



ENTE DI GOVERNO DELL'AMBITO DELLA SARDEGNA

PIANO DI COMUNICAZIONE



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Sommario

1. Premessa	3
2. L'Egas.....	3
3. Obiettivi e destinatari della comunicazione.....	3
4. Come comunicare, gli strumenti	4
4.1 Il sito internet.....	5
4.2 La pagina Facebook.....	5
4.3 L'account Twitter	6
4.4 L'account Instagram	7
4.5 L'account LinkedIn	7
4.6 Comunicati stampa, conferenze stampa e rapporti con i media.....	8
4.7 La rassegna stampa.....	8
5. Altre attività della comunicazione.....	9
5.1 Newsletter	9
5.2 Opuscoli / brochure	9
5.3 Seminari/Convegni.....	9
5.4 Campagne di comunicazione	10
5.5 Attività nelle scuole	11



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

1. Premessa

Con la legge n. 150/2000 per la prima - e sinora unica - volta il legislatore si occupa della comunicazione nelle pubbliche amministrazioni ritenendola uno strumento chiave attraverso cui realizzare i principi della trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa.

Tra i punti salienti della legge vi è la distinzione tra informazione e comunicazione, intendendosi con la prima le attività indirizzate agli organi di stampa attraverso diversi strumenti, con la seconda un'attività *"rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa"* ma anche quella interna *"realizzata nell'ambito di ciascun ente"*.

Se l'informazione contribuisce a costruire un'immagine armoniosa e coerente dell'ente, con la comunicazione l'amministrazione si apre al pubblico e pone le condizioni per recepirne esigenze e ottenere risposte rispetto alle sue azioni.

Nell'ottica di promuovere e sostenere l'immagine di una amministrazione organica, coerente, e vicina ai cittadini, il Piano di comunicazione si rivela un prezioso strumento. Grazie a questo l'Ente è infatti in grado di pianificare le azioni di informazione istituzionale e di dirigere la comunicazione interna ed esterna, agevolando così il percorso verso il raggiungimento degli obiettivi strategici che lo stesso si è posto.

2. L'Egas

L'Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna nasce con la L. R. n. 4/2015. Ad esso partecipano obbligatoriamente tutti i comuni sardi e anche la Regione.

All'Egas sono affidate le funzioni di regolazione del Servizio idrico integrato, costituito dall'insieme dei servizi pubblici di captazione, adduzione e distribuzione dell'acqua ad usi civili, di fognatura e depurazione delle acque reflue. Inoltre, l'Ente determina e modula le tariffe per l'utenza e cura la scelta della forma di gestione del servizio, ora affidato ad Abbanoa SpA con la forma dell'*in house providing*. Sul Gestore unico l'Egas esercita il controllo analogo.

Attualmente sono 347 i Comuni che ricadono sotto la gestione di Abbanoa, alla luce del recente trasferimento Gestore del SII delle infrastrutture idropotabili e fognarie a servizio del comune di Capoterra. Sono invece 26 le gestioni riconosciute ai sensi del D.Lgs. 152/2006. Tra queste, si distinguono il Comune di Domusnovas, il cui servizio idrico è gestito dalla società Domus Acqua Srl, il Comune di Siligo, il cui servizio idrico è gestito dalla società da SI.EL Srl, il Comune di Sinnai, che ha affidato la gestione del servizio ad AcquaVitana S.p.A., gestioni riconosciute ai sensi dell'art. 172 del D.Lgs. 152/2006. Le altre 23 sono state fatte salve ai sensi dell'art. 147 comma 2bis dello stesso Decreto, e nello specifico i Comuni di Santu Lussurgiu, Modolo, Paulilatino, Seui, Anela, Bessude, Bottidda, Cheremule, Esporlatu, Gadoni, Olzai, Aggius, Arzana, Bultei, Fluminimaggiore, Nuxis, Tertenia, Teulada, Villagrande Strisaili, Bonarcado, Burgos, Lotzorai, San Vero Milis.

Da definire la situazione delle gestioni nei Comuni di Perfugas, Serramanna, Burcei e Sant'Anna Arresi.

