



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

PIANO DI COMUNICAZIONE



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Sommario

1. Premessa	p. 3
2. L'Egas	p. 3
3. Obiettivi e destinatari della comunicazione	p. 4
4. Come comunicare, gli strumenti	p. 5
4.1 Il sito internet	p. 5
4.2 La pagina Facebook	p. 6
4.3 L'account Twitter	p. 6
4.4 Comunicati stampa, conferenze stampa, rapporti con i media	p. 7
4.5 La rassegna stampa	p. 8
5. Altre attività della comunicazione	p. 10
5.1 La newsletter	p. 10
5.2 Opuscoli e brochure	p. 10
5.3 Seminari/Convegni	p. 11
5.2 Campagne di comunicazione	p. 12
5.3 Attività nelle scuole	p. 12



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

1. Premessa

Con la legge n. 150/2000 per la prima - e sinora unica - volta il legislatore si occupa della comunicazione nelle pubbliche amministrazioni ritenendola uno strumento chiave attraverso cui realizzare i principi della trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa.

Tra i punti salienti della legge vi è la distinzione tra informazione e comunicazione, intendendosi con la prima le attività indirizzate agli organi di stampa attraverso diversi strumenti, con la seconda un'attività *“rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa”* ma anche quella interna *“realizzata nell'ambito di ciascun ente”*.

Se l'informazione contribuisce a costruire un'immagine armoniosa e coerente dell'ente, con la comunicazione l'amministrazione si apre al pubblico e pone le condizioni per recepirne esigenze e ottenere risposte rispetto alle sue azioni.

Nell'ottica di promuovere e sostenere l'immagine di una amministrazione organica, coerente, e vicina ai cittadini, il Piano di comunicazione si rivela un prezioso strumento. Grazie a questo l'Ente è infatti in grado di pianificare le azioni di informazione istituzionale e di dirigere la comunicazione interna ed esterna, agevolando così il percorso verso il raggiungimento degli obiettivi strategici che lo stesso si è posto.

2. L'Egas

L'Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna nasce con la L. R. n. 4/2015. Ad esso partecipano obbligatoriamente tutti i comuni sardi e anche la Regione.

All'Egas sono affidate le funzioni di regolazione del Servizio idrico integrato, costituito dall'insieme dei servizi pubblici di captazione, adduzione e distribuzione dell'acqua ad usi civili, di fognatura e depurazione delle acque reflue. Inoltre, l'Ente determina e modula le tariffe per l'utenza e cura la scelta della forma di gestione del servizio, ora affidato ad Abbanoa SpA con la forma dell'*in house providing*. Sul Gestore unico l'Egas esercita il controllo analogo.

Attualmente sono 346 i comuni che ricadono sotto la gestione di Abbanoa. Sono invece 4 le gestioni riconosciute ai sensi del D.Lgs. 152/2006. Tra queste si distinguono il Comune di Domusnovas, il cui servizio idrico è gestito dalla società Domus Acqua Srl, il Comune di Siligo, il cui servizio idrico è gestito dalla società da SI.EL Srl, il Comune di Sinnai, che ha affidato la gestione del servizio ad AcquaVitana S.p.A., il Comune di Santu Lussurgiu, il cui servizio idrico è gestito in economia dalla stessa amministrazione comunale.

Ventisette comuni sardi gestiscono il servizio idrico in maniera autonoma.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

3. Obiettivi e destinatari della comunicazione

Dalla descrizione dell'Ente di cui al paragrafo precedente, appare chiaro come, da un lato, all'Egas faccia capo un ampio ventaglio di competenze, dall'altro come, a vari livelli, la sua attività si svolga a stretto contatto con numerosi soggetti, quali i comuni, la Regione, il Gestore unico, gli utenti del servizio idrico, le associazioni dei consumatori e gli altri operatori pubblici e privati che a diverso titolo si rapportano con esso.

