

# Piano della Comunicazione 2021 - 2023

---

*Contesto, definizione, descrizione e pianificazione  
degli obiettivi e delle strategie di comunicazione*

---

Approvato con DDG n. 272/2021

**ARPA Lombardia**



Regione  
Lombardia

## Sommario

INTRODUZIONE .....	3
RESOCONTO ATTUAZIONE PDC NELL'ANNO 2020 .....	4
<b>Analisi delle attività   Comunicazione esterna .....</b>	<b>4</b>
Ufficio Stampa & Media Relations .....	4
Newsletter SNPA .....	5
Sito web .....	5
App & Social .....	6
Ufficio Relazioni con il Pubblico   URP .....	9
Educazione Ambientale .....	11
Eventi, manifestazioni e mostre .....	12
<b>Analisi delle attività   Comunicazione interna .....</b>	<b>14</b>
Intranet .....	14
Newsletter interna .....	15
PROGETTUALITÀ 2021 .....	17
<b>Contestualizzazione .....</b>	<b>17</b>
<b>La comunicazione esterna .....</b>	<b>17</b>
Newsletter SNPA .....	17
Sito web .....	18
App & Social .....	18
Comunicazione tecnica dei dati e delle informazioni ambientali .....	20
La comunicazione diretta con il cittadino   URP .....	20
Educazione ambientale ed alla sostenibilità .....	20
La comunicazione con gli organismi istituzionali .....	21
Eventi, manifestazioni e mostre .....	21
<b>La comunicazione interna .....</b>	<b>22</b>
Newsletter interna   <i>House organ</i> .....	22
ANALISI DEI BISOGNI .....	22

## Introduzione

Il 2020 è stato l'anno in cui si è iniziato ad attuare il Piano di comunicazione di ARPA Lombardia, adottato per la prima volta nel 2019 con decreto n.549 del 16/10/2019. All'inizio dell'anno si è strutturata l'organizzazione per dare seguito a quanto programmato. La situazione pandemica, a tutti purtroppo tristemente nota, ha determinato uno scenario inaspettato ed al contempo rivoluzionario per le attività dell'Agenzia e di conseguenza per tutte le azioni di comunicazione ad esse connesse.

L'impossibilità di realizzare eventi in presenza, che si è manifestata via via più duratura e forte di quanto previsto e sperato nei primi mesi dell'anno, ha determinato una sostanziale rimodulazione della pianificazione ma soprattutto ha richiesto una visione innovativa delle modalità operative, che quindi non si sono mai fermate, ma bensì trasformate, garantendo sempre una costante presenza sui media e su tutti gli strumenti di prossimità con gli *stakeholders* ed i cittadini.

Per tutto l'anno si è sviluppata la capacità di comunicazione multimediale, approntando strumenti e prodotti che hanno consentito di mantenere alta la capacità di comunicazione dei dati e delle azioni intraprese, sia nelle fasi di *lockdown* totale sia nelle fasi intermedie di riapertura parziale.

L'informazione, la comunicazione integrata ed anche gli eventi sono stati garantiti per tutto l'anno, con uno sforzo tecnico ed operativo enorme, raggiungendo risultati anche superiori agli obiettivi prefissati, generando una cultura nuova degli strumenti e del loro uso. Rilevante è stata anche la crescita di prodotti e l'incremento della presenza nel mondo social, a dimostrazione di una professionalità crescente ed in continua evoluzione.

In un anno unico, ad oggi, per numerosi motivi, è nata la capacità di generare attenzione e vicinanza agli *stakeholders*, elaborando in tempi brevi un cambio gestionale e operativo epocale. In questa linea si evolverà anche l'attività del 2021, di fronte a scenari ancora incerti, a cui però si intende rispondere da subito sviluppando strategie e azioni coerenti con le possibili situazioni che si verificheranno, garantendo quindi l'azione di comunicazione dell'Agenzia in tutte le sue forme.

## Resoconto attuazione PdC nell'anno 2020

Nonostante la situazione particolare, che ha segnato praticamente tutto l'anno 2020, occorre rilevare come siano state realizzate egualmente moltissime delle linee strategiche identificate nella prima versione del Piano di comunicazione, attuandone molte in netto anticipo rispetto alla pianificazione iniziale. Questo elemento è fondamentale per la redazione del nuovo piano, poiché questo nasce nel solco di una predisposizione allo sviluppo generata dai risultati raggiunti in questo periodo. Si ripercorrono brevemente gli elementi salienti e quindi le analisi e le valutazioni che dettano le scelte che vengono indicate per il triennio 2021-2023.

### Analisi delle attività | Comunicazione esterna

L'attuazione nel 2020 di molte delle attività previste per il triennio 2019-2021 ha determinato una accelerazione significativa nello sviluppo delle attività di comunicazione dell'Agenzia, così come una rapida evoluzione degli strumenti e dei sistemi anche in prospettiva futura.

La rapidità di risposta alle modifiche contestuali ha determinato l'incremento della produzione di materiale e strumenti multimediali, che hanno consentito da subito di rispondere ai nuovi bisogni comunicativi verso un pubblico che non poteva più partecipare in presenza alle iniziative di informazione e di divulgazione. Il positivo riscontro che emerge dai paragrafi seguenti attraverso l'analisi dei dati, è la base di elaborazione delle progettualità future.

#### Ufficio Stampa & Media Relations

ARPA Lombardia, grazie al consolidato rapporto instaurato negli anni con le redazioni e i giornalisti delle varie testate nazionali e locali, presenti su tutto il territorio regionale, è stata in grado di convogliare, anche da remoto, notizie di carattere nazionale, regionale o locale, a circa un migliaio di contatti contenuti nella mailing list.

Oltre alla gestione delle informazioni durante le emergenze, o quelle istituzionali, è stata garantita la copertura mediatica dell'Agenzia sia attraverso comunicati stampa e news, riportate sul sito, sia attraverso riscontri quotidiani con i giornali delle diverse province lombarde.

Nel 2020, oltre alle notizie diffuse autonomamente dall'Agenzia, sono state ricevute direttamente, dai giornalisti del territorio, 276 richieste di informazioni su criticità locali. Anche quest'anno, la qualità dell'aria si è attestata come tematica principale (oltre 90 richieste), seguita dalle informazioni sulle emergenze (oltre 50) e, a ruota, da ecocreati e controlli e bonifiche.

I numeri della rassegna stampa, dal 01/01/2020 al 31/12/2020, dimostrano, infatti, che 12.332 articoli hanno coinvolto l'Agenzia. Se affiniamo la ricerca, concentrandoci sulla parola chiave "ARPA" possiamo dire che questa è comparsa in 6.914 articoli.

Nel 2020 sono state pubblicate sul sito 71 news, 30 comunicati stampa e 13 report ambientali, con una flessione rispetto al 2019 dovuta sia a un parziale rallentamento dell'attività causato dall'emergenza sanitaria, che ha spostato per lunghi periodi l'attenzione dei media su altri fronti, sia alla necessità di dover lasciare liberi gli spazi dedicati alle news in homepage per la pubblicazione di notizie urgenti e di pubblica utilità.

Tutte queste informazioni, oltre ai quotidiani del territorio, sono state comunque convogliate anche attraverso i canali social dell’Agenzia Twitter e YouTube, a cui, recentemente, si è aggiunto anche il nuovo account LinkedIn.

Per implementare la gestione delle informazioni, è stato predisposto un sistema gestionale con tutte le richieste pervenute dai giornalisti del territorio, i materiali predisposti dagli uffici e l’archivio fotografico.

### Newsletter SNPA

L’Agenzia ha proseguito nella collaborazione per la redazione della newsletter bisettimanale del Sistema Nazionale per la Protezione dell’Ambiente (SNPA) “AmbienteInforma” (101 numeri per un totale di 1.467 articoli pubblicati nel 2020). Nel corso dell’anno, ARPA Lombardia ha contribuito ai lavori del comitato di redazione, redigendo 77 articoli (74 nel 2019) che sono stati inseriti sul sito [www.snpambiente.it](http://www.snpambiente.it) e diffusi attraverso la newsletter a oltre 115.000 contatti, di cui 8.600 in Lombardia. Gli articoli pubblicati per SNPA, da ARPA Lombardia e dalle altre agenzie ambientali, sono stati rilanciati anche tramite l’account Twitter @SNPAmbiente (che registra 5.077 follower al 31 dicembre 2020), creando così un effetto amplificatore di diffusione nell’universo social. Inoltre, considerato che il sito del Sistema è seguito da 350.000 utenti, la visibilità proporzionale ottenuta dagli articoli dell’Agenzia raggiunge numeri importanti.

### Sito web

Il sito web è tra gli strumenti più importanti utilizzati dall’Agenzia per la comunicazione istituzionale, nonché il luogo privilegiato in cui poter dialogare con i diversi *stakeholder* ed esporre gli esiti delle attività quotidiane di monitoraggio e controllo.

