



Oggetto: PIANO DI COMUNICAZIONE. ANNO 2014

Il Segretario Generale illustra gli obiettivi e la strategia della comunicazione per l'anno 2014 e descrive le azioni e i mezzi di diffusione ipotizzati.

Le risorse per la realizzazione del piano di comunicazione saranno allocate nel preventivo 2014 nella misura del 2% dei proventi correnti, secondo le disposizioni vigenti.

Segue uno scambio di opinioni tra i presenti, al termine del quale

LA GIUNTA

UDITO il Relatore;

VISTA la legge 7 giugno 2000 n. 150 recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";

VISTA la direttiva del Dipartimento della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002 recante "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", che prevede tra l'altro la predisposizione di un Piano di Comunicazione;

ATTESO che il Piano di Comunicazione deve contenere la definizione degli obiettivi e della strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, *on line*, pubblicitaria etc); la descrizione delle singole azioni con l'indicazione dei tempi di realizzazione; la scelta dei mezzi di diffusione e il budget; la pianificazione delle attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni (sia in *itinere* che *ex post*);

VISTA la bozza di Piano di Comunicazione della Camera di Commercio di Prato per l'anno 2014;

CONDIVISA l'impostazione di massima e ritenuto conforme ai contenuti previsti dalla direttiva del 7 febbraio 2002;

RITENUTO opportuno procedere all'adozione del Piano di Comunicazione;

All'unanimità,

DELIBERA

di adottare il Piano di Comunicazione per l'anno 2014 che allegato (all. "A") al presente provvedimento ne forma parte integrante.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Catia Barondelli)

IL PRESIDENTE
(Luca Giusti)

P



Allegato A
Deliberazione di Giunta n. 102/13
del 02.12.2013

Piano di Comunicazione. Anno 2014

IL SEGRETARIO GENERALE
(Catia Baroncelli)

IL PRESIDENTE
(Luca Giusti)

Pagine 7 (compresa la copertina)



Piano di Comunicazione 2014

PREMESSA

Il Piano di Comunicazione è lo strumento con il quale l'ente programma le iniziative di comunicazione e informazione che verranno svolte nel corso dell'anno, individuando gli strumenti che verranno utilizzati e le priorità.

Al fine di definire al meglio il contesto strategico nel quale si intende operare e definire le azioni che, sulla base di questi obiettivi strategici, saranno portati avanti, è necessario focalizzare alcuni punti che possono risultare utili a tracciare il contesto di riferimento.

In particolare, la Camera di Commercio di Prato nel 2014 si muoverà lungo le seguenti direttrici:

- **COMUNICARE** l'attività dell'ente e, in una logica più ampia, contribuire a creare un'immagine appetibile del territorio e del sistema delle imprese, cercando di metterne in luce le potenzialità.
- **INFORMARE** il proprio pubblico e la potenziale utenza sulla propria attività e sui servizi svolti, di volta in volta individuando gli strumenti adeguati, con un linguaggio semplice e comprensibile, ma allo stesso tempo esauriente.
- **MONITORARE** il rapporto con l'utenza e con il proprio pubblico di riferimento, attraverso sia lo strumento della customer satisfaction che attraverso l'interpretazione della rassegna stampa giornaliera
- **ORGANIZZARE E PROMUOVERE** iniziative di valorizzazione e animazione del territorio, dando adeguato risalto alle potenzialità dell'area.

Il 2014 e' anche il primo anno che è attiva la nuova sede e un forte impegno sarà profuso per far conoscere i nuovi spazi che la Camera di Commercio di Prato potrà mettere a disposizione della città, per ospitare nuove iniziative e attrarre nuovi tipi di pubblico sul territorio.

LA COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PRATO: OBIETTIVI E STRATEGIE

Raggiungere in maniera più efficace ma anche più efficiente il proprio pubblico di riferimento; potenziare l'autorevolezza dell'ente sul territorio; fidelizzare il proprio pubblico cercando di stimolarne un maggior coinvolgimento nelle iniziative. E poi, ma non per ultimo, contribuire a veicolare un'immagine positiva del territorio e delle imprese che vi operano, per dare il proprio contributo a creare una vision del futuro.