Poiché l'acqua è un bene comune, una risorsa preziosa e limitata che va tutelata e a cui tutti hanno diritto di avere accesso, il Piano di comunicazione è stato pensato come uno strumento capace di guidare non solo verso la tutela dell'immagine dell'Ente, ma anche verso una sua maggiore conoscenza da parte dei cittadini/utenti/amministratori e altri portatori di interesse, che esigono una informazione trasparente da parte di chi è chiamato a regolare il Sistema idrico integrato in Sardegna, ma che hanno anche la curiosità e la necessità di conoscerne l'operato per coglierne meglio i riflessi e le opportunità nella vita di tutti i giorni.

Comunicare bene vuol dire migliorare la qualità del servizio, e di converso porsi nelle condizioni di rispondere e saper accogliere richieste e segnalazioni.

Il Piano di comunicazione deve pertanto indirizzarsi verso quattro direttrici:

- ❖ Promuovere un'immagine precisa dell'Egas;
- ❖ Promuovere la conoscenza del sistema idrico integrato;
- ❖ Valorizzare il patrimonio acqua;
- ❖ Rispondere alle esigenze dei cittadini, fornendo una informazione capillare sulle iniziative che li riguardano più da vicino (es. bonus idrico) e sugli strumenti a loro disposizione (es. carta dei servizi).

Sul fronte dei destinatari della comunicazione si individuano invece:

- ❖ Cittadini/utenti del Servizio idrico integrato;
- ❖ Amministratori locali;
- ❖ Gestori;
- ❖ Associazioni di tutela dei consumatori;
- ❖ Scuole/Università;
- ❖ Organi di informazione;
- ❖ Altri soggetti pubblico/privati che si interfacciano con l'Ente a vario titolo.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

4. Come comunicare, gli strumenti

Una volta individuati gli obiettivi e i destinatari della comunicazione, occorre valutare quali siano i mezzi più adatti per comunicare in modo efficace.

Nei prossimi paragrafi saranno esaminati gli strumenti adottati, individuati anche tenendo conto di fattori come l'ampio raggio territoriale in cui ricade l'operato dell'Ente e, non ultimo, l'ambito estremamente tecnico della sua operatività. Fattori che impongono di:

- ❖ Studiare una comunicazione che arrivi capillarmente, anche laddove non siano sviluppate tecnologie che permettono a tutti, ad esempio, l'accesso alla rete internet;
- ❖ Semplificare i concetti tecnici, in modo che l'informazione sia davvero accessibile a tutti (questo risponde indirettamente a principi di democrazia e trasparenza).

4.1 Il sito internet

Il sito internet è il canale ufficiale dell'Egas, una fonte di informazione sicura, chiara e intuitiva. Nel sito è possibile avere notizia di tutto ciò che riguarda l'Ente e il suo funzionamento, dalla composizione del Comitato Istituzionale d'Ambito alle deliberazioni adottate, dalle determinazioni dirigenziali alle informazioni per l'utente.

L'attuale veste del sito è del 2019, anno in cui il personale dell'Egas ne ha curato la revisione attraverso il trasferimento e la riorganizzazione dei contenuti sulla piattaforma Wordpress che si rifà alle linee guida di design per i portali della pubblica amministrazione dell'Agid (Agenzia per l'Italia Digitale). Successivamente sono stati rielaborati e reintrodotti nuovi testi in tutte le sezioni con l'obiettivo di rendere più agevole la fruizione tramite una migliore collocazione dei diversi contenuti.

Dall'osservazione delle statistiche del sito emerge come il portale dell'Egas continui a suscitare interesse. Nell'ultimo anno (dato riferito al periodo dal 22 dicembre 2020 al 22 dicembre 2021) gli accessi complessivi sono stati 135.324. La maggior parte di questi ha riguardato la home page (34.898), gli archivi (16.071), l'albo (10.109), il concorso per la copertura di un posto di collaboratore amministrativo (9.383), lo storico atti (5.433), la parte relativa alla descrizione dell'Egas (4.398), le tariffe (3.793).

Allo stato attuale sono in fase di studio alcuni aggiornamenti alle sezioni per rendere maggiormente fruibili ed efficaci le informazioni pubblicate.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

4.2 La pagina Facebook

Nell'attuale panorama della comunicazione il web ha dimostrato di essere il principale strumento attraverso cui i cittadini/utenti si informano o vengono a conoscenza dell'esistenza di un altro soggetto.

