



“PIANO DI COMUNICAZIONE” AMBIENTALE DELL’ENTE PARCO NAZIONALE DEL GRAN SASSO E MONTI DELLA LAGA

Triennio 2019-2021

Senza una corretta Comunicazione della Natura non c'è Conservazione efficace.

«Soltanto pochi anni fa la questione "comunicare il Parco" neanche si poneva. Poteva addirittura sembrare un'azione antitetica alle finalità protezionistiche di un'area protetta. Oggi, per la natura, un Parco che funziona e che comunica è come un "packaging virtuale": la protegge, ma contemporaneamente la fa conoscere e la rende fruibile»

(G. Ielardi)

“PIANO DI COMUNICAZIONE” AMBIENTALE DELL’ENTE PARCO NAZIONALE DEL GRAN SASSO E MONTI DELLA LAGA

Triennio 2019-2021

Sommario

1. Premessa: Il Parco e la dimensione della comunicazione.....	4
2. Verso un “sistema integrato” di comunicazione ambientale territoriale.....	4
3. Obiettivi del Piano della Comunicazione Ambientale	4
4. La Comunicazione ambientale nel Parco: i Contenuti.....	5
4.1 Livello Istituzionale	5
4.2 Livello della Collaborazione	6
4.3 Livello della Disseminazione.....	6
5. Analisi SWOT: Contesto e pubblico di riferimento.....	6
5.1 Punti di Forza	6
5.2 Punti di debolezza	6
5.3 Opportunità	6
5.4 Minacce	7
6. I Mezzi di comunicazione	7
6.1 Mezzi di Livello 1 - Comunicazione Istituzionale:	7
6.2 Attività di supporto alla Comunicazione Istituzionale.....	7
6.3 Mezzi di Livello 2 - Collaborazione:	7
6.4 Mezzi di Livello 3 – Azione di Disseminazione	7
Programmazione delle Attività di Comunicazione Ambientale 2019-2021	8
1 La Comunicazione interna.....	8
2 La Comunicazione Istituzionale.....	8
3 - L’Ufficio Relazioni con il Pubblico.....	9
4 - Allineamento della Comunicazione alla normativa nazionale in tema di Trasparenza, Accesso Civico e Anticorruzione	9
5 – Web, Social Media e nuove strategie di comunicazione.....	10
5.1 - Sito istituzionale www.gransassolagapark.it	10
5.2 – Le pagine FaceBook e Twitter e Instagram del Parco.....	11
5.3 – Attivazione della Newsletter mensile.....	11

5.4 – Attivazione dei gruppi WhatsApp per le convocazioni istituzionali	11
6 - La Comunicazione all'interno del Marketing territoriale.....	11
6.1 – Azioni specifiche di Comunicazioni per la “Carta Europea per il Turismo Sostenibile”	12
7 - I Processi Partecipativi per la Mitigazione del Conflitto e per la definizione di regole	13
8 - Partecipazione a Reti di Comunicazione Ambientale	13
8.1 - Coordinamento dei Parchi d'Abruzzo	13
9 - Le attività di Comunicazione all'interno dei Progetti di rilevanza programmatica:	13
10 – Formazione permanente per i gestori delle strutture del Parco.....	14
11 - Le attività di Comunicazione per la “disseminazione” dei Progetti LIFE	15
12 - Struttura organizzativa e gestione:	15
13 – Indicazione delle previsioni di spesa e dei capitoli di bilancio	16
14 - Criteri per la valutazione delle azioni realizzate nel Piano della Comunicazione.	16

1. Premessa: Il Parco e la dimensione della comunicazione

La Comunicazione assume per il Parco un valore particolare perché non ha solo il compito di informare e promuovere il territorio e i contesti naturalistici, ma anche di:

- **Educare**
- **Sensibilizzare**
- **Coinvolgere**
- **Creare attenzione.**

In questa prospettiva, tutte le dimensioni e le attività del Parco a favore della conservazione, del sostegno alle attività agro-silvo-pastorali, alla promozione del territorio, agli allestimenti dei Centri visita ai percorsi e sentieri tematici, ai progetti Life, assumono anche una valenza comunicativa rispetto ai valori e alla *mission* del Parco.

Una mission questa che trova la sua espressione concreta nell'Educazione alla Sostenibilità e alla Didattica ambientale, in quanto rappresenta uno degli strumenti indispensabili per favorire processi di maturazione culturale attraverso i quali l'uomo torna a sentirsi parte integrante della natura.

Educare ai temi della conservazione e dello sviluppo sostenibile assume, per un'area protetta, un significato strategico per promuovere un comportamento cosciente e propositivo verso il contesto naturale.

La Comunicazione nel Parco acquista quindi un ruolo fondamentale per stimolare un approccio "culturale" al territorio che ha origine dalle politiche e dalle azioni sostenibili, e prende il ruolo di **"Comunicazione Ambientale"**.