Le strategie di comunicazione della Camera di Commercio di Prato nel corso del 2014 dovranno tenere conto di questi obiettivi sia in fase di programmazione che in fase di realizzazione. Negli ultimi anni l'ente si è impegnato molto sul fronte della comunicazione, anche grazie ad un'articolazione tra strumenti diversi nati per rispondere ad esigenze diverse.

Allo stesso tempo la Camera di Commercio di Prato si impegnerà nella realizzazione di eventi che siano in grado di valorizzare il territorio e le imprese che vi operano, anche con la collaborazione delle associazioni di categoria. E' infatti necessario contribuire alla realizzazione di iniziative di animazione per dare modo a chi opera sul territorio di trovare nuovi stimoli nello svolgimento delle proprie attività.

Il Piano di Comunicazione deve essere uno strumento a supporto di tutte le iniziative programmate dall'Ente.

COMUNICARE: L'ATTIVITA' DELL'UFFICIO RELAZIONI ESTERNE

Le attività di promozione e rilancio dell'immagine del territorio che verranno portate avanti dall'Ufficio Relazioni Esterne nel corso del 2013 saranno sviluppate seguendo le linee strategiche del mandato dell'organo politico appena insediato.

Promozione spazi nuova sede

Nel corso del 2014 andrà avanti anche l'impegno per la promozione del nuovo auditorium e degli altri spazi presenti all'interno della sede, che possono rappresentare un'opportunità importante per il territorio.

Fashion valley

Un impegno particolare sarà profuso nella promozione della Fashion Valley, la piattaforma per il tessile/abbigliamento promossa dalla Camera di Commercio di Prato con la collaborazione delle associazioni



di categoria. La piattaforma dovrà essere oggetto di iniziative promozionali specifiche, eventi, presentazione materiali, per far conoscere la realtà del distretto della moda agli operatori qualificati

Promozione del territorio, anche in ottica Expo 2015

Impegno prioritario sarà dedicato alla promozione del territorio e alla realizzazione di materiale specifico, realizzazione eventi, costruzione format promozionali, per far conoscere le potenzialità del territorio, creare nuove partnership, anche in ottica di avvicinamento all'appuntamento con Expo 2015.

I nuovi strumenti di comunicazione

Il pubblico di riferimento della Camera di Commercio di Prato è composito e spazia tra soggetti appartenenti a fasce di età diversi, che hanno un grado di istruzione eterogeneo e che utilizzano strumenti di comunicazione diversi, sulla base delle loro esigenze e della loro formazione.

La comunicazione attraverso i nuovi canali multimediali sarà potenziata, cercando di sperimentare anche nuovi canali informativi e di comunicazione. A questo fine l'ufficio relazioni esterne potrà avvalersi di professionalità dotate di adeguate competenze. In particolare nel corso del 2014 sarà valutata la possibilità di utilizzare due nuovi strumenti: il blog camerale, che potrà essere attivato anche in collaborazione con altre realtà e che dovrebbe dare informazioni aggiornate e approfondite sul tessuto economico locale; e poi l'utilizzo di app per iniziative specifiche, anche per inserirsi in maniera concreta nel circuito di "buone pratiche" promosso da Forum PA.

Seguiranno gli aggiornamenti sui canali aperti su Facebook e Twitter, oltre a procedere il lavoro di aggiornamento sistematico dei siti gestiti dall'Ufficio: www.rethinkingtheproduct.com, www.cardato.it, Fashion Valley.

Newsletter

Nel corso del 2014 saranno portate avanti la pubblicazione mensile della newsletter "Obiettivo Impresa", uno strumento che raggiunge un numero notevole di utenti e che contiene informazione sulle iniziative camerale, le scadenze, i servizi e l'indicazione dei bandi regionali e comunitari ritenuti più interessanti per le imprese del territorio. Questo strumento si conferma ad oggi come uno strumento di grande efficacia, che permettere di raggiungere il pubblico in maniera concreta.