Le piattaforme social, in particolare, permettono una comunicazione immediata, diretta, costruita sulla fiducia. Attraverso i canali social la pubblica amministrazione ha la possibilità di interagire più da vicino con i cittadini/utenti, migliorando la percezione di trasparenza, efficienza ed efficacia, potendo nel contempo recepire i loro umori e richieste.

La pagina Facebook dell'Egas è on line dal 10 aprile 2019 e propone informazioni e comunicazioni sull'attività dell'Egas, con particolare riferimento a quelle con una maggiore ricaduta sulla collettività e sui portatori di interesse, riguardanti specifiche campagne di informazione e comunicazione (es. bonus idrico), comunicazioni di servizio (scadenze, avvisi, concorsi, etc.), promozione della conoscenza del sito internet attraverso la pubblicazione di richiami ai contenuti del medesimo, condivisione di contenuti proposti da altri enti legati a tematiche inerenti al servizio idrico, condivisione di contenuti informativi rilanciati da autorevoli testate (regionali e nazionali) su questioni riguardanti il tema dell'acqua.

I dati statistici sull'andamento della pagina Facebook dell'Egas evidenziano che attualmente questa conta 2048 "followers", con costanti nuove visite e nuovi "like" che, di riflesso, producono maggiori accessi anche al sito istituzionale dell'Egas.

La pagina potrebbe ulteriormente essere consolidata. Aumento dei followers e delle interazioni sui contenuti sono obiettivi che si possono raggiungere attraverso diverse azioni come post che contengano consigli e chiarimenti su singoli argomenti e approfondimenti e rilancio di notizie sull'utilizzo, la tutela, il risparmio dell'acqua.

4.3 L'account Twitter

Twitter è una piattaforma pensata per la pubblicazione di testi che non superino i 280 caratteri. Attivo dalla primavera 2019, il profilo Twitter Egas Sardegna opera rivolgendosi a una platea formata da soggetti che si relazionano direttamente con l'Ente: account delle amministrazioni comunali, account dei sindaci, profili di soggetti pubblici o privati che a vario titolo si occupano delle tematiche legate al servizio idrico integrato e alla risorsa acqua (associazioni dei consumatori, gestori, enti d'ambito, testate giornalistiche, etc.).

Le interazioni avvengono con diverse modalità: pubblicazione di post con hashtag per indicare parole o argomenti chiave (questo permette a chi fa una ricerca rispetto a un dato argomento di trovare anche i contenuti dell'Egas), menzioni, risposte, retweet (cioè ripubblicazione di contenuti proposti da altri). In questo modo si rafforza il dialogo e si contribuisce a rafforzare la reciproca conoscenza, avvicinando l'Ente ai suoi destinatari.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Nell'account dell'Egas sono presenti anche una community di secondo livello (formata da coloro che "seguono chi ci segue") e degli strumenti di liste pubbliche di utenti, cioè gruppi di account creati per ambiti omogenei (sindaci, testate giornalistiche, istituzioni, etc.). Il vantaggio di queste ultime è la possibilità di avere un più agile accesso a contenuti più parcellizzati.

Le liste create sono: Sindaci; Acqua ambiente ed energia; Giornali locali; Comuni sardi.

I contenuti usati per Twitter sono:

- ❖ Informazioni sulle attività dell'Ente;
- ❖ Pubblicazione infografiche, video e altri elementi multimediali;
- ❖ Informazioni utili al cittadino/utente;
- ❖ Informazioni generali sul servizio idrico;
- ❖ Campagne di comunicazione;
- ❖ Retweet di informazioni esterne collegate all'attività dell'Ente;
- ❖ Notizie su appuntamenti, iniziative, etc.;
- ❖ Retweet di informazioni pubblicati da enti, testate giornalistiche altri soggetti pubblici e privati su argomenti inerenti il servizio idrico integrato e la risorsa acqua.

Attualmente il profilo twitter dell'Egas conta 65 followers (ancora pochi) mentre sono seguiti oltre 240 profili.

