti molto alti indicano o una notevole capacità organizzativa per assicurare una necessaria interazione, ovvero un 'seguire' puramente formale, anche se l'utilizzo delle liste aiuta molto in questo. In alcuni casi sono presenti anche account relativi a specifici servizi o settori di attività.

Molto diversi sono anche i risultati in termini di 'popolarità', ma in ogni caso si tratta di una realtà in continua evoluzione, verso la quale è indispensabile grande attenzione, considerando le enormi potenzialità che presenta, specialmente in un ambito, quale quello ambientale dove c'è grande esigenza di diffondere informazioni e di favorire il dialogo e la partecipazione.

In ogni caso va evidenziato che complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

Account delle agenzie ambientali su Twitter		iscritto	Tweet	Following	Follower	preferiti	liste
ARPA Calabria	@ArpaCalabria	giu-13	576	25	402	1	-
ARPA Calabria (CFM)	@Cfm_Arpacal	gen-14	478	60	86	157	-
ARPA Emilia Romagna	@ArpaER	lug-12	2.755	444	3.559	34	2
ARPA FVG (aria)	@arpafvg_aria	set-13	331	30	305	3	-
ARPA FVG (meteo)	@meteo_fvg	mar-13	3.142	9	442	2	-
ARPA Lazio	@ARPALazio	lug-15	249	97	146	76	-
ARPA Liguria	@Arpal_Liguria	lug-12	Al momento account non gestito				
ARPA Liguria (meteo)	@ARPAL_meteomare	apr-11	1.964	43	2.368	-	-
ARPA Liguria (pollini)	@ARPAL_pollini	giu-11	184	12	388	-	-
Arpa Liguria (rischio meteo)	@ARPAL_rischiome	mar-14	679	5	1.920	1	-
ARPA Lombardia	@arpalombardia	gen-13	933	424	2.428	84	7
ARPA Marche (Oss. epidemiologico)	@SEAARPAM	ott-11	2.372	116	230	1	-
ARPA Piemonte	@ArpaPiemonte	nov-11	2.161	126	3.388	1	-
ARPA Puglia	@arpapuglia	dic-12	22	95	258	-	-
ARPA Sicilia	@ARPASicilia	giu-13	2.740	1.643	1.762	89	6
ARPA Toscana	@arpatoscana	gen-12	12.400	1.268	3.548	1.179	34
ARPA Umbria	@arpaumbria	ott-14	1.648	332	619	2	-
ARPA Valle d'Aosta	@ArpaValledAosta	mag-14	145	163	319	10	-
ARPA Veneto	@arpaveneto	apr-14	Al momento account non gestiti				
ARPA Veneto (uff. stampa)	@arpavstampa	mar-10					
ARPA Friuli Venezia Giulia	@ARPAFVG	nov-10	1.038	112	294	327	-
ISPRA	@ISPRA_Press	feb-12	5.802	3.090	12.100	7.695	5

Per quanto riguarda **Facebook**, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi è una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza per quasi tutte in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti “mi piace”).

Anche in questo caso si è scattata una fotografia della situazione all'1 settembre 2015, riportata nella seguente tabella, da cui risultano complessivamente oltre 20.000 contatti (mi piace).

Account delle agenzie ambientali su Facebook		Mi piace
ARPA Calabria	https://www.facebook.com/pages/Arpacal	466
ARPA Friuli V. Giulia (LaREA)	https://www.facebook.com/pages/LaREA-Laboratorio-Regionale-di-Educazione-Ambientale	595
ARPA Friuli V. Giulia (Osmer)	https://www.facebook.com/meteo.fvg	4.066
ARPA Lazio	https://www.facebook.com/arpalazio	4.596
ARPA Liguria	https://www.facebook.com/ArpaLiguria	6.230
ARPA Marche (Oss. Epidemiologico)	https://www.facebook.com/pages/OEA-Osservatorio-Epidemiologico-Ambientale-Regione-Marche	106
ARPA Sicilia	https://www.facebook.com/pages/ARPA-Sicilia-Agenzia-Regionale-Protezione-Ambiente-Pagina-Ufficiale	1.357
ARPA Toscana (ARPATnews)	https://www.facebook.com/redazione.arpnews	416
ARPA Umbria	https://www.facebook.com/pages/Arpa-Umbria	183
ARPA Veneto	https://www.facebook.com/arpaveneto	1.541
ISPRA	https://www.facebook.com/pages/Ispira-Istituto-Superiore-per-la-Protezione-e-la-Ricerca-Ambientale	3.806

