

IL CONSIGLIO SNPA

- VISTO** l'art. 13 della legge 28 giugno 2016 n. 132 che, al fine di promuovere e indirizzare lo sviluppo coordinato delle attività del Sistema Nazionale a rete per la Protezione dell'Ambiente, ha istituito il Consiglio del Sistema nazionale (di seguito Consiglio SNPA), presieduto dal presidente dell'ISPRA e composto dai legali rappresentanti delle agenzie e dal direttore generale dell'ISPRA;
- VISTO** il Regolamento di funzionamento del Consiglio SNPA approvato con delibera n. 75/2020 del 30 aprile 2020;
- VISTO** il Programma Triennale delle Attività del SNPA 2025-2027 approvato nella seduta del Consiglio SNPA del 23 gennaio 2025 con delibera n. 266/2025;
- VISTA** la classificazione degli atti e della documentazione del Consiglio SNPA c.d. Tassonomia di Sistema di cui alla delibera n. 206/2023 del 18 aprile 2023;
- VISTE** la deliberazione del Consiglio SNPA n. 65 del 27 novembre 2019, con la quale è stato adottato il Piano di Comunicazione del SNPA per il triennio 2020-2022, la deliberazione n. 104 del 18 maggio 2021 che ha aggiornato il Piano di Comunicazione al triennio 2021-2023 e la deliberazione n. 185 del 7 settembre 2022 con la quale il Piano è stato aggiornato al triennio 2022-2024;
- VISTA** altresì la deliberazione n. 147/2021 del 20 dicembre 2021 che, in attuazione del Regolamento di funzionamento del Consiglio SNPA citato, ha istituito l'Osservatorio permanente "Comunicazione e informazione SNPA" (OSS 02) prevedendo al suo interno sei linee di attività;
- CONSIDERATO** che le deliberazioni nn. 65, 104 e 185 richiamate hanno incaricato la Rete Comunicazione e Informazione del SNPA, poi Osservatorio permanente "Comunicazione e informazione SNPA" (OSS 02), di dare attuazione operativa al Piano di Comunicazione;
- VISTA** altresì, la convenzione SNPA sulla comunicazione, di cui alla delibera del Consiglio SNPA n. 155/2022 del 23 febbraio 2022, stipulata il 26 luglio 2022 con l'apposizione delle firme digitali da parte di tutte le componenti del SNPA, la cui scadenza è prevista il 25 luglio 2025;

- VISTO** il documento “Piano di comunicazione del SNPA 2025-2027” contenente la proposta predisposta dall’Osservatorio 02 elaborata sulla base degli indirizzi contenuti nel Programma Triennale delle Attività del SNPA 2025-2027, fatta propria dall’Ufficio di presidenza;
- PRESO ATTO** che l’attuazione delle attività del Piano di comunicazione 2025-2027 richiede, in alcuni casi, l’impiego di risorse finanziarie ed è opportuno, pertanto, provvedere alla stipula di una convenzione tra ISPRA e le ARPA/APPA per lo sviluppo delle attività integrate di comunicazione e informazione;
- CONSIDERATO** che la compiuta attuazione delle attività previste dal Piano proposto e, in particolare, l’ulteriore impulso da dare all’innovazione dei linguaggi e dei formati della comunicazione dei dati e della conoscenza dell’ambiente attraverso la produzione grafica e audiovisiva, suggerisce di rivedere l’organizzazione dell’Osservatorio 02, in particolare sostituendo la Linea di attività 02-6 “Comunicazione dei dati ambientali” con una linea dedicata alla produzione multimediale;
- RITENUTO** di approvare la proposta di Piano 2025-2027 nonché la proposta di trasformazione della Linea di attività come proposta;
- PRESO ATTO** dell’opportunità di addivenire, nel prossimo aggiornamento del Piano, ad un maggiore dettaglio delle attività ritenute prioritarie;

DELIBERA

1. di approvare il “*Piano di comunicazione SNPA 2025-2027*”, che è parte integrante della presente delibera;
2. di incaricare l’Osservatorio 2 “Comunicazione e Informazione SNPA” di dare attuazione operativa al Piano di Comunicazione SNPA 2025-2027, rendicontando almeno semestralmente le relative attività all’Ufficio di Presidenza, ferma restando la necessità di concordare con la Presidenza del Consiglio del Sistema e di condividere nelle forme opportune con le altre articolazioni del SNPA le singole iniziative di comunicazione e informazione di valenza strategica;
3. di modificare le linee di attività dell’OSS 02 “Comunicazione e Informazione SNPA” individuate nella deliberazione n. 148/2021, sostituendo la linea di attività OSS 02-06 “Comunicazione dei dati ambientali” con la OSS 02-06 “Produzione multimediale”;
4. di dare mandato all’Area di Presidenza per il Sistema Nazionale per la Protezione dell’Ambiente dell’ISPRA di avviare la richiesta alle Agenzie e all’ISPRA per la designazione dei rappresentanti esperti dell’OSS 02 ed eventualmente di esperti aggiuntivi per ciascuna delle linee di attività;

5. di dare mandato all'Area di Presidenza per il Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente dell'ISPRA di tenere aggiornato il quadro dei partecipanti all'OSS 2 "Comunicazione e informazione SNPA" depositato in un'area del repository del SNPA dedicata e consultabile online, inoltrando al coordinatore dell'Osservatorio stesso le modifiche indicate dai componenti del Consiglio SNPA relativamente al proprio Ente;
6. di rimandare a successivo atto l'individuazione delle risorse finanziarie necessarie alla compiuta attuazione del Piano di Comunicazione di cui al punto 1;
7. di ritenere il presente atto, ai sensi dell'art. 12 del predetto Regolamento di funzionamento, immediatamente esecutivo;
8. per il territorio delle Province Autonome di Trento e Bolzano l'atto stesso è applicato nel rispetto delle disposizioni dello statuto di autonomia speciale, delle relative norme di attuazione e della sentenza n. 212/2017 della Corte Costituzionale;
9. di dare mandato ad ISPRA di pubblicare il presente atto sul sito www.snpambiente.it;
10. di dare, altresì, mandato ad ISPRA di dare notizia dell'avvenuta approvazione del presente atto al Ministero dell'Ambiente e dello Sviluppo Economico nonché al Presidente della Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome.

Roma, 17 luglio 2025

Il Presidente

F.TO

Stefano Laporta

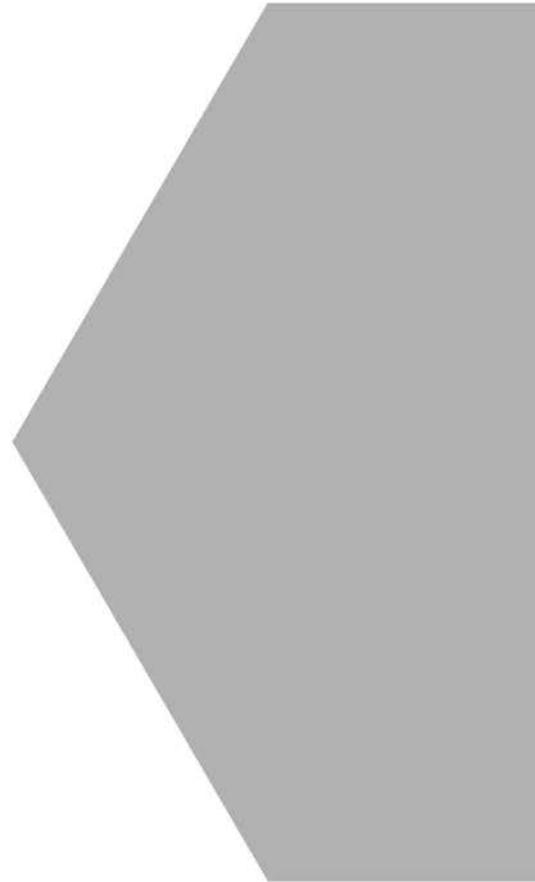
PIANO DI COMUNICAZIONE SNPA 2025-2027





Sistema Nazionale
per la Protezione
dell'Ambiente

PIANO DI COMUNICAZIONE 2025-2027



Il Sistema Nazionale a rete per la Protezione dell'Ambiente (SNPA) è operativo dal 14 gennaio 2017, data di entrata in vigore della legge 28 giugno 2016, n. 132 di "Istituzione del Sistema Nazionale a rete per la Protezione dell'Ambiente e disciplina dell'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale" (ISPRA).

Il SNPA è composto dall'ISPRA, ente pubblico nazionale di ricerca che ne coordina le attività, e dalle agenzie per la protezione dell'ambiente delle Regioni e delle Province autonome di Trento e Bolzano. Attraverso la cooperazione a rete, il Sistema lavora per raggiungere prestazioni tecniche ambientali uniformi sull'intero territorio nazionale, a vantaggio della tutela dell'ambiente e a beneficio della popolazione, dell'attività delle imprese e del sistema pubblico in generale.

Le prestazioni tecniche riguardano le attività ispettive e di controllo ambientale, il monitoraggio dello stato dell'ambiente, il controllo delle fonti e dei fattori di inquinamento, il supporto alle attività in campo ambientale dello Stato, delle Regioni e degli enti locali, la ricerca finalizzata a tali scopi nonché la raccolta, l'organizzazione e diffusione dei dati e delle informazioni ambientali che sono riferimenti ufficiali dell'attività di tutta la pubblica amministrazione.

