



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



FONDO ASILO, MIGRAZIONE E INTEGRAZIONE (FAMI) 2014-2020

Obiettivo Nazionale: ON 2 - Integrazione - Piani d'intervento regionali per l'integrazione dei cittadini di paesi terzi - Autorità Delegata - IMPACT

Obiettivo Specifico: 2.Integrazione / Migrazione legale

Piano Regionale Multi-Azione CASPER II - PROG 2350

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE INTERCULTURALE APPROCCI, PRATICHE E STRUMENTI PER UNA EFFICACE COMUNICAZIONE PUBBLICA

Comunicare sul web: il ruolo dei social media



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Di cosa parleremo:

- Opportunità e problematiche della comunicazione social
- L'importanza della Social Media Policy
- La scelta dei canali social
- Parlare di migrazioni sui social: perché farlo e come prevenire ed affrontare il dissenso
- Buoni esempi da cui farsi ispirare



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



Essere o non essere (sui social)?

La presenza delle istituzioni sui social non è più una scelta ma una regola per **interagire**, **accorciare le distanze** con la cittadinanza, darsi **visibilità** e costruirsi una buona **reputazione**. Inoltre, tramite i social è possibile raggiungere molte più persone rispetto alle classiche forme di comunicazione.

35 milioni di italiani – il 60% della popolazione totale
– dispongono almeno di un profilo social attivo.

Report annuale We are social

Un cittadino su due si informa dei servizi della
pubblica amministrazione tramite social network

Osservatorio eGovernment del Politecnico di Milano





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



Opportunità:

- aumentare la trasparenza
- offrire informazioni
- accorciare la distanza reale e percepita tra istituzioni e cittadinanza
- rispondere all'esigenza di poter interagire con la PA tramite gli strumenti digitali che arriva dalla stessa cittadinanza
- creare nuove forme di partecipazione e coinvolgimento





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



I vantaggi di una presenza social /1

- **Avere un feedback dai cittadini** →
La misurazione del sentiment della cittadinanza permette di capire quali sono le loro esigenze e riconoscere le mancanze della PA reali e percepite
- **Migliorare la qualità dei servizi** grazie alla partecipazione attiva e diretta dei cittadini che a sua volta genera un **senso di appartenenza alla comunità** della cittadinanza





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



I vantaggi di una presenza social/ 2

- Occasione per **ricostruire il rapporto tra governo e cittadini** attraverso uno scambio di informazioni non più verticale (one to many) ma di tipo orizzontale (many to many)
- Sfruttare la **presenza di un pubblico che è già sui social**
- Tessere una rete delle esperienze di cittadinanza attiva e realtà della società civile per fare community per il **bene pubblico**



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



Problemi ricorrenti

La mancanza di una comunicazione veloce ed efficace comporta che la PA venga percepita come apparato burocratico distante ed inutile e non come strumento al servizio del cittadino

- Moltiplicazione dei canali di comunicazione per diffondere lo stesso messaggio
- Canali di comunicazione poco chiari
- Ambiguità della comunicazione
- Autoreferenzialità
- Nessuna risposta alle sollecitazioni del cittadino
- Il burocratese





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Sulla disintermediazione

«La comunicazione serve a supportare il governo della Pubblica Amministrazione, perché questa, riuscendo a intercettare i bisogni dei cittadini si prepari ad affrontare i cambiamenti e possa anticipare le aspettative. (...)

Sicuramente **la Comunicazione Pubblica** non è la ricerca del consenso né una tecnica. Si tratta, al contrario, della capacità di saper attivare processi interni ed azioni esterne per costruire **nuove relazioni tra i cittadini e con i dipendenti**. È un aspetto del governo, inteso come amministrazione(..). **È, infine, la capacità di capire e farsi capire.**

Per la Pubblica Amministrazione rappresenta una opportunità decisiva per uscire dal “rumore comunicativo”, in cui tutti noi siamo immersi, e per costruire reali momenti di crescita delle nostre comunità»

Alessandro Rovinetti- Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



Social media policy

La Social Media Policy è uno strumento essenziale per ridurre il margine di rischio ed improvvisazione sui Social Network.

