

Francesco Di Costanzo

PA SOCIAL

Viaggio nell'Italia della nuova comunicazione
tra lavoro, servizi e innovazione

FRANCOANGELI



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Francesco Di Costanzo

PA SOCIAL

Viaggio nell'Italia della nuova comunicazione
tra lavoro, servizi e innovazione

FRANCOANGELI

In copertina: mayrum, *Social network and teamwork concept for web and infographic*
(©Fotolia, www.fotolia.com)

Copyright © 2017 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Sembra sempre impossibile, finché non viene fatto
(Nelson Mandela)

Indice

Vogliamo incontrare le persone dove queste sono. Casa Bianca, da lettere a chat	pag. 13
Introduzione	» 15
1. La cassetta degli attrezzi	» 19
1. Rendere la PA più aperta e connessa. Facebook e Instagram	» 20
2. La piazza globale e l'informazione in tempo reale. Twitter	» 24
3. Anticipare il bisogno di informazioni dei cittadini. Google	» 26
4. Rapporto diretto e nuovi linguaggi. WhatsApp, Telegram e Facebook Messenger, di <i>Andrea Marrucci</i>	» 28
5. Comunicazione immediata e a breve durata. Un volto diverso: Snapchat, di <i>Andrea Marrucci</i>	» 32
2. Mestiere del presente e del futuro: il social media manager	» 34
1. Come istituzionalizzarlo?	» 34
2. Per una "legge 151": il Codice unico della nuova comunicazione pubblica, di <i>Sergio Talamo</i>	» 35
3. Come fanno i Comuni?, di <i>Daniilo Moriero</i>	» 38
4. Come fanno le Regioni?, di <i>Sandro Giorgetti</i>	» 41
4.1. Facebook	» 41
4.2. Twitter	» 43
4.3. Gli altri social, da Instagram a YouTube	» 44
4.4. Il caso turismo	» 44
4.5. Quali conclusioni possiamo trarre?	» 45

5.	Come fanno in Europa?, di <i>Simone d'Antonio</i>	pag. 46
5.1.	I social media e i servizi urbani	» 47
5.2.	Turismo e city branding nelle città europee attraverso i social	» 48
5.3.	Open data e proprietà dell'algoritmo	» 50
5.4.	Le città italiane di fronte all'Europa	» 51
6.	Turismo, il primato delle Marche tra le Regioni europee	» 52
3.	Gli italiani, i social network, la pubblica amministrazione: più lavoro, più partecipazione e più democrazia, di <i>Livio Gigliuto</i>	» 53
4.	Il Governo alla prova social	» 66
1.	Presidenza del Consiglio dei Ministri	
1.1.	Dal nuovo sito web ai social: a Palazzo Chigi una comunicazione sempre più efficace, utile e trasparente, di <i>Roberta Maggio</i>	» 66
1.2.	#matteorisponde quando il Presidente del Consiglio dialoga in diretta social con i cittadini di <i>Francesco Nicodemo</i>	» 68
2.	Il lavoro della Funzione Pubblica, a cura del <i>Dipartimento della Funzione Pubblica</i>	» 71
3.	Comunicazione del rischio, gestione delle emergenze, prevenzione. La Protezione Civile, di <i>Francesca Maffini</i>	» 74
4.	Social, chat, open data: informazioni e trasparenza su dissesto idrogeologico, infrastrutture idriche ed edilizia scolastica	» 78
5.	Agenzia per l'Italia digitale, il Paese che cambia passa da qui: design e comunicazione per servizi e siti web utili, chiari, da "vivere", di <i>Marco Bani</i>	» 79
	Viaggio in Italia: Roma	» 84
	Città social: Aosta, Catanzaro, Venezia	» 92
6.	#pasocial? Si può fare! L'esperienza del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, di <i>Alessandra Migliozi</i>	» 97
1.	Dal social big bang, al social broadcasting	» 98
2.	Un aeroplanino che vola molto in alto	» 100
3.	Quindi, tutto bene?	» 101