Il Sistema produce documenti tecnici quali Report ambientali SNPA, Linee guida SNPA, Pubblicazioni tecniche SNPA e pareri vincolanti in base alla legge. Organo deliberativo del Sistema è, ai sensi dell'art. 13 della legge n. 132/2016, il Consiglio del Sistema Nazionale, presieduto dal Presidente dell'ISPRA e composto dai rappresentanti legali delle agenzie e dal Direttore generale dell'Istituto. Le persone che agiscono per conto delle componenti del Sistema non sono responsabili per l'uso che può essere fatto delle informazioni contenute in queste pubblicazioni.

Citare questo documento come segue:

SNPA, Piano di comunicazione 2025-2027.

Riproduzione autorizzata citando la fonte.

Copertina:

Elena Porrazzo – Ufficio Grafica ISPRA

Foto in copertina: unsplash.com

Luglio 2025

Autori

Arpa Abruzzo	Francesco Tancredi
Arpa Basilicata	Anna Cammarota
Arpa Bolzano	Nadia Franzoi (co-coordinamento)
Arpa Calabria	Teresa Benincasa
Arpa Campania	Cristina Abbrunzo
Arpae Emilia-Romagna	Stefano Folli
Arpa FVG	Sara Petrillo (coordinamento)
Arpa Lazio	Luigi Chialvo
Arpa Liguria	Elisabetta Delponte
Arpa Lombardia	Annarita Azzarone
Arpa Marche	Thomas Valerio Simeoni
Arpa Piemonte	Marcella Luparia
Arpa Puglia	Luigi Carrino
	Anna Paola Chirilli
	Francesca Lombardi
Arpa Sardegna	Georgia Sanna
Arpa Sicilia	Piergiorgio Martorana
	Alice Scarcella
Arpa Toscana	Carlotta Alaura
Arpa Umbria	Francesco Aiello
	Rossano Pastura
	Markos Charavgis
Arpa Valle d'Aosta	Sara Favre
Ispra	Daria Mazzella (co-coordinamento)

Percorso istruttorio

Documento elaborato nell'ambito dell'articolazione istruttoria del Consiglio SNPA Osservatorio OSS 02 "Comunicazione e Informazione", Linea di attività OSS 02-02 "Piano di Comunicazione".

Documento adottato dal Consiglio SNPA, con Delibera n. 288 del 17/07/2025.

Ringraziamenti

Si ringrazia i colleghi che hanno contribuito alla stesura del documento e non più inseriti all'interno della LdA Piano di comunicazione Snpa. Si ringrazia per il contributo anche i coordinatori delle altre Linee di attività dell'Osservatorio comunicazione e informazione e i componenti del Coordinamento strategico dell'Oss. 02.

Si ringrazia inoltre per il supporto ISPRA-Area per il Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente (PRES-SNPA) e il Coordinamento Tecnico Operativo (CTO) del Consiglio SNPA.

Sommario

PREMESSA	7
METODOLOGIA.....	7
OBIETTIVI STRATEGICI.....	8
ANALISI DI SCENARIO.....	9
IDENTITÀ DEL SNPA E CARATTERISTICHE DISTINTIVE.....	9
LIMITI E CRITICITÀ	9
TENDENZE DEL CONTESTO COMUNICATIVO	10
OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	13
PUBBLICI.....	13
SITUAZIONE ATTUALE	13
PROSPETTIVE DI SVILUPPO	14
<i>Pubblico mainstream</i>	14
<i>Adolescenti e giovani</i>	14
CONTENUTI	15
SITUAZIONE ATTUALE	15
<i>Altri contenuti elaborati / in corso di elaborazione</i>	16
PROSPETTIVE DI SVILUPPO	16
STRUMENTI E AZIONI.....	17
IL PORTALE <i>SNPAMBIENTE.IT</i> E LA NEWSLETTER <i>AMBIENTEINFORMA</i> (LINEA DI ATTIVITÀ “REDAZIONE INTEGRATA DEI CONTENUTI”).....	17
<i>Situazione attuale</i>	17
<i>Prospettive di sviluppo</i>	17
ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA (LINEA DI ATTIVITÀ “COORDINAMENTO DEGLI UFFICI STAMPA”).....	17
<i>Situazione attuale</i>	17
<i>Prospettive di sviluppo</i>	18
LINEA DI ATTIVITÀ “SOCIAL MEDIA”	18
<i>Situazione attuale</i>	18
<i>Prospettive di sviluppo</i>	19
EVENTI PROMOSSI / PARTECIPATI DAL SNPA.....	19
<i>Situazione attuale</i>	19
PROSPETTIVE DI SVILUPPO	20
LINEA DI ATTIVITÀ “COORDINAMENTO ATTIVITÀ DI RELAZIONE CON IL PUBBLICO, ACCESSO E ASCOLTO DEL PUBBLICO (SI-URP)”	21
<i>Situazione attuale</i>	21
<i>Prospettive di sviluppo</i>	23
LINEA DI ATTIVITÀ “PRODUZIONE MULTIMEDIALE”	23
<i>Situazione attuale</i>	23
<i>Prospettive di sviluppo</i>	23
STRUTTURE E RISORSE.....	24
SITUAZIONE ATTUALE	24
PROSPETTIVE DI SVILUPPO	24
ANALISI RISULTATI	26
RIFERIMENTI NORMATIVI E AMMINISTRATIVI	27
ALTRE FONTI	27

(pagina lasciata vuota intenzionalmente)

Premessa

La prima versione del Piano di comunicazione Snpa (d'ora in avanti Pdc) è stata approvata con deliberazione del Consiglio Snpa n. 65 del 27 novembre 2019 (PdC 2020-2022). Da allora il documento è stato oggetto di aggiornamenti (deliberazioni nn. 104/2021 e 185/2022) per tenere conto dei mutamenti di scenario e dei conseguenti cambiamenti nelle azioni di comunicazione programmate. Con il primo aggiornamento del PdC (deliberazione n. 104/2021) è stata anche determinata la composizione iniziale dell'Osservatorio Comunicazione e informazione, articolazione operativa permanente del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente, a diretto coordinamento della Presidenza, che garantisce il presidio della comunicazione del Sistema (art. 10 del Regolamento di funzionamento del Consiglio Snpa) e nello specifico è incaricata di dare attuazione operativa al Pdc (si rimanda alle già citate deliberazioni, oltre che alla deliberazione n. 148/2021 di istituzione degli Osservatori del Snpa).

In ultimo, è emersa l'esigenza di allinearsi agli obiettivi strategici riportati nel Programma triennale delle attività 2025-2027 (d'ora in avanti Pta), condiviso dal Consiglio del Snpa con deliberazione n. 266/2025, e del valore vincolante delle linee di intervento ivi fissate, anche in chiave di definizione degli obiettivi specifici e delle modalità operative delle attività di comunicazione e informazione.

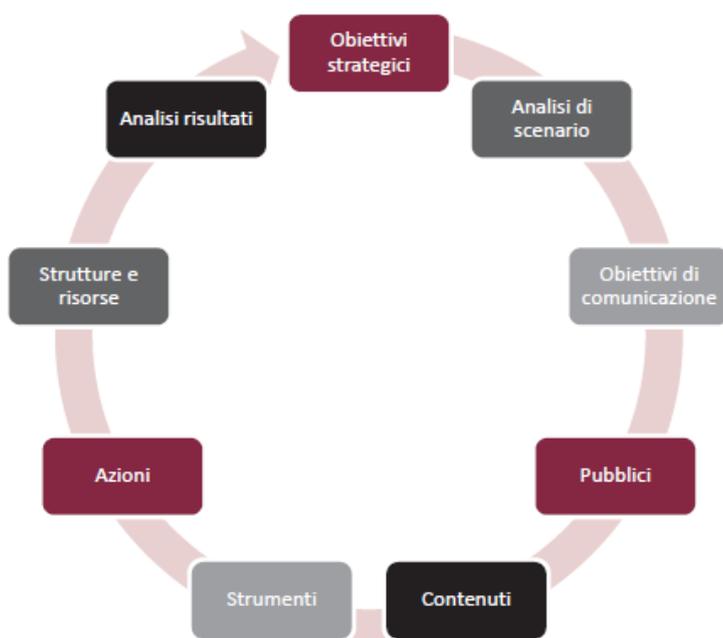
Metodologia

Il Piano di comunicazione è un documento di pianificazione triennale, allineata con il Pta, con possibilità di aggiornamento annuale.

Il metodo di lavoro per la redazione del Pdc (tratto dal manuale a cura di Nicoletta Levi, *Il piano di*

comunicazione nelle amministrazioni pubbliche. Analisi e strumenti per l'innovazione, Dipartimento della Funzione pubblica) individua diverse fasi quali:

1. l'analisi degli obiettivi strategici del Sistema;
2. l'analisi dello scenario;
3. la definizione di obiettivi di comunicazione;
4. l'individuazione dei pubblici;
5. la scelta dei contenuti;
6. l'individuazione degli strumenti;
7. l'individuazione delle azioni;
8. l'individuazione di strutture e risorse;
9. l'analisi dei risultati.



(Grafico 1. Metodologia del Piano di comunicazione)

Obiettivi strategici

Perseguire la convergenza e l'armonizzazione delle procedure tecniche e operative degli enti che garantiscono i controlli a tutela dell'ambiente è una tendenza storica di sviluppo del sistema composto da Ispra e dalle Agenzie per l'ambiente di Regioni e Province autonome, fin dalla riforma dei controlli ambientali con il D.L. n. 496/93. Questo processo ha ricevuto ulteriore impulso con l'istituzione del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente (L. n. 132/2016), che ha come obiettivo primario assicurare efficacia e omogeneità, su tutto il territorio nazionale, nell'esercizio delle funzioni pubbliche di salvaguardia e conoscenza degli ecosistemi e delle risorse naturali, anche a supporto del sistema sanitario e di protezione civile.

