

ISPRA/ARPA/APPA VERSO UNA COMUNICAZIONE DI SISTEMA

IL SISTEMA NAZIONALE DI PROTEZIONE AMBIENTALE COSTITUITO DA ISPRA E DALLE AGENZIE AMBIENTALI TERRITORIALI NON È ANCORA FORMALMENTE RICONOSCIUTO DA UNA NORMA. IN ATTESA DELLA LEGGE DI RIFORMA, IL SISTEMA SI ATTEZZA PER CONOSCERE, INTEGRARE E POTENZIARE LE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE.

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 e istituzionali in campo ambientale. Il fatto che la loro riforma sia in discussione in Parlamento da diverse legislature ne è 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. Le agenzie ambientali hanno comunque notevoli potenzialità di comunicazione: la loro immagine, e autorevolezza 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 è stato diffuso un questionario interno 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.) e sulle relative modalità organizzative adottate.

Il questionario su comunicazione e informazione nelle agenzie ambientali

La situazione registrata è piuttosto diversificata fra le varie agenzie. Solamente 8 hanno un'organizzazione più matura, orientata a svolgere in modo integrato tutte le attività di comunicazione e informazione rivolte ai diversi pubblici (personale, cittadini, stakeholder, media), con una struttura alla quale sono attribuite responsabilità relative a tutte le funzioni. 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 e 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.

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 (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



Il documento "Le attività di comunicazione e informazione delle agenzie ambientali" è disponibile online sul sito di Ispra isprambiente.gov.it (<http://bit.ly/1O52EPf>)

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 del Snpa sta lavorando alla messa a punto di un notiziario periodico del Sistema Ispra/Appa/Arpa.

Solo 4 le agenzie che pubblicano una propria rivista, che richiede uno sforzo editoriale notevole.

I siti web, il principale veicolo dell'informazione

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 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 proprio 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, Instagram, Issuu, e alcuni social minori.

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.

Una prima azione operativa di comunicazione integrata di sistema è stata avviata, con la sperimentazione di una newsletter del Sistema, coordinata con attività di uso integrato delle principali riviste editate da alcune agenzie.

Ad essa seguiranno altre azioni:

- *policy* condivisa per la gestione dei social media, a partire da una condivisione degli *hashtag*
- linee guida per la redazione dei report ambientali del Sistema, con particolare riferimento alla sintesi da utilizzare per le azioni di comunicazione
- linee guida sulla presenza online del Snpa (nomenclature e glossari condivisi ecc.)
- linee guida e manuale di immagine coordinata per l'uso del marchio Snpa
- indicatori condivisi per rappresentare le

attività di comunicazione e informazione del Sistema

- linee guida per le attività di relazioni con il pubblico.

Maria Sargentini¹, Marco Talluri²

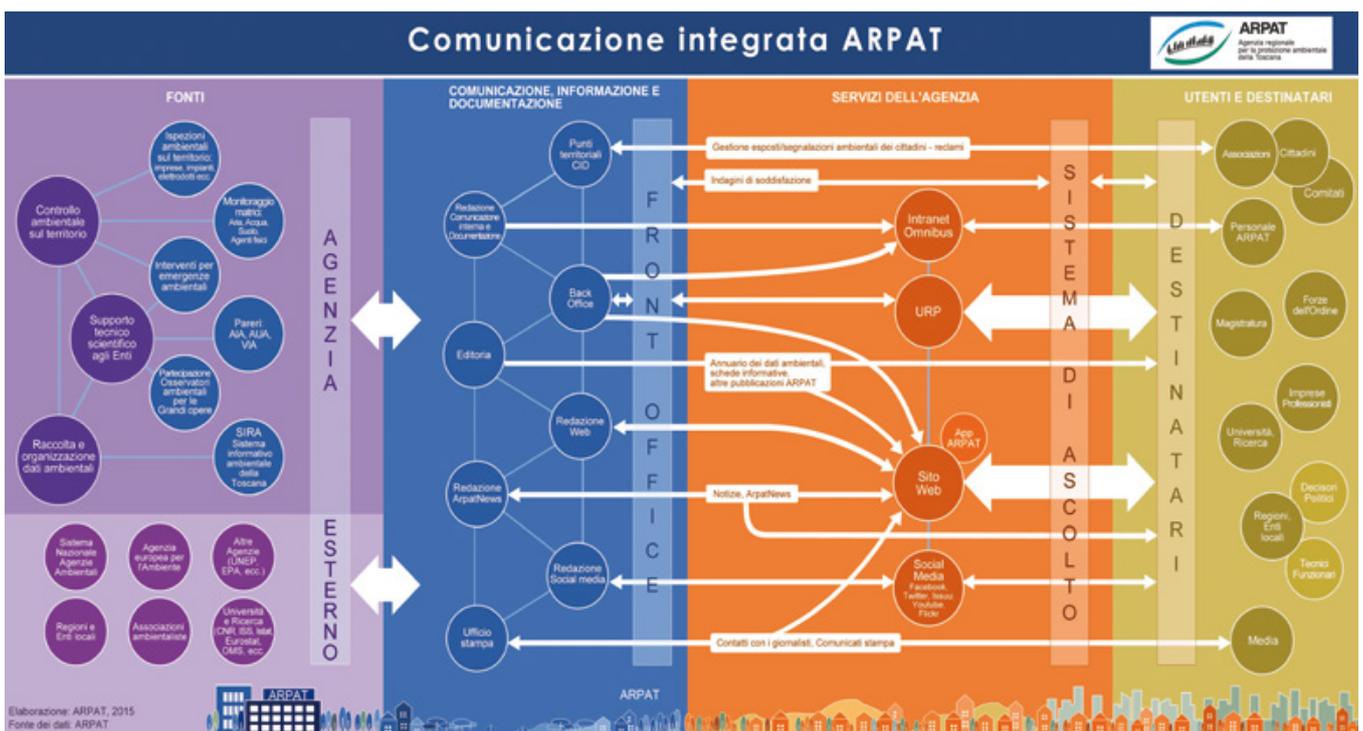
1. Direttore generale Arpa Toscana
2. Dirigente settore Comunicazione, informazione e documentazione Arpa Toscana e coordinatore del Gruppo di lavoro Comunicazione del Snpa.



Il profilo Twitter di Arpa Emilia-Romagna.



Il profilo Facebook della campagna regionale "Liberiamo l'aria" gestito da Arpa Emilia-Romagna.



Il modello di comunicazione integrata di Arpa Toscana.