La SMP è un **documento strategico** con cui la PA individua:

- **cosa** pubblica sui social
- **come** lo pubblica
- come si risponde alle **richieste** dei cittadini
- come si gestiscono le **situazioni difficili**



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Per ogni spazio aperto sui social network, è opportuno che l'Amministrazione predisponga e renda pubblico (meglio ancora se all'interno del canale stesso) un apposito documento che illustri in modo chiaro agli utenti:

- l'Ente o ufficio che gestisce il canale e i contatti;
- le finalità con cui l'ente è presente sui social;
- le piattaforme utilizzate e le modalità di utilizzo;
- i contenuti trattati (cosa viene postato o cosa non è postato sui canali social);
- le regole di comportamento (*netiquette*);
- la moderazione dei commenti;
- gli orari in cui i canali sono presidiati
- il copyright e le licenze
- le regole sulla privacy





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Buoni esempi

[Link](#)



← La nostra policy | Facebook



 Regione Lombardia

La nostra policy

10 OTTOBRE 2019

La pagina Facebook di Regione Lombardia è gestita e moderata dalla Struttura Comunicazione Integrata e Digitale, secondo i principi e le regole espresse nella Social Media Policy, disponibile sul Portale Regionale, all'indirizzo: goo.gl/EvU8rf

Il team non risponderà ai commenti fuori luogo o che riguardano dichiarazioni di soggetti politici o loro scelte.

La moderazione dei commenti pubblici e la risposta ai messaggi privati è attiva dal lunedì al sabato, dalle 8.00 alle 20.00.



← La nostra policy | Facebook

la risposta ai messaggi privati è attiva dal lunedì al sabato, dalle 8.00 alle 20.00.

Gli amministratori della Pagina si riservano di rimuovere commenti ritenuti illeciti, diffamatori, calunniosi, volgari, lesivi della privacy altrui e/o razzisti.

Verranno eliminati i contenuti di natura pubblicitaria e più in generale che utilizzino i messaggi a scopo commerciale (promozione, sponsorizzazione e vendita di prodotti).

Gli amministratori potranno bloccare gli utenti che, ripetutamente, postano commenti fuori luogo, offensivi, diffamatori, volgari, lesivi della privacy altrui, razzisti.





**Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea**

In questa pagina sono descritte le modalità di gestione dei canali social media di Regione Lombardia.

I canali istituzionali sono gestiti dalla Direzione Comunicazione per la comunicazione istituzionale e dall'Agenzia di stampa per le news Lombardia Notizie #LNews.

Contenuti

I canali social media di Regione Lombardia sono costantemente aggiornati con la pubblicazione dei seguenti contenuti: info utili, bandi, eventi, opportunità. Sull'account Twitter LombardiaOnline sono inoltre pubblicati contenuti dell'Agenzia di stampa Lombardia Notizie, contraddistinti dall'utilizzo dell'hashtag #LN.

I canali social di Regione Lombardia pubblicano contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali di proprietà dell'Ente e/o sotto licenza Creative Commons CC BYND 3.0 possono quindi essere riprodotti liberamente e devono sempre essere attribuiti all'autore.

Moderazione

La pagina Facebook e il profilo Twitter vengono moderati dal lunedì al sabato, dalle 8.00 alle 20.00, con un presidio negli orari serali e nei giorni festivi in occasione di iniziative ed eventi di particolare rilievo. Il canale Youtube e la pagina LinkedIn sono moderati dalla Struttura Comunicazione Integrata e Digitale negli orari di ufficio.

Regione Lombardia invita a una conversazione educata, pertinente e rispettosa.

Regione Lombardia non risponde ai commenti fuori luogo o che riguardano dichiarazioni di soggetti politici o loro scelte.

Si riserva di rimuovere commenti ritenuti illeciti, diffamatori e/o calunniosi, volgari, lesivi della privacy altrui che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;



**Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea**

Vengono inoltre eliminati:

- informazioni che possono tendere a compromettere la sicurezza o la sicurezza dei sistemi pubblici
- contenuti che violino l'interesse di una proprietà legale o di terzi
- commenti o post che presentino dati sensibili in violazione della Legge sulla privacy
- contenuti di natura pubblicitaria e più in generale che utilizzino i messaggi a scopo commerciale (promozione, sponsorizzazione e vendita di prodotti);

Vengono scoraggiati e comunque soggetti a moderazione commenti e contenuti dei seguenti generi:

- commenti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato (off topic);
- commenti e i post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social;
- spam;
- interventi inseriti ripetutamente

Le richieste di informazione e le segnalazioni degli utenti che provengono attraverso commenti pubblici o messaggi privati vengono valutate e trasmesse agli uffici regionali competenti o, se opportuno e possibile, gestite direttamente. Non ricevono risposta i commenti pubblici o i messaggi privati che violano i principi e le regole espresse in questa social media policy.

Regione Lombardia si riserva il diritto di rimuovere qualsiasi contenuto che venga ritenuto in violazione di questa social media policy o di qualsiasi legge applicabile.

Per chi dovesse violare queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati Regione Lombardia si riserva il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Segui Condividi Salva ...