Alla data del 22 dicembre, rispetto ai 21 giorni precedenti, l'Egas ha registrato un incremento sia delle visite al profilo (388 in tutto, l'86,5% in più) sia dei followers, aumentati di tre unità.

Per il futuro gli obiettivi sono:

- ❖ Incrementare il numero delle interazioni attraverso la pubblicazione di contenuti di qualità;
- ❖ Incrementare il numero degli accessi;
- ❖ Aumentare la platea dei followers.

4.4 Comunicati stampa, conferenze stampa e rapporti con i media

Le informazioni veicolate attraverso gli organi di stampa, in particolare la stampa locale, possono avere un importante impatto sui cittadini e sulla loro percezione rispetto a determinati temi.

Una presenza adeguatamente ponderata dell'Ente sulla stampa può contribuire a una crescita in termini di immagine e di riconoscibilità del suo ruolo.

Una relazione proficua tra Ente e testate giornalistiche si basa sul riconoscimento della reciproca differenza di ruoli, visioni (cosa vuole comunicare l'Ente, cosa è notiziabile per la stampa) e modalità operative.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

L'ufficio stampa ha un ruolo attivo nei processi che portano alla realizzazione del prodotto – notizia in quanto costituisce un tramite tra l'Ente e gli organi di informazione.

In particolare l'ufficio stampa:

- ❖ produce e propone notizie di interesse pubblico su input dei vertici dell'Ente;
- ❖ raccoglie le specifiche sollecitazioni dei giornalisti e, in accordo con l'Ente, elabora le risposte;
- ❖ in caso di iniziative di particolare rilevanza, eventi o situazioni di eccezionale importanza o impatto, promuove conferenze stampa, curando, in accordo con l'Ente, i relativi aspetti organizzativi e producendo i relativi materiali (cartacei e multimediali);
- ❖ attraverso note e comunicati elabora, su input dell'Ente, informazioni di pubblico interesse che abbracciano i diversi livelli strategici, organizzativi e gestionali dell'Ente;
- ❖ contribuisce alla tempestività della divulgazione delle comunicazioni e si occupa delle richieste di pubblicazione di repliche e/o rettifiche qualora l'Ente ritenga che siano state pubblicate notizie con palesi imprecisioni o nelle quali non sia stato preso in adeguata considerazione il suo punto di vista su tematiche considerate rilevanti.

Obiettivo dell'attività di informazione realizzata con comunicati e conferenze stampa è incrementare la presenza dell'Ente sui media facendo conoscere attività, progetti, investimenti, deliberazioni, campagne, posizioni in merito alle tematiche riguardanti il servizio idrico che abbiano ricadute sui cittadini, i territori e la comunità.

Attualmente la presenza dell'Egas sugli organi di informazione può definirsi abbastanza positiva: le notizie veicolate dall'Ente trovano buona accoglienza tra i media, che riconoscono il ruolo e l'importanza dell'attività svolta dall'Egas.

4.5 La rassegna stampa

Utile strumento per monitorare il risultato delle attività di cui al paragrafo precedente, la rassegna stampa consiste nel controllo dei principali quotidiani e delle principali testate nazionali, regionali e locali, sia cartacee, sia televisive, radiofoniche o on line.

Giornalmente viene fatta una selezione degli articoli riguardanti l'attività dell'Ente e le tematiche legate al suo ambito d'azione, con particolare riferimento al servizio idrico integrato e alla risorsa acqua. In questo modo è possibile avere un quadro di come le notizie prodotte dall'Egas abbiano trovato accoglienza, ma è possibile anche avere un'istantanea di ciò che accade nel panorama di riferimento.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

La rassegna stampa, operativa nell'Ente dal gennaio 2019, è uno strumento ad uso interno, inviato via mail agli organi di vertice e archiviato, mese dopo mese, in una cartella condivisa.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

5. Altre attività della comunicazione

Rafforzare l'immagine dell'Egas e consolidare il rapporto di fiducia con i cittadini/utenti sono obiettivi per il cui raggiungimento può essere utile la programmazione di ulteriori attività di comunicazione. Di seguito verranno illustrati degli strumenti, alcuni da attuare con il coinvolgimento di terzi.