3. Obiettivi e destinatari della comunicazione

Dalla descrizione dell'Ente di cui al paragrafo precedente, appare chiaro come, da un lato, all'Egas faccia capo un ampio ventaglio di competenze, dall'altro come, a vari livelli, la sua attività si svolga a stretto contatto con numerosi soggetti, quali i comuni, la Regione, il Gestore unico, gli utenti del servizio idrico, le associazioni dei consumatori e gli altri operatori pubblici e privati che a diverso titolo si rapportano con esso.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

Poiché l'acqua è un bene comune, una risorsa preziosa e limitata che va tutelata e a cui tutti hanno diritto di avere accesso, il Piano di comunicazione è stato pensato come uno strumento capace di guidare non solo verso la tutela dell'immagine dell'Ente, ma anche verso una sua maggiore conoscenza da parte dei cittadini/utenti/amministratori e altri portatori di interesse, che esigono una informazione trasparente da parte di chi è chiamato a regolare il Sistema idrico integrato in Sardegna, ma che hanno anche la curiosità e la necessità di conoscerne l'operato per coglierne meglio i riflessi e le opportunità nella vita di tutti i giorni. Comunicare bene vuol dire migliorare la qualità del servizio, e di converso porsi nelle condizioni di rispondere e saper accogliere richieste e segnalazioni.

Il Piano di comunicazione deve pertanto indirizzarsi verso quattro direttrici:

- ❖ Promuovere un'immagine precisa dell'Egas;
- ❖ Promuovere la conoscenza del sistema idrico integrato;
- ❖ Valorizzare il patrimonio acqua;
- ❖ Rispondere alle esigenze dei cittadini, fornendo una informazione capillare sulle iniziative che li riguardano più da vicino (es. bonus idrico) e sugli strumenti a loro disposizione (es. carta dei servizi).

Sul fronte dei destinatari della comunicazione si individuano invece:

- ❖ Cittadini/utenti del Servizio idrico integrato;
- ❖ Amministratori locali;
- ❖ Gestori;
- ❖ Associazioni di tutela dei consumatori;
- ❖ Scuole/Università;
- ❖ Organi di informazione;
- ❖ Altri soggetti pubblico/privati che si interfacciano con l'Ente a vario titolo.

L'obiettivo primario di comunicazione dell'EGAS è rappresentato, pertanto, dall'ampliamento del proprio bacino di utenza al fine, in primis, di far conoscere ad un pubblico maggiore la mission dell'Ente e le sue principali attività, ma anche di promuovere buone pratiche a tema ambientale per il rispetto e la salvaguardia del bene idrico, sia verso un pubblico adulto che in formazione.

4. Come comunicare, gli strumenti

Una volta individuati gli obiettivi e i destinatari della comunicazione, occorre valutare quali siano i mezzi più adatti per comunicare in modo efficace.

Nei prossimi paragrafi saranno esaminati gli strumenti adottati, individuati anche tenendo conto di fattori come l'ampio raggio territoriale in cui ricade l'operato dell'Ente e, non ultimo, l'ambito estremamente tecnico della sua operatività. Fattori che impongono di:

- ❖ Studiare una comunicazione che arrivi capillarmente, anche laddove non siano sviluppate tecnologie che permettono a tutti, ad esempio, l'accesso alla rete internet;
- ❖ Semplificare i concetti tecnici, in modo che l'informazione sia davvero accessibile a tutti (questo risponde indirettamente a principi di democrazia e trasparenza).

Nel corso del 2022, al fine di rendere le azioni dell'Ente maggiormente fruibili dalla collettività e, di conseguenza, favorire i contatti diretti tra Egas e i cittadini, oltre che con le altre istituzioni del territorio, si è scelto di incrementare la presenza dell'Ente sui principali social media, oltre Facebook e Twitter, attivando due nuovi profili istituzionali sulle piattaforme Instagram e LinkedIn.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

La prima, che rappresenta attualmente lo strumento più utilizzato dalla generalità della popolazione attiva sui social, renderà ancora più efficace la veicolazione delle notizie dell'Ente verso il proprio pubblico di riferimento; la seconda, più improntata sullo sviluppo delle relazioni professionali e tra istituzioni, potrà essere un utile supporto nel dialogo con altri enti.

Nel corso del 2023 saranno, infine, poste in essere ulteriori azioni al fine di raggiungere gli obiettivi descritti in precedenza.

