



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

# PIANO DI COMUNICAZIONE DELL'EGAS

(all.to alla DCI n. 34 dell'11 dicembre 2019)

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Premessa</b>   | <b>2</b>  |
| <b>2</b> | <b>Obiettivi e target della comunicazione</b>               | <b>4</b>  |
| 2.1      | Una comunicazione a due vie                                 | 5         |
| <b>3</b> | <b>Gli strumenti della comunicazione</b>                    | <b>6</b>  |
| 3.1      | Sito internet   | 6         |
| 3.2      | Pagina Facebook Egas  | 7         |
| 3.3      | Account Twitter   | 9         |
| 3.4      | Whatsapp  | 11        |
| 3.5      | Comunicati stampa, conferenze stampa e rapporti con i media | 12        |
| 3.6      | Rassegna stampa   | 14        |
| <b>4</b> | <b>Attività della comunicazione</b>                         | <b>15</b> |
| 4.1      | Campagne di comunicazione                                   | 15        |
| 4.2      | Altre campagne  | 16        |
| 4.3      | Attività nelle scuole                                       | 17        |
| 4.4      | Convegni/seminari   | 18        |



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

## 1 Premessa

L'Ente di governo dell'ambito della Sardegna, Egas, è l'Ente regolatore del servizio idrico integrato regionale, istituito con la legge regionale 4 del 4 febbraio 2015 successivamente modificata con legge regionale 25 dell'11 dicembre 2017. L'Egas è partecipato dalla Regione e da tutti gli enti locali del territorio sardo. Dal 1° gennaio 2015 l'Ente è subentrato alle precedenti gestioni commissariali succedutesi in seguito alla soppressione all'Autorità d'Ambito territoriale della Sardegna.

L'Egas sovrintende al servizio idrico integrato, costituito dall'insieme dei servizi pubblici di captazione, adduzione e distribuzione di acqua ad usi civili, di fognatura e depurazione delle acque reflue, di depurazione ad usi misti civili e industriali. L'Ente determina e modula le tariffe per l'utenza e cura la scelta della forma di gestione del servizio. Attualmente il gestore del servizio idrico integrato, affidatario in house providing, è Abbanoa S.p.A., su cui l'Egas esercita l'attività di controllo analogo.

La maggior parte dei Comuni sardi ricade sotto la gestione di Abbanoa. Il servizio idrico dei comuni di Domusnovas, Siligo e Sinnai è gestito rispettivamente dalle società Domus Acqua srl, SI.EL srl. e Acquavitana S.p.A. Ci sono inoltre ulteriori 27 Comuni che gestiscono il servizio idrico in maniera autonoma.

Considerati il ruolo e i compiti dell'Egas e il vasto territorio di sua competenza si è reso indispensabile per l'Ente avviare una adeguata strategia di comunicazione con l'obiettivo di diffondere una maggiore informazione sulle attività di competenza dell'Ente e sul proprio ruolo istituzionale.

Con determinazione dirigenziale n. 292 del 17 dicembre 2018 l'Egas ha proceduto all'affidamento del servizio per lo svolgimento delle attività di addetto stampa a supporto delle iniziative dell'Ente e di social media management per la gestione della presenza dell'Ente sui social network.

Tra le attività previste:

- iniziative e campagne di comunicazione tese a rafforzare e tutelare l'immagine dell'Ente individuando di volta in volta i mezzi di informazione più opportuni, compresi i social network;
- attivazione del profilo istituzionale sui principali social network con generazione della platea di followers e successiva azione di sensibilizzazione volta all'incremento degli stessi, gestione della comunicazione sui medesimi canali, con aggiornamento costante di notizie inerenti l'Egas, gestione delle risposte agli utenti on line;
- monitoraggio e analisi della crescita dell'Ente su media e social media con conseguente redazione di report di risultato a cadenza periodica;
- coordinamento e organizzazione di conferenze stampa e/o iniziative pubbliche, nonché predisposizione di comunicati stampa e altre iniziative editoriali;
- selezione e trasmissione del flusso di informazioni provenienti dall'interno verso gli organi di informazione ed i social e cura dei rapporti con i media;
- cura della rassegna stampa quotidiana e segnalazione di eventuali criticità agli organi dell'Ente.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Una prima bozza del Piano di Comunicazione contenente i principali obiettivi e gli strumenti per la sua attuazione è stata condivisa con la presidenza e la direzione dell'Egas nel febbraio 2019, i suoi contenuti sono stati in gran parte sviluppati nel corso del 2019 come meglio specificato nelle pagine successive.