Quando si parla di Comunicazione ambientale, stante anche la complessità del tema, sono importanti gli aspetti del linguaggio. L'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale, nel Documento sulla "Comunicazione Ambientale", afferma che: **"trattare l'ambiente significa affrontare un argomento scientifico, che richiede un linguaggio appropriato ma allo stesso tempo chiaro e immediatamente fruibile dal pubblico.** Non si può rischiare di parlare solo agli addetti ai lavori o viceversa di "romanzare" la notizia allontanandoci dai canoni di rigosità che la scienza richiede."

2. Verso un "sistema integrato" di comunicazione ambientale territoriale

Il settore di informazione e comunicazione del Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga, dentro la propria azione istituzionale, si deve configurare anche come un **"sistema integrato" di comunicazione ambientale del territorio.**

In questa prospettiva, sui temi strettamente ambientali e che concernono il territorio del Parco, deve svolgere un'ampia attività relazionale, e in alcuni passaggi di regia, con altre realtà del territorio.

3. Obiettivi del Piano della Comunicazione Ambientale

Il "Piano di Comunicazione", oltre che come strumento, può essere inteso come "processo organizzativo" che si articola in tre fasi distinte:

- a) **Pianificazione e redazione:** fase in cui si arriva alla stesura del piano;
- b) **Implementazione:** fase della concreta realizzazione e gestione dello stesso;
- c) **Valutazione:** fase di verifica dei risultati ottenuti, dell'impatto e degli effetti generati da una corretta comunicazione sul contesto interno ed esterno all'Ente e delle eventuali discrepanze tra questi e gli obiettivi prefissati.

Nell'ambito del presente Piano della Comunicazione del PNGSML (di seguito PdC) sono definiti:

1. gli obiettivi delle azioni e i destinatari cui sono rivolte;
2. i contenuti e la strategia delle azioni di comunicazione e informazione;
3. i servizi amministrativi o gli organismi competenti per la loro esecuzione;
4. i criteri seguiti per la valutazione delle azioni realizzate.

L'Ente Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga, con lo strumento del Piano di Comunicazione, si impegna a rendere effettivo uno dei principi base della **Direttiva in materia di Comunicazione Pubblica** che, seguendo l'indirizzo normativo espresso dalla legge 150 del 7 giugno 2000, attribuisce alla comunicazione una funzione strategica all'interno delle attività della Pubblica Amministrazione.

Il Piano di Comunicazione previsto nella programmazione 2019-21, descrive le iniziative di comunicazione ambientale che l'Ente intende sviluppare nel triennio di programmazione. È uno strumento flessibile, che quindi può accogliere cambiamenti o novità che possono concretizzarsi nel corso della sua attuazione.

Intendere il PdC nella sua dimensione processuale significa non ridurlo a semplice documento che elenca le azioni comunicative programmate dall'Ente, ma pensarlo come un processo che attraversa l'Amministrazione, che la coinvolge interamente e la modifica nelle sue modalità organizzative. Esso, infatti:

- supporta l'Ente nell'implementazione e nello sviluppo dei propri progetti, valori, servizi;
- facilita la convergenza tra le logiche della comunicazione interna e quelle della comunicazione esterna, favorendo una comunicazione integrata;
- è uno strumento di coordinamento di tutti i soggetti, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente mette in campo per favorire il raggiungimento dei propri obiettivi.

4. La Comunicazione ambientale nel Parco: i Contenuti

Il PdC deve contemplare, per poter trasmettere e far comprendere in modo corretto la "*mission*" del Parco tre grandi aree tematiche:

- Territorio e Pianificazione
- Ricerca e Didattica ambientale
- Esperienze/attività.

Il Piano di Comunicazione prevede 3 livelli di azione.

4.1 Livello Istituzionale

Questo livello di comunicazione utilizza strumenti e **funzioni interne** all'Ente e già previsti dalla legge 150/2000, dove l'apporto del personale del Parco è decisivo nella condivisione e nella costruzione dei contenuti.

I canali da utilizzare per la Comunicazione Istituzionale

- Addetto Stampa, per la diffusione agli organi di stampa dei Comunicati Istituzionali;
- Ufficio Comunicazione (rassegna stampa e newsletter),
- Ufficio Relazioni con il Pubblico
- Sito internet "istituzionale"
- Social Network e Applicazioni per smartphone
- Informativa interna

4.2 Livello della Collaborazione

Questo canale di comunicazione prevede l'utilizzo di **strumenti esterni**, dove è possibile adattare i contenuti a seconda del pubblico che si sceglie di coinvolgere nell'azione.

In questa prospettiva saranno contemplati:

- La collaborazione con riviste e portali web specializzati,
- Rapporti con i media: Radio, Tv Locali e Nazionali, Press tour
- Collaborazione con il Portale del Ministero dell'Ambiente e della tutela del Territorio e del Mare "Natura Italia"

4.3 Livello della Disseminazione

Questo canale di comunicazione prevede le azioni di **marketing territoriale** che possono offrire la possibilità di far conoscere l'azione del Parco anche per il tramite di **eventi/microeventi**.