Rapporti con la stampa

Nel corso del 2014 andrà avanti il lavoro di accreditamento presso la stampa nazionale e regionale della Camera di Commercio di Prato come interlocutore qualificato in campo economico, grazie anche ai nuovi contatti che sono stati stabiliti in questi anni in occasione delle numerose iniziative di settore organizzate.

Sarà inoltre ampliato portfolio dei contatti media con l'inserimento di siti internet specializzati e con i contatti con media specializzati per settore. A questo fine potrà anche essere organizzato un educativo al su un tema specifico.

Notiziario camerale

Nel 2014 il Notiziario Camerale, che ha cadenza trimestrale, continuerà ad essere realizzato in formato e-book scaricabile dal sito, avviando anche una sperimentazione dell'utilizzo di una app specifica. Sarà invece eliminata la stampa cartacea del Notiziario stesso.

Acquisto spazi pubblicitari e redazionali

L'acquisto di spazi pubblicitari sarà utilizzato come uno strumento importante per la promozione non solo dell'ente camerale, ma anche e soprattutto del territorio. Nel corso del 2014 seguirà questa direzione la presenza dell'ente con spazi redazionali di vario tipo (banner multimediali, redazionali cartacei, redazionali video), che potrà essere possibile sia su strumento di comunicazione di livello locale che nazionale.

Trasmissione televisiva

Si continuerà la realizzazione, con cadenza settimanale, una nuova stagione della trasmissione "Obiettivo Impresa" su una emittente di visibilità sul territorio, concepita come contenitore per le iniziative della Camera di Commercio di Prato e vetrina per il territorio. La trasmissione sarà anche utilizzata per animare il canale "you Tube" dell'ente.

Rassegna stampa

Anche nel corso del 2014 sarà messa a disposizione dei dipendenti sulla intranet camerale una rassegna stampa quotidiana aggiornata con i principali articoli di loro interesse usciti sulla stampa locale e nazionale.



Come di consueto, l'ufficio Relazioni Esterne collaborerà inoltre con i vari uffici dell'ente per offrire il proprio supporto per l'organizzazione di alcune iniziative. In particolare:

- **Presenza qualificata a mostre e fiere**
Nel corso dell'anno la Camera di Commercio di Prato prenderà parte, direttamente o indirettamente, a manifestazioni di importanza nazionale dedicate in particolare ai prodotti tipici e artigianali. Per veicolare l'immagine dell'ente e del territorio in queste importanti vetrine sarà predisposto materiale qualificato più o meno specifico: brochure, depliant, cd rom, video promozionali.
- **Giornata dell'Economia e Settimana della Conciliazione e altre iniziative promosse a livello nazionale**
Anche per il 2013 si prevede che Unioncamere lancerà eventi di sistema, come la Giornata dell'Economia e la settimana della Conciliazione; in collaborazione con gli uffici competenti, l'ufficiodelazioni esterne predisporrà il materiale necessario e organizzerà gli eventi sul territorio. Allo stesso modo si procederà alla promozione di altre iniziative che saranno promosse a livello nazionale da Unioncamere.
- **Sponsorizzazioni**
Per le iniziative ritenute idonee potrà essere sperimentato il supporto di sponsorizzazioni esterne, che sollevino una parte dei costi dell'ente per l'organizzazione di eventi e pubblicazioni.
- **Contributi a terzi**
Particolare attenzione verrà rivolta al coordinamento con l'Ufficio Promozione per assicurare all'ente la dovuta visibilità nelle iniziative realizzate con il contributo camerale. Per questo sarà predisposto il materiale necessario e le forme di collegamento con gli uffici stampa degli eventi.

INFORMARE: L'ATTIVITA' DELL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO.