4.1 Il sito internet

Il sito internet è il canale ufficiale dell'Egas, una fonte di informazione sicura, chiara e intuitiva. Nel sito è possibile avere notizia di tutto ciò che riguarda l'Ente e il suo funzionamento, dalla composizione del Comitato Istituzionale d'Ambito alle deliberazioni adottate, dalle determinazioni dirigenziali alle informazioni per l'utente.

L'attuale veste del sito è del 2019, anno in cui il personale dell'Egas ne ha curato la revisione attraverso il trasferimento e la riorganizzazione dei contenuti sulla piattaforma Wordpress che si rifà alle linee guida di design per i portali della pubblica amministrazione dell'Agid (Agenzia per l'Italia Digitale). Successivamente sono stati rielaborati e reintrodotti nuovi testi in tutte le sezioni con l'obiettivo di rendere più agevole la fruizione tramite una migliore collocazione dei diversi contenuti.

Dall'osservazione delle statistiche del sito emerge come il portale dell'Egas continui a suscitare interesse. Nell'ultimo anno (dato riferito 15 dicembre 2022) gli accessi complessivi sono stati 137423.

Il numero di accessi rimane sostanzialmente invariato rispetto all'anno 2021:

	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	tot
2021	12541	12240	14977	14528	12455	9088	8774	10651	17484	7509	8798	8511	139577
2022	12506	10930	10567	8138	10266	8942	15390	6593	14421	14074	14886	8688	137423

Da rilevare che nei mesi di ottobre, novembre e dicembre (precisamente dal 1 ottobre al 15 dicembre 2022) il portale ha registrato 37.648 visite contro le 36.404 del trimestre precedente, considerando che il dato è rilevato a 15 giorni dalla chiusura del mese di dicembre. Rispetto allo stesso periodo del 2021 (ottobre-dicembre) durante il quale i visitatori si attestavano ai 24.818 click, si evidenzia una crescita esponenziale dei contatti diretti.

La maggior parte di questi ha riguardato la home page, gli archivi, l'albo (10.109), i concorsi, lo storico atti, la parte relativa alla descrizione dell'Egas, le tariffe.

Allo stato attuale sono in fase di studio alcuni aggiornamenti alle sezioni per rendere maggiormente fruibili ed efficaci le informazioni pubblicate.

4.2 La pagina Facebook

Nell'attuale panorama della comunicazione il web ha dimostrato di essere il principale strumento attraverso cui i cittadini/utenti si informano o vengono a conoscenza dell'esistenza di un altro soggetto.

Le piattaforme social, in particolare, permettono una comunicazione immediata, diretta, costruita sulla fiducia. Attraverso i canali social la pubblica amministrazione ha la possibilità di interagire più da vicino con i cittadini/utenti, migliorando la percezione di trasparenza, efficienza ed efficacia, potendo nel contempo recepire i loro umori e richieste.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

La pagina Facebook dell'Egas è on line dal 10 aprile 2019 e propone informazioni e comunicazioni sull'attività dell'Egas, con particolare riferimento a quelle con una maggiore ricaduta sulla collettività e sui portatori di interesse, riguardanti specifiche campagne di informazione e comunicazione (es. bonus idrico), comunicazioni di servizio (scadenze, avvisi, concorsi, etc.), promozione della conoscenza del sito internet attraverso la pubblicazione di richiami ai contenuti del medesimo, condivisione di contenuti proposti da altri enti legati a tematiche inerenti al servizio idrico, condivisione di contenuti informativi rilanciati da autorevoli testate (regionali e nazionali) su questioni riguardanti il tema dell'acqua.

I dati statistici sull'andamento della pagina Facebook dell'Egas evidenziano che attualmente questa conta 2135 "followers", con costanti nuove visite e nuovi "like" che, di riflesso, producono maggiori accessi anche al sito istituzionale dell'Egas.

Nell'ultimo trimestre 2022, rispetto al periodo precedente al, la pagina FB dell'Egas ha registrato un incremento di traffico pari al +11,2% con la visualizzazione dei contenuti da parte di 7896 persone.

Il pubblico che segue la pagina è abbastanza eterogeneo, con una lieve prevalenza delle donne (50,5%) sugli uomini (49,5%) concentrati prevalentemente nella fascia 55-64 anni.