Il processo di ammodernamento del portale dell’Agenzia è in continuo divenire data l’ampiezza e l’articolazione dei contenuti da riorganizzare. Le attività si sono concentrate sulla gestione e revisione della struttura, sulla tipologia di navigazione offerta all’utenza e sull’aggiornamento dei contenuti, ovvero la generazione di quelli per le nuove sezioni incluse nel progetto revisionale e di ampliamento, anche in funzione dei *feedback* ricevuti dai vari utenti.

Per il 2019, questa costante attività di arricchimento e riorganizzazione (anche gestionale) dei contenuti ha portato ad innegabili benefici, il numero di *PageViews* è aumentato di quasi il 9% rispetto all’anno precedente (5.5M vs 5.1M) con un incremento anche del numero di utenti (circa 880k/anno, +5.3%), con un tempo di permanenza/fruizione medio sulla pagina piuttosto elevato (superiore al 1’45”). Si conferma la tendenza in calo delle fruizioni da desktop (-10k rispetto al 2018) e, per contro, un incremento delle consultazioni da apparati mobili (+60k) e con un target più giovane: oltre 27% tra 18 e 24 anni e più del 33% tra 25 e 34.

Per quanto riguarda il 2020, invece, i numeri risentono molto della variata situazione globale nell’utilizzo degli strumenti informatici e della fruizione delle informazioni principalmente legate alla situazione di emergenza sanitaria in atto. Per quanto riguarda il numero di utenti si conferma una crescita costante rispetto agli anni precedenti (circa 960k/anno, +9%) e una conferma dei tempi di permanenza. Sintomo di questo cambio di fruizione è riscontrabile anche nei dati relativi alle consultazioni da desktop che, dopo una tendenza negativa negli anni precedenti, tornano a crescere (+20k/anno) e contestualmente si rileva una maggiore durata della sessione di consultazione (circa 2’10”), probabilmente legata anche alla diversa tipologia di ricerca e di *device*

utilizzati. Ne deriva anche, come sinonimo di una navigazione maggiormente mirata, un decremento – per la prima volta da tempo – nel numero di *PageViews* (-10% rispetto al 2019). Da ultimo, è possibile notare un incremento nel numero di ricerche organiche, ovvero attraverso motori di ricerca (+100k/anno rispetto al 2019) che mostrano come inizi a dare risultati l'attività di revisione e riorganizzazione della politica *Search Engine Optimization* (SEO).

ARPALOMBARDIA.IT   Confronto statistiche annuali (2017-2020)							
	2020		2019		2018		2017
PageViews	4.926.969	↓	5.493.485	↑	5.064.953	↑	4.607.079
Sessioni	2.354.605	↓	2.703.970	↑	2.670.046	↑	2.616.841
Utenti	957.479	↑	878.145	↑	833.937	↓	877.738
Utenti desktop	488.660	↑	469.710	↓	477.200	↓	532.013
Utenti Mobile	440.412	↑	351.887	↑	294.300	↑	265.355

Statistiche sito web *arpalombardia.it* (fonte: Google Analytics)

### App & Social

Nel 2020 è stato avviato un profondo percorso di analisi degli strumenti esistenti, osservando attentamente i dati e verificando lo sviluppo del mercato di riferimento delle App. In particolare, è stata rivalutata la necessità di trasformazione dell'App ARPA Lombardia, che necessita di avere un'identità propria alternativa alle informazioni del sito.

La presenza sui social vede oggi un profilo Twitter, un canale YouTube e, da dicembre 2020, un profilo LinkedIn.

Continua pertanto il lavoro di riorganizzazione, ottimizzazione e consolidamento dell'esistente e nasce una nuova esperienza social su un canale professionale come LinkedIn.

### App

Nel 2017 l'Agenzia decide di avviare lo sviluppo di una App interattiva, basata principalmente sul tema delle previsioni meteorologiche, con l'obiettivo di ampliarla nelle future release ad altri ambiti tematici particolarmente seguiti dagli utenti web e innegabilmente sentiti come di interesse pubblico.

Le funzionalità ad oggi sviluppate sono:

- il bollettino meteo;
- il bollettino HUMIDEX (disagio da calore – prodotto stagionale);
- il bollettino UV;
- le previsioni automatiche per provincia e comune a fasce orarie di 6 ore;
- la geolocalizzazione con esposizione del dato in real-time della centralina più vicina e animazione grafica della condizione meteorologica;
- l'implementazione di un sistema di esposizione dei dati relativi alla qualità dell'aria abbinata alla previsione meteo con *alert* di notifica *pop-up* dei dati del superamento in *real-time* per la componente Ozono;

### Social

ARPA, oggi, è presente sui social con un profilo Twitter gestito dall'Ufficio Stampa, con un canale YouTube e con un nuovo profilo LinkedIn.

- Twitter @ARPALombardia: attivo dal gennaio 2013, ha superato i 6.160 *follower* (quasi un migliaio in più rispetto all'anno precedente) ed è in costante crescita. Il picco di visualizzazioni si ha, generalmente, in occasione di particolari situazioni ambientali o in occasione di notizie sulle previsioni nivo-meteorologiche; gli eventi istituzionali evidenziano un minor seguito.

I comunicati e le news emessi dall'Agenzia vengono sempre twittati con link alla notizia e menzioni istituzionali (Regione, Consiglio, Ministero, SNPA) e/o degli account dei media più attivi a livello regionale o locale. Per i *retweet* si utilizza generalmente un criterio istituzionale, selezionando principalmente quelli a carattere regionale o locale, anche riguardo alle notizie pubblicate sul sito di SNPA.

ARPA – in collaborazione con altri soggetti individuati nell'ambito del SNPA – contribuisce alla gestione dell'account Twitter @snpambiente utilizzato, al momento, per rilanciare le notizie pubblicate sul sito del Sistema. Anche il canale Twitter del SNPA è in forte crescita.

Al 31 dicembre 2020 contava 4.924 follower, mentre nel 2019, nello stesso periodo, era a 3.280 follower. Il totale delle visualizzazioni di tutti i tweet è di 2.136.000 con 999 tweet.

- Il canale YouTube con 1.060 iscritti (+419 nel 2020), circa 374k visualizzazioni e 30 video pubblicati nel 2020, viene implementato ad oggi in particolar modo con i video girati settimanalmente dal Centro Nivometeorologico di Bormio (alcuni con più di 1.000 visualizzazioni), oltre che con la pubblicazione di servizi giornalistici, in particolare quelli di Rai TG3.

Prosegue il lavoro di implementazione di una struttura dedicata alla realizzazione di video ad hoc, sia in occasione di particolari eventi o comunicazioni, sia con interviste mirate a tecnici e a specialisti per divulgare particolari tematiche in ottica di ampliamento delle attività di formazione ed educazione ambientale.

In collaborazione con alcune delle principali testate provinciali/regionali la struttura ha provveduto alla predisposizione di girati dedicati a supporto di specifici eventi di monitoraggio e controllo promossi dall'Agenzia.

È stato anche utilizzato questo canale per la promozione dell'evento internazionale *ENVIDAY 2022* realizzata da ARPA e per la presentazione di due nuove centraline di qualità dell'aria a Brescia.

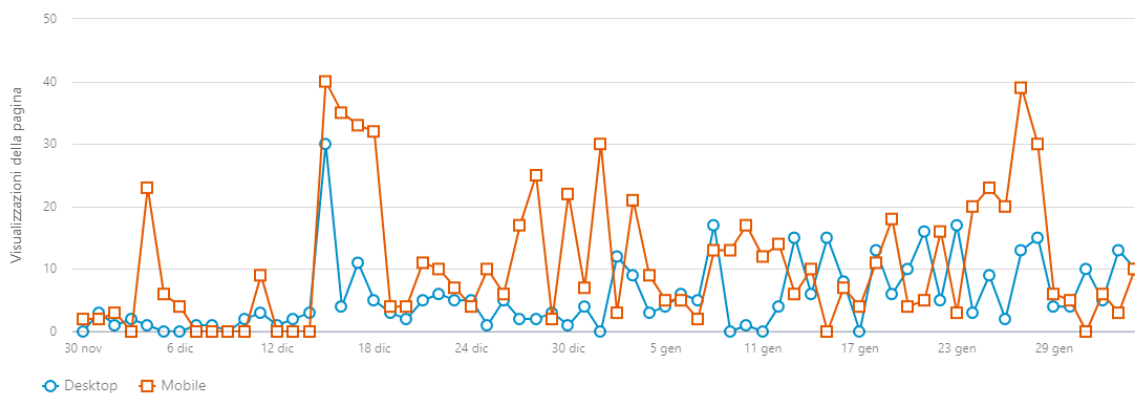
- LinkedIn: per ampliare la propria presenza sui social network, oltre ai profili su Twitter e YouTube, ARPA Lombardia ha attivato, a metà dicembre, il proprio canale di comunicazione sulla maggiore piattaforma professionale della rete: LinkedIn.