I Livelli essenziali delle prestazioni tecniche ambientali (Lepta), strumento attuativo di tale finalità, rappresentano la declinazione, in ambito ambientale, dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali che devono essere garantiti a tutti i cittadini ai sensi della Costituzione.

Il Programma triennale delle attività del Snpa delinea un impegno comune - da parte di Ispra e delle agenzie per l'ambiente - a perseguire i Livelli essenziali delle prestazioni sulla base di quanto delineato, seppur non in via definitiva, dallo stesso Pta.

Tra le linee prioritarie di intervento delineate dal Pta, si annovera il coordinamento delle attività di comunicazione pubblica, informazione, educazione e formazione ambientale, con l'elaborazione *“di una specifica strategia informativa di Sistema che coinvolga capillarmente tutti i territori (...) che raggiunga il numero più elevato possibile di utenti”*.

Inoltre tra gli obiettivi di Valore pubblico proposti nel Pta viene esplicitamente citata la *“comunicazione istituzionale”* al fine di *“dotare gli enti del Sistema di una reportistica qualificata ed efficace in grado di fotografare i vari aspetti ambientali, sincronizzando la pubblicazione e diffusione delle informazioni, individuando set di indicatori ambientali che fotografino a scadenze prestabilite la realtà dello stato della qualità ambientale nel territorio”*.

 Nella programmazione delle attività di comunicazione, l'esigenza, che si evince anche dalla programmazione generale delle attività, è di rafforzare il Sistema nazionale come istituzione tecnico-scientifica di riferimento per la conoscenza dell'ambiente in Italia (***affermazione dell'identità del Snpa***).

 In particolare, si intende affermare, in maniera sempre più chiara e diffusa, il valore pubblico rappresentato dai dati ambientali raccolti e dall'informazione generata dal Snpa (***finalità informativa / di servizio pubblico***).

 Il Sistema è chiamato a concorrere all'impegno comune per la sostenibilità dello sviluppo economico, anche contribuendo alla diffusione di stili di vita e modelli di produzione più attenti agli equilibri ecologici per costruire una cultura condivisa della sostenibilità (***finalità comunicativa/educativa***).

Analisi di scenario

Identità del Snpa e caratteristiche distintive

✓ Il Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente è la fonte ufficiale in Italia per la conoscenza in materia ambientale. Una delle sue missioni è uniformare le procedure tecniche su tutto il territorio nazionale, per attuare il principio costituzionale dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali.

✓ Rispetto ad altre realtà scientifiche e associative che parlano di ambiente, ha una speciale legittimazione che gli è conferita dalla normativa e in più, essendo emanazione delle principali istituzioni poste a cura degli interessi pubblici (Stato, Regioni), è chiamato a esprimere un punto di vista imparziale.

✓ La comunicazione del Snpa può già contare su un bacino consolidato di destinatari, sia a livello territoriale che a livello nazionale (cfr. paragrafo sui *Pubblici*). Questa platea è caratterizzata prevalentemente da un interesse professionale per i temi dell'ambiente, sebbene l'identità del sistema composto da Ispra e dalle Arpa/Appa cominci a essere riconosciuta anche sui media più generalisti e di riflesso dalla generalità della popolazione.

Limiti e criticità

Alcuni fattori contribuiscono a far sì che l'identità del Snpa non sia pienamente conosciuta:

🔍 La sua complessa articolazione, con molteplici identità nazionali e regionali e la coesistenza di una pluralità di acronimi (Snpa, Ispra, Arpa, Appa, Arpa + nome della regione, Arpa + iniziale della regione);

🔍 La compresenza di altri attori, soprattutto associativi, che svolgono una funzione di attivismo e di denuncia sulle questioni dell'ambiente, anche con una rapidità di comunicazione favorita dal loro assetto organizzativo;

🔍 La generale sfiducia nei confronti dell'establishment politico-istituzionale, che caratterizza ampie porzioni dell'opinione pubblica dei Paesi europei, in anni recenti (post-pandemia) aggravata anche da crescente contestazione della scienza "ufficiale";

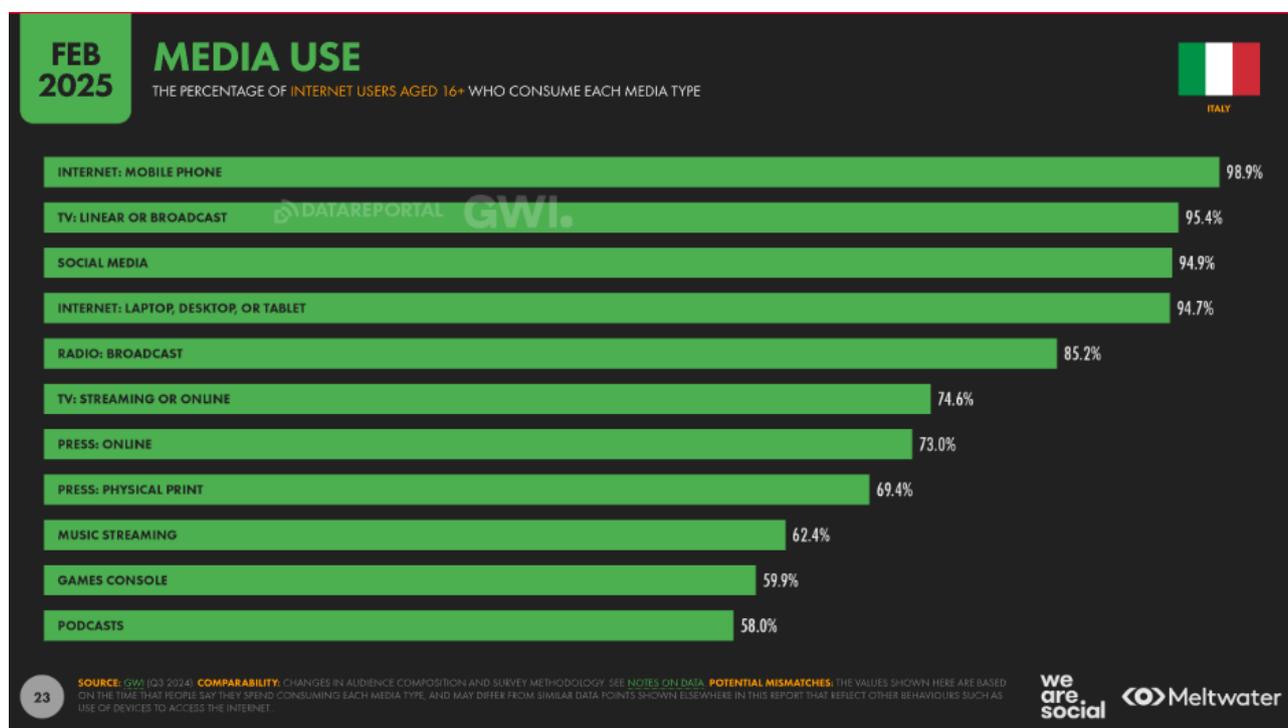
🔍 Una certa disomogeneità delle agenzie nelle prassi di comunicazione, che rende più difficile coordinare azioni a livello nazionale;

🔍 Per una parte delle attività programmate, i risultati perseguibili sono nettamente condizionati dalle risorse disponibili, in particolare quelle umane; risalta la necessità di definire un polo di competenze per innovare gli strumenti e i linguaggi della comunicazione Snpa, ad esempio dando ulteriore slancio alla produzione multimediale e grafica;

Tendenze del contesto comunicativo

Nel mondo della comunicazione coesistono alcune tendenze che è bene tener presenti:

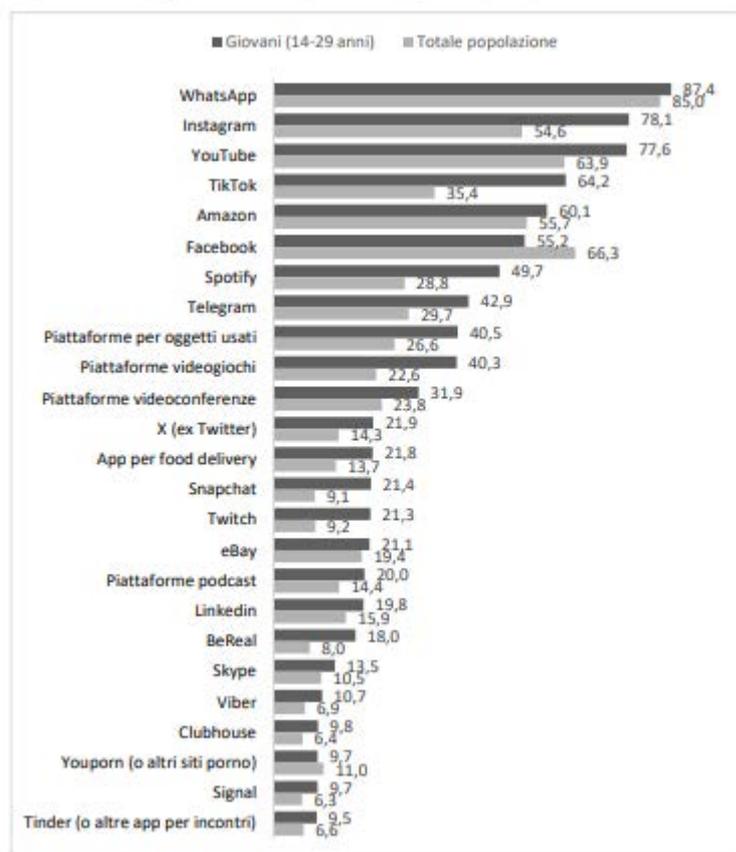
- **tutti comunicano**: gli attori della comunicazione continuano a moltiplicarsi. Da pochi soggetti che tradizionalmente avevano accesso ai media siamo passati (prima con la diffusione del web poi con i social media) a contenuti creati da tutti e in misura crescente anche a contenuti generati dall'intelligenza artificiale.
- si accede al web sempre più attraverso i **dispositivi mobili** (nel 2012 coprivano il 6% del traffico web in Italia, nel 2022 il 52%; fonte: We Are Social, *Digital 2023, I dati italiani*).
- la comunicazione è sempre più **“social” e visiva**. I social media continuano a guadagnare pubblico, soprattutto quando propongono contenuti *visual* (video, infografiche ecc..). Continuano a diminuire gli utenti dell'informazione “off line” ma anche degli stessi giornali on line (*Grafico 1*).