Un altro social affermatosi nel suo campo, quello dei filmati, è sicuramente **YouTube**. È il terzo sito più visitato al mondo dopo Google e Facebook. Una piattaforma specificamente destinata a condividere video. Anche in questo caso sono 10 le agenzie che hanno un loro canale, con una sensibile diverso livello di presenza. Ovviamente qui incide molto l'aspetto relativo alla possibilità di produrre materiali pubblicabili. Spicca nettamente la presenza di Ispra che ha uno specifico settore nell'ambito della Comunicazione in grado di produrre video.

Fra i temi in discussione nel GdL Comunicazione, ci sarà anche quello di “mettere in rete” questa esperienza, ed altre analoghe, anche a supporto di agenzie che hanno maggiori difficoltà, considerando l'efficacia comunicativa delle immagini in movimento.

Account delle agenzie ambientali su YouTube		Data attivazione	Video	Iscritti	Visualizzazioni
APPA Trento	https://www.youtube.com/user/APPATrento	gen-2012	3	1	2.379
ARPA Calabria	https://www.youtube.com/user/ArpaCalabria	ott-2009	13	3	6.863
ARPA Emilia Romagna	https://www.youtube.com/user/ArpaER	nov-2012	6	51	3.254
ARPA Friuli V. Giulia (LaREA)	http://www.youtube.com/user/LaReaFVG	mar-2011	90	38	45.874
ARPA Piemonte	http://www.youtube.com/arpapiemonte	giu-2010	199	95	27.791
ARPA Toscana	http://www.youtube.com/arpatoscana	gen-2011	78	52	21.868
ARPA Umbria	https://www.youtube.com/user/ArpaUmbria	mar-2011	147	31	11.080
ARPA Veneto	https://www.youtube.com/user/arpaveneto	mar-2010	74	27	23.511
	https://www.youtube.com/user/videoarpav	gen-2011	41	31	17.105
ISPRA	https://www.youtube.com/user/ISPRAVIDEO	gen-2011	1.130	492	181.849

Sul versante invece di carattere documentale si collocano altri due social, **Issuu** e **Slideshare**, il primo è un servizio Web che permette di caricare materiale digitale per la visualizzazione di documenti libri, riviste, giornali e altri media stampati.

Si integra con i siti di reti sociali per promuovere il materiale caricato. In particolare rende agevole la consultazione dei documenti, caricati prevalentemente in formato pdf, rendendoli sfogliabili, come quando si legge un libro.

Inoltre è particolarmente comodo perché permette di visualizzare agevolmente anche documenti particolarmente pesanti (anche di centinaia di pagine), non facilmente scaricabili in assenza di connessioni veloci.

Slideshare ha caratteristiche analoghe, ma è più specializzato nell'ambito delle presentazioni (slide).

Sono sette le agenzie che utilizzano Issuu, e la sola Arpa Piemonte è presente su entrambe. Anche in questo caso si riescono a raggiungere livelli interessanti di informazione, sulla base delle statistiche che il sistema mette a disposizione, ad esempio ARPA Toscana ha sinora raggiunto oltre 108.000 visualizzazioni delle proprie pubblicazioni (report ambientali, schede informative, ecc.).