La scelta di questo strumento è avvenuta dopo un attento studio del mercato dei social, si è verificato che in funzione dei target privilegiati e delle risorse disponibili, LinkedIn è lo strumento più adeguato ad intercettare i professionisti del mondo dell'ambiente nelle sue varie declinazioni.

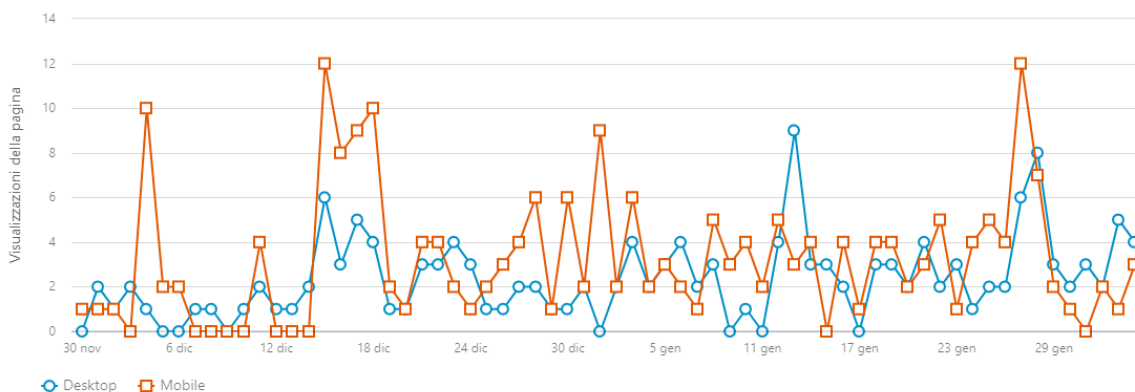
Pertanto, in linea con la previsione di ampliamento della presenza dell'Agenzia sui social, si è proceduto ad attivarne il profilo in alternativa a quanto ipotizzato in precedenza. LinkedIn sarà sempre più la vetrina di notizie destinate agli *stakeholders* dell'ambiente.

Oltre al rilancio di report, di eventi di respiro nazionale e regionale, di interviste e iniziative particolari, l'Agenzia utilizzerà il canale per la diffusione dell'offerta formativa verso gli stakeholder e la comunicazione di bandi e concorsi.

Ad oggi, il nuovo profilo conta già più di 3000 follower, in costante aumento dal giorno dell'attivazione. I singoli post sono visualizzati, in media, da oltre 2200 utenti, con significativi rilanci e senza nessun commento negativo.

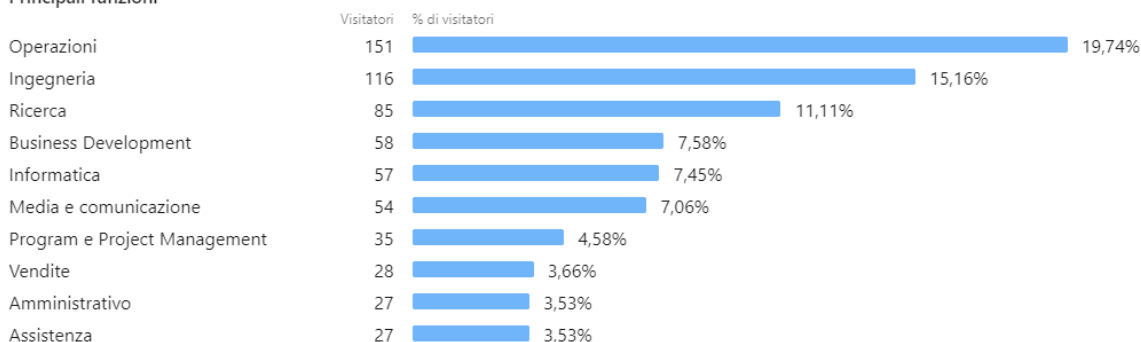


LinkedIn ARPA Lombardia | Statistiche visitatori | Visualizzazioni pagine (30.11.2020 - 04.02.2021)



LinkedIn ARPA Lombardia | Statistiche visitatori | Visitori unici (30.11.2020 - 04.02.2021)

**Principali funzioni**

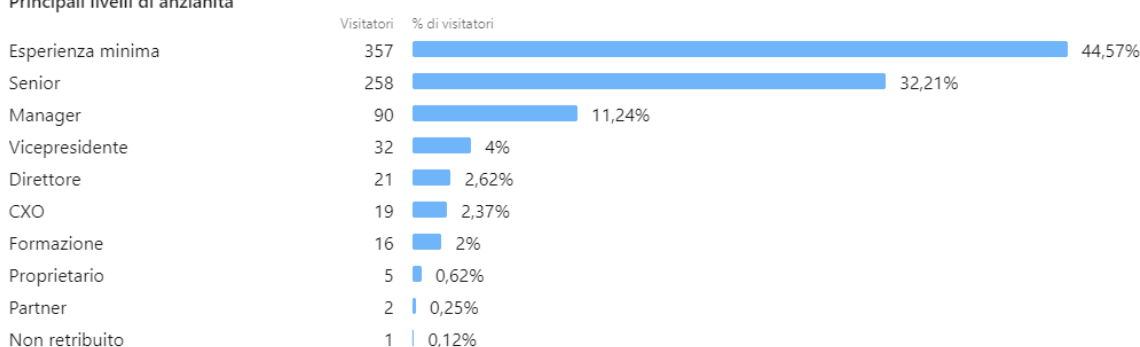


LinkedIn ARPA Lombardia | Dati demografici visitatori | Job function (30.11.2020 - 04.02.2021)



**Principali località**

LinkedIn ARPA Lombardia | Dati demografici visitatori | Principali località (30.11.2020 – 04.02.2021)

**Principali livelli di anzianità**

LinkedIn ARPA Lombardia | Dati demografici visitatori | Anzianità - mansione (30.11.2020 – 04.02.2021)

**Principali settori**

LinkedIn ARPA Lombardia | Dati demografici visitatori | Principali settori di riferimento (30.11.2020 – 04.02.2021)

**Ufficio Relazioni con il Pubblico | URP**

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico svolge da sempre un ruolo chiave per l'Agenzia, rappresentando il primo snodo di contatto tra l'Ente ed una parte davvero significativa di *stakeholder*, se oggi ARPA è riconosciuta nella sua affidabilità, nella concretezza dei contenuti, nella chiarezza ed immediatezza delle risposte che riesce a fornire, a vario titolo ai propri interlocutori, parte del merito è da riconoscere proprio alle tante figure professionali che l'Agenzia nel tempo ha

impiegato per l'erogazione di questo servizio. L'attività si è svolta anche durante l'emergenza sanitaria del 2020; dal volume di attività e dal numero di segnalazioni è del tutto evidente il risultato positivo svolto dagli operatori dell'Agenzia nonostante l'organizzazione dell'URP, a causa dell'emergenza sanitaria, non abbia potuto sempre garantire la copertura del servizio telefonico dalle sedi. Tuttavia, il 2020 è stato utilizzato come periodo di prova per riorganizzare proprio il servizio dell'URP che si renderà operativo dal 2021. Inoltre, sempre da gennaio 2021, l'URP si è dotato di una figura di coordinamento con profilo tecnico, essenziale per migliorare ulteriormente il servizio svolto.

I servizi che l'URP ha continuato ad offrire sono:

- informazioni su uffici, attività, servizi e funzioni generali svolte dall'Agenzia;
- indicazioni per accedere ai documenti amministrativi e alle informazioni ambientali;
- suggerimenti sulle modalità di presentazione degli esposti per episodi di inquinamento nel rispetto delle normative a tutela dell'ambiente;
- accoglimento dei reclami e delle segnalazioni riguardanti i servizi erogati.

Dall'analisi dei contatti URP registrati nel 2020 emergono indicazioni significative, si riportano di seguito due tabelle riassuntive, suddivise per territorio e tipologia di richiesta.

Rispetto al 2019 c'è stato un calo nel numero complessivo di richieste (-15%), e si sono modificate le modalità di inoltro; si è registrato un -25% di richieste via telefono, compensate da un incremento di circa il 10% di richieste via web.