(Grafico 2. Utilizzo dei media nella popolazione italiana dai 16 anni in su nel 2024. Fonte: <https://wearesocial.com/it/blog/2025/02/digital-2025/>)

- se si considera il **target giovani** (14-29 anni), la predilezione per i contenuti visivi è più evidente: in Italia il 78,1% di loro utilizza Instagram (rispetto al 54,6% della popolazione totale), il 77,6% di loro utilizza YouTube (rispetto al 63,9% della popolazione totale) (*Grafico 2*). Se si guarda alla tendenza che emerge nell'ultimo anno di riferimento delle indagini di settore, appaiono ulteriormente rafforzarsi piattaforme come TikTok e la stessa Instagram (*19esimo Rapporto Censis sulla comunicazione, 2024; 20esimo Rapporto Censis sulla comunicazione, 2025*).

Fig. 2 - Utenza complessiva di social network, piattaforme digitali, servizi di messaggistica: un confronto tra la popolazione complessiva e i giovani (val.%)



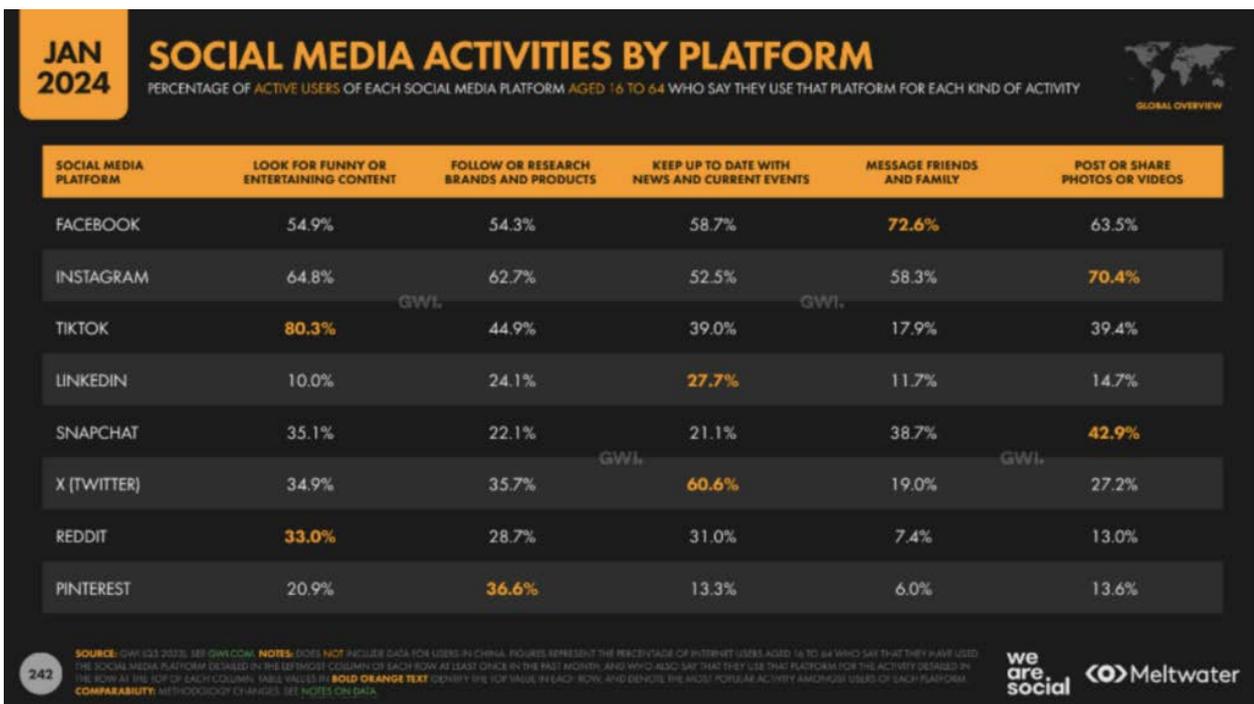
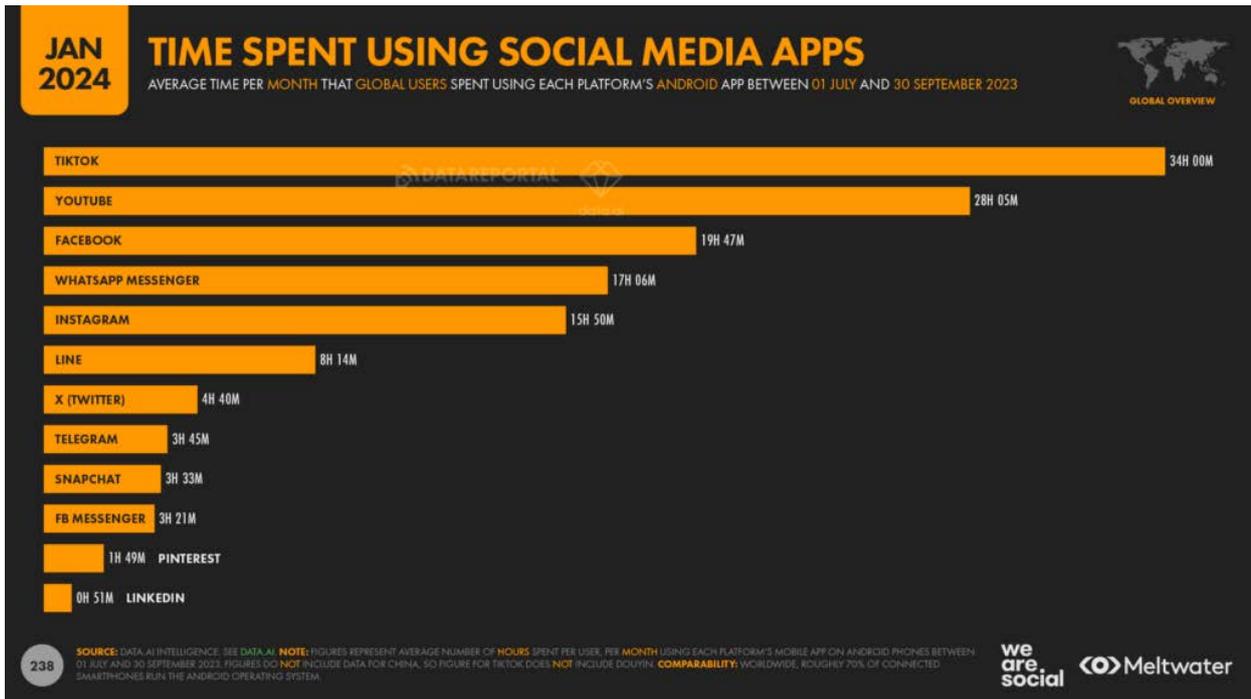
Fonte: indagine Censis, 2024

(Grafico 3. Utilizzo delle piattaforme social nella popolazione italiana in generale e tra i giovani italiani tra 14 e i 29 anni. Fonte: 20esimo Rapporto Censis sulla comunicazione, 2025)

- come evidenziano i due grafici che seguono, a guidare le scelte in termini di social da utilizzare è l'incrocio tra la diffusione/utilizzo della piattaforma e le **motivazioni** che spingono gli utenti ad utilizzarla.

- continuano a crescere gli **investimenti in pubblicità digitale** e in particolare gli investimenti in pubblicità sui social media.

Questo scenario deve far riflettere sulla pianificazione strategica della comunicazione di una realtà complessa e *multitarget* come quella del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente. È evidente che, nel quadro del marcato pluralismo dell'universo mediatico attuale, si fa fatica a conquistare l'attenzione di un vasto pubblico. Si richiede, in tal senso, una rinnovata visione degli strumenti e delle modalità di somministrazione dei contenuti nelle diverse forme, con l'intento di avvicinarsi alla quotidianità dei cittadini e alla loro "dieta mediatica" fatta di contenuti veicolati attraverso i social e gli smartphone, con una inedita moltitudine di fonti, di strumenti e di abitudini e motivazioni di consumo. Del resto, il ruolo istituzionale del Snpa implica senz'altro l'ambizione di rivolgersi alla generalità dei cittadini, ma anche la necessità di rendere in maniera rigorosa ed equilibrata la complessità del discorso tecnico-scientifico, per cui l'impegno per la diffusione della conoscenza dell'ambiente è inevitabilmente caratterizzato dalla ricerca di punti di incontro tra diverse istanze.



(Grafici 4 e 5. Quantità media di tempo che a livello globale gli utenti spendono mensilmente su ciascuna piattaforma social e motivazioni di utilizzo, gennaio 2024. Fonte: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>)

Obiettivi di comunicazione

Rafforzare, presso le varie categorie di destinatari, la percezione del Snpa come il riferimento istituzionale e autorevole per la conoscenza dell'ambiente in Italia, vettore di sviluppo e di omogeneizzazione delle procedure tecniche (finalità di **promozione dell'immagine**).