Informazioni

Informazioni di contatto

- m.me/comunedibudrio
- http://www.comune.budrio.bo.it

Più informazioni

- Informazioni**
Pagina Facebook del Comune di Budrio gestita dall'Ufficio Stampa con il supporto degli Uffici Comunali
- Social Media Policy**
Termini e condizioni di utilizzo del canale Facebook del Comune di Budrio

Il rapporto tra cittadini e pubbliche amministrazioni sta vivendo una fase di profondo mutamento in cui i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni. In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano per le pubbliche amministrazioni una grande opportunità, non solo per informare e comunicare in maniera efficace, ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini. Anche se non esiste alcun obbligo normativo per le pubbliche amministrazioni a essere presenti con un proprio presidio istituzionale sui social network, questi strumenti integrano e non sostituiscono i tradizionali canali di comunicazione attraverso cui l'amministrazione rende disponibili le informazioni e i propri servizi. Il Comune di Budrio ha quindi ritenuto opportuno intraprendere questo percorso, per favorire lo sviluppo di processi virtuosi di collaborazione. Trattandosi comunque di una piazza aperta a tutti, l'amministrazione comunale ha deciso di dotare la propria pagina Facebook di una social media policy, affinché lo strumento venga utilizzato nel miglior modo possibile, senza che nessuno – sia da parte dei cittadini che dell'amministrazione – sia oggetto di offese o altri comportamenti illeciti come riportato nel paragrafo Moderazione. Questa scelta non vuole assolutamente essere ne restrittiva ne coercitiva ma, al contrario, stabilire un patto di collaborazione tra le parti affinché lo strumento possa esprimere al meglio il proprio ruolo, stimolando la partecipazione e la cittadinanza attiva.

Anche se non esiste alcun obbligo normativo per le pubbliche amministrazioni a essere presenti con un proprio presidio istituzionale sui social network, questi strumenti **integrano e non sostituiscono** i tradizionali canali di comunicazione attraverso cui l'amministrazione rende disponibili le informazioni e i propri servizi. Il Comune di Budrio ha quindi ritenuto opportuno intraprendere questo percorso, per favorire lo sviluppo di **processi virtuosi di collaborazione**.



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Tab. 5 - I social media preferiti dalle città

	2017 (v.a)	2018 (v.a.)	2019 (v.a)	2019 (%)	N. followers totali
Città che sono presenti su almeno un social media	94	99	100	93,5	-
Città che non sono presenti su nessun social media	12	8	7	6,5	-
Facebook	85	82	87	81,3	2.387.189,0
Youtube	67	71	86	80,4	44.139
Twitter	73	79	75	70,1	1.690.627
Instagram	21	26	36	33,6	2.573.668
Flickr	15	13	11	10,3	n.r
Google +	13	13	-	-	-
Pinterest	5	4	4	3,7	n.r
LinkedIn/ Slide share		4	4	3,7	n.r
Telegram		5	8	7,5	n.r
Whatsapp		5	5	4,7	n.r

Fonte: FPA – ICity Rank 2017, 2018, 2019

Data la complessità dei servizi multimediali oggi disponibili, e maggiormente utilizzati, si possono identificare gli strumenti fondamentali per una PA social in base alla loro funzione prevalente. E' inutile disperdere le energie su tanti canali su cui si verifica una gestione discontinua, **meglio pochi canali ma ben gestiti!**



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Quali canali?



Informare
Breaking news
Comunicati stampa
Rassegna stampa



Informare
Promuovere il territorio
Creare comunità
Coltivare i rapporti con gli
utenti



Approfondimenti
informativi
Promuovere il
Territorio



In crescita
Utenza giovanile
Informare
Promuovere il territorio



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Messaggeria istantanea: Segnalazioni rapide e diffusione capillare

Crescita di Telegram per le PA

- E' conforme al GDPR
- E' l'utente a decidere di iscriversi e non sei tu a "iscriverlo" forzatamente
- Non c'è bisogno del numero di cellulare
- Ogni utente può scegliere di fare ciò che vuole dei propri dati

15:44



Home , Il Comune , URP -
Comune Informa ,

Whatsapp: 331
58 11 426

Ultimo Aggiornamento: 02/08/2019

Puoi contattarci su Whatsapp al numero
331 5811426 per chiedere informazioni e
chiarimenti sulle attività e sui servizi
dell'Ente.

Per segnalazioni, suggerimenti, reclami
deve essere utilizzata la procedura online
RES.

> Come fare

Comune
di Reggio
Emilia



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Impegno quotidiano



recupero immagini o
video 20%



**IMPEGNO
QUOTIDIANO**

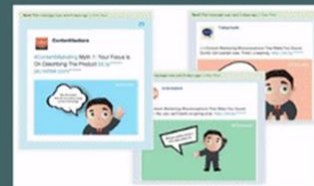
gestione interazione
48%



ricerca informazioni
20%

**suddivisi
one
attività
di una
redazio
ne social
media**

A
redazione e
pubblicazione post
20%





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Suggerimenti per la pagina facebook

Scegliere un registro informale → La pagina Facebook di un Comune non è la replica dell'ufficio stampa e i contenuti non hanno nulla a che fare con i comunicati stampa. Si tratta di uno spazio dove è opportuno incentivare il dialogo, così da promuovere eventi, eccellenze locali e mettere in evidenza eventuali criticità.