Fondamentali sono, in questo ambito, le relazioni e le alleanze con gli attori locali che si interessano di ambiente e di attività sostenibili.

La predisposizione di programmi di promozione e valorizzare del territorio, concordati con operatori, permetterà di disseminare i valori ambientali e la "*mission*" del Parco tramite una moltitudine di canali "non istituzionali" che perseguono scopi univoci.

5. Analisi SWOT: Contesto e pubblico di riferimento

Per definire le azioni da intraprendere e operare un'adeguata pianificazione delle attività da prevedere, al fine di evidenziare i caratteri principali e le prospettive dell'azione di Comunicazione interna ed esterna, è proposta un'analisi SWOT relativa al Settore e al contesto di riferimento.

5.1 Punti di Forza

1. Aumentata consapevolezza, in ambito locale e nazionale, dell'importanza della conservazione, della tutela e dello sviluppo sostenibile;
2. Credibilità istituzionale dell'Ente Parco
3. Diffusa conoscenza del Parco a livello nazionale e internazionale;
4. Esperienza consolidata nei settori della Comunicazione istituzionale, delle attività rivolte al pubblico e nella Didattica ambientale;
5. Esperienza consolidata di efficace collaborazione con altri Enti per la gestione di progetti.

5.2 Punti di debolezza

1. Ridotte risorse finanziarie
2. Lentezza delle reti per la trasmissione dati e web sul territorio;
3. Mancanza di professionalità interne all'Ente per lo svolgimento delle attività di addetto stampa;

5.3 Opportunità

1. Prospettive operative offerte dalla Carta Europea del Turismo sostenibile (CETS)
2. Prospettive offerte dai fondi PSR e LEADER e dai Progetti comunitari "LIFE"
3. Possibilità di svolgere un ruolo di "regia" nell'ambito delle politiche ambientali per il territorio;

4. Possibilità di coinvolgere altre istituzioni locali in attività di educazione formazione informazione e comunicazione;
5. Possibilità di coinvolgere associazioni e operatori locali in attività di comunicazione;

5.4 Minacce

1. Ulteriore calo delle risorse disponibili
2. Presenza di sacche di diffidenza, da parte di alcune amministrazioni e di operatori a lasciarsi coinvolgere dalle proposte del Parco.

6. I Mezzi di comunicazione

L'Ente Parco intende utilizzare i seguenti strumenti di Comunicazione e per la diffusione delle informazioni:

6.1 Mezzi di Livello 1 - Comunicazione Istituzionale:

- a) Il Sito Istituzionale dell'Ente Parco www.gransassolagapark.it
- b) I moduli dedicati al Parco all'interno del portale dei Parchi italiani www.parks.it (Parchi News, Eventi)
- c) La pagina Facebook Istituzionale
- d) News-letter mensile
- e) Partecipazione a incontri, conferenze stampa, convegni, o iniziative specifiche sul territorio.
- f) L'Ufficio Relazioni con il Pubblico

6.2 Attività di supporto alla Comunicazione Istituzionale

- a) Diffusione di comunicati alla stampa e inseriti sul sito istituzionale e sul portale parks.it;
- b) Creazione di post sulla pagina Facebook del Parco
- c) Realizzazione di dépliant e brochure sul Parco e sui diversi progetti;
- d) Realizzazione manifesti e i pannelli didattico divulgativi;
- e) Creazione di "bacheche" del Parco in alcuni comuni o aree turistiche frequentate e presso i Centri Visita;

6.3 Mezzi di Livello 2 - Collaborazione:

- Interventi su riviste specializzate;
- Interviste radiofoniche o televisive;
- Attivazione di convenzioni con media regionali e nazionali

6.4 Mezzi di Livello 3 – Azione di Disseminazione

- Organizzazione di singoli eventi
- Organizzazione di calendari di eventi a carattere tematico;
- Supporto ai Programmi di attività proposti dal territorio (Parco in Fiore)
- Partecipazione a fiere o a eventi con propri stand informativi;
- Giornata della trasparenza.

Programmazione delle Attività di Comunicazione Ambientale 2019-2021

1 La Comunicazione interna

Spesso la comunicazione esterna si rivela inefficace a causa dell'assenza di comunicazione interna e coordinamento tra i settori coinvolti.

Informare: Lo scambio di notizie all'interno di un'organizzazione è alla base del successo di un'attività di Comunicazione esterna. La strategia da adottare è quindi lo scambio "sistemico" delle informazioni tra i settori e con gli organi amministrativi su attività interne ed esterne programmate e il loro stato d'avanzamento.