CONTATTI URP   anno 2020						
	Telefono	WEB	Lettera	Fax	Persona fisica	Totale
Milano - sede	51	165	0	0	0	<b>216</b>
Bergamo	31	257	1	0	0	<b>289</b>
Cremona	6	47	0	0	0	<b>53</b>
Brescia	16	150	0	0	0	<b>166</b>
Mantova	18	39	0	0	0	<b>57</b>
Como	6	83	37	0	0	<b>126</b>
Varese	210	145	81	0	1	<b>437</b>
Lecco	5	73	0	1	0	<b>79</b>
Sondrio	3	53	1	0	0	<b>57</b>
Lodi	32	32	0	0	0	<b>64</b>
Pavia	39	67	0	0	2	<b>108</b>
Milano - Juvara	4	817	0	0	0	<b>821</b>
Monza e Brianza	1	79	0	0	0	<b>80</b>
<b>Totale valori</b>	<b>422 (17%)</b>	<b>2007 (79%)</b>	<b>120 (5%)</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2553</b>

Contatti URP | 2020

Tra le tematiche che sono state più spesso oggetto di richiesta da parte degli utenti, al primo posto troviamo quella relativa al **rumore** e al secondo l'**aria**. La terza tematica più richiesta, probabilmente con l'avvento della **tecnologia 5G**, è **quella dei campi elettromagnetici**.

La tematica aria nel 2020 si ritiene sia stata oggetto di particolare attenzione per la presunta correlazione tra la diffusione del Covid-19 e l'inquinamento atmosferico.

Le richieste indicate come “altra tematica” sono tutte riconducibili ad altre richieste su informazioni ambientali.

TEMATICHE OGGETTO DI RICHIESTA   anno 2020		
	Numero richieste	(%)
Rumore	447	17,5
Aria	266	10,4
Campi elettromagnetici	242	9,5
Emissioni	199	7,8
Acqua	198	7,8
Meteo	180	7,1
Altra tematica (vuote)*	176	-
Odori molesti	166	6,5
Rifiuti	120	4,7
Amianto	95	3,7
Materiali da scavo	92	3,6
Radioattività	70	2,7
Bonifiche	65	2,5
Lavorare in ARPA	47	1,8
Accesso agli atti	38	1,5
Emergenze	33	1,3
Serbatoi interrati	29	1,1
Agricoltura	28	1,1
Energia	18	0,7
Educazione Ambientale	14	0,5
Tariffario ARPA	12	0,5
Dati aziende AIA - Aria	11	0,4
Oli minerali	4	0,2
Dati aziende AIA - Acqua	3	0,1
<b>Totale valori</b>	<b>2553</b>	<b>100</b>

*Tematiche oggetto di richiesta | 2020*

Migliorare l’applicativo ad uso interno che supporta la rendicontazione sarà un passo necessario a partire dal 2021 per poter identificare al meglio le richieste pervenute e conseguentemente migliorare il servizio verso i cittadini, adattando ove necessario le FAQ e le informazioni sul sito web, ad esempio aumentando la visibilità di quali sono le competenze dell’Agenzia e come e a chi indirizzare una segnalazione ambientale. Un dato molto significativo nel 2020, raccolto tramite il questionario di soddisfazione degli utenti URP, è stato il grado di apprezzamento del servizio URP che è risultato per circa il 75% dei casi positivo o molto positivo, pur non essendo stato erogato a pieno regime il servizio telefonico.

### Educazione Ambientale

Particolare attenzione è stata dedicata all’educazione ambientale nella visione ampia del termine. Sviluppare le attività in ambito di educazione ambientale è fondamentale per continuare ad accrescere la consapevolezza della collettività sui fenomeni ambientali.

Si è riusciti a consolidare la collaborazione con altri Enti del Sistema regionale per ottimizzare le sinergie dei vari soggetti implicati in questa materia.

ARPA ha investito prioritariamente dall'a.s.2019/20 sul Progetto GreenSchool, che ha visto l'Ente dedicato alla formazione, in modalità prima in presenza e poi a distanza, dei docenti delle scuole di diversi gradi del territorio regionale, su tematiche ambientali come aria e rifiuti.

La collaborazione, molto proficua, ha permesso ad ARPA di raggiungere più di 100 scuole e 200 insegnanti. Sempre nel 2020 è stata implementata sul sito web di ARPA, una sezione dedicata al Progetto da cui i docenti possono scaricare i materiali realizzati per il corso ed utilizzarli con i ragazzi sia in DAD che in classe.

Anche per l'anno 2019/20 si era proceduto a pubblicare l'offerta di educazione ambientale per le scuole della regione, con l'inizio della pandemia l'attività è stata sospesa.

### **Progetti Formativi nell'ambito di Percorsi per le competenze Trasversali ed orientamento (PCTO)**

Il potenziamento dell'offerta formativa con progetti ad hoc nell'ambito dei percorsi per le competenze trasversali ed orientamento degli Studenti, così come incentivate dalla legge 107/2015, consente ad ARPA di svolgere un ruolo attivo nell'interazione con le scuole secondarie di secondo grado per tutti gli indirizzi di studio, quale parte integrante del percorso d'istruzione degli Studenti dell'ultimo triennio, che quindi possono svolgere l'attività presso le sedi dell'Agenzia in convenzione con la Scuola d'origine.

La grave emergenza sanitaria, con la sospensione delle attività in presenza, ha interrotto i progetti dell'offerta previsti per la primavera-estate 2020 e già richiesti dalle scuole. Il panel dei tirocini curriculari di 30 ore prevedeva le tematiche: Climatologia e meteorologia, Digital media e Communication, Laboratori, Radiazioni, Radiazioni non Ionizzanti e Rumore, per un totale complessivo di 30 Studenti da ospitare presso l'Agenzia.

### **Eventi, manifestazioni e mostre**

Diversi eventi sono stati realizzati durante il 2020, nonostante l'emergenza sanitaria inizialmente ne avesse determinato la sospensione; si è proceduto quindi a riprogettarli in modalità "a distanza", mettendo a punto strumenti e materiali ad hoc che hanno reso efficace un nuovo metodo per l'Agenzia di comunicare. Al contempo si è cercato di massimizzare l'efficacia degli strumenti a disposizione sia del Sistema Regionale, come la piattaforma per gli eventi, sia interni, come i canali social e la capacità di autoproduzione di materiale multimediale.

ARPA Lombardia ha aderito nel 2019 al progetto di *Citizen Scienze* ed educazione ambientale "Progetto CleanAir", proposto da ISPRA alle Agenzie ambientali e mirato a conoscere l'entità della presenza di biossido di azoto nelle aree urbane in prossimità degli edifici scolastici. Il lavoro ha visto la sua interruzione operativa nel marzo 2020, a causa dell'impossibilità di svolgere la seconda campagna di campionamento presso le scuole aderenti. ARPA ha ritenuto di non disperdere le attività svolte con le realtà del territorio ed ha quindi realizzato materiale audio-video per la chiusura del progetto, che è stato condiviso con gli insegnanti aderenti e lo ha reso disponibile in download dal proprio sito in una sezione dedicata. In questo modo è stato possibile sviluppare una fidelizzazione degli utenti nell'ottica di successivi coinvolgimenti in nuovi progetti.

In occasione della "Giornata degli oceani", per rafforzare la sensibilità generale sulle tematiche della sostenibilità, in collaborazione con ARTEMARE, nell'impossibilità di esporre presso la sede territoriale di Paderno Dugnano le opere, si è realizzata una mostra virtuale, prodotta internamente, che è stata poi diffusa sui social e anche attraverso la *Fondazione Cetacea* di Riccione. Questa iniziativa ha contribuito a diffondere il *brand* di ARPA Lombardia.

La Direzione Generale Ambiente e Clima di Regione Lombardia aveva programmato per la fine della primavera 2020 un evento di più giorni dedicato al tema della sostenibilità e alla condivisione dei percorsi verso gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030. Dopo alcune ipotesi di realizzazione, stante il procrastinarsi delle restrizioni sanitarie, si è stabilito di realizzare l'evento in streaming che si è quindi svolto dal 17 al 21 novembre, preceduto nei primi due giorni da un pre-Forum. L'iniziativa, completamente *on-line*, ha riscosso un significativo successo, sia per i soggetti coinvolti, sia per la possibilità di partecipazione anche da parte di utenti lontani. In collaborazione con FLA, che ha curato l'organizzazione per conto della Direzione Generale, nel pomeriggio del 18 novembre, ARPA ha organizzato l'evento "L'Ambiente lombardo verso il 2030", che è stata una modalità innovativa e sperimentale di diffondere i dati di alcune matrici che compongono il Rapporto sullo Stato dell'Ambiente. L'iniziativa, fortemente sostenuta da ARPA, ha avuto circa 750 utenti collegati tra streaming e diretta YouTube dell'evento e quasi 500 visualizzazioni successive della registrazione sul canale YouTube "Sostenibilità in Lombardia". Il successo dell'iniziativa dimostra come un format agile ed un tema ben identificato siano elementi efficaci per una comunicazione a distanza, pertanto questa strada sarà perseguita anche nei prossimi anni.