Il presente documento illustra quanto è stato fatto a oggi sulla base delle attività previste nella determinazione dirigenziale n.292 del 17 dicembre 2018 e ne integra i contenuti in base al monitoraggio dei risultati ottenuti.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

## 2 Obiettivi e target della comunicazione

Perché comunicare, cosa comunicare, a quale pubblico rivolgersi, con quali modalità. Sono alcune domande utili a delineare un Piano di Comunicazione il cui obiettivo principale, nel caso specifico, è quello di incrementare e consolidare la conoscenza dell'Egas, attraverso la diffusione di informazioni sul suo ruolo con particolare attenzione alle tematiche che coinvolgono maggiormente la collettività e i portatori di interessi specifici.

Il piano punta quindi a diffondere la conoscenza dei seguenti elementi:

- ruolo, organizzazione, funzioni e attività dell'Egas, del Comitato Istituzionale d'ambito, della Direzione e degli altri organismi di prossimo insediamento (commissione per il controllo analogo e conferenze territoriali).
- organizzazione, funzionamento del servizio idrico integrato, modalità di affidamento della gestione;
- principali norme, strumenti e documenti regolatori adottati dall'Egas che, laddove necessario, dovranno essere illustrati all'utenza in modo da poterne rendere accessibile e comprensibile la lettura. In particolare sono oggetto delle attività di comunicazione lo Statuto dell'Ente, il Piano d'ambito, il Piano degli interventi, la Carta del Servizio idrico integrato, il Regolamento del Servizio idrico integrato, il Regolamento di attuazione dell'articolazione tariffaria, il Testo integrato per la regolazione della qualità contrattuale del Servizio idrico integrato, il funzionamento del controllo analogo;
- attività e iniziative che abbiano una diretta e percepibile ricaduta sulla collettività e sui territori: approvazione di investimenti e progetti, realizzazione di strutture con fondi programmati dall'Ente, agevolazioni tariffarie per le cosiddette utenze deboli, rapporti dell'Ente con il Gestore del Servizio Idrico Integrato e altri Enti e Istituzioni (locali, regionali, nazionali);
- attività di promozione dell'uso consapevole della risorsa idrica;
- attività finalizzate alla conoscenza degli strumenti di tutela a disposizione dell'utenza del Servizio Idrico Integrato, dei diritti e doveri dei cittadini rispetto al servizio ricevuto, degli standard di qualità e degli standard contrattuali dello stesso.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

## **2.1 Una comunicazione a due vie**

La costruzione di un dialogo con i cittadini e i portatori di specifici interessi basata, da un lato, sul riconoscimento dell'Ente, dall'altro, sulla capacità dell'Ente di raccogliere le istanze degli utenti del Servizio Idrico Integrato, restituendo adeguate informazioni e opportuni riscontri, è una delle direttrici lungo le quali si articolano le azioni di comunicazione, intesa necessariamente come comunicazione a due vie nella quale gli scambi e i feed back reciproci contribuiscono al miglioramento della relazione Ente/Utente.

I principali destinatari della comunicazione sono:

- collettività - cittadini – utenti del Servizio Idrico Integrato;
- istituzioni nazionali, regionali e locali che a diverso titolo hanno rapporti con l'Ente;
- amministratori locali;
- imprese pubblico/private in relazione con l'Ente;
- gestori;
- associazioni per la tutela dei diritti dei consumatori;
- scuole;
- media locali e nazionali.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### **3 Gli strumenti della comunicazione**

#### **3.1 Sito internet**

Il sito istituzionale rappresenta il canale ufficiale dell'Egas dove è possibile consultare le informazioni sulla struttura organizzativa e il suo funzionamento. Attraverso il sito, l'Ente assolve gli obblighi di trasparenza e pubblicità degli atti adottati dal Comitato Istituzionale d'Ambito e della documentazione tecnico amministrativa prodotta dagli uffici.

Il sito [www.egas.sardegna.it](http://www.egas.sardegna.it) è stato oggetto di una radicale revisione nel 2019, curata dal personale dell'Ente, attraverso il trasferimento e la riorganizzazione dei contenuti su una nuova piattaforma di Wordpress la cui struttura è conforme alle guida di design per i siti web della pubblica amministrazione dell'Agenzia per l'Italia digitale (Agid).