Migliorare la conoscenza e la consapevolezza delle questioni ambientali, promuovendo una diffusione chiara e tempestiva dei dati e del patrimonio di informazioni di fonte Snpa (finalità **informativa/di servizio pubblico**).

Ascoltare e coinvolgere le diverse categorie di destinatari con l'obiettivo di creare una cultura e un linguaggio condivisi in materia di ambiente e di sostenibilità in cui i contenuti vengono costruiti sia da noi che dai nostri destinatari (finalità **comunicativa**).

Publici

Situazione attuale

Il **sito del Snpa** viene seguito da circa 350mila utenti ogni anno (ormai il dato è consolidato da diversi anni, in leggero aumento), la newsletter settimanale viene inviata a circa 110mila indirizzi.

Nel 2023, nell'ambito del percorso per il rinnovo del portale [snpambiente.it](https://www.snpambiente.it), è stata svolta una consultazione degli utenti del sito del Sistema (<https://www.snpambiente.it/snpa/un-breve-sondaggio-per-migliorare-il-sito-web-snpa/>).

Il campione di intervistati non è statisticamente rappresentativo dell'insieme degli utenti, tuttavia si sottolinea che una quota rilevante (40%) degli utenti che hanno compilato il questionario è rappresentata da colleghi Snpa, nel complesso circa il 60% degli intervistati consulta il sito per motivi di lavoro.

Il profilo **LinkedIn** del Snpa conta oltre 14.000 followers, rapidamente aggregati nell'arco di un anno e mezzo. Le metriche del profilo LinkedIn (anno di riferimento: 2023) mostrano che le categorie più frequenti di appartenenza dei nostri followers sono i "servizi ambientali" (22,7%), seguiti da pubblica amministrazione (5,8%), servizi di ricerca (5,7%).

I pubblici della comunicazione del Snpa: alcune cifre

- ▶ 375mila utenti del portale [snpambiente.it](https://www.snpambiente.it)
- ▶ 115mila destinatari della newsletter settimanale *AmbienteInforma*
- ▶ Più di 14mila follower su LinkedIn
- ▶ Più di 6mila follower su X
- ▶ 1.200 articoli/servizi su stampa/radio-tv/web hanno citato il Snpa in un anno*
- ▶ 5.700 visualizzazioni complessive su YouTube nel 2024

(Tabella 1. *I pubblici attuali della comunicazione del Snpa. Alcune cifre. *dato 2023*)

Il profilo **X**, avviato nel 2017, conta circa 6.200 follower a fine 2024. Questo canale ha sofferto - e soffre tuttora - delle incertezze che caratterizzano questo social dopo l'abbandono del marchio storico Twitter: il quadro appare ulteriormente peggiorato nei primi mesi del 2025, probabilmente in relazione alle reazioni al

coinvolgimento politico dell'attuale proprietà (il trend è riscontrabile anche nei siti delle varie agenzie del Snpa).

Un segmento rilevante è rappresentato dai giornalisti che spesso riportano i contenuti Snpa (circa 1.200 citazioni censite nel 2023 sulle testate giornalistiche a stampa, radio-tv e web, ma il dato è sottostimato).

Dai dati a disposizione è dunque possibile ipotizzare che attualmente la comunicazione Snpa si rivolga prevalentemente a un target "professionale", con **una presenza significativa di quattro segmenti: impresa, istituzioni, ricerca, giornalismo.**

Prospettive di sviluppo

Pubblico mainstream

Al livello dei singoli componenti, sulla base dei dati disponibili (si veda ad es. la sezione "Quanto informiamo" del sito snpambiente.it) i contenuti di Ispra e delle Arpa in grado di catturare, rapidamente e diffusamente, l'attenzione di un pubblico "generalista", sono principalmente quelli relativi ai servizi meteo e all'informazione legata a situazioni di crisi/emergenza.

A livello di comunicazione congiunta Snpa, la dinamica di formazione dei contenuti è diversa, più laboriosa e con tempi generalmente più lunghi e prende la forma, sovente, di raccolta e aggregazione di dati presentati con cadenza annuale, nella cornice di un rapporto o altro tipo di pubblicazione analogo. Tuttavia, le campagne stampa effettuate in occasione della presentazione di rapporti Snpa e altri prodotti hanno permesso di attirare l'attenzione del complesso della popolazione, in particolare con la collaborazione dei media tradizionali (anche Tg delle principali emittenti nazionali) che hanno ripreso i materiali del Snpa (comunicati, infografiche, clip video).

Si ravvisa pertanto il compito di rafforzare la produzione di materiale grafico e video utile a supporto delle campagne stampa e social (infografiche e *visual*, cartelle video con clip per la stampa; cfr. il paragrafo relativo alla Linea di attività "Uffici stampa").

Al di là della necessità di supportare le campagne stampa con la produzione di materiale ad hoc, l'ampliamento della platea dei destinatari della comunicazione Snpa passa anche per l'elaborazione di prodotti audiovisivi di taglio più divulgativo, che possano avvicinare i cittadini agli apparati tecnici istituzionali con linguaggi e formati meno asettici e più vicini al vissuto dei destinatari, facendo leva anche sul tessuto umano di cui è composto il Snpa per rendere più fruibili i contenuti (cfr. i paragrafi relativi ai Contenuti e alla Linea di attività "Dati ambientali").

Adolescenti e giovani

Le fasce di età under 35 (studenti, giovani a inizio carriera, c.d. Neet) possono essere interessate all'attività del Snpa in un'ottica di futuro lavorativo (in un'ottica cioè di costruzione di se stessi come professionisti) e/o perché animati da istanze ambientaliste (in un'ottica più idealista). Sebbene queste motivazioni potrebbero in una certa misura rendere propensi i più giovani a decidere di consultare gli strumenti di comunicazione del Snpa, in linea generale si tratta di fasce di popolazione le quali - soprattutto in età adolescenziale - mostrano una scarsa propensione a fruire di propria iniziativa di contenuti offerti dalla comunicazione istituzionale, se non vengono accompagnati in un percorso educativo o quantomeno di incontro e aggregazione.

I prodotti audiovisivi Snpa dovranno dunque essere utilizzati, in sinergia con le articolazioni specifiche del Snpa, soprattutto in sede di educazione ambientale e incontro con scuole e università sul territorio.

Contenuti

Situazione attuale

I contenuti della comunicazione del Snpa nel 2024: alcune cifre

- ▶ 627 notizie/articoli/comunicati pubblicati sul sito snpambiente.it
- ▶ 7 comunicati stampa congiunti Snpa
- ▶ 49 newsletter *AmbienteInforma* distribuite
- ▶ 2 prodotti di divulgazione pubblicati (*Informativa Qualità dell'aria* e *Notizia + Infografica Balneazione*)
- ▶ 6 sezioni tematiche del sito rinnovate
- ▶ 10 video pubblicati sul canale YouTube del Snpa

(Tabella 2. I contenuti attuali della comunicazione del Snpa. Alcune cifre)

La produzione di contenuti per il portale e i canali di comunicazione del Snpa è storicamente molto vivace sul piano quantitativo, con una coraltà di partecipazione, da parte delle Arpa/Appa, che testimonia della volontà delle singole componenti territoriali di ritagliarsi un proprio spazio su una vetrina nazionale.

L'informazione ambientale offerta dal Sistema si presenta, tuttavia, in una certa misura frammentata, con una netta prevalenza di contenuti locali e un ruolo di traino rivestito da singoli casi e iniziative, rispetto a operazioni di informazione più complessiva e a vasta scala.

Con l'obiettivo di costruire una comunicazione più organica, a partire dal 2023 l'Osservatorio Comunicazione e informazione ha modulato la propria agenda in funzione del calendario dei principali momenti in cui il Snpa parla ai cittadini, in occasione soprattutto della presentazione di alcune pubblicazioni del Sistema (in particolare i Rapporti) e degli eventi.

Tra questi prodotti, si segnala che alcuni sono nati con un formato specificamente destinato al web, cioè:

1) l'informativa sintetica annuale *La qualità dell'aria in Italia*, prodotto della specifica Rete tematica con il supporto dell'Osservatorio Comunicazione;

2) la notizia + infografica sulla balneazione elaborata ogni anno, prodotto della collaborazione dell'Osservatorio con la Rete tematica "Acque marino, marino-costiere e di transizione", in particolare con la Linea di attività "Acque di balneazione".

A seguire si presenta il calendario delle principali iniziative di comunicazione programmate per il 2025, in occasione delle quali si effettueranno campagne stampa e sui *social*.

CALENDARIO CONTENUTI 2025 

GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO  Qualità dell'aria	APRILE
MAGGIO	GIUGNO  Balneazione	LUGLIO  Clima	AGOSTO
SETTEMBRE	OTTOBRE  Consumo di suolo  Rapporto Ambiente SNPA	NOVEMBRE  Attività in emergenza (Ecomondo)	DICEMBRE  11 dicembre Montagna

(Grafico 6. Calendario delle principali campagne stampa Snpa realizzate/da realizzare nel 2025)

Altri contenuti elaborati / in corso di elaborazione

- contenuti istituzionali: i numeri del Sistema, cosa sono i Lepta, la storia del Snpa (in corso di elaborazione);
- contenuti di comunicazione per ulteriori rapporti in corso di elaborazione (ad es. Rapporto sugli interventi in emergenza);
- materiale di comunicazione per appuntamenti "interni" Snpa: appuntamenti interni: interconfronti, esercitazioni congiunte, formazione tecnica;
- dati aggregati sulle richieste che pervengono al SI-URP / agli URP;
- notizie nazionali / interregionali:
 - in caso di celebrazioni (ad es. Giornate mondiali), con panoramiche delle iniziative in più regioni;
 - in caso di fenomeni meteorologici su scala sovraregionale (afflussi di polveri desertiche, eventi meteo estremi, allerte qualità dell'aria).