Nell'ambito delle celebrazioni per i vent'anni di ARPA era previsto che nel 2020 venisse ospitato a Milano l'ENVIDAY 2020, evento organizzato dalla Divisione di Spettrometria di Massa della Società Chimica Italiana con la collaborazione scientifica delle Agenzie ambientali del SNPA dedicato al ruolo della Spettrometria di Massa nella tutela dell'ambiente. Inizialmente previsto dal 5 al 7 ottobre 2020, dopo varie ipotesi di ricalendarizzazione è stato posticipato al 2022. Per mantenere alta l'attenzione sulla materia e a conferma della positiva collaborazione con l'organizzazione, si è deciso di realizzare un video promo/trailer dell'evento, diffondendo la clip sui canali dei vari soggetti coinvolti. È stata confermata l'organizzazione a Milano per il 2022 sempre a cura di ARPA Lombardia.

In attuazione di quanto previsto nel Piano 2019-2021, è stata attivata la partnership con gli organizzatori di grandi eventi, in particolare *mass events* sportivi, offrendo un servizio meteo dedicato con un supporto specifico anche in presenza. ARPA è quindi stata il servizio meteo ufficiale della FIS SKI World CUP a Bormio (SO) dal 25 al 29 dicembre 2019 e, in virtù della positiva esperienza, la collaborazione è stata riconfermata nell'edizione 2020 dal 25 al 30 dicembre. In conseguenza di questo servizio, stante l'impossibilità di svolgere le due gare di Slalom Gigante in Val d'Isere all'inizio di dicembre per mancanza di neve, l'organizzazione ha offerto la propria disponibilità per realizzare l'evento in Alta Valtellina. Le gare si sono svolte dal 5 al 7 dicembre a Santa Caterina Valfurva (SO). Ad ARPA è stato chiesto di sostenere anche in questa occasione il servizio meteo di dettaglio. In tutte queste occasioni si è prodotto un bollettino dedicato al territorio interessato dagli eventi, sostenendo gli organizzatori anche nelle scelte operative per gli aspetti logistici connessi con la situazione meteo-climatica. Anche la Federazione Internazionale ha particolarmente apprezzato la modalità di *service* proposta dagli organizzatori. In conseguenza di questa partnership, ARPA è stata contattata dalla Fondazione Milano-Cortina 2026, per verificare l'ipotesi di collaborazione in vista dei Giochi Olimpici invernali che si svolgeranno anche nella nostra regione.

Per mantenere la vicinanza agli *stakeholders* anche durante il 2020, si è ritenuto di presentare formalmente la pubblicazione dei dati annuali di alcune matrici rilevanti, come aria e rifiuti. Sono quindi state realizzate conferenze stampa pubbliche; in data 8 gennaio si è tenuta quella per i dati della Qualità dell'Aria per l'anno 2019, mentre il 9 dicembre è stato presentato in diretta streaming, dall'Auditorium Testori di piazza Lombarda, il Rapporto Rifiuti Urbani 2019.

A conferma dell'autorevolezza dell'Agenzia, come fonte di riferimento per i dati ambientali, anche attraverso un più stretto rapporto con gli enti locali ed in particolare con i Comuni, sono proseguite anche nel 2020 le attività di formazione di amministratori e tecnici attraverso lo strumento Scuola per l'Ambiente, in collaborazione con Polis. Nell'anno sono state sviluppate nuove modalità

operative e si sono ampliati i rapporti con altri soggetti, come l'Ordine degli Ingegneri, per pianificare percorsi comuni da realizzare nel 2021

Il successo di iniziative con il Forum per lo Sviluppo sostenibile e le iniziative on line, indicano una strada chiara da seguire nello scenario attuale anche per i prossimi anni.

## Analisi delle attività | Comunicazione interna

Il 2020 ha segnato uno spartiacque a livello globale riguardo alle competenze digitali dei lavoratori a causa dell'introduzione in maniera diffusa delle modalità di lavoro agile.

ARPA Lombardia in questo senso ha tenuto il passo coi tempi e ha adeguato i propri sistemi di comunicazione interna alle nuove esigenze di condivisione delle informazioni utili al quotidiano svolgimento delle attività dell'agenzia.

La sinergia tra le strutture, nella situazione lavorativa che ha coinvolto tutti nel 2020, ha portato ad accrescere l'attenzione anche verso la necessità di formazione del personale verso i nuovi modelli di lavoro e gli strumenti utili a svolgerlo con efficienza. Per favorire un ampio coinvolgimento dei dipendenti sono stati organizzati workshop sul tema del lavoro agile, che si sono svolti nei giorni 11 e 25 novembre.

### Intranet

Per allineare le modalità e i tempi di scambio delle informazioni a quelli già diffusamente utilizzati anche all'esterno, l'Agenzia ha messo a punto la nuova intranet, uno degli strumenti riconosciuti tra quelli essenziali per la produttività in un'organizzazione.

Il sito interno ARPANet Lombardia, sviluppato con risorse proprie sulla piattaforma Microsoft SharePoint, ha dunque superato ulteriori livelli di evoluzione con l'implementazione di nuove funzionalità.

L'Agenzia ora dispone di un portale informativo interno, con funzionalità social, nel quale convivono le esigenze di comunicazione della intranet classica (comunicazione *top-down*), con il modello di condivisione e di collaborazione offerto dalla piattaforma SharePoint online (comunicazione *bottom-up* e a rete).

La home page, completamente rinnovata nella veste grafica rispetto alla versione precedente, ha un layout facilmente consultabile, anche grazie all'accesso rapido alle sezioni più visitate tramite *tiles* (pulsanti di interfaccia grafica). Le informazioni e i servizi sono resi maggiormente accessibili, contestualizzati all'interno di aree tematiche ben individuabili e presentati sulla base delle esigenze rilevate.

Con l'applicazione di sistemi di follow up e di avvisi automatici, ciascun dipendente può seguire i contenuti ritenuti più significativi per il proprio lavoro e ricevere notifiche di aggiornamento.

La produttività individuale, la collaborazione e la comunicazione interna possono dunque amplificarsi, mettendo i singoli nelle condizioni di lavorare con efficienza e in maniera naturalmente condivisa, superando le problematiche del lavoro in presenza, della gestione delle e-mail o delle cartelle di rete e promuovendo la condivisione come un elemento sempre più integrante e consueto del modo di lavorare delle persone.

Una Intranet così concepita diventa dunque un "vero" ufficio virtuale, in cui si collabora e si scambiano esperienze e conoscenze, non solo un contenitore di documenti e procedure, accessibile dalla propria scrivania in ufficio come a distanza dal proprio *device* anche all'esterno della rete ARPA.

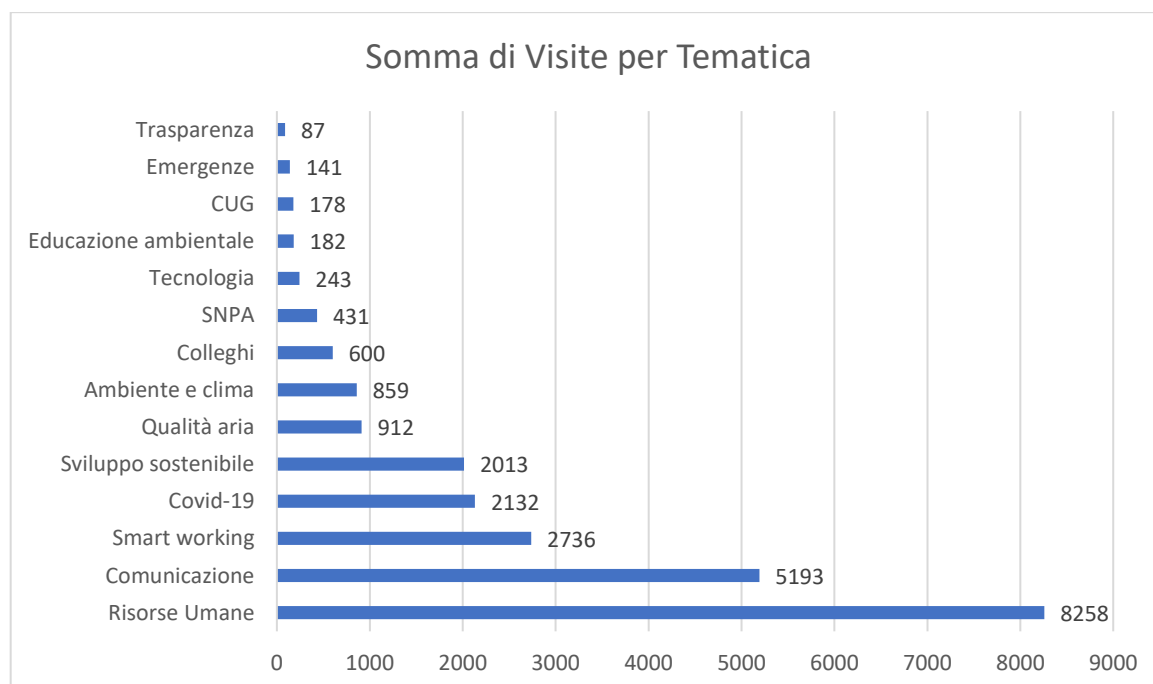
### Newsletter interna

La pubblicazione di questa newsletter, in modalità on line su piattaforma SharePoint, è iniziata nell'aprile 2017. Già nel corso nel 2019 è stata rivista la veste grafica e la programmazione delle news. L'appuntamento con l'informazione interna, a cadenza mensile, nel corso del 2020 è sempre stato rispettato.