L'obiettivo è rendere più agevole la sua fruizione tramite una migliore collocazione dei contenuti istituzionali, normativi e informativi. A questo scopo sono stati rielaborati e introdotti nuovi testi in tutte le sezioni con l'obiettivo di rendere chiari i contenuti e semplificare l'accesso a informazioni di carattere tecnico - amministrativo. La nuova categorizzazione e gerarchizzazione dei contenuti li rende facilmente accessibili dalla home page del sito.

La "migrazione" dei contenuti, la loro categorizzazione, la rielaborazione dei testi, la ricerca di immagini riutilizzabili, quindi la messa on line è del sito avvenuta nel periodo tra febbraio e marzo 2019. Tra le novità il modulo di contatto diretto dell'utenza che permette di inviare un messaggio diretto all'Urp e all'Ufficio stampa, avvicinando in questo modo maggiormente utenza e Ente.

La piattaforma di Wordpress permette di monitorare il numero di accesso alle pagine, la tipologia di contenuti visionati e la documentazione scaricata.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### 3.2 Pagina Facebook Egas

La presenza sui social network è una necessità imprescindibile per un ente pubblico che abbia tra i suoi obiettivi quello di migliorare la comunicazione e diffondere una maggiore conoscenza del proprio ruolo e delle proprie attività.

L'attivazione di un profilo social sulle piattaforme più comuni consente di incrementare la trasparenza, ampliare gli strumenti di informazione e di coinvolgimento del pubblico. La comunicazione via social è infatti per sua natura partecipativa perché facilita le interazioni e i feedback immediati rispetto ai contenuti pubblicati.

La piattaforma facebook mette a disposizione una serie di strumenti e di funzionalità che permettono di attivare in poco tempo e a costo zero la fanpage istituzionale dell'Ente, arricchirla di contenuti e informazioni personalizzabili rispetto alla tipologia di utenza.

Sono contenuti nella pagina:

- informazioni e comunicazioni sulle attività dell'Egas con particolare riferimento a quelle con una maggiore ricaduta sulla collettività e sui portatori di interesse;
- specifiche campagne di informazione e comunicazione su temi quali bonus idrico, risparmio della risorsa idrica, tariffe, diritti/doveri dei cittadini;
- condivisione di contenuti prodotti da altri enti legati a tematiche inerenti il servizio idrico;
- comunicazioni di servizio (avvisi, concorsi, scadenze, modalità di richiesta di informazioni, etc.);
- promozione della conoscenza del sito internet attraverso la pubblicazione di richiami a contenuti di utilità (tariffe, scadenze, bandi e avvisi);
- condivisione di materiali multimediali.

La fanpage è stata progettata nel mese di marzo 2019 attraverso la definizione delle tipologie dei contenuti, la ricerca di immagini, la stesura di una social media policy. La pagina è on line dal 10 aprile 2019 e, da allora, è stata aggiornata con regolarità. Particolare attenzione è stata data ai contenuti di tipo multimediale come video e infografiche dedicati, tra l'altro, a una maggiore conoscenza dell'Ente, a incrementare la cultura del risparmio idrico o agevolare la comprensione dell'articolazione tariffaria.

I dati statistici sull'andamento della pagina facebook (insights) permettono di monitorare l'andamento delle stessa con informazioni sulla copertura, le reazioni ottenute, l'andamento dei singoli post, le visite alla pagina. Essi sono rilasciati dalla piattaforma in maniera costante e consentono l'analisi delle principali tendenze per parametri e per periodi di tempo gestiti dallo stesso utente. La conoscenza dell'andamento della pagina permette di orientare strategie di gestione adeguate alla sua crescita in termini di followers e qualità dei contenuti\*.

La pagina facebook dell'Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna ha avuto finora una crescita tutto sommato costante nella sua visibilità e nell'interazione degli utenti con i singoli post.

Gli ulteriori obiettivi da raggiungere sono:



## Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

- consolidamento della pagina;
- aumento dei followers;
- crescita delle interazioni;
- aumento della frequenza dei contenuti pubblicati;
- maggiore coinvolgimento del pubblico attraverso questionari, domande su singoli argomenti etc.;
- maggiore integrazione dello strumento facebook con gli altri strumenti della comunicazione attivati.

\*I dati per l'analisi dell'andamento di facebook e twitter sono disponibili presso l'ufficio stampa dell'Ente.





Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### 3.3 Account Twitter

Twitter è una piattaforma di microbloggin, pensata per la pubblicazione di “post” brevi (massimo 280 caratteri). Si caratterizza per una minore autoreferenzialità dei contenuti rispetto, ad esempio, a Facebook. Si tratta soprattutto di uno strumento di interazione, a partire da una comunità di riferimento con cui si condividono determinati interessi.

Il primo passo compiuto, una volta attivato l'account twitter, è stato quello di creare una comunità di primo livello, costituita da tutti quei soggetti che si relazionano direttamente con l'Egas: account delle amministrazioni comunali, account personali dei sindaci, profili di enti pubblici e privati coinvolti a vario titolo nelle tematiche relative al Servizio Idrico Integrato, beneficiari dei servizi, enti d'ambito, gestori, associazioni di consumatori, testate giornalistiche etc.

Il passo successivo è stato quello di interagire con la community attraverso gli strumenti offerti dalla piattaforma: hashtag per indicare parole o argomenti chiave (permettono agli altri di individuarle con facilità nelle loro ricerche e rendono l'Ente visibile rispetto all'argomento scelto), menzioni, risposte, mi piace, retweet (ripubblicazione dei contenuti proposti da altri). Tutto questo favorisce il dialogo, rafforza la reciproca conoscenza e contribuisce ad avvicinare l'Ente ai suoi destinatari. La cosiddetta community di secondo livello è invece formata da coloro che “seguono chi ci segue” ed è utile per aumentare livelli di ascolto e interazione.

Lo strumento delle liste pubbliche di utenti permette la creazione di gruppi di account omogenei (sindaci, istituzioni, giornali etc.). Uno dei vantaggi delle liste è la possibilità di monitorare simultaneamente i loro tweet. È possibile inoltre iscriversi a una lista di altri utenti e avere così la possibilità di seguire il flusso dei loro contenuti. Al momento le liste create sono le seguenti: Sindaci, Acqua ambiente energia, Giornali locali, Comuni sardi.

Contenuti per Twitter:

- informazioni di utilità per i cittadini e i portatori di interesse;
- informazioni generali sul servizio idrico;
- aggiornamenti sulle attività istituzionali dell'Ente;
- pubblicazioni di video, infografiche e altri elementi multimediali;
- campagne di comunicazione dell'ente;
- retweet di campagne di comunicazione di altri enti;
- retweet di informazioni esterne collegate alle attività dell'ente;
- retweet di informazioni su temi quali risparmio idrico, risorsa acqua etc.;
- notizie su appuntamenti, iniziative etc.;

Lo strumento Twitter Analytics permette di monitorare quanto è successo sul proprio profilo nei ventotto giorni precedenti con la segnalazione in particolare:

- del tweet più popolare,



## Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

- della top mention, ovvero il tweet in cui si è menzionati e ha avuto maggiori possibilità di essere visto
- del follower più popolare, cioè l'account con più alto numero di follower che segue il profilo dell'Ente nel periodo di tempo analizzato.

L'account twitter è stato attivato nel maggio 2019 e da allora aggiornato regolarmente. Contestualmente è stato monitorato l'andamento del profilo. Il livello di interazioni a oggi è ancora poco elevato. L'obiettivo attuale è accrescere la presenza dell'Ente su twitter attraverso la pubblicazione di contenuti di qualità e incrementare le interazioni con profili di interesse per l'Egas e per gli utenti del Servizio Idrico Integrato.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### 3.4 Whatsapp

Whatsapp è una applicazione di messaggistica particolarmente diffusa che permette l'interazione tra due soggetti, in chat di gruppo o mediante liste broadcast. Attraverso questa piattaforma è possibile inviare e condividere immagini, video, documenti e altro materiale multimediale. L'utilizzo capillare del cellulare e di questa applicazione la rende uno strumento di comunicazione immediata particolarmente adatta a stabilire un contatto diretto con i cittadini e i portatori di interesse.

Le liste broadcast permettono di inviare uno stesso messaggio e/o contenuto multimediale simultaneamente a più contatti. A differenza di quanto accade nelle chat di gruppo, il messaggio è visualizzato singolarmente sul dispositivo di chi lo riceve. L'interazione con l'Egas avviene quindi in maniera diretta con il singolo contatto, senza possibilità che altri leggano i contenuti della conversazione.

