

## Allegato 8

# Piano della Comunicazione 2026

## La comunicazione in Arpav

La funzione di comunicazione in Arpav fa direttamente capo alla Direzione Generale.

Il Direttore Generale, attraverso specifici staff o uffici gestisce:

- **l'immagine pubblica** dell'Agenzia con l'obiettivo di migliorarla e valorizzarla in particolare fra i cittadini e gli enti locali con attività di sensibilizzazione e informazione
- **la comunicazione pubblica** dell'Agenzia, gli eventi, la pubblicità, l'editoria, la gestione del brand pubblico, l'identità di Arpav, la comunicazione internazionale ed il social media managing
- **l'Ufficio stampa**, curando i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione, e curando la rassegna stampa
- **la comunicazione interna** attraverso la intranet e l'invio di all arpav con comunicazioni su attività, novità e servizi per i dipendenti.

L'attività di comunicazione principale è quella rivolta verso l'esterno che segue un piano articolato secondo i seguenti aspetti:

## Obiettivi Strategici

- **Autorevolezza:** consolidare Arpav come unica fonte ufficiale e scientifica per lo stato dell'ambiente in Veneto
- **Prevenzione:** informare i cittadini sui comportamenti sostenibili (es. riscaldamento, mobilità)
- **Trasparenza:** rendere i dati (meteo, aria, acqua, suolo) facilmente consultabili e comprensibili anche usando i nuovi strumenti dell'Intelligenza Artificiale

## Temi e calendario stagionale

Per alcuni temi e attività la comunicazione dell'Agenzia è continua durante tutto l'anno:

- **Meteo, idro e clima:** bollettini, report periodici, video, infografiche (nuova sezione sul sito)
- **Progetti europei:** social, comunicati, articoli, video, promozione eventi
- **Educazione alla sostenibilità:** social, promozione eventi, video, notizie, comunicati
- **Snpa:** partecipazione ai gruppi di lavoro sulla comunicazione con redazione di articoli e partecipazione a prodotti nazionali (articoli/convegni).

Ma l'ambiente segue anche i ritmi delle stagioni, il piano si adatta individuando dei focus stagionali:

stagione	focus tematico	attività chiave
inverno	<b>Qualità dell'Aria (PM10)</b>	bollettini di allerta, infografiche, report, comunicati
	<b>Neve e Valanghe</b>	bollettini specifici
primavera	<b>Pollini</b>	bollettini, articoli di approfondimento, video
estate	<b>Balneabilità e Ozono</b>	bollettini coste e laghi, allerte picchi di Ozono
autunno	<b>Suolo e Rifiuti</b>	report, comunicati, promozione eventi

## Strategia Multicanale

### Digital & Social (Il "battito" quotidiano)

- **Sito web:** aggiornamento continuo dei contenuti anche con la creazione di nuove sezioni o nuovi percorsi per l'accesso ai dati e alle informazioni ambientali promossi anche attraverso notizie e comunicati stampa
- **Gis e portali tematici:** Geoportale, Webgis valanghe, Piattaforma per i cambiamenti climatici
- **Facebook:** "Pillole di scienza" con post, infografiche e video brevi (reels)
- **Linkedin:** dedicato al networking, collaborazioni istituzionali, progetti europei
- **X:** comunicazione delle emergenze ambientali sul territorio e diffusione di bollettini e rapporti
- **YouTube:** educazione alla sostenibilità e comunicazione corporate
- **Telegram:** diffusione di bollettini
- **APP Ambiente e Meteo:** diffusione di dati su pollini, qualità dell'aria, balneazione, meteo
- **Urp:** accesso ai documenti amministrativi, alle informazioni ambientali e accesso civico per il cittadino

### Ufficio Stampa (L'Autorevolezza)

- **Contrasto alle fake news - Arpav unica fonte ufficiale:** collaborazione con i media locali e con gli uffici stampa istituzionali
- **Crisis Management:** protocollo rapido per incidenti industriali o emergenze ambientali (procedura di comunicazione in emergenza)

## **Relazione con il Territorio**

- **Open Day:** apertura al pubblico delle strutture (Centro meteo Teolo e Centro nivologico Arabba)
- **Citizen Science:** coinvolgimento dei cittadini nel monitoraggio (campagna glaciologica con Università di Padova), Operazione fiumi con Legambiente, Goletta verde e laghi con Legambiente
- **Incontri sul territorio:** partecipazione dei tecnici Arpav come relatori su vari temi a eventi organizzati da enti locali, associazioni, scuole
- **Visite delle scuole** presso le strutture Arpav
- **Servizi** per fidelizzare specifiche categorie di utenti (allerta gelate, disagio fisico, applicativo flusso rifiuti)

## **Obiettivi 2026**

### **Focus Strategico: "L'Ambiente in chiaro"**

**Obiettivo:** abbattere la barriera del linguaggio tecnico-scientifico per rendere i Rapporti ambientali accessibili a tutti, non solo agli addetti ai lavori.

#### **La semplificazione dei Rapporti tecnici**

Prosegue il processo di semplificazione dei Report tematici. Resta il rigore dei dati ma può cambiare il modo in cui vengono presentati. Ogni rapporto tecnico dovrebbe essere accompagnato da un **kit di prossimità**:

- **Sommario (abstract):** una pagina iniziale con i dati chiave spiegati in modo semplice
- **Infografiche:** il dato a colpo d'occhio, sintesi grafiche dei contenuti dei rapporti

#### **Indicatori di prestazione:**

almeno 5 infografiche

progettazione di un nuovo format per i focus meteo

### **Focus Strategico: 30 anni della legge istitutiva dell'Agenzia**

**Obiettivo:** far conoscere l'evoluzione delle attività di presidio ambientale dell'Agenzia dalla fondazione ad oggi e le prospettive future.

**Iniziative:** promozione e comunicazione dell'evento, con comunicati stampa, social media, interviste, video.

#### **Indicatori di prestazione:**

almeno 2 videointerviste

3 comunicati stampa

3 articoli

20 fra post, reel, storie su facebook, X, Youtube, LinkedIn