Coinvolgere: Informare l'intera organizzazione su eventi, fatti, novità e normative che vedono protagonista sia il Parco sia l'intero sistema delle aree protette a livello locale e nazionale, nonché le strategie di "governance ambientale" in corso, aiuta ad aumentare la consapevolezza al proprio ruolo e sincronizzare gli obiettivi dei vari settori del Parco.

L'attività di comunicazione interna è svolta tramite le seguenti azioni:

- **Rassegna stampa quotidiana** – Redatta testate locali e nazionali, riviste specialistiche, siti web di agenzie stampa (ANSA, AGI, ASTRA, DIRE, e altri) e riguarda le notizie d'interesse per le attività del Parco.
- **Notiziario Interno (TOTEM)**, contenitore di notizie, Circolari e direttive dei Ministeri, informazioni sulla normativa e i provvedimenti di interesse per le attività del Parco, e delle altre aree protette nazionali.

Per il triennio 2019 - 2021 la comunicazione Interna è realizzata dall'URP.

Target: L'azione è destinata all'organizzazione nel suo complesso: personale di ruolo, collaboratori e organi istituzionali dell'Ente Parco;

2 La Comunicazione Istituzionale

La comunicazione istituzionale si avvale, in primo luogo, di **news e comunicati stampa** che, in osservanza delle direttive deontologiche relativi agli Uffici Stampa, concretizzano il dovere dell'Ente di informare e il diritto dei cittadini ad essere informati, garantendo trasparenza, conoscenza e partecipazione, contribuendo a mitigare le conflittualità e disseminando germi di adesione culturale e spirito d'appartenenza ad una comunità.

Comunicati e notizie stampa, in quanto espressione delle priorità e dei fatti che hanno rilevanza esterna, sono coordinati dai vertici dell'Ente (Presidente e Direttore) e sono attuati attraverso la figura dell'**Addetto Stampa**, di cui alla sopracitata Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 136 del 13 giugno 2000.

In attesa della contrattualizzazione dell'Addetto Stampa, la funzione è svolta dall'addetta all'URP.

Nel corso del periodo 2019-2021, quindi, il Parco si dovrà dotare di un Addetto Stampa, con le modalità consentite dalla normativa in vigore sui "contratti flessibili".

Target: L'azione è destinata ai media, agli amministratori locali e nazionali, alle imprese e operatori del territorio, ai Parchi Nazionali e Regionali del territorio, ai cittadini

3 - L'Ufficio Relazioni con il Pubblico

In ottemperanza della **Legge 07 giugno 2000, n. 150** recante la disciplina dell'attività d'informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, l'Ente Parco si è dotato di un Ufficio Relazioni con il Pubblico (di seguito URP) a partire dal 2001.

L'Urp del Parco è un luogo fisico che, anche in considerazione delle specifiche caratteristiche di questo servizio in una realtà come quella di un Parco Nazionale, garantisce l'accesso dei cittadini agli atti e all'informazione del Parco, valorizzando gli aspetti di innovazione introdotti nel rapporto tra cittadino e Pubblica Amministrazione.

Il Parco Nazionale, tuttavia, è una Pubblica Amministrazione che, non erogando Servizi diretti al cittadino, deve operare come fonte **d'informazione territoriale** e ambientale per un corretto godimento dell'area protetta e delle opportunità che offre.

Tramite l'Urp l'Ente Parco:

- Sostiene e sviluppa le attività di informazione e comunicazione verso i cittadini;
- Promuove e facilita l'accesso dell'utenza alle informazioni e ai servizi del Parco, favorisce l'accesso alle informazioni delle altre pubbliche amministrazioni e dei soggetti erogatori di servizi di pubblica utilità, anche attraverso la collaborazione alla creazione di servizi e di sistemi di interconnessione telematica;
- Svolge attività di consulenza di primo livello in relazione alle fonti normative di riferimento del Parco;
- Garantisce l'esercizio del diritto di accesso agli atti e di partecipazione ai procedimenti amministrativi, in conformità ai principi sulla tutela della riservatezza dei dati personali; •
- Organizza la raccolta e l'ascolto delle segnalazioni, delle proposte e dei reclami, predisponendo precise procedure di risposta.
- Contribuisce alla costituzione e gestione di canali informativi esterni, relativamente alla comunicazione istituzionale;
- Collabora con gli altri Settori del Parco relativamente all'attività di semplificazione, razionalizzazione e standardizzazione delle procedure amministrative e della relativa modulistica;
- Cura e valorizza la comunicazione interna, tramite la tempestiva e costante circolazione delle informazioni, sia per uniformare e perfezionare le informazioni dirette al pubblico che per migliorare l'efficienza dei propri interventi.
- Promuove e sostiene lo sviluppo di forme di partecipazione pubblica per la realizzazione delle finalità istitutive del Parco;

Predisporre le campagne identitarie e motivazionali del Parco;

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, ai visitatori (turisti) agli operatori del territorio, alle amministrazioni del territorio e al personale interno.