Nel corso del mese di gennaio 2019 l'Ente ha attivato due liste broadcast inserendo i contatti della maggioranza dei sindaci dei Comuni sardi ricadenti nell'ambito territoriale e quindi rappresentati in Egas. L'obiettivo è favorire un contatto diretto con loro da un lato inviando informazioni e comunicazioni su appuntamenti, iniziative e scadenze, dall'altro, accogliendo le loro istanze e segnalazioni.

Nei giorni successivi all'attivazione delle due liste, ad esempio, sono state inviate comunicazioni sul Bonus Idrico 2017.

In una fase più avanzata di attuazione del Piano di comunicazione sarà possibile utilizzare, attraverso una opportuna attività di informazione e una adeguata organizzazione, Whatsapp come servizio in entrata per l'utenza, anche in affiancamento all'Ufficio relazioni con il pubblico, per agevolare la ricezione e presa in carico delle istanze e segnalazioni dell'utenza.

Il monitoraggio può essere effettuato a cadenza mensile prendendo in considerazione il numero di interazioni, messaggi inviati e ricevuti e i contenuti degli stessi organizzati per:

- contenuto dei messaggi in uscita e tipologia di riscontri ricevuti;
- contenuto dei messaggi in entrata (segnalazioni, richieste di informazioni, reclami, etc.), tipologia delle risposte inviate;
- tipologia dei contatti: sindaci, dipendenti comunali o di altri enti, cittadini etc.

L'obiettivo è quello di incrementare l'utilizzo di questo strumento per agevolare la comunicazione con gli amministratori locali.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### **3.5 Comunicati stampa, conferenze stampa e rapporti con i media**

Le informazioni veicolate attraverso gli organi di stampa, in particolare la stampa locale, possono avere un importante impatto sui cittadini e sulla loro percezione rispetto a determinati temi. Una presenza adeguatamente ponderata dell'Ente sulla stampa può quindi contribuire a una sua crescita in termini di immagine e di riconoscibilità del suo ruolo.

Una relazione proficua tra Ente e testate giornalistiche si basa sul riconoscimento della reciproca differenza di ruoli, visioni (cosa vuole comunicare l'Ente, cosa è notiziabile per la stampa) e modalità operative. L'ufficio stampa ha un ruolo attivo nei processi che portano alla realizzazione del prodotto-notizia, in quanto tramite tra l'Ente e gli organi di stampa. In particolare l'Ufficio stampa:

- produce e propone notizie di interesse pubblico su input dei vertici dell'Ente;
- raccoglie le specifiche sollecitazioni dei giornalisti e, in accordo con l'Ente, elabora le risposte;
- organizza, quando ritenuto necessario dai vertici aziendali e/o richiesto dagli organi di stampa, interviste con vertici dell'Ente;
- in caso di iniziative, eventi o situazioni di eccezionale importanza e impatto, l'Ufficio stampa promuove conferenze stampa, curando, in accordo con gli organi dell'Ente, tutti gli aspetti organizzativi;
- attraverso note e comunicati l'ufficio stampa elabora informazioni di pubblico interesse che abbracciano i diversi livelli strategici, organizzativi e gestionali dell'Ente;
- realizza, soprattutto in occasione di eventi stampa, materiali di tipo cartaceo o multimediale destinati specificamente ai media;
- contribuisce alla tempestività della divulgazione delle comunicazioni e si occupa delle richieste di pubblicazione di repliche e/o di rettifiche qualora l'Ente ritenga che siano state pubblicate notizie con palesi imprecisioni o nelle quali non sia stato preso in adeguata considerazione il suo punto di vista su tematiche considerate rilevanti.

Per quanto riguarda i comunicati realizzati in seguito a sollecitazioni esterne (repliche, interventi su tematiche rilevanti per l'Egas, etc.) è possibile adottare una procedura standardizzata come di seguito riportato:

- accoglimento delle richieste dagli organi di stampa o rilevazione attraverso la rassegna stampa e altre fonti (social, comunicati di istituzioni e associazioni, etc) di input per cui è necessario elaborare un comunicato, una nota di replica etc;
- segnalazione ai vertici dell'Ente;
- raccolta delle informazioni ed elaborazione della risposta;
- approvazione del testo da parte dei vertici dell'Ente;
- invio alla stampa in tempi tecnici utili;
- monitoraggio delle risposte in base alle quali è possibile prevedere eventuali ulteriori interventi.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Gli obiettivi sono:

- incrementare la presenza dell'Ente sulla stampa attraverso l'invio regolare di comunicati stampa contenenti informazioni su:
- attività dell'Ente, progetti, investimenti, deliberazioni, accordi, che abbiano ricadute per cittadini, comunità e territori;
- attività, decisioni e comunicazioni del CIA e degli altri organi dell'Ente;
- dichiarazioni del Presidente in merito a tematiche inerenti il Servizio Idrico Integrato;
- lanci di iniziative quali campagne informative, o appuntamenti rivolti a cittadini e/o specifici portatori di interesse.