7. Una pubblica amministrazione social, il dovere di accorciare le distanze. L'esperienza del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, di Caterina Perniconi	pag. 102
1. #pasocial	» 102
2. Coltivare comunicazione	» 103
3. Il futuro è già qui	» 104
8. Mibactsocial, tra PA e museo digitale, di Giuseppe Ariano	» 107
1. Vademecum per la promozione della cultura su web e social	» 113
1.1. Target	» 113
1.2. Reputation	» 113
1.3. Identità del brand	» 114
1.4. Contenuti	» 114
1.5. Da ricordare	» 115
9. Cercando un altro tono: l'identità del Ministero dell'Economia e delle Finanze online, di Marco Laudonio	» 116
1. L'arida economia? #prideandprejudice	» 116
2. La semina #pasocial, la prima volta su Telegram	» 118
3. Non di sola infografica vive il Mef (economia per immagini e clip)	» 119
4. Making news per il newsmaking system: un nuovo sito o un sito nuovo? Accountability e comunicazione in chiave social	» 120
5. Studiare, elaborare, immaginare	» 122
6. Concludere (in itinere)	» 124
10. Ascoltare e comunicare nella maniera più diretta, chiara e trasparente possibile. L'esperienza dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, di Lorenzo Carella	» 125
Viaggio in Italia: Pescara	» 127
Città social: Torino, Bari, Ancona	» 129
11. La Farnesina e i social, di Letizia Santangelo	» 135
12. Interno.gov.it, cuore social del Viminale, di Claudio Buttinelli, Michele Ciervo, Maria Gabriella Costantino, Massimo Geria, Maria Grazia Loreto, Giancarlo Messina, Benny Pistone e Sonia Seghetta	» 139
1. Scelte social: YouTube e Twitter	» 140

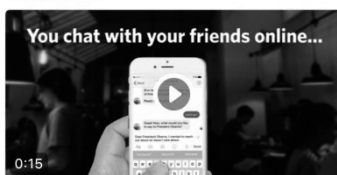
1.1. YouTube	pag. 140
1.2. Twitter	» 141
2. Focus sulle amministrative di giugno 2016 e il terremoto in Centro Italia di agosto 2016	» 141
3. Polizia, dialogo diretto e costante con i cittadini su web e social, di <i>Mario Viola</i> e <i>Sarah Scola</i>	» 143
4. Vigili del Fuoco, un profilo nato fra le macerie del terremoto, di <i>Luca Cari</i>	» 146
13. Connettere l'Italia: con le opere pubbliche, il web e i social , di <i>Luisa Gabbi</i>	» 150
Viaggio in Italia: Napoli	» 153
Città social: Trento, Firenze, Cagliari	» 157
14. La Difesa su web e social , di <i>Erminio Englaro</i> e <i>Tania Valentini</i>	» 162
Un caso concreto per raccontare la #pasocial della Difesa: 2 giugno un nuovo modo di comunicare un evento istituzionale	» 165
Carabinieri, l'Arma è social	» 168
15. Ministero dello Sviluppo Economico, un'istituzione a portata di smartphone , a cura dell' <i>Ufficio stampa del Mise</i>	» 169
16. Giustizia, web e social per semplificare la comunicazione , di <i>Laura Cremolini</i>	» 171
Viaggio in Italia: Catania	» 174
Città social: Trieste, Bologna, Perugia	» 176
17. Un nuovo modo di comunicare l'ambiente , di <i>Davide Russo</i>	» 182
18. Lavoro e Politiche Sociali: comunicare è una sfida da vincere ogni giorno , di <i>Leonardo Andreaus</i>	» 185
1. Inail, boom su YouTube	» 186
Città social: Milano, Roma, Potenza	» 188
19. Ministero della Salute: comprendere il cambiamento nella comunicazione pubblica, strategico il rapporto con i social , di <i>Claudio Rizza</i> e <i>Fabio Mazzeo</i>	» 193
Città social: Genova, L'Aquila	» 195

20. Aziende pubbliche in movimento: da #socialbus a #social-utility	pag. 198
Conclusioni: tante tappe fatte, nuove esperienze crescono, ma il viaggio continua	» 201
Ringraziamenti	» 203

*Vogliamo incontrare le persone dove queste sono.
Casa Bianca, da lettere a chat*



