

formez.gov.it comunicare valore pubblico

Standard editoriali e redazionali per rafforzare impatto e coerenza della comunicazione nella stagione della trasparenza e della digitalizzazione

Un percorso di trasparenza

- ▶ Con il suo nuovo sito istituzionale Formez PA compie un ulteriore passo verso gli **obiettivi di trasparenza** individuati dalla riforma della PA.
- ▶ In questa direzione già l'esperienza pilota di **OpenFormez** che ha reso disponibili in modo semplice e in tempo reale gli elementi essenziali delle attività dell'Istituto.
- ▶ Occorre ora una svolta nell'impatto comunicativo, per rendere percepibile in modo diretto il “**valore pubblico aggiunto**” delle attività.
- ▶ La Trasparenza non è abbondanza di materiale pubblicato, ma soprattutto **completezza di informazioni e correttezza comunicativa** (vedi art. 6 del 33/2013 ribadito nel 97/2016), che significa rispetto dell'interlocutore ed anche del proprio lavoro: evitare che le azioni Formez PA restino confinate nel recinto degli apprezzamenti interni ed informali da parte delle PA committenti).

I nemici della svolta comunicativa

- ▶ L'abitudine che porta a conservare uno stile linguistico da addetti ai lavori.
- ▶ Senza profondi **cambiamenti** a) **lessicali** (chiarezza, immediatezza) nonché b) di **pianificazione della comunicazione** (confronto punto di partenza/punto di arrivo – che non è altro che la sintesi della performance – numeri, documenti, indagini) si rischia di produrre effetti controproducenti, cioè dare elementi alle campagne sulla impropria utilizzazione dei fondi pubblici.

Standard editoriali e redazionali

- ▶ L'Area Comunicazione, Editoria, Trasparenza e Progetti speciali (CETP), d'intesa con la Commissaria e di concerto con l'Area Innovazione Digitale, ha definito **standard editoriali e redazionali** (SER) per agevolare i colleghi nell'elaborazione di prodotti comunicativi di qualità.
- ▶ Obiettivo: rafforzare **identità, coerenza ed efficacia** comunicativa.
- ▶ I SER sono disponibili sulla Intranet.

Su cosa dobbiamo lavorare...

- ▶ *Vado all'Urp per chiedere il Cup e consegnare il Durc al Rup – (e il Durc = “Sirce”). Non folklore burocratico, ma sostanza, perché tale linguaggio fa da schermo al “controllo diffuso” previsto dall’art. 1 del 97/2016.*
- ▶ Molti progetti Formez si muovono sullo **stesso solco linguistico-comunicativo** (esempi: uso di sigle criptate o di espressioni tipo “connotazioni applicative delle regole contenenti la descrizione delle metodologie utilizzate per stimare i target inerenti gli indicatori di risultato e di output”. Quindi va affermato **un linguaggio a prova di cittadino (e di giornalista: i social watchdogs della circolare FP 2/2017).**
- ▶ 3 step:
 - Pianificazione della comunicazione
 - Qualità e revisione editoriale di documenti, news, video e gestione eventi
 - Accessibilità e usabilità

Principali prodotti/strumenti

- ▶ *...Oltre ai doc interni (la comunicazione si fa a monte...)*
- ▶ Notizie in HP di www.formez.gov.it
- ▶ Siti tematici
- ▶ Newsletter Formez Comunica
- ▶ Social media (Twitter, Youtube, LinkedIn)
- ▶ Pubblicazioni e collane editoriali
- ▶ Video e tutorial
- ▶ Eventi

Notizie in Home Page

- ▶ **Pubblicate dall'Area Comunicazione**
 - 1 notizia in primo piano e 9 notizie in evidenza
 - Immagini associate grafiche/fotografiche
 - Titolo di immediata comprensione
 - Linguaggio chiaro
 - Requisiti di notiziabilità
 - Link a materiali di approfondimento
 - No autoreferenzialità

Siti tematici

- ▶ **Redazione diffusa**
- ▶ Uniformità del format
- ▶ Possibile attinenza a diversi canali
- ▶ Presidio di un responsabile per canale
- ▶ Supervisione ex post da parte dell'Area CETP