- **Servizio di Mediazione Culturale**
Per il 2014, rilevato nel corso del 2013 un sensibile calo degli utenti di lingua araba che si recano presso lo sportello di mediazione, nonché cessata l'emergenza informativa conseguente all'introduzione della ComUnica per le imprese individuali, verrà garantita solo la presenza del mediatore culturale di **lingua cinese** nei giorni di mercoledì e venerdì. Il mediatore culturale sarà presente presso gli sportelli anagrafici e sarà a disposizione di tutti gli utenti camerale.
Nell'ambito del servizio di mediazione potranno avere luogo collaborazioni con altri Enti e /o soggetti al fine di raggiungere in modo più efficace le imprese dei cittadini stranieri.
- **Pubblicazione su Rivista in lingua Cinese**
Anche nel 2014 proseguirà la pubblicazione mensile di articoli su un periodico di lingua cinese. Nello specifico, si tratta della pubblicazione di informazioni a carattere pratico-amministrativo nelle materie di competenza dell'Ente e avranno per oggetto adempimenti, scadenze e novità di interesse per le imprese.
Considerata, infatti, la significativa percentuale delle imprese di cittadini cinesi presenti nel territorio, si ritiene opportuno proseguire la collaborazione come avvenuto negli anni precedenti.
- **Gruppo di redazione del sito internet www.pratomigranti.it**
La Camera di Commercio di Prato partecipa regolarmente al gruppo di redazione, coordinato dalla Prefettura, del sito internet www.pratomigranti.it. Il gruppo si occupa della pubblicazione delle informazioni rivolte in via prevalente ai cittadini migranti e agli operatori del settore. Con questa partecipazione l'Ente intende favorire e migliorare la comunicazione dedicata ai cittadini stranieri che svolgono un'attività d'impresa sul territorio poiché nell'ambito del gruppo di redazione vengono condivise esperienze sulle attività svolte e vengono discusse le modalità operative per assicurare la divulgazione e l'accessibilità delle informazioni.
- **Reclami e Suggerimenti**
La gestione dei reclami è un'azione importante e fondamentale per favorire la partecipazione degli utenti: in primo luogo, consente di migliorare il servizio alla luce delle considerazioni provenienti dai fruitori dei servizi predisponendo rimedi e azioni correttive o preventive; dall'altro, permette di migliorare la soddisfazione e il consenso attorno alla stessa organizzazione diventando così uno strumento per migliorare e monitorare la qualità dei servizi e per diffondere l'immagine di un'organizzazione attenta alle esigenze e ai feedback dei suoi interlocutori.
Il 2014 sarà il **decimo anno** nel quale la CCIAA di Prato offrirà agli utenti questo importante strumento di rilevazione. Il reclami e i suggerimenti possono essere inviati attraverso il modulo disponibile sul sito *internet* camerale.



Il servizio si completa con l'utilizzo di un'apposita banca dati in cui gli addetti archiviano tutte le informazioni raccolte.

- **Campagne 2014**

Tra le iniziative annuali si registrano le tradizionali campagne informative per il deposito dei bilanci societari e la campagna sul pagamento del diritto annuale, alla quale si aggiungeranno iniziative specifiche per nuovi adempimenti ed opportunità per le imprese.

Il canale privilegiato sarà costituito dal sito camerale, senza peraltro escludere gli altri strumenti di comunicazione di cui la Camera di Commercio dispone.

Speciali iniziative formative potranno essere organizzate a favore degli operatori professionali e delle Associazioni di categoria in relazione all'entrata in vigore della nuova modulistica.

Infine, verrà garantita un'adeguata comunicazione riguardo le modalità di presentazione delle pratiche e lo scambio informativo tra la Camera di Commercio e i SUAP della rete regionale la cui piattaforma, si ipotizza verrà attivata nel corso dell'anno.

- **Indagine di *customer satisfaction***

Anche per il 2014 la Camera di Commercio di Prato realizzerà un'indagine sul grado di soddisfazione dell'utenza, allo scopo di verificare i punti critici dei propri servizi e adottare le opportune misure di correzione. I risultati delle indagini costituiranno inoltre validi indicatori sui servizi inclusi per il piano della performance.