La pagina potrebbe ulteriormente essere consolidata. Aumento dei followers e delle interazioni sui contenuti sono obiettivi che si possono raggiungere attraverso diverse azioni come post che contengano consigli e chiarimenti su singoli argomenti e approfondimenti e rilancio di notizie sull'utilizzo, la tutela, il risparmio dell'acqua.

4.3 L'account Twitter

Twitter è una piattaforma pensata per la pubblicazione di testi che non superino i 280 caratteri. Attivo dalla primavera 2019, il profilo Twitter Egas Sardegna opera rivolgendosi a una platea formata da soggetti che si relazionano direttamente con l'Ente: account delle amministrazioni comunali, account dei sindaci, profili di soggetti pubblici o privati che a vario titolo si occupano delle tematiche legate al servizio idrico integrato e alla risorsa acqua (associazioni dei consumatori, gestori, enti d'ambito, testate giornalistiche, etc.).

Le interazioni avvengono con diverse modalità: pubblicazione di post con hashtag per indicare parole o argomenti chiave (questo permette a chi fa una ricerca rispetto a un dato argomento di trovare anche i contenuti dell'Egas), menzioni, risposte, retweet (cioè ripubblicazione di contenuti proposti da altri). In questo modo si rafforza il dialogo e si contribuisce a rafforzare la reciproca conoscenza, avvicinando l'Ente ai suoi destinatari.

Nell'account dell'Egas sono presenti anche una community di secondo livello (formata da coloro che "seguono chi ci segue") e degli strumenti di liste pubbliche di utenti, cioè gruppi di account creati per ambiti omogenei (sindaci, testate giornalistiche, istituzioni, etc.). Il vantaggio di queste ultime è la possibilità di avere un più agile accesso a contenuti più parcellizzati.

Le liste create sono: Sindaci; Acqua ambiente ed energia; Giornali locali; Comuni sardi.

I contenuti usati per Twitter sono:

- ❖ Informazioni sulle attività dell'Ente;
- ❖ Pubblicazione infografiche, video e altri elementi multimediali;
- ❖ Informazioni utili al cittadino/utente;
- ❖ Informazioni generali sul servizio idrico;



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

- ❖ Campagne di comunicazione;
- ❖ Retweet di informazioni esterne collegate all'attività dell'Ente;
- ❖ Notizie su appuntamenti, iniziative, etc.;
- ❖ Retweet di informazioni pubblicati da enti, testate giornalistiche altri soggetti pubblici e privati su argomenti inerenti il servizio idrico integrato e la risorsa acqua.

Attualmente il profilo twitter dell'Egas conta 89 followers (ancora pochi, ma in crescita rispetto ai 65 del 2021) mentre sono seguiti oltre 393 profili.

Il profilo twitter dell'Egas ha generato 333 passaggi nell'ultimo trimestre (alla data del 15 dicembre 2022), con un incremento, negli ultimi 28 giorni del 7,8%.

Per il futuro gli obiettivi sono:

- ❖ Incrementare il numero delle interazioni attraverso la pubblicazione di contenuti di qualità;
- ❖ Incrementare il numero degli accessi;
- ❖ Aumentare la platea dei followers.

4.4 L'account Instagram

Come riportato in precedenza, la piattaforma Instagram rappresenta attualmente lo strumento più utilizzato dalla generalità della popolazione attiva sui social, renderà ancora più efficace la veicolazione delle notizie dell'Ente verso il proprio pubblico di riferimento.

Il profilo è stato creato nel mese di agosto 2022 ed ha ancora necessità di maggiore rodaggio per poter avere un flusso di interazioni più costante. Ad ogni modo, dal 1 ottobre 2022 il pubblico raggiunto attraverso la pubblicazione e condivisione dei feed (notizie) si attesta sui 1260 account. Tra questi, 126 sono già follower del profilo istituzionale di Egas, mentre il pubblico restante (1134 contatti) è formato da visitatori intenzionali, che non hanno ancora espresso la volontà di seguire il profilo.

Nell'ultimo trimestre il numero dei follower effettivi del profilo è cresciuto del 9,8%, per un totale di 167 contatti effettivi.