Now, it's easier than ever to contact us:
wh.gov/chat



169 299



Now, it's easier than ever to contact us:
wh.gov/chat



169 299

1801: si potevano scrivere lettere al presidente Jefferson; 1880: attivata la prima linea telefonica verso la Casa Bianca; 1994: aperto il canale di comunicazione con i cittadini via web; 2016: in chat con Facebook Messenger. Basterebbero queste poche righe o probabilmente la sola immagine postata dalla Casa Bianca ad agosto 2016 per avere un ottimo spot per #pasocial. È lo spirito giusto di un servizio pubblico: informare, dialogare, essere parte delle piattaforme dove stanno le persone. Così la pubblica amministrazione diventa davvero a portata di cittadino. Così si può entrare in contatto con la Casa Bianca, con la stessa facilità e con gli stessi mezzi con i quali ci scambiamo messaggi con famiglia, amici, colleghi. Si tratta di creare opportunità per le persone di relazionarsi con la PA con modi nuovi e accessibili, usando le stesse tecnologie che utilizziamo nella vita di tutti i giorni. *Chapeau*. Ma in queste pagine scoprirete che anche in Italia ci stiamo muovendo.

Introduzione

Lorna Perry e Pilar Delgado. Segnatevi questi nomi. Rappresentano, probabilmente senza saperlo, il concetto per me fondamentale di quello che dovrebbe essere il rapporto tra pubblica amministrazione, cittadini e social network.

“My feelings on customer service-communications channels are simple, we should not be creating new ones, we should simply go where the people already are! I am fed up of hearing people suggesting new and costly approaches which would require public adoption. If we are not afraid to try new ways of communicating, potentially we open up to a whole new dialogue with people in a way that they are comfortable, and which suits them”. Firmato, Lorna Perry, social media manager della contea inglese Shropshire Council, nel novembre del 2014.

“Se envían millones de mensajes en Snapchat a diario, si el público está ahí, por qué no tener presencia en esa red?”. Firmato, Pilar Delgado, social media manager di Casa Batlló a Barcellona, nel maggio 2016. La pubblica amministrazione deve stare dove stanno le persone, aprire il dialogo dove i cittadini si sentono “comodi”, a proprio agio, utilizzare i mezzi che i cittadini scelgono quotidianamente. Senza bisogno di entrare nei numeri, basta analizzare una giornata tipo di ognuno di noi per capire quanto sia importante avere la propria amministrazione di riferimento a portata di smartphone e di rapporto diretto attraverso i social network e le chat, sempre più protagonisti delle nostre giornate, sia nel privato che negli impegni pubblici. Hanno ragione Perry e Delgado: la PA oggi deve stare su Facebook e Twitter, su Instagram e YouTube, su WhatsApp e Telegram, sulla nuova frontiera Snapchat. I cittadini indicano la strada, il servizio pubblico deve esserlo anche dal punto di vista della comunicazione. I social offrono un’opportunità straordinaria, una rivoluzione già in corso nel rapporto con i cittadini.

Ed è proprio da queste, semplici ma fondamentali considerazioni, che è partito il percorso #pasocial, un'idea che abbiamo condiviso con numerosi comunicatori del Governo e che ha l'obiettivo di sviluppare la nuova comunicazione pubblica, a livello centrale ma anche sui territori. Ma partiamo dall'inizio. A novembre 2015, per la prima volta in Italia, si sono tenuti a Palazzo Chigi gli Stati Generali della nuova comunicazione pubblica, dedicati alla nuova figura professionale del social media manager e ai servizi che PA e aziende pubbliche possono offrire attraverso i social network. Un punto di partenza importante, un segnale non scontato arrivato dal Governo e subito raccolto anche dai territori. Ne parleremo più avanti nel libro ma, al di là dei contenuti e delle belle esperienze italiane, quello che mi ha colpito di più è stato l'entusiasmo e la passione con cui migliaia di giovani e meno giovani della nostra pubblica amministrazione fanno "girare" la comunicazione social del nostro Paese. Un entusiasmo creato dalla voglia di imparare, di condividere e raccogliere esperienze, di sperimentare nuove frontiere o semplicemente di vedere finalmente considerato e valorizzato il proprio mestiere di social media manager. Non mi stancherò mai di ripetere che le migliori esperienze italiane del settore pubblico in campo social sono nate da una sana improvvisazione, dall'intraprendenza e la voglia di fare di qualcuno, dalla spinta a volte anche contraria ai tempi della PA e alla paura di qualche dirigente. Il segreto è che chi si è buttato ha poi trovato frutti e soddisfazioni e si è portato dietro tante altre belle esperienze, diventando best practice a sua insaputa. La condivisione delle buone pratiche, di dubbi e soluzioni, di progetti e obiettivi resta a oggi la migliore formazione possibile.