- **Indagine di *benessere organizzativo***

La Camera di Commercio di Prato pone analoga attenzione anche al livello di benessere percepito dai propri dipendenti. A tale proposito verrà ripetuta l'indagine di benessere organizzativo i cui risultati consentiranno alla dirigenza, con il supporto dell'Organismo Indipendente di Valutazione, di operare eventuali modifiche organizzative per il miglioramento dell'ambiente di lavoro. Nella predisposizione del questionario verrà coinvolto anche il Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni (CUG).

- **Individuazione di appositi strumenti informativi al fine di:**

- **informare gli utenti camerale sulla modulistica informatica** → verranno tempestivamente aggiornate le istruzioni presenti sul sito ed eventualmente organizzati incontri formativi per l'utenza;
- **aggiornare le informazioni sugli adempimenti per il Registro Imprese** → oltre allo specifico aggiornamento delle informazioni presenti sul sito in relazione ai singoli adempimenti e alle novità normative, la Camera di Commercio di Prato pubblicherà le guide regionali/nazionali sugli adempimenti alla cui redazione ha collaborato.
Inoltre, nel corso del 2014 proseguirà l'attività del gruppo dei Conservatori di Unioncamere Toscana che, con l'intento di armonizzare e rendere omogenee le procedure, realizza guide operative e schede condivise sui vari adempimenti amministrativi.
- **comunicare le modalità di gestione del nuovo SUAP (Sportello Unico per le Attività Produttive)** → si prevede che nel 2014 la Regione Toscana in collaborazione con la società di informatica delle Camere di Commercio – Infocamere – realizzerà la piattaforma regionale che permetterà a tutte le imprese ed ai soggetti interessati del territorio di inviare le pratiche contestualmente al SUAP e al Registro delle Imprese, nonché di ricevere le risposte degli Enti coinvolti. Si prevede al riguardo un'attività di raccordo con i comuni interessati e un'adeguata informazione al personale camerale e all'utenza.
- **aggiornamento della pubblicazione dei procedimenti amministrativi dell'Ente** → in applicazione della normativa sulla trasparenza dell'attività amministrativa la Camera di Commercio pubblica sul proprio sito *internet* gli aggiornamenti dell'elenco dei procedimenti amministrativi con i riferimenti normativi, i nominativi dei responsabili di ciascun procedimento, nonché il settore e/o il servizio competente.
- **Giornata della Trasparenza**
L'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico collaborerà alla realizzazione del programma triennale per la Trasparenza, compresa l'organizzazione della giornata per la trasparenza.
- **informare i consumatori sulle iniziative e gli strumenti a loro tutela** → verranno divulgate le iniziative camerale a tutela dei consumatori, anche attraverso il canale radiofonico;



- **“Dematerializzazione” della comunicazione tra enti**

Proseguirà l'attività di dematerializzazione delle comunicazioni tra i vari enti e anche nei confronti delle imprese, secondo quanto previsto dall'Agenda Digitale, attraverso l'utilizzo della posta elettronica e nuovi collegamenti con altre pubbliche amministrazioni (ad esempio Casellario giudiziario, antimafia, ecc.).

- **Carta dei Servizi**

Nel corso del 2014 verrà realizzata la Carta dei Servizi della Camera di Commercio di Prato, che illustrerà il funzionamento e le modalità di accesso ai servizi, riassumerà le attività degli uffici, renderà pubblici i propri obiettivi nonché i principi ispiratori per l'erogazione delle prestazioni, fissando standard qualitativi e tempi. In questo modo saranno garantiti ai fruitori dei servizi camerali trasparenza e mezzi di tutela per l'esercizio dei propri diritti nei confronti dell'ente, agevolando l'utente nell'uso corretto dei servizi messi a disposizione dalla Camera di Commercio di Prato.

LA MISURAZIONE DEI RISULTATI

La misurazione dei risultati di un piano di comunicazione possiamo considerarla un primo, chiaro e semplice punto di riferimento per quegli Enti che intendono valorizzare al massimo il contributo della propria attività, nonché analizzare gli aspetti critici. Per tale ragione il monitoraggio è una componente centrale del modello di *governance* della comunicazione in quanto valutare la credibilità della fonte e l'affidabilità dei contenuti significa misurare l'efficacia stessa della comunicazione.