Gli obiettivi da perseguire sono analoghi a quelli degli altri profili social.

4.5 L'account LinkedIn

Come riportato in precedenza, la piattaforma LinkedIn è maggiormente improntata sullo sviluppo delle relazioni professionali e tra istituzioni, e potrà essere un utile supporto nel dialogo con altri enti.

Il profilo istituzionale è di recentissima attivazione (14 novembre 2022) ed in un mese di presenza in rete ha registrato 68 follower, il 13,3% del totale impiegato nel settore della pubblica amministrazione.

I contenuti pubblicati nella pagina istituzionale sono stati visualizzati complessivamente 436 volte.

In relazione agli obiettivi, si rinvia alle considerazioni già svolte per gli altri account social.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

4.6 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 contribuire a una 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 costituisce un tramite tra l'Ente e gli organi di informazione.

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;
- ❖ in caso di iniziative di particolare rilevanza, eventi o situazioni di eccezionale importanza o impatto, promuove conferenze stampa, curando, in accordo con l'Ente, i relativi aspetti organizzativi e producendo i relativi materiali (cartacei e multimediali);
- ❖ attraverso note e comunicati elabora, su input dell'Ente, informazioni di pubblico interesse che abbracciano i diversi livelli strategici, organizzativi e gestionali dell'Ente;
- ❖ contribuisce alla tempestività della divulgazione delle comunicazioni e si occupa delle richieste di pubblicazione di repliche e/o 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.

Obiettivo dell'attività di informazione realizzata con comunicati e conferenze stampa è incrementare la presenza dell'Ente sui media facendo conoscere attività, progetti, investimenti, deliberazioni, campagne, posizioni in merito alle tematiche riguardanti il servizio idrico che abbiano ricadute sui cittadini, i territori e la comunità.

Attualmente la presenza dell'Egas sugli organi di informazione può definirsi abbastanza positiva: le notizie veicolate dall'Ente trovano buona accoglienza tra i media, che riconoscono il ruolo e l'importanza dell'attività svolta dall'Egas.

4.7 La rassegna stampa

Utile strumento per monitorare il risultato delle attività di cui al paragrafo precedente, la rassegna stampa consiste nel controllo dei principali quotidiani e delle principali testate nazionali, regionali e locali, sia cartacee, sia televisive, radiofoniche o on line.

Giornalmente viene fatta una selezione degli articoli riguardanti l'attività dell'Ente e le tematiche legate al suo ambito d'azione, con particolare riferimento al servizio idrico integrato e alla risorsa acqua. In questo modo è possibile avere un quadro di come le notizie prodotte dall'Egas abbiano trovato accoglienza, ma è possibile anche avere un'istantanea di ciò che accade nel panorama di riferimento.

La rassegna stampa, operativa nell'Ente dal gennaio 2019, è uno strumento ad uso interno, inviato via mail agli organi di vertice e archiviato, mese dopo mese, in una cartella condivisa.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

5. Altre attività della comunicazione

Rafforzare l'immagine dell'Egas e consolidare il rapporto di fiducia con i cittadini/utenti sono obiettivi per il cui raggiungimento può essere utile la programmazione di ulteriori attività di comunicazione. Di seguito verranno illustrati degli strumenti, alcuni da attuare con il coinvolgimento di terzi.

5.1 Newsletter

La lettera di notizie, meglio nota come newsletter, è un messaggio di posta elettronica inviato gratuitamente a chi ne fa richiesta.

Con questo strumento, in modo facile, veloce ed economico è possibile inviare, con delle cadenze prestabilite, notizie e aggiornamenti sull'attività dell'Ente a più soggetti nello stesso tempo.

Periodicamente (si suggerisce una cadenza mensile) si potrebbero dare ai fruitori informazioni ad esempio sui progetti approvati, sulle campagne portate avanti, su importanti strumenti come il bonus idrico sociale, il bonus idrico integrativo etc.

Ricevere la newsletter per il destinatario significa rimanere aggiornato sull'attività dell'Egas, conoscere eventuali opportunità che potrebbero manifestarsi, comprendere che cosa è l'Egas e quale è il suo operato.

Sono attualmente in corso le attività per definire l'utilizzo effettivo di tale strumento.