Account delle agenzie ambientali su Issuu e Slideshare		pubblicazioni	follower
ARPA Campania	http://issuu.com/arpa-campania-ambiente	70	13
ARPA Emilia Romagna	http://issuu.com/arpaer	28	7
ARPA Emilia Romagna (Ecoscienza)	http://issuu.com/ecoscienza	34	61
ARPA Piemonte	http://issuu.com/arpapiemonte	82	22
	http://www.slideshare.net/Arpa_Piemont	21	7
ARPA Toscana	http://issuu.com/arpatoscana	87	33
ARPA Umbria	http://issuu.com/arpaumbria	16	3
ARPA Veneto	http://issuu.com/arpavinforma	9	7
ISPRA (ufficio stampa)	http://issuu.com/isprapress	29	3

Le immagini, non più in movimento, ma statiche, cioè le foto, hanno essenzialmente due piattaforme social particolarmente diffuse, **Instagram** e **Flickr**.

In questo caso la presenza delle agenzie ambientali è molto ridotta. Fra l'altro la cosa è abbastanza strana, infatti la produzione di foto è molto più agevole tecnicamente rispetto a quella dei video e, anche nell'attività quotidiana di controllo ambientale delle agenzie, viene normalmente praticata dagli addetti.

Come è stato fatto da Arpa Toscana, le raccolte di foto che presentano le attività svolte dall'Agenzia (ad esempio il monitoraggio delle acque di balneazione dal campionamento in mare fino alle analisi in laboratorio, il campionamento delle emissioni di atmosfera ad un camino di una raffineria, i controlli in un sito inquinato in bonifica) oppure il racconto per immagini di singoli eventi di interesse ambientale (ad esempio l'intervento in caso di incendio di un impianto produttivo) hanno una significativa efficacia comunicativa.

Account delle agenzie ambientali su Instagram e Flickr		Data attivazione	foto	follower	Visualizzazioni
ARPA Emilia Romagna	https://www.flickr.com/photos/diraffa2013/	nd	271	1	nd
ARPA Toscana	https://www.flickr.com/photos/arpatoscana/	2012	1.464	23	301.407

Si registrano infine altre presenze sporadiche su ulteriori piattaforme social:

Agenzia	piattaforma	tipologia contenuti pubblicati
ARPA Friuli Venezia Giulia (LaREA)	https://vimeo.com	video
	https://soundcloud.com/	musica e audio
ARPA Lombardia	https://www.periscope.tv/	consente sia di effettuare dirette video da smartphone sia di accedere ai <i>streaming live</i> realizzati dagli altri utenti iscritti alla piattaforma
ISPRA	https://plus.google.com	testi, immagini, video
	https://it.pinterest.com/isprapress/ispra/	Immagini e video
ARPA Sicilia	https://www.linkedin.com	Collegamento con professionisti ed aziende

L'indice di "influenza" sui social media misurato da Klout

Con l'avvento dei social media sta assumendo importanza sempre maggiore il concetto di "influenza" all'interno del Web. Con tale termine si intende in genere la capacità di qualcuno per la propria autorità, competenza, credibilità riconosciuta di "fare opinione", cioè di determinare o modificare le opinioni di un certo numero di persone.

Klout è un servizio che mediante un algoritmo punta a misurare il grado di influenza di chiunque abbia un profilo sui social media, assegnando punteggi in centesimi alle diverse modalità di interazione ('follower', 'mi piace', 'amici', 'citazioni', menzioni, condivisioni) dei social monitorati (Twitter, Facebook, Google+, Instagram, LinkedIn, ecc.).