Comune di Milano | Palazzo Marino

28 ottobre alle ore 18:01 · 🌐

Avete tempo fino a domenica, primo novembre, per visitare #ArtsFoods, il padiglione di Expo 2015 Milano a La Triennale di Milano. Potete accedervi gratuitamente con il biglietto di #Expo2015. Vi aspetta un percorso tra più di 2.000 opere, dall'arte all'architettura, dal design alla fotografia, che affronta la multiforme relazione fra arti e cibo:

<http://www.triennale.org/it/mostre/future/3572-arts-a-foods>

[In foto: Andy Warhol, Campbell's Soup I portfolio, 1968]





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Comune Di Desio

27 ottobre 2015 ·



BrianzAcque



#Desio Di nuovo in funzione a oggi in Piazza Giovanni XXIII, la casetta dell'acqua.

Era finita "fuori servizio" a causa di furti ed effrazioni. Dopo un forzato "black out" durato più di un mese, da questa mattina, il chiosco di Desio ha ripreso a erogare regolarmente acqua nelle versioni liscia e gasata.

Per ripristinare il servizio, BrianzAcque ha preliminarmente provveduto alla riparazione delle strumentazioni del distributore danneggiato dagli scassi messi a segno per trafugare gli spiccioli, incassati con i prelievi di H2O.

Per adesso, è ancora possibile spillare l'acqua utilizzando le monete ma, dagli inizi dell'anno prossimo, l'operazione sarà eseguibile solo con l'impiego di tessere ricaricabili attraverso un totem che verrà posizionato in Comune.

Una scelta "anti-razzie", come spiega l'Amministratore delegato di BrianzAcque, Enrico Boerci: "Abbiamo preso questa decisione in accordo con i Sindaci con l'obiettivo di scongiurare il ripetersi dei furti. Una serie di episodi inaccettabili che hanno arrecato danni non solo a BrianzAcque, ma a tutti quei cittadini, consumatori di acqua a Km.0 che, tutto ad un tratto, si sono visti privare di un servizio a cui sono abituati e affezionati".

Le stazioni di ricarica serviranno anche per la distribuzione della tessera.

Il provvedimento di "sospensione temporaneo" del servizio era scattato lo scorso 21 settembre, dopo una serie di blitz ladreschi che, oltre allo scasso della serratura, al taglio dei sacchetti porta spiccioli e al furto delle monetine delle strutture, quasi sempre erano conclusi con la rottura delle apparecchiature impiantistiche interne e con conseguente blocco dell'erogazione dell'acqua. Di lì a poco, i carabinieri avevano individuato e denunciato i presunti autori degli "assalti", grazie anche alla collaborazione di BrianzAcque che ha fornito agli inquirenti i filmati registrati dalle telecamere di sorveglianza di cui è dotata ogni casetta.

Sul territorio, BrianzAcque gestisce 15 casette e è impegnata ad installarne altre 16 in collaborazione con i Comuni della Provincia di Monza e Brianza.

Evitare contenuti troppo lunghi →
L'ideale è che l'utente si trovi davanti all'intero contenuto non appena apre la pagina o effettua lo scroll per visionare gli ultimi post. In questo modo è infatti possibile ottimizzare l'aspetto temporale, essenziale quando si parla di pubblica amministrazione 2.0 e della necessità di veicolare informazioni chiare ed esaurienti in maniera immediata.





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

La regola delle 5W → significa includere le informazioni essenziali nell'arco di 100/140 caratteri – lo spazio di un tweet – per poi spaziare successivamente con riferimenti più dettagliati, destinati a chi vuole approfondire il contenuto

Comune di Milano | Palazzo Marino
1 h · 🌐

Domenica il quartiere #Tortona si veste a festa per celebrare il successo di Expo in Città, il grande palinsesto di appuntamenti che ha animato la Città Metropolitana durante il semestre di Expo 2015 Milano, a favore di cittadini e turisti da tutta Italia e dal mondo per rendere più piacevole il loro soggiorno. Il Tortona district si colora a festa con bandierine e mappe per guidarvi tra alcuni dei luoghi più rappresentativi della Milano 2015: il MUDEC - Museo delle Culture, l'Italian Makers Village, Il Fuorisalone di CNA Milano - Via Savona 52 e il Mercato Metropolitano, che per l'occasione diventano i cardini di una domenica di attività diffuse. Il Museo delle Culture di via Tortona 56 apre le porte ai visitatori dalle 10 alle 19.30 offrendo la possibilità di visitare gratuitamente la Collezione permanente e quattro mostre temporanee e di partecipare a una maratona di corti dal mondo. Vi aspettiamo alla festa:
<https://www.facebook.com/events/902943353131688>. I dettagli:
<http://bit.ly/1GP73US>





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Fornire risposte dettagliate → da evitare assolutamente i contenuti copia e incolla privi di qualsiasi valenza informativa – sono nodali quando si parla di *customer care* in generale. Il loro ruolo è ancora più importante per la pubblica amministrazione sui social e per un impegno costante orientato al miglioramento dell'immagine dei singoli enti.



di Comune di Pistoia.

