

SOMMARIO

- 3 **Premessa**
- 4 **Bussola per i naviganti**
- 5 **SEZIONE I - La comunicazione**
 - **Cos'è la comunicazione:** risorsa e strumento di modernizzazione.
 - **Com'è cambiata la comunicazione**
 - **Il linguaggio:** chiaro, comprensibile, semplice, efficace (Comunicare il limite. Strategie per non negare l'evidenza ed essere per questo "credibili")
- 11 **SEZIONE II - Le strategie di comunicazione**
 - Cenni di marketing pubblico
 - 21 **Il piano di comunicazione**
 - 29 **Comunicazione e Sicurezza:** Il Piano di comunicazione nell'emergenza. Cosa dire e come dirlo per essere "credibili"
- 31 **SEZIONE III - I destinatari della comunicazione**
 - Comunicazione esterna** (comunicare con i cittadini): comunicare il servizio pubblico (prestazioni e qualità). Partecipazione, trasparenza e ascolto.
 - Comunicazione interna** (comunicare con i dipendenti all'interno della P.A.): fondamenti, obiettivi strumenti
- 35 **SEZIONE IV - Gli strumenti di comunicazione e informazione**
 - Strumenti scritti**
House organ, Lettera, Brochure, volantini depliant, Manuale immagine coordinata
 - Strumenti tecnologici**
Sito, Newsletter, Social network, Intranet, Rete civica, CRS
 - Strumenti relazionali**
Eventi (Convegno, conferenza), Roadshow, Sportelli polifunzionali (fisici e virtuali), Telefono ed email
 - Strumenti audio/video**
Campagne di comunicazione (Radio e tv), Web tv, Televideo
 - Strumenti di informazione**
Comunicato stampa, Conferenza stampa, Intervista, Lettera di smentita, Rassegna stampa, Press list e recall
- 45 **Informazione - Comunicare con i media** (comunicare con i giornalisti): come fare informazione, i criteri di notiziabilità, la gestione dei rapporti con la stampa
- 47 **SEZIONE V - Le risorse per la comunicazione**
- 51 **SEZIONE VI - Misurare i risultati**
 - Gli obiettivi: chiari, misurabili, temporalmente definiti
 - Obiettivi cognitivi, attitudinali, comportamentali
 - Indagini
- 59 **SEZIONE VII - La Normativa della Comunicazione**
(principali provvedimenti)