

Nota metodologica

L'obiettivo di questo manuale vuole essere principalmente quello di tracciare un quadro teorico-pratico relativo ai presupposti che stanno alla base della redazione di un Piano di Comunicazione per un ente pubblico.

Si è cercato di fornire uno strumento snello, ma possibilmente completo, da utilizzare nella pianificazione e gestione della comunicazione degli Enti locali e nazionali, delle strutture culturali e museali, degli enti parco e degli enti misti.

Gli esempi che seguiranno ogni passaggio teorico derivano da concrete esperienze di Enti pubblici che hanno realizzato e messo in opera il proprio Piano di Comunicazione e ne hanno riscontrato già i primi risultati¹.

Vengono infatti riportati, all'interno di appositi box, sia parti di piani di comunicazione, sia schemi di sintesi sulla teoria esposta, che commenti alle fasi di cui i piani stessi si compongono.

¹ Realizzati dal C.I.Co, Centro interdisciplinare di ricerche e servizi sulla comunicazione della Facoltà di Lettere Filosofia dell'Università di Pisa, presieduto dal prof. A. Fabris (direttore del Master in Comunicazione pubblica e politica di I e II livello dell'Università di Pisa): Piano di Comunicazione integrata dell'Assessorato alla Formazione Lavoro della Provincia di Pisa (2005-2006); Piano di Comunicazione integrata del Comune di Porto Venere (2006); Piano di fattibilità per un Piano di Comunicazione esterna dei Musei nazionali di Lucca (2008); Piano di Comunicazione integrata dell'Unione Regionale dei Consorzi di Bonifica della Toscana (URBAT, 2009). Altri piani di riferimento sono stati il Piano di Comunicazione esterna del Comune di Reggio Emilia (2008), a cura del Servizio Comunicazione del Comune di Reggio Emilia sotto la guida della dott.ssa N. Levi e il Piano di Comunicazione integrata della Provincia di Rimini (2009), a cura dell'Ufficio Comunicazione della Provincia di Rimini sotto la guida della dott.ssa M. Priolo.