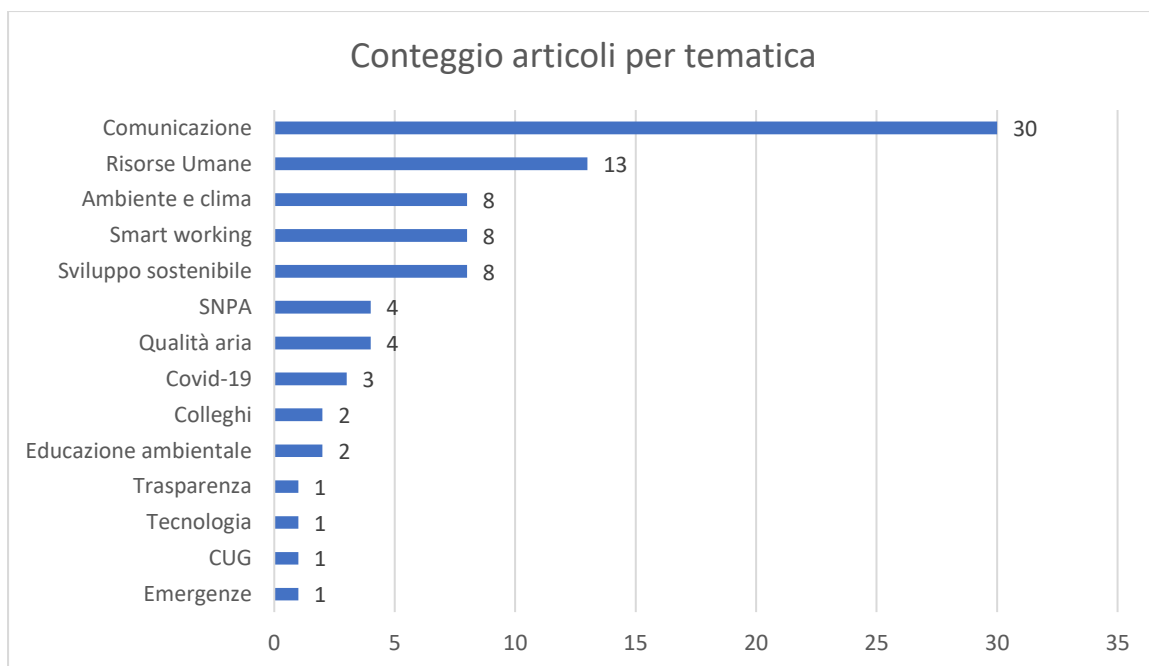
Nel 2020 sono stati pubblicati 11 numeri della newsletter "InARPA Lombardia" per un totale di 86 articoli. Il periodico di informazione interna, da febbraio 2018, ha registrato un traffico complessivo di 1.069 visitatori univoci e 64.742 visite del sito.

### **Analisi dati e tematiche**

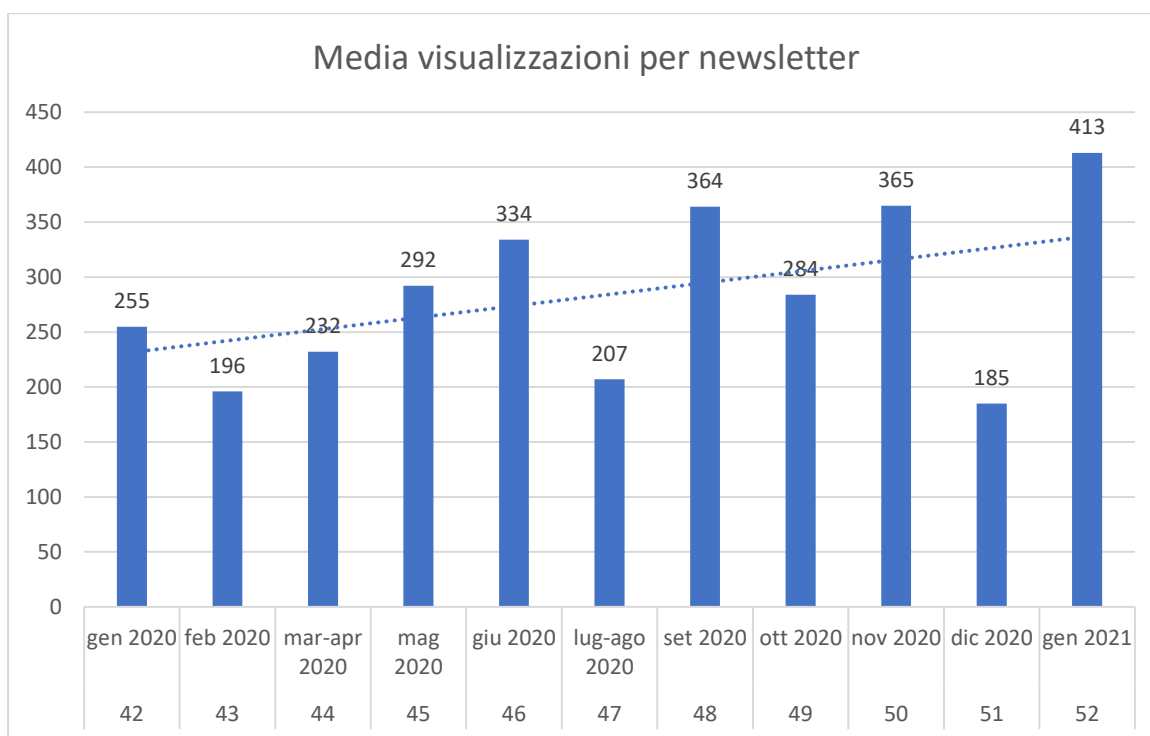
L'analisi dei dati di apertura e visualizzazione dimostra un crescente apprezzamento della newsletter interna, che, come si evidenzia dai numeri della rubrica "Novità dal personale", è oggettivamente divenuta l'organo ufficiale di informazione per le modifiche organizzative. Anche l'incremento di interventi proposti dalle strutture ha portato una maggiore attenzione verso tematiche tecniche, incrementando quella visione di uno strumento condiviso e di formazione anche culturale del personale.



*Somma di visite per tematica*



Conteggio articoli per tematica



Media visualizzazioni per newsletter



## Progettualità 2021

Dal quadro delle attività svolte nel 2019-2020, ed in considerazione degli scenari descritti, si ritiene che, fermo restando quanto già indicato nel Piano di Comunicazione 2019-2021 come obiettivi strategici, il lavoro debba continuare implementando sempre più quegli strumenti e quei format che si sono dimostrati vincenti anche durante i periodi di *lockdown*, definendo quindi un panel di iniziative che consenta di raggiungere i target desiderati nel modo più efficace.

## Contestualizzazione

In un periodo in cui non è ancora possibile stabilire quale sarà la modalità di lavoro e quindi di realizzazione delle iniziative di comunicazione per i mesi a venire, si ritiene sia necessario procedere sviluppando sempre le attività in forme attuabili anche in modalità a distanza. I numeri del 2020 hanno dimostrato come, con una tecnica professionale, si possano raggiungere risultati e numeri mai raggiunti in precedenza. Pertanto, il lavoro di analisi e progettazione del sito, così come l'implementazione della qualità e quantità dei prodotti multimediali sono la via maestra da seguire indipendentemente dagli scenari che si potranno prospettare.

## La comunicazione esterna

In considerazione del protrarsi dell'emergenza sanitaria, il 2021 sarà un ulteriore banco di prova per le nuove modalità lavorative con cui viene gestita anche la comunicazione esterna. L'Agenzia, così come lo scorso anno, continuerà a garantire in presenza o da remoto tutte le attività di competenza, di routine o straordinarie. In particolare, si prevede di implementare la presenza sui social (Twitter, YouTube, LinkedIn), che offrono un potenziale di diffusione esponenziale delle notizie pubblicate sul sito e dei comunicati stampa, e di calendarizzare inoltre azioni di informazione proattiva a livello locale, attraverso interviste ed eventi (anche on-line).