5.1 Newsletter

La lettera di notizie, meglio nota come newsletter, è un messaggio di posta elettronica inviato gratuitamente a chi ne fa richiesta.

Con questo strumento, in modo facile, veloce ed economico è possibile inviare, con delle cadenze prestabilite, notizie e aggiornamenti sull'attività dell'Ente a più soggetti nello stesso tempo.

Periodicamente (si suggerisce una cadenza mensile) si potrebbero dare ai fruitori informazioni ad esempio sui progetti approvati, sulle campagne portate avanti, su importanti strumenti come il bonus idrico sociale, il bonus idrico integrativo etc.

Ricevere la newsletter per il destinatario significa rimanere aggiornato sull'attività dell'Egas, conoscere eventuali opportunità che potrebbero manifestarsi, comprendere che cosa è l'Egas e quale è il suo operato.

5.2 Opuscoli / brochure

Non tutti i comuni della Sardegna sono coperti dalla banda larga. Non tutti i fruitori del Servizio idrico integrato si informano tramite i mezzi messi a disposizione dalle odierne tecnologie. Ecco perché può tornare utile usare come canale informativo dell'Ente la brochure, un libretto di poche pagine in cui vengono fornite informazioni in modo chiaro e sintetico. Queste possono riguardare:

- ❖ L'Egas e il suo ruolo;
- ❖ Informazioni di pubblica utilità;
- ❖ Notizie su specifiche campagne o iniziative (es. bonus idrico integrativo);
- ❖ Approfondimenti di tematiche specifiche;
- ❖ Altro.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

5.3 Seminari/Convegni

L'organizzazione di seminari e convegni ha l'obiettivo di accrescere la conoscenza dell'Ente e del suo ruolo istituzionale ma anche di creare l'occasione per approfondire tematiche di rilevante interesse o di far conoscere novità e ultimi sviluppi in merito al Servizio Idrico Integrato e alla risorsa acqua. Si tratta di importanti occasioni di scambio e confronto in cui è possibile coinvolgere rappresentanti di altri enti e istituzioni, studiosi, esperti, rappresentanti delle associazioni dei consumatori etc.

L'organizzazione dell'evento avviene a stretto contatto e con il supporto del CIA e della struttura, e con l'appoggio di soggetti specializzati nell'organizzazione di questo tipo di appuntamenti e prevede:

- ❖ La scelta del tema oggetto dell'evento;
- ❖ L'individuazione del target di riferimento;
- ❖ La definizione della data e della sede dell'evento;
- ❖ L'individuazione dei relatori (e la loro eventuale collaborazione alla produzione di materiali);
- ❖ L'individuazione di eventuali patrocinanti e partner (e la gestione dei rapporti con essi);
- ❖ La promozione dell'evento (ad esempio con locandine, inviti, poster, sito e social dell'Ente, coinvolgimento degli organi di stampa);
- ❖ La gestione delle mailing list per gli inviti, le iscrizioni, le comunicazioni relative all'evento destinate a partecipanti e portatori di interesse;
- ❖ la cura dei rapporti con altri enti e associazioni che contribuiscono/collaborano/partecipano all'evento.

I temi su cui costruire l'evento possono essere diversi. Se ne suggeriscono alcuni:

- ❖ Sistema tariffario, funzionamento, novità;
- ❖ Investimenti nel settore idrico integrato, anche alla luce delle previsioni del PNRR;
- ❖ Bonus idrico e altri aiuti agli utenti anche in relazione alle situazioni create dalla pandemia di Covid 19;
- ❖ Ruolo dei gestori del Servizio idrico integrato nel promuovere il risparmio idrico e combattere la desertificazione;
- ❖ Nuove tecnologie e trattamento delle acque;
- ❖ Nuove tecnologie ed efficienza del servizio idrico integrato;
- ❖ Acqua e tutela dell'ambiente.

Per ciascuna tematica è possibile individuare dei partner con cui costruire insieme l'evento, quali enti, istituzioni, associazioni dei consumatori, scuole, etc.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

5. 4 Campagne di comunicazione

Tra la fine del 2018 e il 2020 l'Egas ha realizzato due campagne di comunicazione: quella legata al bonus idrico integrativo 2017, e quella, nel 2020, sul bonus idrico emergenziale in occasione della pandemia da Covid 19.