8 settembre alle ore 21:23 · 🌐

NO

Vi prego, son cose che non si possono vedere.



👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi



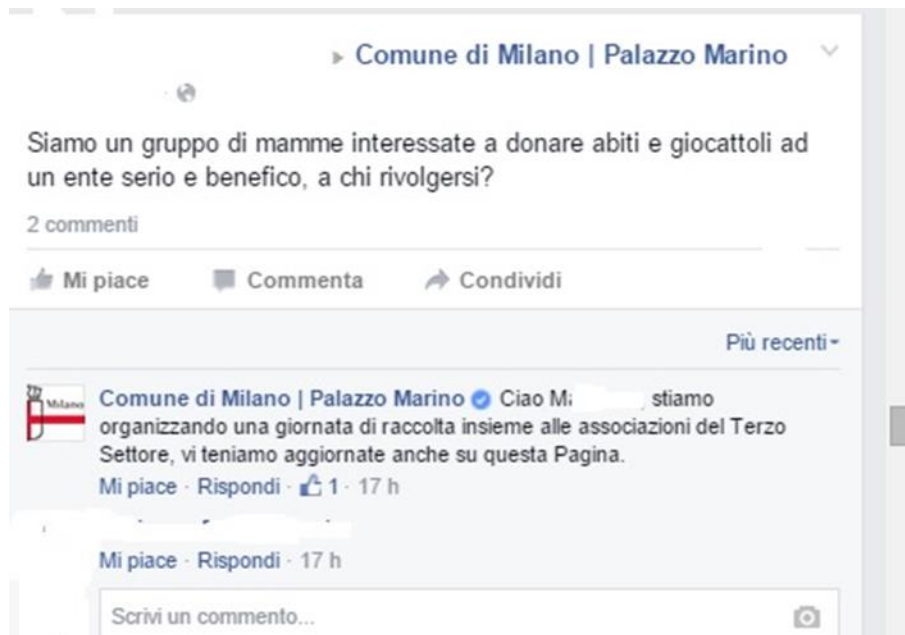
Comune di Pistoia La ringraziamo per la segnalazione. I cassonetti erano stati forniti da Publambiente per lo svolgimento di una manifestazione e ne abbiamo richiesto la rimozione.
Un caro saluto



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Chiamare gli utenti per nome → il web 2.0 ha abbattuto numerose barriere che separavano il cittadino dagli enti della PA, determinando un avvicinamento nodale per la qualità dei servizi forniti. Questa impostazione può essere solo vantaggiosa per l'immagine di una PA che interagisce consapevolmente con i propri interlocutori e che mette in atto un processo approfondito di *social listening*.





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Coinvolgere gli utenti → Creare iniziative per promuovere la partecipazione attiva e il senso di comunità degli utenti. Riscoprire valori comuni ed appartenenze è un modo per migliorare il territorio e le relazioni tra le persone e le istituzioni che lo abitano.

Home Note Informazioni Video Post Fo



Città di Modena 🤔 curioso/a a
Modena.

25 gen alle 16:42 • Modena • 🌐



#DIALETTOMODENESE: magàgna



Cosa significa magàgna?



Qualche frase o aneddoto da raccontare?



Buon dialetto a tutti





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



Spunti per Instagram

- Racconta la tua attività attraverso le **fotografie** – non dimentichiamo su che social ci troviamo!
- **Coinvolgi** i cittadini con quiz, domande, stories interattive, hashtag ufficiali e strumenti affinché si sentano protagonisti.
- **Valorizza** il territorio guardando sia a chi lo vive tutti i giorni che al turista.
- **Sii informativo** e fa sì che chi approda sul tuo account trovi una panoramica di quel che accade nel tuo ambito di competenze, senza aver paura della disintermediazione. Mostra il dietro le quinte ogni tanto!
- **Mettici la faccia**: individua una strategia per permettere alla pubblica amministrazione di avere uno o più volti, quelli di chi lavora tutti i giorni perché il sistema funzioni e che talvolta passano inosservati. Aiuterà a creare un contatto prezioso.