Prospettive di sviluppo

Occorre rafforzare il confronto già avviato con le Reti tematiche e con le articolazioni del Sistema per delineare ulteriori temi su cui elaborare contenuti per le attività di comunicazione (su temi come Marine Strategy, campi elettromagnetici, progetti Pnrr/europei, stato dei ghiacciai), individuando anche ulteriori "voci" interne al Sistema (non solo i coordinatori delle Reti tematiche) che possano trasferire le conoscenze tecnico-scientifiche sul piano divulgativo e mediatico (Cfr. Paragrafi Pubblici e Dati ambientali).

Si ravvisa poi l'esigenza di intensificare l'impegno per migliorare la fruizione del patrimonio di dati di fonte Snpa, anche incentivando la rappresentazione grafica e promuovendo l'accesso in punti univoci su scala nazionale oltre che la creazione, laddove possibile, di linguaggi e formati visivi comuni.

Strumenti e azioni

In questo paragrafo vengono descritte le attività consolidate di ciascuna delle Linee di attività di cui è composto l'Osservatorio Comunicazione e informazione Snpa ("Situazione attuale") e le prospettive di sviluppo con le principali azioni proposte.

Il portale *snpambiente.it* e la newsletter *AmbienteInforma* (Linea di attività "Redazione integrata dei contenuti").

Situazione attuale

La redazione Snpa ha elaborato e pubblicato nel 2024 più di 600 contenuti, tra notizie e articoli, confluiti nella newsletter settimanale *AmbienteInforma* distribuita in 49 edizioni (Cfr. i paragrafi dedicati a *Pubblici e Contenuti*). Il sito Snpa può contare su più di 350mila utenti su base annuale (dato 2023, consolidato da diversi anni), la newsletter viene distribuita a più di 110mila destinatari.

Il sito Snpa rappresenta un punto di riferimento presso determinate categorie di professionisti, tant'è che alcuni di questi contenuti, di più significativo *appeal* mediatico, vengono ripresi dalle testate giornalistiche esterne al Snpa anche senza il lancio di una campagna stampa.

È prevista nel 2025 la messa in esercizio del nuovo portale del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente, con un impianto grafico rinnovato - che prevede, tra l'altro, una visibilità più immediata per i database, per le pubblicazioni e per i moduli Si-Urp - e un'ottimizzazione della gestione tecnica.

Prospettive di sviluppo

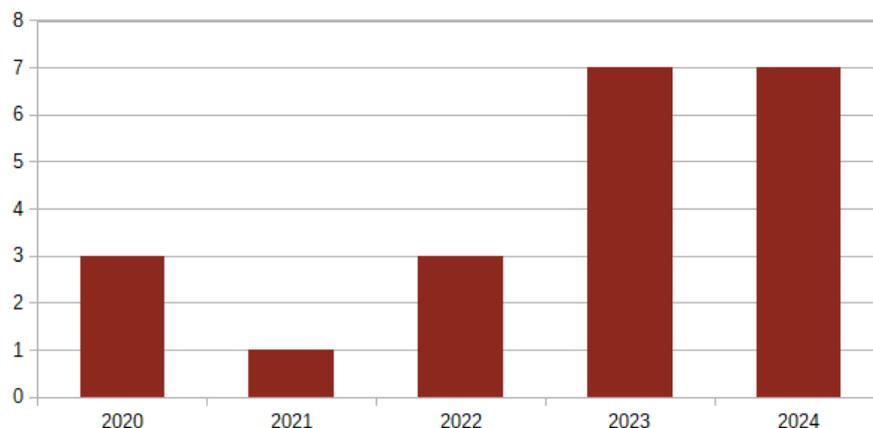
✦ La newsletter verrà rinnovata per la parte grafica e si realizzeranno iniziative per ampliarne ulteriormente la diffusione. In particolare, nell'ottica di creare una *community* intorno ai prodotti di comunicazione del Snpa, occorre dedicarsi maggiormente alla manutenzione e all'ampliamento dell'indirizzario della newsletter nazionale.

Attività di ufficio stampa (Linea di attività "Coordinamento degli uffici stampa")

Situazione attuale

I comunicati stampa di Sistema vengono diffusi prevalentemente in occasione di eventi e uscite di rapporti di Sistema. L'attività dell'ufficio stampa è stata intensificata a partire dal 2023, con buoni riscontri sulle testate giornalistiche nazionali (Cfr. paragrafo sui *Pubblici*).

Grafico n. 7 - N. di campagne stampa del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente



Prospettive di sviluppo

✦ Per rafforzare ulteriormente l'attività congiunta di ufficio stampa, che ha prodotto una spinta all'affermazione dell'identità del Snpa sui media, occorrerà individuare ulteriori temi su cui parlare alla generalità dei cittadini e al mondo dell'informazione, puntando a rendere più frequenti le campagne stampa del Snpa (cfr. par. *Contenuti*).

✦ Occorre sviluppare ulteriormente la produzione di immagini di copertura per realizzare un archivio. Questo materiale serve 1) per il supporto azioni stampa: il materiale video-fotografico viene inserito nei press kit in occasione delle "uscite" Snpa (rapporti ecc.); 2) per avere una fonte dal Snpa liberamente utilizzabile per la realizzazione di prodotti video più complessi.

✦ Estendere il *parterre* di esponenti del Sistema che fanno da "portavoce" permetterebbe, soprattutto in occasione delle campagne stampa, di avere ulteriori persone (ad es. tra i direttori e gli esperti tematici) che possano fungere da referenti per i media, oltre quelli già attualmente coinvolti, ad esempio in caso di richieste di interviste.

Linea di attività "Social Media"

Situazione attuale

- **X** (@SNPAmbiente, <https://x.com/SNPAmbiente>). Sul profilo X del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente viene data ulteriore diffusione alle notizie pubblicate su [snpambiente.it](https://www.snpambiente.it), inoltre viene dato spazio ai materiali visivi del Snpa (dirette streaming, video, card elaborate in occasione della presentazione dei Rapporti)

- **LinkedIn** (<https://www.linkedin.com/company/snpambiente>). Presenta contenuti, in particolare, sulle pubblicazioni e i documenti tecnici Snpa, sulle opportunità di lavoro, sugli eventi, sulle best practices ed eccellenze, ai materiali visivi del Snpa (dirette streaming, video, card elaborate in occasione della presentazione dei Rapporti)

- **YouTube** (<https://www.youtube.com/@snpa6680>). 10 video prodotti e pubblicati nel 2024: *Snpa: uso dei droni per il monitoraggio ambientale; Snpa: uso dei droni per il monitoraggio della qualità dell'aria; Snpa: uso dei droni per il monitoraggio delle dune costiere; Snpa: uso dei droni per il monitoraggio della morfologia*

fluviale; Snpa. 30 anni, insieme; Il Conferenza nazionale Snpa: le dichiarazioni di chiusura, più i video degli streaming di alcuni degli eventi organizzati dal Snpa nel corso dell'anno.

Per dati sui pubblici dei canali *social* Snpa, cfr. il paragrafo *Pubblici*.

Prospettive di sviluppo

📌 La sponsorizzazione dei contenuti è una normale pratica della gestione professionale degli account social. Su **LinkedIn**, dove la performance Snpa è discreta seppur recente, appare utile un investimento nella sponsorizzazione dei contenuti, per l'ampliamento della base dei follower, anche nell'ottica di raggiungere pubblici meno tradizionali. Per tale investimento potrebbe essere necessario il ricorso a un affidamento a un soggetto esterno.

Il canale **YouTube Snpa** è ancora in fase di avvio. Nel 2024 è stato dato impulso alla produzione di prodotti specificamente destinati a questo canale, sperimentando varie possibili scelte editoriali. La possibilità di dare ulteriore slancio a questo canale dipende in particolar modo dalla capacità del Sistema di mettere a regime una produzione audiovisiva con una sufficiente continuità (cfr. Par. *Strutture e risorse*).

Con riferimento a **X** (ex Twitter) è stato deciso di mantenere nel 2025 l'account Snpa anche per monitorare lo sviluppo dei competitor nati in alternativa. Le alternative come Threads o Bluesky, tuttavia, al momento non rappresentano una soluzione convincente. Si continuerà a monitorare, ma non si ritiene di effettuare investimenti in contenuti sponsorizzati su questa piattaforma.

Eventi promossi / partecipati dal Snpa

Situazione attuale

A titolo di rappresentazione della situazione corrente, si elencano i principali eventi promossi e organizzati congiuntamente dal Snpa nel corso del 2024, o comunque partecipati dal Sistema nel suo complesso anche nel quadro di manifestazioni promosse da altri soggetti.