L'evento di Palazzo Chigi è stato la scintilla che ha poi portato alla formazione del gruppo #pasocial, formato da capi uffici stampa, social media manager, esperti di comunicazione del Governo, Presidenza del Consiglio e Ministeri. In questo libro li conoscerete e apprezzerete l'ottimo lavoro che stanno portando avanti nelle rispettive amministrazioni e saranno loro stessi a raccontarvi come, anche a livello di Governo, la condivisione dei percorsi e delle esperienze ha portato risultati importanti.

L'altra grande soddisfazione viene dai territori, da quel novembre del 2015 è stato costante il rapporto con Regioni e Comuni italiani e la richiesta di portare #pasocial in tutto il Paese. Lo stesso vale per le aziende dei social, da Facebook e Instagram a Twitter, da Google a LinkedIn, tanta collaborazione, partecipazione e voglia di dare una mano per una PA sempre più social. Abbiamo iniziato da Pescara, proseguito con Napoli, ancora Roma, Catania, Firenze, presto saremo a Trieste, l'obiettivo è arrivare in tutte le regioni italiane, nel libro troverete anche questo, un racconto dell'Italia social

vista dal mondo della pubblica amministrazione. Anche con tappe fatte e da fare: le richieste sono tantissime, una grande soddisfazione.

Un viaggio che significa tante cose: lavoro, innovazione, nuovi servizi e linguaggi. Sì, perché i social sono ormai strumenti di utilità, di servizio pubblico, fonte di lavoro e di un nuovo rapporto tra PA e cittadini. Per la prima volta in Italia, grazie a un'indagine dell'Istituto Piepoli, commissionata da Italia Camp e dedicata a questo libro, troverete numeri, analisi e approfondimenti sul valore dei social network per il mondo del lavoro e della pubblica amministrazione: nuovi mestieri, nuovi percorsi professionali, nuove opportunità per chi era inutilizzato o poco utilizzato per vari motivi.

#pasocial è un percorso aperto a contributi e suggerimenti, questo libro è un punto di partenza e non di arrivo, con la consapevolezza che l'Italia della nuova comunicazione è realtà ed è in movimento in un mondo, quello dei social, che cambia repentinamente e che offrirà sempre nuovi spunti di lavoro, sperimentazione, servizi. Non mi resta che augurarvi buona lettura e buon viaggio!

1. La cassetta degli attrezzi

I social network rappresentano una rivoluzione nel rapporto tra pubblica amministrazione e cittadini e anche nell'organizzazione del lavoro dei comunicatori pubblici. Modificano gli strumenti, i luoghi, le modalità di lavoro, ecco perché secondo me è giusto parlare di una nuova cassetta degli attrezzi. Oggi con uno smartphone si può fare quello che una volta si faceva solo dalla scrivania con il computer, è una banalità, ma nell'organizzazione del lavoro di una pubblica amministrazione è una rivoluzione, un grande passaggio culturale. È per questo che è molto importante conoscere gli strumenti, gli attrezzi, con i quali oggi è necessario lavorare e farlo in modo corretto. Gli attrezzi del comunicatore pubblico oggi sono il web e i social network, il rapporto con il cittadino è diretto e l'offerta di informazioni e servizi è in tempo reale. Ne parleremo più avanti, ma è evidente che serve un passaggio culturale e organizzativo che cozza spesso con l'attuale sistema della pubblica amministrazione e anche con le leggi e le modalità di lavoro del comunicatore pubblico. Sono nati nuovi profili professionali con i social, sempre più importanti e richiesti, vanno riconosciuti e inseriti a pieno titolo nella sfera della comunicazione pubblica. Ma cosa c'è oggi nella nostra cassetta degli attrezzi? Non starò qui a farvi l'elenco di quali sono i social e come funzionano tecnicamente, per questo è importante la formazione, ma soprattutto stare sul campo, imparare "vivendoci", presidiare e gestire quotidianamente account e profili. Così molti sono diventati social media manager e molte pratiche sono diventate buone pratiche. Mi piace però condividere il percorso che con #pasocial abbiamo fatto e stiamo ancora portando avanti con le aziende dei principali social network. A gennaio e febbraio del 2016 abbiamo organizzato a Palazzo Chigi degli incontri, dedicati ai comunicatori del Governo, con Facebook e Instagram, Twitter e Google. A questo si aggiunge anche LinkedIn, importante per capire la valenza dei social nella PA e nel mondo