5.2 Opuscoli / brochure

Non tutti i comuni della Sardegna sono coperti dalla banda larga. Non tutti i fruitori del Servizio idrico integrato si informano tramite i mezzi messi a disposizione dalle odierne tecnologie. Ecco perché può tornare utile usare come canale informativo dell'Ente la brochure, un libretto di poche pagine in cui vengono fornite informazioni in modo chiaro e sintetico. Queste possono riguardare:

- ❖ L'Egas e il suo ruolo;
- ❖ Informazioni di pubblica utilità;
- ❖ Notizie su specifiche campagne o iniziative (es. bonus idrico integrativo);
- ❖ Approfondimenti di tematiche specifiche;
- ❖ Altro.

5.3 Seminari/Convegni

L'organizzazione di seminari e convegni ha l'obiettivo di accrescere la conoscenza dell'Ente e del suo ruolo istituzionale ma anche di creare l'occasione per approfondire tematiche di rilevante interesse o di far conoscere novità e ultimi sviluppi in merito al Servizio Idrico Integrato e alla risorsa acqua. Si tratta di importanti occasioni di scambio e confronto in cui è possibile coinvolgere rappresentanti di altri enti e istituzioni, studiosi, esperti, rappresentanti delle associazioni dei consumatori etc.

L'organizzazione dell'evento avviene a stretto contatto e con il supporto del CIA e della struttura, e con l'appoggio di soggetti specializzati nell'organizzazione di questo tipo di appuntamenti e prevede:

- ❖ La scelta del tema oggetto dell'evento;
- ❖ L'individuazione del target di riferimento;



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

- ❖ La definizione della data e della sede dell'evento;
- ❖ L'individuazione dei relatori (e la loro eventuale collaborazione alla produzione di materiali);
- ❖ L'individuazione di eventuali patrocini e partner (e la gestione dei rapporti con essi);
- ❖ La promozione dell'evento (ad esempio con locandine, inviti, poster, sito e social dell'Ente, coinvolgimento degli organi di stampa);
- ❖ La gestione delle mailing list per gli inviti, le iscrizioni, le comunicazioni relative all'evento destinate a partecipanti e portatori di interesse;
- ❖ la cura dei rapporti con altri enti e associazioni che contribuiscono/collaborano/partecipano all'evento.

I temi su cui costruire l'evento possono essere diversi. Se ne suggeriscono alcuni:

- ❖ Sistema tariffario, funzionamento, novità;
- ❖ Investimenti nel settore idrico integrato, anche alla luce delle previsioni del PNRR;
- ❖ Bonus idrico e altri aiuti agli utenti anche in relazione alle situazioni create dalla pandemia di Covid 19;
- ❖ Ruolo dei gestori del Servizio idrico integrato nel promuovere il risparmio idrico e combattere la desertificazione;
- ❖ Nuove tecnologie e trattamento delle acque;
- ❖ Nuove tecnologie ed efficienza del servizio idrico integrato;
- ❖ Acqua e tutela dell'ambiente.

Per ciascuna tematica è possibile individuare dei partner con cui costruire insieme l'evento, quali enti, istituzioni, associazioni dei consumatori, scuole, etc.

Nel 2023 si prevede di organizzare una giornata di divulgazione scientifica a tema idrico in collaborazione con gli atenei dell'isola ed altri partner istituzionali al fine di individuare e condividere best practice e i passi in avanti compiuti grazie all'innovazione tecnologica volta alla tutela e rispetto del bene idrico in Sardegna e nel mondo. L'evento vuole essere l'occasione per catalizzare l'attenzione sulla mission dell'Ente e sui progetti già realizzati o in programma per ridurre il fenomeno dispersivo dell'acqua in Sardegna.

5.4 Campagne di comunicazione

Tra la fine del 2018 e il 2020 l'Egas ha realizzato due campagne di comunicazione: quella legata al bonus idrico integrativo 2017, e quella, nel 2020, sul bonus idrico emergenziale in occasione della pandemia da Covid 19.

Gli strumenti attivati in tali occasioni sono stati spot su radio e tv, inserzioni a pagamento sugli organi di stampa, conferenza stampa e invio di comunicati, invio di materiale cartaceo e multimediale alle amministrazioni comunali, contatti con i sindaci e aggiornamento delle informazioni sul sito internet dell'Ente.

