



PIANO DI COMUNICAZIONE

GLI ARGOMENTI DA TRATTARE

Fusione di Comuni

PIANO DI COMUNICAZIONE SUL PROGETTO DI FUSIONE DEI COMUNI

Occorre distinguere tre momenti:

- La comunicazione **prima** dell'avvio del percorso partecipato di fusione

Obiettivo: informazione e trasparenza, condivisione dati e informazioni

- La comunicazione **durante** il percorso partecipato

Obiettivo: ascolto, promozione e partecipazione/discussione per una scelta consapevole, sensibilizzazione degli stakeholders

- La comunicazione **dopo** il percorso partecipato

Obiettivo: spinta all'azione, informazione e diffusione degli obiettivi del progetto definitivo di fusione

LA COMUNICAZIONE PRIMA DELL' AVVIO DEL PERCORSO PARTECIPATO DI FUSIONE

- I Comuni che intraprendono un progetto di fusione devono parlare con una sola voce: l'attività di comunicazione deve essere **gestita in modo coordinato**, le informazioni date in maniera chiara e **non contraddittoria**, **il piano di comunicazione costruito insieme e condiviso**;
- La comunicazione deve iniziare a **veicolare informazioni «di base» sulla fusione** in modo tale che i soggetti che partecipano al percorso partecipato non siano «spaesati» ma giungano all'evento sapendo che cosa è la fusione.
- La comunicazione in questa prima fase potrà quindi avere come target
 - sia i cittadini;
 - sia gli stakeholder
- È in questa prima fase che **si inizia a costruire il rapporto di fiducia** con i cittadini e gli stakeholder

QUALI INFORMAZIONI VEICOLARE NELLA PRIMA FASE

- Spiegare che **cosa è la fusione e i motivi** che spingono i comuni a provare ad intraprendere questa strada;
- Spiegare **le tappe** del percorso istituzionale che portano alla fusione;
- Spiegare in che cosa consiste il **percorso partecipato**

SPIEGARE CHE COSA È LA FUSIONE E I MOTIVI DI TALE PERCORSO

Oltre a spiegare **in che cosa consiste la fusione** e le relative **motivazioni**, in questa sede si possono **anticipare i benefici** che la nuova comunità potrà trarre e che dovrebbero già essere contenuti nello studio di fattibilità:

- Maggiore «peso» istituzionale del nuovo Comune;
- Minori costi della politica;
- Minori spese di struttura e conseguenti maggiori risorse da dedicare ai servizi, ai cittadini e alle imprese;
- Ottenimento dei contributi
- Offerta di servizi più efficaci ed efficienti
- Programmazione e progettazione di sviluppo economico, commerciale, ambientale del territorio
- Sviluppo di politiche di marketing territoriale (è importante che vi siano progetti relativi alle aree interne meno popolate che altrimenti rischiano di essere fagocitate dalle realtà comunali dotate di maggiore densità)

IMPORTANTE veicolare il messaggio che si sta costruendo insieme una strategia progettuale di sviluppo del territorio che rimarrà e potrà essere utile indipendentemente dal risultato del referendum.

SPIEGARE LE TAPPE DEL PERCORSO ISTITUZIONALE

Spiegare tutti i **passi** che portano all'istituzione del nuovo Comune (il materiale grafico in questo caso può risultare molto efficace)

Dare informazioni sul **referendum** (quando si vota, chi può votare, dove si vota, come si vota)

Informare su **come verrà deciso il nome del nuovo Comune**

Informare sul **periodo di commissariamento** e su **cosa rimarrà identico e cosa cambierà per il cittadino**

SPIEGARE IN CHE COSA CONSISTE IL PERCORSO PARTECIPATO

Spiegare **quali sono i suoi obiettivi** fondamentali

- momento di **confronto** tra istituzioni e cittadini/stakeholders;
- momento di **ascolto** sulle problematiche e sui fattori di debolezza del territorio ma anche sui punti di forza per tracciare insieme i possibili scenari futuri del proprio territorio
- momento di **riflessione** sulle potenziali minacce e sulle potenziali opportunità della fusione
- momento di **riflessione** per capire se è possibile intraprendere effettivamente il percorso di fusione

Spiegare **come saranno organizzati gli incontri** (es. focus group ecc.)

Importante la trasparenza! Mettere in evidenza se alcuni incontri saranno riservati solo ad alcune categorie e quali invece aperti a tutta la cittadinanza, e mettere in evidenza che **di tutti gli incontri e di quanto deciso verrà divulgato il materiale.**

LA COMUNICAZIONE DURANTE IL
PERCORSO PARTECIPATO DI
FUSIONE

La comunicazione deve essere **incentrata sull'ascolto** e deve essere **trasparente**, ovvero le decisioni e il materiale prodotto durante gli incontri siano questi incontri mirati/ristretti, siano questi eventi informativi aperti alla cittadinanza, deve essere messo a disposizione di tutti gli interessati.

La rendicontazione degli incontri serve a rafforzare il rapporto di fiducia che si sta costruendo con i destinatari della comunicazione.

La comunicazione degli eventi costituisce un mini piano di comunicazione all'interno del più vasto dedicato al progetto di fusione. Per la relativa strategia rimando al vademecum «Eventi pubblici e piano di comunicazione».

Occorre **costruire una narrazione degli eventi che accompagni il lettore dall'inizio del primo evento del percorso partecipato fino all'ultimo incontro**. La narrazione dell'evento che si è tenuto si deve sviluppare come una sorta di racconto a puntate dove testi, immagini, filmati etc. hanno il duplice scopo di rendicontare e tenere viva l'attenzione sull'argomento trattato.

LA COMUNICAZIONE DOPO IL PERCORSO PARTECIPATO DI FUSIONE

E' il momento di «tirare le fila». Con la conclusione del percorso partecipato che ha portato ad aprire un dialogo/confronto con i cittadini e gli stakeholder, le amministrazioni hanno potuto capire se è possibile intraprendere la fusione e il prodotto finale realizzato è il progetto definitivo di fusione.

La comunicazione ora deve essere incentrata a

- **Presentare il progetto di fusione definitivo**
- Riprendere alcuni temi già trattati nella prima fase che per il loro taglio pratico sono utili (le tappe della fusione; il referendum e le modalità di voto, il periodo di commissariamento; cosa rimane identico e cosa cambia)

La comunicazione può avere ora **un taglio più politico** e deve essere volta ad illustrare

- L'organizzazione della nuova macchina comunale
- La **strategia progettuale di sviluppo del territorio nelle principali aree**: economia e lavoro; turismo; educazione; sanità; ambiente; sicurezza; trasporti; servizi sociali; integrazione multi-etnica; tecnologia e innovazione.

MONICA GATTI

Servizio Affari legislativi e aiuti di stato

**D.G. Risorse Europa Innovazione e
Istituzioni**