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



MINISTERO
DELL'INTERNO

← comunedibologna

 **3.868** **44 mila** **2.752**
Post Follower Seguiti

Il Comune di Bologna
Ente pubblico
Profilo ufficiale Comune di Bologna |
The City of Bologna official profile |
#MyBologna #Comunedibologna
linktr.ee/comunedibologna
piazza Maggiore 6, Bologna, Italy 40124
Account seguito da **tigella**, **opengroup.eu** e altri 13

Segui g... Messaggio E-mail

comunedibologna
Bologna



Piace a **casavintagebo** e migliaia di altre persone

comunedibologna
Bologna



Piace a **bolognacasamia** e migliaia di altre persone
comunedibologna 🤔🤔🤔 | #portici_di_Bologna
sono la candidatura italiana 🇮🇹 alla Lista del



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



Publiche amministrazioni e migranti

Fenomeno migratorio raccontato come **emergenza** ed **allarme**

→ Le istituzioni pubbliche sono il principale ente con cui il cittadino straniero si relaziona

→ Anche per i cittadini di origine straniera Internet è tra i primi mezzi utilizzati per informarsi



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

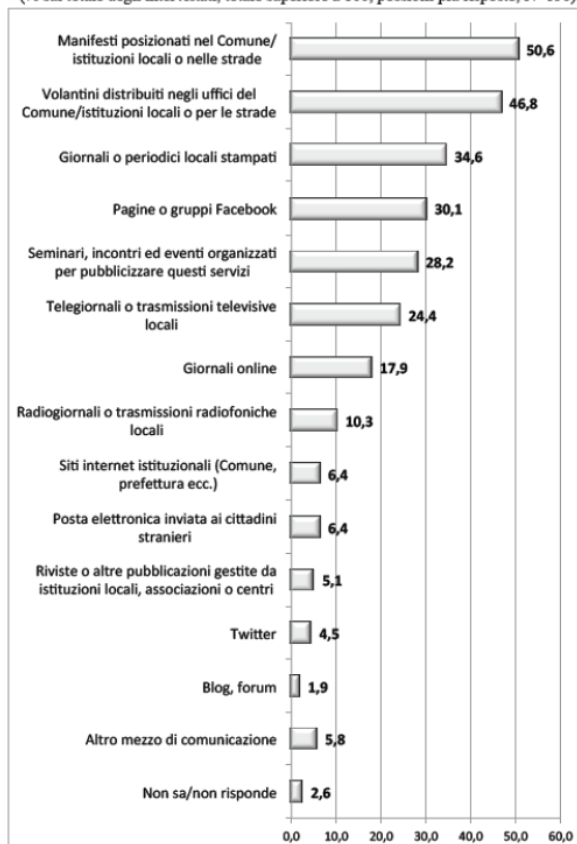
Regione Emilia-Romagna



MINISTERO
DELL'INTERNO

Figura 25 – Mezzi di comunicazione considerati maggiormente efficaci per comunicare i servizi degli sportelli informativi

(% sul totale degli intervistati, totale superiore a 100, possibili più risposte; N=156)



*INFORMAZIONE NEI MEDIA LOCALI
E COMUNICAZIONE SUI SERVIZI
INFORMATIVI PER STRANIERI IN
EMILIA-ROMAGNA: UN'INDAGINE
QUALITATIVA. 2015/2016*



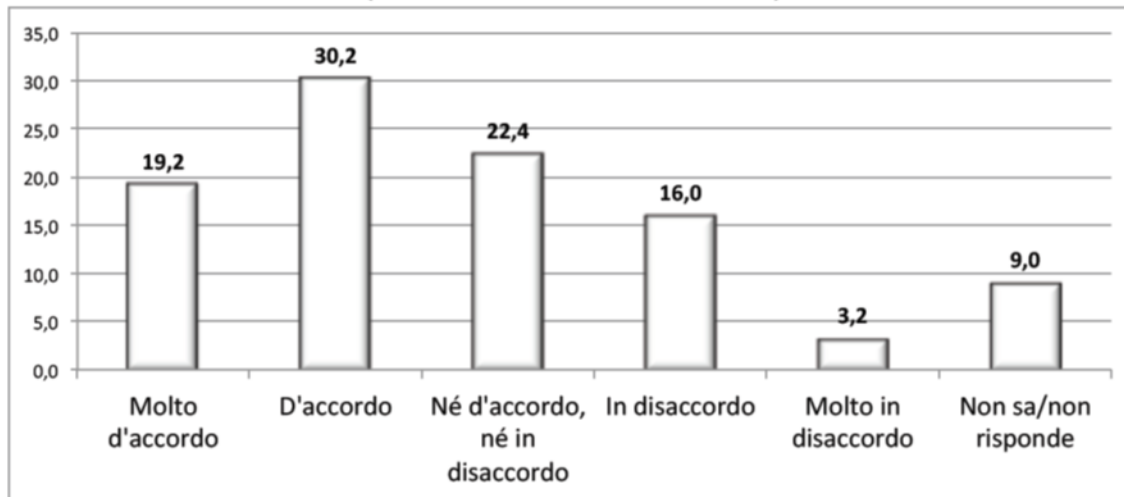
Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