Tali strumenti, insieme all'utilizzo dei canali social (vanno programmati i contenuti da pubblicare), ben si prestano anche a campagne per nuove iniziative. Di seguito se ne suggeriscono alcune:



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

- ❖ Bonus idrico;
- ❖ Risparmio idrico;
- ❖ Carta dei servizi e diritti del consumatore;
- ❖ Sistema tariffario;
- ❖ Tutela ambientale.

Per rafforzare tali campagne possono risultare utili ulteriori azioni come: realizzazione di manifesti, opuscoli, brochure da affiggere nei comuni, coinvolgimento degli amministratori locali, ad esempio attraverso azioni concordate in anticipo con i sindaci, verifica dell'efficacia della campagna attraverso, ad esempio, la proposizione di questionari. Quest'ultimo strumento torna utile anche per pensare ad eventuali correttivi da apportare in futuro.

Nel 2023 l'Ente intende promuovere una campagna di promozione a pagamento targhettizzata sui social media per diffondere la conoscenza dei vantaggi legati al bonus Idrico in Sardegna.

È importante ricordare che gli obiettivi di ogni campagna dovranno essere specifici, monitorabili, accessibili, concreti, circoscritti in un determinato arco temporale, definiti nei costi.

5.5 Attività nelle scuole

I bambini e le bambine, i ragazzi e le ragazze delle scuole sono un target molto sensibile e ricettivo. Ancor più quando si parla di tematiche legate alla sostenibilità ambientale, e quindi anche della risorsa acqua.

Tramite percorsi rivolti ai più giovani non si educano solo gli adulti di domani: dopo la scuola i ragazzi condividono ciò che hanno imparato con gli adulti di riferimento (genitori, nonni, zii, conoscenti), permettendo il compiersi di un ciclo virtuoso che vede moltiplicarsi la circolazione di informazioni utili e di buone prassi.

Per le attività con le scuole l'Egas può individuare diverse fasce di destinatari: bambini degli ultimi anni delle scuole elementari, ragazzi delle scuole medie, studenti degli istituti superiori.

I temi che possono essere proposti sono diversi: ciclo dell'acqua, risparmio idrico, sostenibilità ambientale, acqua del rubinetto e analisi chimiche, acqua risorsa preziosa ma limitata, acqua e mutamenti climatici.

Le modalità da usare per affrontare i temi scelti possono essere diverse e vanno dagli incontri in classe con esperti ad animazione/laboratori teatrali, da attività di storytelling (si basa sulla narrazione di fatti veri o inventati) a concorsi per studenti (disegni, temi, poesie, musiche, video, etc.) sino a proiezioni di film.

Per procedere nelle attività con le scuole e costruire un rapporto tra queste e l'Egas occorre compiere alcuni passaggi che richiedono l'individuazione del tema, l'individuazione degli istituti da coinvolgere (anche con l'aiuto della Direzione scolastica regionale), l'individuazione di eventuali partner e/o professionisti con cui collaborare, lo studio del progetto da realizzare.

L'ufficio stampa dell'Egas, in accordo con i vertici dell'Ente, interviene con azioni di supporto e promozione delle iniziative scelte: contatti con le scuole, ricerca dei soggetti da coinvolgere, predisposizione di testi/slide che possano aiutare i docenti a inquadrare i temi da trattare, promozione delle attività e degli esiti finali sui mezzi di informazione.

Le attività devono essere organizzate tenendo conto delle tempistiche delle scuole e definendo i relativi costi.



Ente di Governo dell'Ambito della Sardegna

É intenzione dell'Ente attivare nell'anno scolastico 2023/2024 dei laboratori nelle scuole primarie e/o secondarie di primo grado dell'isola al fine di promuovere la cultura della tutela del bene idrico, attraverso attività ludico/educative.

*Il presente Piano di comunicazione, redatto nel mese di dicembre 2022, aggiorna il precedente del 2021.
Il Piano è un documento flessibile, che può essere adattato alle diverse esigenze contingenti.
Il documento è a cura dell'Ufficio Supporto legale, URP e comunicazione istituzionale con il supporto dell'Ufficio stampa dell'Egas.*