1 febbraio 2024 – Snpa e l'insegnamento di Papa Francesco (Assisi)
Evento ospitato dalla comunità francescana, con videomessaggio ministro Pichetto Fratin
21 febbraio 2024 – Presentazione del Rapporto Ambiente Snpa (Roma)
Evento nella Sala polifunzionale della Presidenza del Consiglio, con ministro Pichetto Fratin e circa 20 giornalisti accreditati di testate nazionali e locali
15 marzo 2024 – Presentazione del Rapporto Snpa Qualità dell'aria (Torino)
Evento nella sede dell'Arpa Piemonte
15 luglio 2024 – Presentazione del Rapporto Snpa Il clima in Italia nel 2023
Evento online
18-20 settembre 2024 – Partecipazione a RemTech (Ferrara Fiere)
Postazione contraddistinta dall'identità visiva Snpa
Convegno "Verifiche, controlli e monitoraggi ambientali delle opere sottoposte a Via. L'attività Snpa" (19 settembre)
26-27 settembre 2024 – II Conferenza del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente (Firenze)
Postazione contraddistinta dall'identità visiva Snpa
26 settembre 2024 – Evento celebrativo, "30 anni di sistema. Cosa è cambiato dalla nascita delle agenzie a oggi, con uno sguardo al futuro"
27 settembre 2024 – Convegno "Fare i conti con l'acqua. Gestire l'acqua in un clima che cambia" (key-note speech affidato a Veronica Manfredi, direttrice "Zero Pollution" della Commissione europea)
5-8 novembre 2024, Partecipazione a Ecomondo (Fiera di Rimini)
Postazione contraddistinta dall'identità visiva del Snpa
8 novembre 2024, Convegno "Il ruolo strategico del Snpa nella difesa del territorio e nella gestione degli aspetti ambientali in situazioni emergenziali"
3 dicembre 2024, Presentazione del Rapporto Consumo di suolo, dinamiche territoriali e servizi ecosistemici. Edizione 2024 (Roma)
Evento nella sede Ispra con diretta streaming

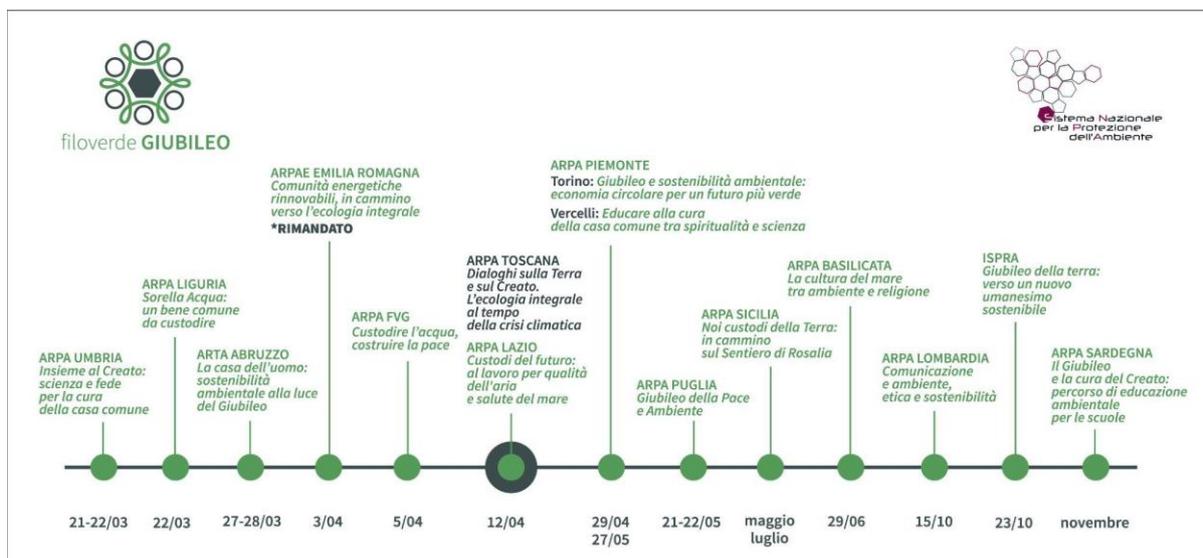
(Tabella 3. Principali eventi promossi / partecipati dal Snpa nel 2024)

Gli eventi sono generalmente organizzati dall'Area Comunicazione di Ispra, con il supporto talvolta dell'Arpa del territorio ospitante e con il coordinamento dell'Osservatorio Comunicazione Snpa.

Prospettive di sviluppo

Il Snpa sarà impegnato per tutto il 2025 anche con il **Filo verde per un Giubileo sostenibile**, una serie di eventi che coinvolgerà tutto il territorio italiano e si concretizzerà in incontri, seminari, percorsi naturali, celebrazioni cittadine. L'iniziativa, che si svolge durante l'intero arco del 2025 con un ampio calendario, vede mettere in campo dalle singole Arpa/Appa, in accordo con le diocesi locali, attività di comunicazione e

sensibilizzazione che coinvolgono i temi ambientali e quelli della fede, l'ecologia e il creato, la scienza e la religione.



(Grafico n. 6 - Eventi programmati nel 2025 nell'ambito del Filo verde per un Giubileo sostenibile)

📌 Si prevede di razionalizzare l'organizzazione degli eventi, con la partecipazione annuale del Sistema, sulla base delle risorse disponibili, a una/due delle manifestazioni fieristiche leader a livello nazionale per l'incontro con gli operatori e i professionisti dell'economia e delle tecnologie *green* e la promozione, nel corso del triennio, di almeno un evento di punta di iniziativa Snpa con una più spiccata vocazione celebrativa, simbolica e di promozione di valori.

Oltre agli eventi a cui il Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente, congiuntamente, partecipa, oppure che promuove e organizza, un numero elevato di eventi viene organizzato sul territorio dalle singole agenzie, anche in ambito scolastico e universitario.

📌 È compito dell'Osservatorio produrre - nel quadro delle risorse disponibili - materiale utile per veicolare l'identità del Snpa, prevalentemente in forma digitale, da utilizzare anche per gli eventi a cui partecipano le singole Agenzie e inoltre promuovere l'applicazione, da parte delle agenzie, del Manuale di immagine coordinata, che già prevede ad esempio l'utilizzo del doppio logo in ogni manifestazione esterna delle agenzie.

Linea di attività "Coordinamento attività di relazione con il pubblico, accesso e ascolto del pubblico (Si-Urp)"

Situazione attuale

La [sezione dedicata al SI-URP](#) funge da collettore nazionale, facilitando l'ascolto e rispondendo alle esigenze dell'utenza. Si configura come uno sportello unico dedicato, punto di riferimento essenziale per l'accesso alle informazioni e ai servizi disponibili delle amministrazioni componenti il Sistema.

Per agevolare l'interazione con gli utenti, è stato messo a disposizione un [form on line](#) che consente di inoltrare richieste di accesso a documenti, dati e informazioni ambientali.

Nella tabella sottostante sono riportate le istanze di accesso ai documenti, ai dati e alle informazioni ambientali, nonché le richieste di riesame ricevute negli anni 2022, 2023 e 2024. Dall'analisi dei dati emerge che nel 2024, rispetto al biennio precedente, gli utenti hanno fatto un uso più frequente del form online, in particolare per presentare richieste di accesso ai documenti.

TIPOLOGIA ISTANZA DI ACCESSO	ANNO 2022	ANNO 2023	ANNO 2024
accesso documentale	304	82	420
accesso civico semplice	5	6	3
accesso civico generalizzato	29	93	55
accesso ai dati e alle informazioni ambientali	163	107	143
riesame accesso civico semplice e civico generalizzato		4	
TOTALE	501	292	621

(Tabella n. 4 - totale istanze ricevute dalla piattaforma Si-Urp per anno e tipologia)

La tabella mostra il totale delle diverse tipologie di istanze ricevute. Nel triennio 2022-2024, la piattaforma ha complessivamente registrato circa 1.416 istanze effettuate dall'utenza.

Il Sistema degli Uffici per le relazioni con il pubblico, inoltre, mette a disposizione un apposito [form](#) che permette all'utenza di contattare le diverse amministrazioni per richiedere informazioni di carattere generale e organizzativo. Nel triennio 2022-2024, sono pervenute complessivamente 372 richieste. Nella tabella sottostante sono riportate in dettaglio le richieste di informazioni pervenute, suddivise per anno.

Tipo richiesta	anno 2022	anno 2023	anno 2024
informazioni di carattere organizzativo	13	9	16
informazioni su lavoro/concorsi/stage/tirocini	19	12	19
informazioni su prodotti e servizi SNPA	8	13	12
informazioni sulla normativa ambientale	27	19	27
partecipare ad un evento o iniziativa	6	2	13
richiesta di contatto	34	27	43
richiesta di patrocinio	2	0	2
Segnalazione - Reporting	8	15	26
TOTALE	117	97	158

(Tabella n. 5 - totale richieste di informazioni ricevute dalla piattaforma Si-Urp per anno e tipologia)

Dalla tabella emerge che nel 2024 è stato registrato un numero di richieste superiore rispetto agli anni precedenti.

Il Si-Urp infine a partire dal 1° marzo 2024 si è dotato di un ulteriore [form](#) per la rilevazione della soddisfazione dell'utenza.

Attraverso questo form, il Sistema intende offrire agli utenti, sia interni che esterni, un'ulteriore opportunità di partecipazione attiva ai servizi disponibili. La valutazione partecipativa promuove il miglioramento continuo dei processi, facilitando l'individuazione delle criticità su cui intervenire.

In nove mesi, fino alla fine del 2024, il Sistema ha raccolto 232 questionari di customer satisfaction compilati, permettendo di misurare il livello di soddisfazione degli utenti e di intervenire nelle aree che presentano eventuali criticità.

Prospettive di sviluppo

✦ Il Snpa da giugno 2024 partecipa attivamente a diversi incontri dedicati alla revisione strutturale dei form attualmente a disposizione degli utenti. Questa attività persegue un duplice obiettivo: ottimizzare il processo di compilazione delle istanze per l'accesso a documenti, dati e informazioni ambientali, e semplificare le richieste di natura generale e organizzativa indirizzate agli enti del Sistema.

✦ I risultati dell'indagine di customer satisfaction potranno essere, a partire dal completamento del primo anno di rilevazione (2025), diffusi e analizzati con l'obiettivo di migliorare le modalità operative della piattaforma Si-Urp così come i servizi offerti dai singoli Urp delle agenzie.