Esprime un punteggio da 1 a 100 ma lavora con i centesimi (es. un utente che ha 64 in realtà avrà da 63,51 a 64,49). Tendenzialmente sono considerati bassi valori sino a 40. Una fascia di attività considerata buona, con utenti molto attivi, va da 40 a 60. Una fascia di attenzione è contenuta tra 60 e 70, cioè coloro che hanno una buona influenza e indice di attività nel proprio gruppo di contatti. Tra 70 e 80 rientrano coloro che nel proprio "paese o gruppo linguistico" sono considerati "portatori di opinione seguiti". Tra 80 e 90 rientrano coloro che sono considerati a livello "globale" influenti su temi e argomenti specifici. Oltre 90 rientrano gli opinion leader globali (tra questi le star dello spettacolo, Obama (99), i profili social delle maggiori testate mondiali come ad esempio Le Monde (97), in Italia La Repubblica (91).

Ad esempio la Direzione Ambiente della Commissione Europea registra un punteggio Klout di 60 e l'Agenzia Europea per l'Ambiente di 64.

Naturalmente un sistema di questo genere, determinato appunto da un algoritmo va preso con il beneficio dell'inventario, tuttavia può rappresentare un utile riferimento per capire se la presenza sui social sta in qualche modo avendo una rispondenza. Per questo proponiamo qui la fotografia della situazione degli account delle agenzie ambientali all'1 settembre 2015.

KLOUT		Punteggio
ARPA Calabria	@ArpaCalabria	41
ARPA Calabria (CFM)	@Cfm_Arpacal	40
ARPA Emilia Romagna	@ArpaER	49
ARPA FVG (aria)	@arpafvg_aria	40
ARPA FVG (meteo)	@meteo_fvg	32
ARPA Lazio	@ARPALazio	43
ARPA Liguria	@Arpal_Liguria	44
ARPA Liguria (meteo)	@ARPAL_meteomare	44
Arpa Liguria (rischio meteo)	@ARPAL_rischiome	44

ARPA Lombardia	@arpalombardia	46
ARPA Marche (Oss. epidemiologico)	@SEAARPAM	35
ARPA Piemonte	@ArpaPiemonte	49
ARPA Puglia	@arpapuglia	41
ARPA Sicilia	@ARPASicilia	43
ARPA Toscana	@arpatoscana	54
ARPA Umbria	@arpaumbria	47
ARPA Valle d'Aosta	@ArpaValledAosta	41
ARPA Veneto	@arpaveneto	29
ARPA Veneto (uff. stampa)	@arpavstampa	36
ARPA Friuli Venezia Giulia	@ARPAFVG	42
ISPRA	@ISPRA_Press	54

Conclusioni

Nell'ambito delle attività del gruppo di lavoro "Comunicazione" del Sistema Nazionale della Protezione Ambientale (SNPA), è stato diffuso a tutte le agenzie ambientali un questionario sulle attività di comunicazione e informazione svolte (comunicazione interna, relazioni con il pubblico, relazioni con i media, comunicazione istituzionale, gestione siti Web e social media, produzione editoriale, organizzazione di eventi, immagine coordinata, ecc). e sulle relative modalità organizzative presenti nelle agenzie.

L'iniziativa, alla quale hanno partecipato tutte e 22 le agenzie del SNPA (Ispra-Appa-Arpa), si è conclusa con la redazione di questo report.

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie Agenzie. Solamente nel 36% dei casi si ha una organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione ed informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, *stakeholder*, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le funzioni relative. Al contrario nel 32% dei casi, nelle agenzie di più piccole dimensioni, le funzioni di comunicazione sono svolte prevalentemente da parte di personale (1/2 unità in genere) inserito nelle segreterie dei direttori generali o di quelli tecnici. Nelle rimanenti situazioni le funzioni della comunicazione ed informazione sono articolate fra varie strutture (o addetti), anche dipendenti da diverse direzioni, con evidente condizione di difficile coordinamento. Complessivamente sono impegnati in queste attività circa 150 persone.

Praticamente tutte le agenzie producono regolarmente comunicati stampa, anche se con una frequenza che è piuttosto diversificata. Nel complesso sono stati diffusi nel 2014 circa mille comunicati stampa da parte delle agenzie ambientali.