Riguardo alla comunicazione a livello nazionale, proseguirà la collaborazione nei vari gruppi di lavoro istituiti come da delibera del Consiglio nazionale, in continuità con quanto previsto dal Piano approvato nel novembre 2019.

## Newsletter SNPA

Anche nel 2021 proseguirà la collaborazione redazionale per il sito del Sistema Nazionale Protezione Ambiente (SNPA), per la newsletter *AmbienteInforma* e, ove occorra, per l'editing di articoli tecnici da pubblicare sulle riviste collegate (*Ecoscienza* e *Micron*).

A questi canali, attraverso cui viene dato risalto alle attività di ISPRA e delle Agenzie ambientali italiane, si affiancherà un progetto radiofonico di Sistema. Si collaborerà, nelle varie fasi della realizzazione di questo obiettivo con le modalità via via individuate dal gruppo di lavoro SNPA.

Alla partecipazione attiva al programma editoriale e redazionale di tutti i prodotti di comunicazione si proseguirà nella gestione condivisa degli account social di Sistema (Twitter e,

presto, LinkedIn) e ciò permetterà di monitorare e governare la visibilità di ARPA Lombardia e la percezione delle eccellenze lombarde nei confronti di un vasto pubblico a livello nazionale.

### Sito web

Completata la revisione e rifacimento della nuova release del sito web, parallelamente alla costante gestione ed aggiornamento delle parti in esercizio, nell'ottica di un miglioramento dell'efficacia ed efficienza comunicativa di questo strumento: inizia una attività di analisi e progettazione per il rilascio di una nuova versione del portale dell'Agenzia.

La priorità sarà quella di arrivare ad un prodotto organico, di efficace utilizzo, con tutte le sezioni aggiornate e rilasciate in un'unica soluzione, in modo da poter fornire un'immagine di ARPA univoca e coordinata, da un punto di vista grafico, funzionale e di esposizione dei contenuti. Il progetto evolutivo sarà poi quello di rendere il più possibile autonomi nell'aggiornamento direttamente gli *owner* dei contenuti approntando un flusso di pubblicazione dedicato, in modo da snellire e velocizzare le attività comunicative quotidiane che una struttura come ARPA necessita.

Per raggiungere questo importante ed ambizioso obiettivo, l'attività dovrà coinvolgere necessariamente tutti gli elementi dell'Agenzia in un lavoro propedeutico di analisi dell'esistente, di raccolta dei desiderata, di valutazione delle componenti tecniche e dinamiche per una migliore e soddisfacente fruizione dei contenuti e una loro revisione ragionata e sintetica e, non ultimo, una revisione strutturale dell'alberatura e del layout grafico e modulare delle pagine.

Grazie al supporto e alla collaborazione instaurata nel tempo con alcune strutture tematiche dell'Agenzia, è stato possibile individuare già da ora alcuni temi specifici che potranno fungere da progetto pilota di questo lavoro di analisi e restituzione progettuale, così da poter fungere da *case studies* verificabili e corroborare lo sviluppo di un prototipo definito e funzionale.

La predisposizione, inoltre, di un cronoprogramma puntuale delle attività consentirà di ottimizzare le tempistiche di realizzazione dei diversi step al fine di avere dei punti di contatto e verifica dello stato di avanzamento lavori e poter delineare nella maniera più condivisa e credibile possibile un punto di ricaduta finale di questo progetto.

Tutto questo lavoro di analisi e proposta revisionale confluirà in un documento progettuale che, una volta approvato, fornirà le linee guida per la successiva attività di sviluppo ed implementazione di una nuova release del portale dell'Agenzia, fornendo ai decisori gli elementi di scelta.

### App & Social

Sul fronte dei canali social e App l'Agenzia continuerà ad investire seguendo anche l'andamento dell'utilizzo dei vari social in funzione del target di riferimento.

### App

Sebbene gran parte delle funzionalità previste siano state completate o ad uno stato di sviluppo avanzato, la APP Meteo e Qualità dell'aria è in una fase di grande revisione e ripensamento strutturale e funzionale: l'analisi che si sta portando avanti si propone di pensare all'app come ad un prodotto totalmente innovativo, in grado di proporre servizi e funzionalità dedicate che non si

configurino come una mera copia di quanto già disponibile all'interno del sito web dell'Agenzia, ma che in qualche modo possa fornire funzioni supplementari e complementari a quanto già presente sul portale, sfruttando le caratteristiche proprie degli strumenti sui quali può essere fruita. Nonostante queste attività analitiche e progettuali siano in corso, trattandosi di un prodotto vivo e distribuito, si sta provvedendo alla pubblicazione di ulteriori e importanti aggiornamenti (previsioni meteo automatiche per comune a cadenza oraria, dati real-time dei parametri di Qualità dell'Aria, sezione neve e valanghe), *bug fix* e ottimizzazioni della struttura informatica di base, al fine di accorciare i tempi di risposta ed esposizione dei contenuti.

### **Social**

Come rilevato nel 54° Rapporto Censis, i social network, giudicati indispensabili dal 4,9% degli italiani e utili dal 48,6%, continuano a rivestire un ruolo importante anche per la comunicazione istituzionale. Oltre che per rimanere in contatto con le persone e comunicare in maniera più veloce ed efficace (40,6%), molti italiani li utilizzano per reperire informazioni e punti di vista diversi dalle fonti ufficiali più classiche (24%) e li ritengono utili per il lavoro (18%) e per approfondire i propri interessi (14,7%).

Per questo motivo, anche nel 2021, si ritiene strategica l'intensificazione della presenza della voce istituzionale dell'Agenzia sui social. Su Twitter e LinkedIn, oltre al rilancio alle informazioni pubblicate sul sito e dei contenuti dei comunicati stampa inviati ai media, verrà affiancato un programma di uscite su diverse tematiche individuate e calibrate in base ai target di riferimento delle varie piattaforme.

Rispetto a Twitter, oltre a utilizzare l'account come cassa di risonanza di comunicati e news, si prevede di attivare una calendarizzazione per il feed automatico di tweet collegati alle pagine di qualità dell'aria e meteo, che consentano di mantenere sempre attivo e aggiornato il profilo. Continuerà la collaborazione – per la gestione dell'account Twitter @snpambiente utilizzato, al momento, per rilanciare le notizie pubblicate sul sito del Sistema.

Per il canale YouTube dell'Agenzia è prevista una revisione delle modalità di realizzazione e montaggio dei video, la regolamentazione di format specifici e l'individuazione di prodotti più idonei per incrementare la visibilità e l'autorevolezza di ARPA Lombardia. A questo scopo, la sinergia del team della comunicazione, fruirà del necessario contributo di tipo giornalistico e delle competenze tecniche necessarie per realizzare prodotti destinati al mondo *digital*. Il canale YouTube sarà quindi oggetto di un piano di lavoro dedicato che prevede, tra l'altro, la produzione diretta dei video *in house*, le cui fasi preliminari sono state avviate con un'azione formativa ad hoc che ha coinvolto i referenti della comunicazione, con l'acquisizione degli strumenti essenziali alla realizzazione dei prodotti, e con l'allestimento di uno spazio interno destinato a studio di registrazione, per la realizzazione di filmati ed interviste a soggetti interni ed esterni all'Agenzia - al fine di produrre un *magazine* dedicato a cadenze prestabilite - e la possibilità di effettuare in autonomia riprese ad effetto con l'utilizzo di un drone, così da poter fornire una visione innovativa delle diverse realtà quotidiane che vedono come protagonista l'Agenzia.

I servizi realizzati, in particolare quelli coerenti con le tematiche ritenute prioritarie in termini di comunicazione ambientale da parte di Regione Lombardia, potranno essere diffusi anche attraverso il TG web di SNPA.

## Comunicazione tecnica dei dati e delle informazioni ambientali

È necessario che ARPA sviluppi e rinforzi la linea della comunicazione tecnica ambientale, riconoscendole un ruolo preponderante tra le finalità dell'Agenzia. Questo obiettivo potrà essere raggiunto migliorando il coordinamento dei diversi flussi informativi esistenti, che hanno nel sito web il principale – anche se non esclusivo – canale comunicativo; particolare attenzione sarà rivolta a rendere omogenei e maggiormente fruibili i contenuti tecnici, attraverso l'esercizio di un ruolo di coordinamento della struttura della comunicazione rispetto alla produzione di contenuti da parte delle strutture tecniche dell'Agenzia.

Verrà avviata un'attività di rinnovamento delle modalità di pubblicazione delle informazioni ambientali, sia rispetto ai flussi di produzione sia rispetto alla presentazione dei contenuti, con particolare attenzione alle sezioni del sito web dedicate agli Indicatori e ai Dati Ambientali, curandone il coordinamento con la sezione del Rapporto sullo Stato dell'Ambiente e con le pagine tematiche dei differenti temi ambientali, allo scopo di rendere maggiormente efficace l'azione di informazione a favore di cittadini e istituzioni.