Attraverso la rassegna stampa quotidiana è stato possibile monitorare i riscontri sulla stampa relativi alle comunicazioni inviate. Si evidenzia a questo proposito una buona presenza dell'Ente sulla stampa locale.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### **3.6 Rassegna stampa**

La rassegna stampa consiste nel monitoraggio dei principali quotidiani e delle principali testate nazionali, regionali, locali, cartacee, televisive, radiofoniche e online.

Giornalmente viene effettuata una selezione degli articoli e, quando possibile, dei link alle testate online e ai servizi radio-televisivi di interesse rispetto al ruolo dell'Ente, ai suoi compiti, alle sue relazioni con altri Enti, Istituzioni e con i cittadini. In particolare gli articoli selezionati riguardano i temi relativi al servizio idrico integrato e alla sua gestione.

La rassegna stampa è uno strumento di comunicazione interna, operativa da gennaio 2019, che è inviata via mail agli organi di vertice dell'Ente e archiviata in una cartella condivisa.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

## **4 Attività della comunicazione**

In linea con gli obiettivi delineati in precedenza si rende necessario programmare specifiche azioni di comunicazione attraverso una adeguata programmazione con l'individuazione dei target, degli strumenti, delle risorse, delle tempistiche per la loro realizzazione e delle modalità di valutazione dei risultati.

Gli strumenti e i canali elencati nelle pagine precedenti (social, whatsapp, comunicati stampa, etc.) sono, ognuno secondo le proprie peculiarità, utilizzabili per il raggiungimento degli obiettivi.

Azioni programmabili:

- campagne di comunicazione;
- attività nelle scuole;
- convegni/seminari.

### **4.1 Campagne di comunicazione**

Gli obiettivi di ogni campagna dovranno essere:

- specifici;
- monitorabili;
- accessibili;
- concreti;
- circoscritti in un determinato arco temporale;
- definiti nei costi.

Bonus idrico:

Per le ricadute in termini di agevolazioni e di utenza potenziale coinvolta, il bonus idrico integrativo del bonus nazionale ARERA rappresenta uno degli strumenti più importanti gestiti dall'Egas in quanto assicura delle riduzioni in bolletta per i nuclei familiari che versano in condizioni di disagio economico.

Tra la fine del 2018 e il 2019 l'Egas ha avviato una campagna di comunicazione sul Bonus 2017 articolata in diverse azioni tra cui: spot radio, tv e inserzioni pubblicitarie sugli organi di stampa, conferenza stampa e invio di comunicati, invio di materiale cartaceo e multimediale alle amministrazioni comunali, contatto diretto con i sindaci attraverso il canale whatsapp, pubblicazione e aggiornamento delle informazioni sul sito internet aziendale.

Nuove campagne sulle agevolazioni tariffarie:

Gli strumenti attivati nella precedente campagna possono essere riproposti per iniziative successive. I canali social entrano a pieno titolo nella campagna attraverso una specifica programmazione dei contenuti da pubblicare.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Possibili azioni aggiuntive rispetto alla precedente campagna:

- collaborazione con il gestore per l'invio di una informativa sul bonus idrico;
- realizzazione di manifesti da affiggere nei Comuni e loro distribuzione attraverso una modalità che permetta di documentare l'avvenuta affissione nei luoghi concordati;
- rafforzamento dell'interazione con le amministrazioni comunali attraverso i contatti diretti con i sindaci anche in anticipo rispetto al lancio della campagna;
- promozione sui social attraverso la realizzazione di specifici materiali multimediali riproposti a cadenze regolari;
- una volta terminata la fase di invio delle istanze dei beneficiari del bonus da parte dei Comuni e valutato l'importo complessivo dei fondi erogati anche, rispetto ai risultati attesi è possibile elaborare un questionario da inviare ai sindaci dei comuni interessati e ai servizi sociali per la valutazione dell'impatto della campagna, dei suoi punti di forza e di debolezza in modo da attuare eventuali correttivi nelle successive azioni di comunicazione. Il web offre a questo proposito dei buoni strumenti gratuiti per la realizzazione di un sondaggio e l'analisi dei risultati.