MINISTERO
DELL'INTERNO

**Figura 36 – Livello d'accordo degli intervistati con la seguente affermazione:
“La comunicazione delle istituzioni locali non tratta mai questioni importanti per le persone
di origine straniera”**
(% sul totale delle interviste; N=156)



Fonte: indagine diretta, 2015



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Le istituzioni pubbliche sono chiamate a far fronte alle **esigenze dei cittadini stranieri**, a partire dal bisogno di ricevere informazioni e comunicazioni quanto più complete e precise possibili in applicazione dei principi di professionalità, trasparenza e semplificazione della pubblica amministrazione.

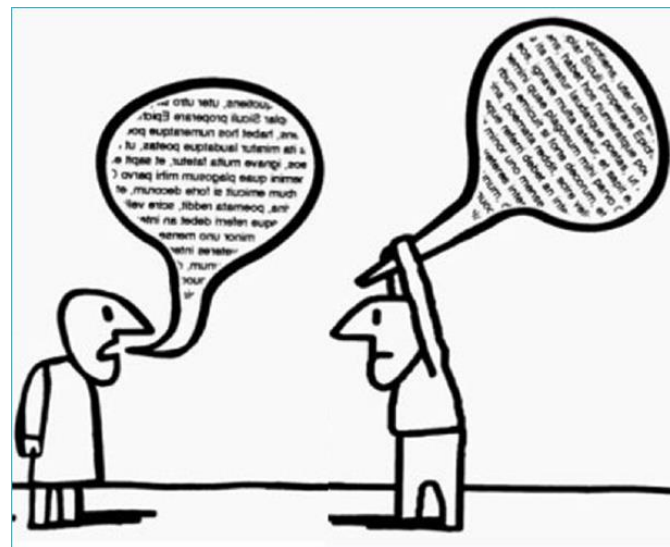
Molto di quello che viene fatto e prodotto all'interno della pubblica amministrazione che riguarda i cittadini stranieri immigrati spesso non viene adeguatamente valorizzato e comunicato, non tanto per la mancanza dell'azione promossa, quanto per le **possibili difficoltà** che questo tipo di politiche si trovano a dover affrontare una volta pubblicizzate.



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

«Nell'ecosistema comunicativo odierno spesso si consolidano **gruppi sociali chiusi in se stessi** con punti di vista preconcepi, visioni particolaristiche indisponibili al confronto.

È uno scenario da prevenire, proponendo interpretazioni aperte e verificabili, nuove chiavi di lettura sistemiche e inclusive, percorsi di messa in discussione delle verità indiscutibili e immutabili, attraverso nuove modalità di relazione e dialogo interculturale.»



Il ruolo della comunicazione pubblica di fronte alle sfide dell'immigrazione – Centro Stampa regionale 2017



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



È un **fenomeno che interessa profondamente la società italiana** ed è giusto che gli si dedichi la dovuta attenzione.

Come farlo?

- ❑ È essenziale parlare delle sfide che essa pone: delle luci così come delle ombre, in modo costruttivo.
- ❑ Dati e fatti, seppur verificati e presentati in modo chiaro, non sono sufficienti. Devono essere accompagnati da argomentazioni che il pubblico può ritenere valide.
- ❑ Dare voce a migranti e rifugiati presenti sul territorio (centri interculturali, associazioni, media interculturali)
- ❑ Dare spazio e visibilità alle storie di “normalità” e includere le voci di immigrati, rifugiati e persone di origine straniera in relazione alla **quotidianità**. Non solo questioni relative all’immigrazione, ma servizi e disservizi



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

- ❑ Diffondere le informazioni su date ed **eventi importanti** promossi dalle associazioni di cittadini stranieri sul territorio
- ❑ Usare un linguaggio positivo che evochi creatività, inclusione, **senso di comunità**
- ❑ Puntare sui **valori comuni** e il futuro collettivo
- ❑ Mettere in evidenza l'impatto positivo dei migranti sul tessuto locale, in primis a livello economico
- ❑ Bilanciare tra **storie e dati**, per dare appello sia all'intelligenza razionale che emotiva
- ❑ Coinvolgere **portavoci** di origine migrante "credibili" e conosciuti

Rielaborato da Intercultural city step by step– Consiglio d'Europa



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Regione Emilia-Romagna



MINISTERO
DELL'INTERNO

Buoni esempi

La città di **Oslo** in Norvegia ha un servizio internet "*Diversità culturale nei media*" che informa l'utenza sui concerti, mostre e festival organizzati da artisti di origine straniera. Queste notizie vengono poi riprese dai media locali



A **Tenerife** è stato creato un gruppo di lavoro sulla comunicazione interculturale. Una volta a settimana l'ufficio stampa del governo locale, assieme all'Università, prepara un comunicato delle azioni sul tema intercultura e le rilancia sui social, soprattutto Facebook. Una volta a mese inoltre collabora con la radio nazionale in un programma che parla di diversità.