## La comunicazione diretta con il cittadino | URP

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico continuerà a svolgere un ruolo chiave per l'Agenzia rappresentando, come già richiamato in questo documento, il primo snodo di contatto tra l'Ente e gli *stakeholders*. A partire da gennaio 2021, è stata individuata una figura di coordinamento per l'URP. Con questa nuova funzione si andrà ad attuare la ri-organizzazione dell'ufficio per migliorare il servizio e l'immagine che l'Agenzia vuole continuare ad avere sul territorio regionale.

Come emerso dall'analisi sul 2020, descritto nella sezione dedicata di questo documento, sarà necessario rivedere l'attività di *back office*. Le informazioni tecniche da fornire agli utenti verranno man mano standardizzate e si andranno a migliorare e aggiornare le FAQ sul sito web.

Per aumentare ulteriormente l'efficacia di risposta ai cittadini, sarà incrementata la modalità di raccolta ed evasione delle richieste di informazione e segnalazione tramite canale web e casella elettronica, limitando al massimo i tempi a disposizione per l'utente per i contatti telefonici diretti, se non addirittura eliminando il contatto telefonico ove non necessario

Si parteciperà anche ai tavoli nazionali di SNPA sul tema URP, per garantire una adeguata ed omogenea conoscenza a livello nazionale, pur confermando alcune peculiarità operative che ARPA Lombardia ha e a cui non deve, né vuole rinunciare.

L'Agenzia continuerà altresì a gestire l'accesso civico, nelle modalità condivise con il responsabile della Privacy e con quello della trasparenza.

## Educazione ambientale ed alla sostenibilità

Lo sviluppo di un'educazione ambientale e allo sviluppo sostenibile diffusa ed efficace a livello regionale e rivolta ai Cittadini e alle Comunità non può prescindere dal coinvolgimento di ARPA. L'Agenzia realizza interventi d'educazione ambientale per le Scuole lombarde, i Cittadini e le Associazioni su temi tecnico-scientifici, proposti in chiave educativa, per orientare ad una cultura della sostenibilità capace di formare a scelte consapevoli ed etiche nei consumi, negli stili di vita, nella mobilità, nel risparmio energetico, nella riduzione e differenziazione dei rifiuti e, in generale, nel rispetto dell'ambiente. La grave crisi sanitaria induce ad una profonda rivisitazione dei diversi approcci didattici fino ad oggi utilizzati, considerando prioritario ricalibrare i materiali formativi e

le “storyboard” degli interventi realizzabili con modalità “a distanza”. Verrà quindi implementata la sinergia con gli altri soggetti del sistema regionale e si svilupperanno ulteriormente materiali multimediali a supporto degli utenti sulle tematiche di maggior rilievo.

### **Progetti Formativi nell’ambito di Percorsi per le competenze Trasversali ed orientamento (PCTO)**

ARPA Lombardia continuerà a proporre i percorsi di PCTO anche per gli anni prossimi, compatibilmente con la possibilità realizzativa delle attività in presenza secondo accordi che saranno elaborati con gli istituti richiedenti.

### **La comunicazione con gli organismi istituzionali**

Pur con le difficoltà oggettive legate alla pandemia, nel corso del 2021 si intende dare risalto in maniera più diffusa alle attività svolte dai settori e dai dipartimenti provinciali e fornire informazioni sulle tematiche più “sentite” a livello locale. A questo proposito si prevede di programmare una serie di appuntamenti (interviste, servizi tv o incontri via web) nei vari territori, in collaborazione con i media o altri organismi istituzionali. L’intento è quello di avvicinare Arpa Lombardia a cittadini e imprese attraverso le testimonianze di chi opera ogni giorno per la protezione dell’ambiente lombardo e di dare informazioni chiare e fruibili su progetti, campagne di monitoraggio, e gestione delle varie tematiche di particolare interesse territoriale.

Altro elemento significativo è il contributo che ARPA sta dando alla redazione del Recovery Plan ed alla conoscenza del ruolo delle Agenzie all’interno del sistema, per attuare gli obiettivi della transizione ecologica che coinvolgeranno in modo sostanziale il lavoro delle Arpa.

### **Eventi, manifestazioni e mostre**

Nel momento in cui si sta redigendo questo documento è ancora in atto l’emergenza sanitaria e, di conseguenza, si è di fronte a scenari ancora molto incerti, in cui è difficile pensare ad eventi o manifestazioni in presenza che possano raggiungere un numero elevato di persone.

L’Agenzia intende pertanto continuare ad investire sulle nuove strategie comunicative, attuate già nel 2020, privilegiando una comunicazione multimediale, che permette di essere ugualmente efficace, e di raggiungere, tramite i canali social e il sito web, un gran numero di persone anche in differita. ARPA rafforzerà il coordinamento con la Giunta Regionale, ed Enti del Sistema Regionale anche tramite il raccordo effettuato dalla Commissione Comunicazione.

Le azioni comunicative prevedono per l’Agenzia un incremento nella produzione e realizzazione di video, immagini e materiali multimediali, anche per esigenze specifiche, non da ultimo le richieste dei mass media. ARPA collaborerà anche con gli altri enti del Sistema regionale per la realizzazione degli eventi regionali (digitali).

ARPA continuerà a garantire la propria presenza come partner per i grandi eventi, in particolare quelli sportivi, offrendo, come già fatto, un servizio meteo dedicato con un supporto specifico all’organizzazione.

Sarà valutato di anno in anno, anche la partecipazione alle iniziative del SNPA, in particolare per quegli eventi organizzati su tematiche che riguardano in particolar modo il territorio regionale.

## La comunicazione interna

La comunicazione interna, per un'organizzazione complessa come quella di ARPA Lombardia, sta assumendo un ruolo sempre più strategico per la produttività e l'efficienza delle strutture che la compongono. Questo richiede continui traguardi da superare sia dal punto di vista digitale sia dal punto di vista culturale.

Gli strumenti digitali che l'Agenzia ha a disposizione per lo svolgimento delle attività quotidiane consentono all'interno di essa lo sviluppo di una cultura della collaborazione e della condivisione dei risultati, contribuendo a creare un clima di coesione e senso di appartenenza. Obiettivo dei prossimi anni sarà quello di incentivare questa cultura della circolazione delle informazioni favorendo le iniziative, per ora solo virtuali, di "narrazione" del proprio lavoro da parte di chi lavora in ARPA Lombardia, a tutti i livelli e in tutti gli ambiti, utilizzando gli strumenti più "smart" quali incontri programmati su Teams, video interviste o brevi clip.

L'utilizzo di strumenti di comunicazione di tipo social interni, inoltre, favorisce la conoscenza tra i dipendenti in maniera maggiore, rispetto alle modalità del lavoro in presenza, moltiplicando le possibilità di scambi virtuali. Sarà dunque molto importante sensibilizzare il personale sull'opportunità di rendersi riconoscibili mediante una foto profilo e la cura delle informazioni personali condivise.

### Newsletter interna | *House organ*

Come dimostrano i risultati degli anni precedenti, la newsletter interna InARPA Lombardia, si conferma uno strumento essenziale per la diffusione delle informazioni ufficiali e attendibili tra il personale.

Obiettivo dei prossimi anni sarà quello di rafforzare questo strumento allargando il campo degli argomenti e dei contributi da parte di chi detiene le informazioni e le conoscenze.

## Analisi dei bisogni

Il Piano di comunicazione 2021-23 si rivela corposo e molto ambizioso, come è giusto che sia per un Ente che ha vent'anni di storia ed ambisce ad una leadership significativa nel campo di competenza. Viene da sé che l'attuazione di quanto compreso nel Piano può vedere la luce in funzione dello sviluppo di talune risorse e soprattutto implementando l'organizzazione con figure professionali dedicate, che vantano una competenza specifica.

Il rapido sviluppo degli strumenti di comunicazione, in particolare i social, hanno reso fondamentale un adeguamento dei profili ed una formazione costante per non rimanere ai margini di un mondo sempre più ampio e rapido come è quello della divulgazione delle tematiche scientifiche.

Si rende sempre più urgente porre l'attenzione sulle risorse disponibili e sulla programmazione dello sviluppo della struttura dedicata, per poter sostenere quelle azioni che l'Agenzia si pone come obiettivi per i prossimi anni.

In conclusione, risulta fondamentale definire il punto di arrivo a cui l'Ente vuole tendere, per poter programmare e progettare con coerenza le attività del triennio, anche attraverso una sempre più concreta adesione alle linee strategiche del Piano da parte delle funzioni apicali dell'Agenzia.