Dunque, la definizione degli obiettivi e la misurazione rappresentano gli elementi fondamentali di ogni programma di relazioni pubbliche. Viene così ribadito il ruolo centrale della misurazione per orientare le scelte di ciascun programma di comunicazione. La definizione di obiettivi di comunicazione misurabili che indichino in modo preciso quali effetti devono essere raggiunti, presso quali pubblici e con quali tempi, rappresenta il primo indispensabile passo.

Senza una misurazione sistematica delle specifiche azioni di comunicazione è molto difficile conoscere la loro efficacia.

La misurazione dovrebbe essere sviluppata secondo una logica costruttiva, mirata al miglioramento delle future scelte e decisioni strategiche.

Ne deriva che la misurazione da una parte serve a valutare l'efficacia dell'attività di comunicazione in termini di risultati e dall'altra è fondamentale per le decisioni relative alle future scelte comunicative.

Le variabili da tenere in considerazione possono essere molteplici quindi è opportuno provare ad individuare *a priori* gli strumenti adatti. Si è deciso quindi di considerare la valutazione (misurazione) dei risultati come parte del piano di comunicazione concepito in modo integrato e funzionale al processo valutativo.

La **gestione dei reclami e dei suggerimenti** è un importante strumento di misurazione. Dall'analisi dei reclami e dei suggerimenti che gli utenti hanno la possibilità di indirizzare all'Ente, sia tramite le urne presenti nei locali degli uffici, sia tramite il sito, si possono avere importanti segnali sull'erogazione dei servizi, nonché delle indicazioni per il miglioramento organizzativo. Dal punto di vista pratico, la gestione delle segnalazioni, mediante l'apposito *database*, fornisce una serie di informazioni capaci di supportare l'attività di valutazione e di orientare le decisioni organizzative e le scelte comunicative della Camera. A questa modalità di misurazione si aggiungono anche i suggerimenti pervenuti tramite la casella dedicata alla trasparenza (trasparenza@po.camcom.it) e, per quanto riguarda il sito, il giudizio che è possibile esprimere anche con proposte, in ogni pagina attraverso le *emoticon*.

Ulteriore strumento di monitoraggio è rappresentato dai **questionari di valutazione** che vengono somministrati a tutti i partecipanti nei vari incontri organizzati dall'Amministrazione. Queste elementari informazioni forniscono dati non solo riguardo al tipo di pubblico (appartenenza di genere, professione ecc..) e all'efficacia dei temi trattati (quanto sono applicabili gli argomenti affrontati nell'attività professionale e lavorativa dei partecipanti), ma anche al grado di soddisfazione dei soggetti intervenuti rendendo possibile l'individuazione dei contenuti delle future scelte formative.

Inoltre, tra le attività valutative del 2013 un ruolo fondamentale spetterà all'indagine di **Customer Satisfaction**. Questa rilevazione è infatti un importante strumento di misurazione della qualità percepita dagli *stakeholder* camerali e si cercherà, ove possibile, un confronto con camere di commercio di dimensioni analoghe.

La **rassegna stampa**, oltre ad essere un importante mezzo di comunicazione interna, rappresenta uno strumento fondamentale per determinare l'incisività delle iniziative di comunicazione e i risultati raggiunti. Per questo nel corso del 2013 verrà potenziato il sistema di monitoraggio della rassegna stampa anche con



rassegne tematiche sui singoli eventi e con la catalogazione, per quanto possibile, anche degli articoli presenti sui siti web.

Per quanto riguarda la comunicazione interna accanto alla **rassegna stampa**, la **intranet** camerale, accessibile a tutti i dipendenti dell'Ente, consente l'informazione diffusa sugli atti adottati e sulle novità e iniziative di interesse del personale (es. materiale relativo a corsi di formazione, contrattazione decentrata, comunicazioni di servizio, ecc.).

B