4 - Allineamento della Comunicazione alla normativa nazionale in tema di Trasparenza, Accesso Civico e Anticorruzione

Il principio della trasparenza, inteso come "accessibilità totale" alle informazioni che riguardano l'organizzazione e l'attività delle pubbliche amministrazioni, è stato affermato con decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33. Obiettivo della norma è di favorire un controllo diffuso da parte del cittadino sull'operato delle istituzioni e sull'utilizzo delle risorse pubbliche.

In particolare, la pubblicazione dei dati intende incentivare la partecipazione dei cittadini per i seguenti scopi:

- assicurare la conoscenza dei servizi resi, le caratteristiche quantitative e qualitative, nonché le modalità di erogazione;
- prevenire fenomeni corruttivi e promuovere l'integrità;
- sottoporre al controllo diffuso ogni fase del ciclo di gestione della performance per consentirne il miglioramento.

L'Ente Parco, nel dare attuazione alla nuova normativa sulla trasparenza concorrere alla realizzazione di un'amministrazione aperta, trasparente e al servizio del cittadino.

Sul sito del Parco la sezione "Amministrazione Trasparente", conforme allo schema indicato dal decreto n. 33/2013 e s.m.i., accoglie le informazioni per cui è prevista la pubblicazione sotto la responsabilità del Responsabile della Trasparenza (il Direttore) che si avvale della collaborazione e dell'attività di digitalizzazione dell'URP.

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, ai visitatori (turisti) agli operatori del territorio, alle amministrazioni del territorio e al personale interno.

5 – Web, Social Media e nuove strategie di comunicazione

Particolare rilevanza per la comunicazione ambientale è assunta dal sito istituzionale, costantemente aggiornato e integrato di nuove sezioni di approfondimento sui temi caratteristici delle attività di un Parco Nazionale, nonché dalle attività di animazione di pagine dei social network.

5.1 - Sito istituzionale www.gransassolagapark.it

Il sito del Parco è stato realizzato seguendo le indicazioni delle "Linee guida per i siti web della PA", emanate dal Ministro della Funzione Pubblica (art. 4 della Direttiva 8/09), e contiene le Sezioni di Amministrazione Trasparente, Albo Pretorio e un ampio numero di sezioni specifiche sui luoghi e le attività del Parco.

Nel corso del 2017 è stato realizzato un Restyling della veste grafica, secondo i nuovi standard "full screen", permettono all'utenza una maggiore connessione del sito con i più diffusi Social media. Nel 2018 il sito istituzionale è stato visitato da **248.670 persone** per un totale di **1.248.450** pagine consultate, posizionandosi tra i siti di Parco Nazionale più visitati d'Italia.

Dal 1 gennaio al 30 giugno 2019 il sito istituzionale è stato visitato da **126.927 persone** per un totale di **523.340** pagine consultate.

Nel corso del periodo di riferimento (2019-2021) si dovranno incrementare le sezioni con l'aggiunta di

- "Pagine Ospitali" per i Centri visita e Musei aperti sul territorio;
- Messa on line della geo-localizzazione dei sentieri e delle ferrate del Parco
- Incremento e estensione della sezione dedicata alla CETS (Carta europea del turismo sostenibile).

L'obiettivo posto è di giungere a 1.300.000 sezioni visitate nel corso del 2019 e 1.350.000 nel 2020 e 1.400.000 nel 2021.

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, ai visitatori (turisti) agli operatori del territorio, alle amministrazioni del territorio e al personale interno.

5.2 – Le pagine FaceBook e Twitter e Instagram del Parco

I social media si stanno rivelando per il Parco, sempre più, un ottimo e innovativo strumento per la divulgazione, in tempo reale, delle iniziative dell'Ente e del territorio, nonché per veicolare informazioni sulla biodiversità del Parco. La gestione è condotta con la tecnica “emozionionale” soprattutto attraverso la pubblicazione di foto e filmati.

La pagina FaceBook è seguita, al 30 giugno 2019, da **21.168** utenti

L'obiettivo posto è di giungere nel 2020 i 25.000 “likes” alla pagina Facebook e aprire una pagina Twitter ed una Instagram, in modo da ampliare in maniera significativa la potenziale platea di utenti interessati al Parco. Ciò dovrà essere perseguito attraverso una costante pubblicazione di ogni iniziativa anche tramite la condivisione di quelle di organizzazione esterna e patrocinate dal Parco. La gestione si deve assestare su almeno un post giornaliero.

Target: L'azione è destinata ai visitatori (turisti) e agli operatori del territorio e a quei cittadini che vogliono essere costantemente e in tempo reale, aggiornati sulle iniziative del promosse dal Parco per il Territorio.

5.3 – Attivazione della Newsletter mensile.

Notizie su attività ed eventi del territorio dovrà essere divulgata tramite una pubblicazione mensile (newsletter).