## **4.2 Altre campagne**

Altre campagne potranno essere realizzate sfruttando le potenzialità offerte dai social e individuando eventuali partner (associazione, ente pubblico o privato) che affianchino l'Ente nelle attività di comunicazione.

Tematiche:

- ruolo istituzionale dell'Egas;
- risparmio della risorsa idrica;
- corretto uso domestico dell'acqua;
- tutela dell'ambiente;
- tariffe;
- diritti del consumatore.





Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

### **4.3 Attività nelle scuole**

Gli studenti rappresentano un target particolarmente recettivo rispetto ai messaggi della comunicazione, in più la sensibilizzazione delle nuove generazioni rispetto a determinati temi rappresenta un investimento culturale con ripercussioni nell'immediato e nel futuro.

Le tematiche da proporre negli istituti scolastici sono diverse ma tutte ruotano intorno al tema del valore della risorsa idrica:

- risparmio idrico e corretto consumo dell'acqua;
- tutela dell'ambiente;
- acqua, scienza e tecnologia;
- l'uomo e l'acqua.

Nell'ottica della costruzione di un rapporto continuo tra l'ente e il mondo della scuola e considerando che l'anno scolastico 2019/2020 è già in corso è possibile ipotizzare un progetto sperimentale da proporre nei prossimi mesi a uno o più istituti.

Tale progetto prevede:

- individuazione del tema;
- individuazione dell'istituto scolastico o degli istituti scolastici;
- individuazione di eventuali partner e/o esperti;
- elaborazione di materiali;
- studio di una lezione/gioco frontale;
- promozione di un concorso di idee nelle classi dell'istituto (o degli istituti) coinvolti.

Anche in questo caso gli obiettivi della comunicazione dovranno essere:

- specifici;
- monitorabili;
- accessibili;
- concreti;
- circoscritti in un determinato arco temporale;
- definiti nei costi.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

#### 4.4 Convegni/seminari

L'organizzazione di convegni e seminari ha il doppio obiettivo di accrescere la conoscenza dell'Ente e del suo ruolo istituzionale e di coinvolgere determinati target di pubblico nell'approfondimento di tematiche ritenute di rilevante interesse, attraverso un confronto con altre istituzioni ed esperti del settore.

L'organizzazione di un evento avviene a stretto contatto e a supporto del CIA e della struttura e si realizza attraverso:

- la scelta del tema oggetto dell'evento;
- l'individuazione del target di riferimento;
- la definizione e organizzazione di sedi e tempistiche dell'evento;
- l'individuazione dei relatori (e l'eventuale collaborazione con loro alla produzione dei loro materiali);
- l'individuazione di eventuali patrocini e partner (e la gestione dei rapporti con essi);
- la promozione dell'immagine coordinata dell'evento attraverso la produzione di materiali cartacei e multimediali (locandine, inviti, poster, immagini etc.);
- la gestione delle mailing list per gli inviti, le iscrizioni, le comunicazioni relative all'evento destinate a partecipanti e portatori di interesse;
- la promozione dell'evento sulla stampa, sul sito istituzionale Egas, sui canali social;
- la cura dei rapporti con altri enti/associazioni/ istituzioni che contribuiscono, collaborano partecipano all'evento.

La buona riuscita di un evento richiede un'attenta fase preparatoria, gestita secondo adeguate tempistiche e adeguati scambi con i vertici dell'Ente. La condivisione degli obiettivi e la divisione dei compiti sono aspetti determinanti

Di seguito alcuni temi intorno ai quali è possibile costruire un evento:

- investimenti infrastrutturali del Servizio idrico integrato;
- carta del servizio idrico e tutela dei diritti del consumatore;
- controllo analogo: ruolo dell'Egas, strumenti, prospettive;
- sistema tariffario, funzionamento, novità;
- acqua come risorsa da tutelare insieme all'ambiente.

Per ognuna di queste tematiche possono essere individuati degli specifici partner con cui è ipotizzabile anche una collaborazione nella progettazione dell'evento: cittadini/utenti, enti regionali e locali, scuole, università, associazioni di consumatori, associazioni ambientaliste etc.