Linea di attività “Produzione multimediale”

Situazione attuale

La deliberazione del Consiglio Snpa n.104/2021 prevedeva per questa Linea di attività, inizialmente denominata “Comunicazione dei dati ambientali”, il compito di sviluppare l'utilizzo dello storytelling e di storymaps, per implementare nuove modalità di diffusione di dati e temi ambientali. Le nuove modalità di divulgazione dei dati hanno lo scopo di rendere la conoscenza tecnico-scientifica comprensibile e di immediata e facile consultazione da parte dei non addetti ai lavori. Il gruppo ha dato vita a un percorso di discussione, di formazione e di elaborazione di contenuti, incentrato sull'*Ecoatlante* (ecoatlante.isprambiente.it), e più di recente è emersa la necessità di rivedere la *mission* e il posizionamento strategico di questa Linea di attività, con l'obiettivo di renderla un polo di competenze necessario, in termini più ampi, per promuovere la comunicazione visiva e multimediale del Snpa.

Prospettive di sviluppo

✦ È utile la trasformazione della Linea di attività in una più generale Lda dedicata alla produzione multimediale, per disporre di un polo di competenze per la rappresentazione visiva e l'organizzazione sul web dei dati del Sistema, anche con la prospettiva di elaborare linguaggi visivi comuni.

✦ La Linea di attività dovrà anche strutturare maggiormente il supporto grafico e video alle campagne stampa e social in occasione della pubblicazione dei rapporti.

✦ Per avvicinare sempre più la comunicazione del Snpa ai cittadini, si prevede di avviare una linea di prodotti audiovisivi di divulgazione delle competenze e della conoscenza di cui è portatore il Snpa. Con una ricognizione interna andrà ampliato l'insieme delle voci del Snpa, i dirigenti e i tecnici in grado di dare corpo alla comunicazione delle agenzie ambientali. Così come si è fatto per il calendario dell'ufficio stampa, si può delineare un programma editoriale con una serie di prodotti da pubblicare nel corso dell'anno, scegliendo i temi sulla base delle sollecitazioni ricevute dagli Urp, delle competenze degli esperti coinvolti e dell'agenda mediatica; producendo infine i video secondo formati idonei ai social utilizzati. Possibilmente, occorre sfruttare il *plus* offerto dalla comunicazione del Snpa, cioè la possibilità di confrontare territori diversi.

Strutture e risorse

Situazione attuale

Per l'attuazione del Pdc, l'Osservatorio Comunicazione del Snpa può contare soprattutto sui colleghi inseriti nelle 6 Linee di attività, cioè 90 dipendenti, più 23 dipendenti inseriti nell'Assemblea con compiti prevalentemente consultivi, per un totale di 113 dipendenti.

Il numero è quantitativamente congruo, tuttavia occorre effettuare una ricognizione per verificare quanti dei partecipanti all'Osservatorio (la cui composizione iniziale è stata determinata nel 2021) siano ancora effettivamente in servizio e nella possibilità di svolgere attività di informazione e comunicazione per il Snpa, ad esempio partecipare alle turnazioni per la gestione dei profili social, strumenti che richiedono un presidio continuo. Il mantenimento delle attività consolidate dipende in una certa misura da tale ricognizione.

Inoltre, per l'organizzazione degli eventi, l'Osservatorio si avvale del supporto di Ispra, con la collaborazione talvolta delle agenzie dei territori ospitanti, mentre la comunicazione multimediale e grafica è al momento affidata a singoli componenti dell'Osservatorio dotati di competenze specifiche.

In aggiunta, una parte delle attività svolte nel triennio 2022-2024 è stata garantita grazie alle risorse assegnate con la convenzione sulla comunicazione del Snpa (deliberazione del Consiglio n. 155/2022), anche con affidamenti esterni, per cui anche la programmazione delle attività nel triennio 2025-2027 fa leva sulla possibilità di innestare nuove risorse finanziarie, dalla cui entità dipendono le linee di sviluppo e, in parte, il mantenimento delle attività consolidate.

Prospettive di sviluppo

✦ L'ampliamento della *mission* della Linea di attività "Dati ambientali" interna all'Osservatorio Comunicazione e informazione - che sarà dedicata più generalmente alla produzione multimediale, cfr. paragrafo specifico - potrà dare ulteriormente impulso all'innovazione dei linguaggi e dei formati della comunicazione Snpa. La Lda avrà il compito, sulla base di un budget di massima da predefinire e delle risorse umane disponibili, di stabilire le modalità operative della produzione grafica e audiovisiva, mediante affidamenti e/o ricorso a risorse interne.

✦ Una manutenzione delle liste di componenti dell'Osservatorio Comunicazione e informazione, secondo le procedure stabilite dal Consiglio del Snpa e previa ricognizione da parte dell'Osservatorio medesimo, permetterà di aggiornare il complesso delle risorse umane attualmente operative e disponibili per le attività di comunicazione congiunte Snpa.

A seguire (Tabella 6) si indicano, in una visione di sintesi, le principali linee di azione e di sviluppo programmate. Tutte le attività consolidate (tranne l'esercizio del sito e l'organizzazione degli eventi) non sono strettamente legate all'innesto di nuove risorse finanziarie, mentre le prospettive di sviluppo sono in buona parte condizionate dall'assegnazione di risorse finanziarie *ad hoc*.

ATTIVITÀ	MANTENIMENTO DELLE ATTIVITÀ CONSOLIDATE	PROSPETTIVE DI SVILUPPO
Sito web istituzionale e newsletter settimanale <i>AmbienteInforma</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ attuale produzione di contenuti, compresi articoli/notizie e sezioni tematiche del sito ✓ assistenza tecnica e esercizio del sito 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ manutenzione e ampliamento liste dei destinatari della newsletter ✓ rinnovo della grafica della newsletter
Ufficio stampa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ campagne stampa già calendarizzate 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ulteriore ampliamento dei temi e delle iniziative su cui il Snpa svolge campagne stampa
Social media (X, LinkedIn, YouTube)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ gestione ordinaria e campagne social in occasione dei principali momenti di comunicazione del Snpa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ sponsorizzazione dei contenuti per LinkedIn
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ mantenimento delle partecipazioni storiche a eventi fieristici (es. Ecomondo, Remtech) ✓ promozione di iniziative di carattere istituzionale e di affermazione dei valori del Snpa 	
SiURP	<ul style="list-style-type: none"> ✓ mantenimento delle attività attuali 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ottimizzazione dei <i>form</i> e utilizzo dei risultati della <i>customer satisfaction</i> per migliorare i servizi
Produzione multimediale (rinnovo LdA dati ambientali)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ produzione grafica e audiovisiva di base a supporto di campagne stampa e social 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ sviluppo di una capacità più strutturata di produzione grafica e audiovisiva

Analisi risultati

Attualmente l'Osservatorio rileva annualmente una serie di parametri relativi all'attività e ai risultati della comunicazione Snpa: dati analitici relativi al sito web Snpa e ai siti delle diverse componenti del Sistema, dati analitici dei profili dei social network, numero di notizie pubblicate e comunicati inviati, dati statistici relativi alla newsletter AmbienteInforma, ecc. (<https://www.snpambiente.it/snpa/lambiente-giorno-per-giorno-la-comunicazione-del-snpa-in-cifre/>).



La rilevazione viene effettuata semestralmente. Va evidenziato che X ha recentemente eliminato la possibilità di accedere ai dati di analytics, se non con profili a pagamento.

Gli indicatori numerici non sono esaustivi per la valutazione della qualità e dell'efficacia della comunicazione Snpa e occorre affiancare una valutazione qualitativa, per la quale si ipotizza anche di realizzare attività formativa specifica.

Riferimenti normativi e amministrativi

[Legge 28 giugno 2016, n. 132, Istituzione del Sistema nazionale a rete per la protezione dell'ambiente e disciplina dell'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale.](#)

[Regolamento di funzionamento del Consiglio del Sistema nazionale a rete per la protezione dell'ambiente.](#)

[Programma triennale delle attività del Snpa 2021-2023](#)

[Piano di comunicazione del Snpa 2022-2024](#)

[Programma triennale delle attività del Snpa 2025-2027](#)

[Deliberazione del Consiglio Snpa n. 65 del 27 novembre 2019, adozione del Piano di comunicazione Snpa 2020-2022](#)

[Deliberazione del Consiglio Snpa n. 104 del 21 maggio 2021, adozione del Piano di comunicazione Snpa 2021-2023 e istituzione dell'Osservatorio Comunicazione e informazione](#)

[Deliberazione del Consiglio Snpa n. 148 del 20 dicembre 2021, istituzione degli Osservatori Snpa](#)

[Deliberazione del Consiglio Snpa n. 155 del 23 febbraio 2022, convenzione Snpa sulla comunicazione](#)

[Deliberazione del Consiglio Snpa n. 185 del 7 settembre 2022, aggiornamento del Piano di comunicazione al triennio 2022-2024](#)

Altre fonti

[Censis \(2024\), 19esimo Rapporto sulla comunicazione. Il vero e il falso. Sintesi dei risultati](#)

[Censis \(2025\), 20esimo Rapporto sulla comunicazione. I media e la libertà. Sintesi](#)

Levi, N., a cura di (2004), *Il piano di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche. Analisi e strumenti per l'innovazione*, Dipartimento della Funzione pubblica, Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni, Presidenza del Consiglio dei ministri, Edizioni Scientifiche Italiane.

[We Are Social \(2023\). Digital 2023. I dati italiani](#)

[We Are Social-Meltwater \(2025\), Digital 2025. Global Overview Report](#)

[We Are Social \(2025\), Digital 2025 - Italia](#)