Gli strumenti attivati in tali occasioni sono stati spot su radio e tv, inserzioni a pagamento sugli organi di stampa, conferenza stampa e invio di comunicati, invio di materiale cartaceo e multimediale alle amministrazioni comunali, contatti con i sindaci e aggiornamento delle informazioni sul sito internet dell'Ente.

Tali strumenti, insieme all'utilizzo dei canali social (vanno programmati i contenuti da pubblicare), ben si prestano anche a campagne per nuove iniziative. Di seguito se ne suggeriscono alcune:

- ❖ Bonus idrico;
- ❖ Risparmio idrico;
- ❖ Carta dei servizi e diritti del consumatore;
- ❖ Sistema tariffario;
- ❖ Tutela ambientale.

Per rafforzare tali campagne possono risultare utili ulteriori azioni come: realizzazione di manifesti, opuscoli, brochure da affiggere nei comuni, coinvolgimento degli amministratori locali, ad esempio attraverso azioni concordate in anticipo con i sindaci, verifica dell'efficacia della campagna attraverso, ad esempio, la proposizione di questionari. Quest'ultimo strumento torna utile anche per pensare ad eventuali correttivi da apportare in futuro.

È importante ricordare che gli obiettivi di ogni campagna dovranno essere specifici, monitorabili, accessibili, concreti, circoscritti in un determinato arco temporale, definiti nei costi.

5.5 Attività nelle scuole

I bambini e le bambine, i ragazzi e le ragazze delle scuole sono un target molto sensibile e ricettivo. Ancor più quando si parla di tematiche legate alla sostenibilità ambientale, e quindi anche della risorsa acqua.

Tramite percorsi rivolti ai più giovani non si educano solo gli adulti di domani: dopo la scuola i ragazzi condividono ciò che hanno imparato con gli adulti di riferimento (genitori, nonni, zii, conoscenti), permettendo il compiersi di un ciclo virtuoso che vede moltiplicarsi la circolazione di informazioni utili e di buone prassi.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Per le attività con le scuole l'Egas può individuare diverse fasce di destinatari: bambini degli ultimi anni delle scuole elementari, ragazzi delle scuole medie, studenti degli istituti superiori.

I temi che possono essere proposti sono diversi: ciclo dell'acqua, risparmio idrico, sostenibilità ambientale, acqua del rubinetto e analisi chimiche, acqua risorsa preziosa ma limitata, acqua e mutamenti climatici.

Le modalità da usare per affrontare i temi scelti possono essere diverse e vanno dagli incontri in classe con esperti ad animazione/laboratori teatrali, da attività di storytelling (si basa sulla narrazione di fatti veri o inventati) a concorsi per studenti (disegni, temi, poesie, musiche, video, etc.) sino a proiezioni di film.

Per procedere nelle attività con le scuole e costruire un rapporto tra queste e l'Egas occorre compiere alcuni passaggi che richiedono l'individuazione del tema, l'individuazione degli istituti da coinvolgere (anche con l'aiuto della Direzione scolastica regionale), l'individuazione di eventuali partner e/o professionisti con cui collaborare, lo studio del progetto da realizzare.

L'ufficio stampa dell'Egas, in accordo con i vertici dell'Ente, interviene con azioni di supporto e promozione delle iniziative scelte: contatti con le scuole, ricerca dei soggetti da coinvolgere, predisposizione di testi/slide che possano aiutare i docenti a inquadrare i temi da trattare, promozione delle attività e degli esiti finali sui mezzi di informazione.

Le attività devono essere organizzate tenendo conto delle tempistiche delle scuole e definendo i relativi costi.

*Il presente Piano di comunicazione, redatto inizialmente nel giugno 2021 e definito nel mese di dicembre, aggiorna il precedente del 2019. Il Piano è un documento flessibile, che può essere adattato alle diverse esigenze contingenti.
Il documento è a cura dell'Ufficio stampa dell'Egas.*