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



il COMUNE DI PRATO 普拉托市政府开通微信号为市民提供服务
comunica con i cittadini

su WeChat

扫一扫二维码添加普拉托市政府到您的微信联系人!
Scansiona il QR Code e aggiungi il Comune di Prato ai tuoi contatti

Riceverai informazioni
in lingua italiana e cinese

su servizi pubblici,
iscrizioni a scuola,
eventi culturali,
avvisi di allerta meteo e notizie
utili per chi vive a Prato.
Potrai seguire le notizie
del Comune di Prato
anche su **WeChat Momenti**.

您将会收到有关各类实用信息的意大利语和中文双语推送文章，例如公共服务、学校注册、文化活动、恶劣天气预警以及对您在普拉托生活有帮助的信息。您也可以关注在微信朋友圈关注市政府发布的信息。

ATTENZIONE!

il contatto WeChat del Comune funziona solo per ricevere notizie e informazioni. Per inviare domande e segnalazioni rivolgiti agli uffici comunali e ai recapiti telefonici del Comune di Prato che trovi su www.comune.prato.it

注意：普拉托市政府的微信号只用于发送有用的消息和信息。如果您需要提问和反应问题请移步市政府相应办公室或在市政府网站查询联系电话进行咨询www.comune.prato.it

Ti ricordiamo che puoi seguire il **Comune di Prato** anche su:
您也可以关注以下应用程序关注普拉托市政府



Aggiungendo il contatto del Comune di Prato su WeChat dichiari tacitamente di accettare le regole di utilizzo proprie dell'applicazione WeChat e autorizzi il Comune a trasmetterti messaggi contenenti testi, immagini, video, documenti. Se non vuoi più ricevere messaggi da parte del Comune cancella il contatto del Comune di Prato dalla lista dei tuoi contatti WeChat.

添加普拉托市政府为您的微信联系人，即表示您默认接受微信应用程序的使用规则，并授权市政府微信发送包含文本、图像、视频和文档的消息。如果您不再希望收到市政府消息，请从您的微信联系人列表中删除本微信号。



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



**CHE GRAN BAZZA QUESTE
ELEZIONI, SONO PER
L'EMILIA ROMAGNA: LA
MIGLIORE DELLE REGIONI!**

**26 GENNAIO 2020
ELEZIONI REGIONALI EMILIA-ROMAGNA**

Campagna di sensibilizzazione al voto



**ANCHE SE C'E' UN
POLO TREMENDO,
ANDIAMO A VOTARE!**

**26 GENNAIO 2020
ELEZIONI REGIONALI EMILIA-ROMAGNA**

Campagna di sensibilizzazione al voto



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea



Come entità unificatrice delle realtà islamiche, il CIB intende inoltre esprimere il profondo senso di responsabilità di cui i propri rappresentanti si sentono investiti nei confronti delle Istituzioni, della società civile e della cittadinanza bolognese, consapevoli che il CIB potrà finalmente rispondere alla principale necessità più volte espressa dalle istituzioni locali e nazionali, cioè, un'unità di rappresentanza e di intenti, la cui mancanza ha spesso rappresentato l'ostacolo principale nelle **relazioni costruttive tra le associazioni islamiche e le autorità.**





Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



 MINISTERO
DELL'INTERNO

***Nuove
narrazioni***



Foto di Francesco Malavolta



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



 MINISTERO
DELL'INTERNO

parole
@stili

Il Manifesto

della comunicazione non ostile

- 1. Virtuale è reale**
Dico o scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.
- 2. Si è ciò che si comunica**
Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.
- 3. Le parole danno forma al pensiero**
Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.
- 4. Prima di parlare bisogna ascoltare**
Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.
- 5. Le parole sono un ponte**
Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.
- 6. Le parole hanno conseguenze**
So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.
- 7. Condividere è una responsabilità**
Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.
- 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare**
Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.
- 9. Gli insulti non sono argomenti**
Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.
- 10. Anche il silenzio comunica**
Quando la scelta migliore è tacere, taccio.



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

 Regione Emilia-Romagna



 MINISTERO
DELL'INTERNO

Grazie per l'attenzione

alessia.giannoni@cospe.org