Newsletter Formez Comunica

- ▶ Realizzata dall'Area CETP
- ▶ Articoli proposti dai colleghi e rivisti dall'Area CETP
- ▶ Taglio di **approfondimento**
- ▶ Riferimenti e link
- ▶ Inviata a una **mailing list** di circa **15.000** indirizzi
- ▶ Anche in versione «**Flash**» (centrata su una sola notizia/evento e inviata a mailing list aggiuntive)
- ▶ Ospita rubriche «**speciali**» (tre articoli relativi a uno specifico progetto/attività)

Social media

- ▶ L'Area CETP gestisce i seguenti social:
 - **Twitter** (account @FormezPA): notizie Formez PA, DFP, OGP Italia ed altri soggetti afferenti alla Funzione Pubblica, ma anche a notizie di rilievo per le comunità di utenti.
 - **Youtube** (canale la Pachesivede): video prodotti dall'Istituto, sia di formazione sia di informazione. Circa 2.000 video organizzati per playlist.
 - **Linkedin**: notizie di interesse per operatori della PA e professionisti e offerte di collaborazione che richiedono un'elevata seniority professionale.
- ▶ **Social Media Policy**: in lavorazione bozza da condividere con l'istituto.

Publicazioni

- ▶ «**Procedure per la pubblicazione dei volumi**» indicate nell'Ods 313/2016 e nella circolare operativa del 23/09/2016
- ▶ Necessità di centralizzare la produzione editoriale e dare **uniformità** alle pubblicazioni
- ▶ Pubblicazione volumi in **ebook** e formato accessibile
- ▶ Diffusione ed **eventi**

Accessibilità

- ▶ Il lancio del nuovo sito è l'occasione per sottolineare l'importanza di produrre **contenuti accessibili** (ossia fruibili da chiunque, incluse le persone con disabilità).
- ▶ Nel documento SER trovate alcune prime indicazioni relative sia ai **documenti** che alle **pagine web**.
- ▶ Nella Intranet disponibili **modelli accessibili** di alcuni documenti (**webinar** dedicato).

Eventi

- ▶ All'interno di un progetto comunicativo coordinato, gli eventi hanno un'importanza centrale. È quindi raccomandato il contatto con l'Area CETP per ragioni afferenti al controllo di **qualità** e alla **omogeneità** delle modalità comunicative-organizzative.
- ▶ All'interno dei SER sono sintetizzate alcune **indicazioni operative** e i principali step da seguire per l'organizzazione di eventi (relatori, programma, sede, materiali, accoglienza, comunicazione prima-durante-dopo l'evento ecc.)

Biografie dei dipendenti

- ▶ Rendere completa ed omogenea la Sezione “Persone” di OpenFormez è un’operazione di grande rilievo per offrire un’immagine vitale e non ingessata dell’Istituto.
- ▶ Set **obbligatorio** (valido per tutti):
 - Nome e cognome
 - Area
 - Mail e telefono
 - Indirizzo
- ▶ Informazioni **facoltative**:
 - Foto
 - Descrizione professionale di max 1300 battute spazi inclusi (compilare il campo “Una mia breve presentazione”).

Schede progetto

- ▶ La sezione “**Progetti**”, presente nella sezione OpenFormez, rappresenta un’importante vetrina informativa delle reali attività di Formez PA ed è quindi uno strumento nodale per comunicare l’immagine che l’Istituto dà all’esterno.
- ▶ È importante utilizzare un **linguaggio chiaro e senza tecnicismi**
- ▶ Per facilitare la lettura si consiglia di utilizzare **microtesti con titoli**, secondo questo schema:
 - Obiettivo generale
 - Obiettivi specifici
 - Risultati attesi
 - Attività.

Comunicazione al pubblico: il monito del Colle

- ▶ Sergio Mattarella “... *Per la nostra gente, il volto della Repubblica è quello che si presenta nella vita di tutti i giorni: l’ospedale, il municipio, la scuola, il tribunale, il museo*”.
- ▶ È come dire che lo sportello al pubblico e l’impatto con il pubblico sono più importanti di ogni altra funzione.

Grazie, buon lavoro

Sergio Talamo