La formazione della **mailing-list** per l'invio della “Newsletter” dovrà essere possibile a chiunque tramite l'iscrizione diretta dalla home page del sito.

L'obiettivo posto per il 2020 è di giungere a 5.000 iscritti alla newsletter mensile

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, ai visitatori (turisti) nazionali e esteri, agli operatori del territorio e alle altre amministrazioni del territorio

5.4 – Attivazione dei gruppi WhatsApp per le convocazioni istituzionali

Si prevede, inizialmente in via sperimentale, l'attivazione di:

- Un gruppo WhatsApp per la gestione delle convocazioni e per lo scambio di urgenti informative tra i membri del Consiglio Direttivo;
- Un gruppo WhatsApp per la gestione delle convocazioni e per lo scambio di urgenti informative tra i membri della Comunità del Parco;

L'azione è gestita dalla Segreteria ma sarà attivata e predisposta con nota informativa.

6 - La Comunicazione all'interno del Marketing territoriale

Per il Livello Istituzionale, il Marketing territoriale è gestito dall'Area Valorizzazione Economica e Sociale tramite l'Ufficio Sviluppo Territoriale che:

- Segue le azioni contenute nella “Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS)
- Segue le azioni contenute nel Progetto "La Biodiversità per la riscossa del Parco"
- Realizza i dépliant e brochure sul Parco;
- Predisporre materiale divulgativo e promozionale e pannelli didattici;

- Organizza la partecipazione a fiere o a eventi con stand e materiali del Parco;
- Organizza eventi, incontri, convegni o iniziative tematiche sul territorio;
- Predisporre, in collaborazione con gli altri Servizi, i contenuti per le “App” del Parco.

Per il Livello della Collaborazione, la divulgazione e la promozione dei valori del territorio saranno demandate agli sportelli/uffici aperti presso le strutture dell'Ente o gestite per conto dell'Ente in qualità di “**Punto informativo**” per la distribuzione delle informazioni e materiale promozionale sul Parco, e permettendo ai visitatori di conoscerne le peculiarità e le località presenti sul territorio.

Per il Livello delle Azioni di Disseminazione, la comunicazione ambientale svolge un ruolo attivo nelle seguenti iniziative che si riferiscono a Programmi Deliberati in sede di “Piano delle Performance o con iniziative mirate” :

- Educazione alla sostenibilità ambientale:
 - a. Il Parco in Fiore
 - b. Parco in aula
 - c. Il Parco condiviso
 - d. La Rete dei Cea e dei Musei del Parco
 - e. Ebiodiversity
- Progetto Life MircoLupo
- Progetto Life PLUTO
- Ambasciatori del Parco nel Mondo
- Autoctonie in Terre d'Abruzzo
- Progetto Capra Teramana
- Wool Fair
- Mieli in Festa
- Filiera del Polline
- Esploratori con gusto
- Natale nel Parco
- Parco Accessibile: Le Joylette

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, ai visitatori (turisti) nazionali e esteri, alle amministrazioni e agli operatori economici.

6.1 – Azioni specifiche di Comunicazioni per la “Carta Europea per il Turismo Sostenibile”

L'Ente Parco ha ottenuto nel corso del 2017 la certificazione della “Carta Europea per il Turismo Sostenibile” (CETS). La CETS è uno strumento metodologico ed una certificazione che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo di un turismo sostenibile e attento al territorio.

Attraverso un attento percorso di incontri svoltisi su tutto il territorio dell'Area Protetta, gli aderenti hanno condiviso e redatto la Strategia e le 102 azioni del Piano, che rappresentano il "Documento programmatico di sviluppo del turismo sostenibile nel Parco" per i prossimi 5 anni ed enuncia in forma chiara quali siano gli impegni assunti da ciascuno degli aderenti, in un'azione sinergica e partecipata che unisce il pubblico ed il privato.

Il Settore della Comunicazione ha un ruolo centrale nella fase di concretizzazione delle azioni previste dalla “Carta Europea del Turismo Sostenibile” il cui processo si basa sulla partecipazione e la collaborazione tra l'Ente, istituzioni e operatori turistici. Il Settore della Comunicazione dovrà svolgere un ruolo basilare nella definizione di una programmazione e di una strategia comunicativa, in grado favorire l'informazione e la condivisione intorno ai progetti e alle azioni previste dal “Piano di Azione”.

La comunicazione ambientale potrà così svolgere una funzione fondamentale e prospettica nella diffusione della cultura di uno sviluppo sostenibile del territorio.

7 - I Processi Partecipativi per la Mitigazione del Conflitto e per la definizione di regole

Ambito particolarmente innovativo e qualificante dell'azione del Parco, negli ultimi anni è stato quello dell'adozione di metodologie partecipative che hanno portato come risultato l'apertura di un canale costante di confronto e dialogo con i portatori d'interesse del territorio. Applicata a diversi ambiti critici o conflittuali del Parco, la scelta partecipativa si è rivelata essa stessa un formidabile strumento di comunicazione ambientale, oltre che un efficace modello di *governance*, comunicando e dimostrando nel suo farsi la possibilità di un'armonizzazione tra attività socio-economiche e interessi collettivi di conservazione.