Assicurare la gestione dei rapporti con il pubblico (URP) è uno dei compiti fondamentali del settore comunicazione di un qualsiasi ente, e quindi anche delle agenzie ambientali. Circa due terzi dell'agenzie (15 su 22) hanno un numero di telefono dedicato ai rapporti con i cittadini, solamente in tre casi si tratta di un numero verde. Più o meno le stesse agenzie che hanno un numero dedicato alle attività di relazioni con il pubblico hanno anche una casella mail con la stessa funzione. Complessivamente sono stati assicurati (ma i dati disponibili sono parziali) circa 30.000 contatti con il pubblico nel 2014.

Solamente 8 agenzie hanno dichiarato di avere un proprio notiziario periodico con una frequenza abbastanza diversificata (dal quotidiano al bimensile). Su 6 agenzie che diffondono i propri notiziari via mail la maggior parte lo fanno a indirizzari piuttosto contenuti (meno di 1000 destinatari). Partendo da queste esperienze il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando alla messa a punto di un notiziario periodico del SNPA (Ispra-Appa-Arpa). Solamente 4 le Agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole e – se stampata – anche di carattere economico.

Tutte le agenzie ambientali hanno un loro sito Web. Per quanto riguarda la diffusione dei dati ambientali il quadro che emerge è estremamente frastagliato, con modalità molto diversificate di presentazione dei dati, spesso niente affatto *user friendly*, con dizioni, architetture e sistemi di interrogazione molto diversi gli uni dagli altri.

Le agenzie ambientali che hanno realizzato apposite APP per smartphone e tablet sono 8, tutte del centro-nord.

Per le agenzie ambientali, come per molte aziende ed enti, il Web è il principale canale di comunicazione e informazione ambientale. Per questo ci si è orientati in particolare verso quei social media che possono essere più opportunamente utilizzati per diffondere notizie, dati, documenti, immagini, video, raccolti o realizzati nell'ambito delle proprie attività.

L'indagine effettuata ha rilevato che la presenza maggiore delle agenzie nel campo dei social si ha su Twitter, dove sono attualmente presenti 15 agenzie, e le due APPA sono presenti sui profili social delle rispettive province autonome.

In ogni caso va evidenziato che complessivamente gli account Twitter alla data della rilevazione hanno quasi 35.000 follower. A tale proposito, il GdL Comunicazione del SNPA sta lavorando per la definizione di una policy condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli hashtag.

Per quanto riguarda Facebook, che sicuramente è la piattaforma social sulla quale sono presenti il maggior numero di utilizzatori, anche se fortemente caratterizzato da relazioni interpersonali, un luogo cioè dove più facilmente si sviluppano interazioni di carattere amicale, emozionale, piuttosto che di tipo oggettivo - informativo, vi è una presenza significativa da parte di 11 agenzie; tale presenza si concretizza in una pagina istituzionale (la cui visibilità è misurabile attraverso i cosiddetti “mi piace”, che al 1° settembre sono complessivamente circa 24.000).

Altre presenze di agenzie ambientali si hanno su You Tube, Flickr, Instragram, Issuu, e alcuni social minori.

Sulla base dei risultati di questa indagine emerge chiaramente che la realtà delle agenzie ambientali nel campo della comunicazione e dell'informazione è molto variegata.

Le esperienze positive, sia pure importanti, attuate da alcune agenzie, non sono comunque sufficienti, per poter ottenere risultati rilevanti; occorre che tutto il Sistema Nazionale della Protezione Ambientale riesca ad acquisire maggiore visibilità ed efficacia comunicativa.

Per fare questo è indispensabile “fare squadra”, cioè fare in modo che le agenzie mettano in comune le esperienze più avanzate e comunichino in modo coordinato facendo “massa critica”, il GdL Comunicazione ha quindi molti temi su cui lavorare e dare il proprio contributo.