Target: L'azione è destinata ai cittadini residenti nel territorio, e alle amministrazioni locali e nazionali.

8 - Partecipazione a Reti di Comunicazione Ambientale

A tal proposito il settore Comunicazione del Parco ha il compito di mantenere relazioni costanti con le analoghe strutture degli enti partner al fine di coordinare le azioni di comunicazione condivise. Esso partecipa inoltre a momenti comuni di lavoro e redige un report delle attività programmate da condividere con i vertici del Parco (Presidente e Direttore.)

8.1 - Coordinamento dei Parchi d'Abruzzo

Il Parco partecipa ai Tavoli della Comunicazione del Coordinamento dei Parchi d'Abruzzo

In attuazione del Protocollo d'Intesa tra la Regione Abruzzo e le aree protette (Parchi nazionali del Gran Sasso e Monti della Laga, d'Abruzzo Lazio e Molise, della Maiella e Parco Regionale Sirente Velino), il Coordinamento intende creare a un'azione unitaria di divulgazione delle meraviglie paesaggistiche e delle opportunità economiche legate alla sostenibilità ambientale. La nascita della rete favorirà la partecipazione congiunta a fiere, iniziative di promozione regionali, nazionali e internazionali, bandi per l'accesso a fondi regionali, nazionali ed europei per la realizzazione di azioni a beneficio delle popolazioni residenti e per un rilancio economico e sociale dei territori protetti.

Target: L'azione è destinata alle amministrazioni del territorio e agli operatori economici.

9 - Le attività di Comunicazione all'interno dei Progetti di rilevanza programmatica:

La Programmazione dell'Ente ha previsto la realizzazione di alcuni appuntamenti strategici che interessano e coinvolgono direttamente i settori della Comunicazione Istituzionale e della Promozione.

A - “Strategia quinquennale per l'Educazione alla Sostenibilità nel Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga 2019-2023” –

(Delibera N.15/19 del 19 marzo 2019 - Progetto di Educazione alla Sostenibilità nel Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga 2019-2023.)

Il Programma prevede una strategia complessiva, di durata quinquennale, che comprenda e armonizzi i programmi educativi avviati durante le scorse annualità i quali, seppure abbiamo prodotto buoni risultati, risultano ad oggi scollegati e frammentati. La strategia è finalizzata all'aumento della consapevolezza e del senso di responsabilità nei confronti dell'area protetta attraverso il miglioramento qualitativo dell'attività di didattica ambientale e di educazione alla sostenibilità, e turismo sostenibile.

Essa comprende due strumenti principali:

- **Piattaforma E-BIODIVERSITY**
- **APP Park's Digital Paths**

e 4 obiettivi che si esplicano ciascuno con uno specifico programma di azioni:

- **Il Parco in Aula**
- **Il Parco in Fiore** (già avviata)

L'iniziativa di **Comunicazione Ambientale e Educazione alla sostenibilità ambientale** contempla un calendario di eventi che ruotano intorno alla tematica botanica. **La Rassegna prevede la** divulgazione delle conoscenze floristiche relative al territorio del Parco, all'etnobotanica, al paesaggio vegetale, al valore ricreativo, culturale, educativo della biodiversità vegetale del Parco europeo, e del mediterraneo, con il maggior numero di specie floristiche censite sul proprio territorio.

Molteplici i linguaggi attraverso i quali è possibile **sono declinate** queste tematiche: da quello strettamente scientifico a quelli musicali, artistici, teatrali, passando per l'artigianato e le discipline corporee.

- **Il Parco Condiviso**
- **La Rete dei CEA e dei Musei del Parco;**

B – Concorso il Miele dei Parchi e “MielinFesta”

C – Esploratori con gusto

Il ruolo della Comunicazione, fondamentale per la corretta divulgazione di tutti i Programmi dell'Ente Parco, deve prevedere:

- una fase di avvio con la divulgazione di uno o più Comunicati Stampa Istituzionali;
- la realizzazione di una pagina dedicata sul sito istituzionale;
- la realizzazione di una pagina Facebook, collegata al profilo del Parco;
- la divulgazione dei dépliant, documenti o altro materiale realizzato nell'ambito del Programma.

10 – Formazione permanente per i gestori delle strutture del Parco.

Come già per i passati trienni, risulta fondamentale per la corretta fruibilità del Parco e la divulgazione delle iniziative previste dai Programmi avviati dal Parco e dagli operatori del territorio,

una fase di FORMAZIONE di tutti gli operatori che, a nome e per conto del Parco, gestiscono strutture atte al ricevimento dei turisti e dei visitatori occasionali.

La formazione sarà condotta dal personale del Parco.

11 - Le attività di Comunicazione per la “disseminazione” dei Progetti LIFE

La Comunicazione è un elemento fondamentale all'interno dei Progetti Life.

Disseminare le “Buone Pratiche” acquisite durante il progredire del Progetto è considerato dalla Comunità Europea che finanzia il Progetto stesso fondamentale e imprescindibile. Se le Attività di Comunicazione che accompagnano il Progetto LIFE non sono adeguate, è a rischio il finanziamento stesso.

Come verificato nel corso del Workshop tecnico *"La conservazione dei grandi carnivori attraverso la comunicazione: esperienze dai progetti LIFE Natura"* - Roma 8 luglio 2015 – è efficace per l'azione di Conservazione:

- Comunicare le specie selvatiche (ad esempio lupo o Orso) come elementi importanti e imprescindibili per la caratterizzazione complessa e “sana” del territorio; essi sono simboli dell'identità locale e testimoni di un ambiente.
- Informare in modo laico: mettere in rilievo il valore ecosistemico, evolutivo, culturale, economico e di esistenza.
- Comunicare in modo trasparente sia verso l'esterno che verso l'interno: ogni informazione deve essere data il prima possibile e in modo corretto. Solo costruendo un rapporto di fiducia tra amministrazione pubblica (e/o enti o associazioni incaricate della gestione delle specie) e cittadini si può ottenere l'appoggio e l'avallo per intraprendere le scelte gestionali più opportune.

Ad esempio, come sperimentato nel concluso **Progetto Life Ex-tra**, che ha fatto scuola in campo della Comunicazione Ambientale, i grandi carnivori devono essere comunicati come animali selvatici “in carne ed ossa”, preparando l'opinione pubblica alle situazioni più anomale e conflittuali (inevitabili conflitti, danni e rare aggressioni).

Ogni Progetto Life ha quindi una sua **propria Azione di Comunicazione e una struttura che la segue** e che deve proseguire per cinque anni anche dopo il termine del Progetto stesso: Sito Web – Pagina Facebook – Comunicati Stampa – Organizzazione di eventi e incontri – Rassegne Stampa.

Il Parco è attualmente impegnato nel seguenti Progetto Life come Ente Capofila:

- LIFE PLUTO (2014-2019)

In collaborazione con altri Enti per il seguente Progetti Life:

- LIFE MIRCO LUPO

12 - Struttura organizzativa e gestione:

Per le Attività di Comunicazione Ambientale l'Ente Parco intende avvalersi delle seguenti Strutture:

- **L'Ufficio Comunicazione** – che comprende URP, e Ufficio Stampa, alle dirette dipendenze funzionali dalla Direzione
- Area Valorizzazione Economica e Sociale, tramite **l'Ufficio Sviluppo Territoriale:**

- **L'Ufficio Europa**

13 – Indicazione delle previsioni di spesa e dei capitoli di bilancio

Nell'ambito delle risorse dei bilanci 2019 / 2020 / 2021 si prevedono le seguenti spese per la parte della Comunicazione:

Capitolo 4120 - Stampa

1	Abbonamenti a quotidiani on-line per la redazione della Rassegna Stampa quotidiana (2 accessi al CENTRO e un accesso a Messaggero)	€ 540,00
2	Provider + 100 caselle di posta elettronica	€ 450,00
	Totale	€ 990,00

Capitolo 4380 - "Spese per informazione e comunicazione di cui alla Legge150/2000- Importi annui

1	<ul style="list-style-type: none"> - Abbonamento annuo di mantenimento e aggiornamento pagine del Sito Istituzionale, - Albo pretorio on-line (comprensivo degli archivi 2011-2015) - Modulo di Amministrazione aperta - Modulo di Amministrazione trasparente - Database Ricerca scientifica nel Parco - Database Prodotti tipici del Parco (Marchio), Database Produttori, - Moduli Beni culturali, Eventi, Località - Cartografia SIC ZPS - Traduzione del sito ufficiale in inglese - Newsletter 	€ 5.500,00
2	<ul style="list-style-type: none"> - Abbonamento annuo mantenimento e aggiornamento pagine del "Modulo approfondimento" sul portale Parks.it, " comprensivo della traduzione in <u>inglese, francese e tedesco</u> - Modulo news per la divulgazione delle notizie del Parco 	€ 2.500,00
3	<ul style="list-style-type: none"> • Incarico di Addetto Stampa 	€ 25.000,00
	Totale lordo (comprensivo di IVA)	€ 32.000,00

14 - Criteri per la valutazione delle azioni realizzate nel Piano della Comunicazione.

La comunicazione deve prevedere indicatori efficaci (per esempio SMART: specific, measurable, achievable, relevant and time bound) che permettano di valutare la qualità e l'efficienza dei processi in atto, al fine di poter re-indirizzare le strategie e gli interventi.