











Il futuro ha bisogno di ricerca!

Strategie di comunicazione e strumenti operativi





Bolzano, 29.05.2019





















Klimakit project

Milestone 6.2

Definire **strategie di comunicazione** da adottare al fine di rendere gli inquilini consapevoli dei **vantaggi del risanamento energetico**, ma anche per consentire agli inquilini di comprendere chiaramente in anticipo se e in che modo il loro **comportamento dovrebbe cambiare** nel prossimo futuro.

In questa sede verrá inoltre definita la possibilitá di organizzare degli **incontri specifici con gli inquilini**, che risiedono in abitazioni che nell'immediato futuro prevedono interventi di risanamento energetico, per poter testare le strategie di comunicazione sviluppate.







Strategie di comunicazione e strumenti operativi















Strategie di comunicazione e strumenti operativi



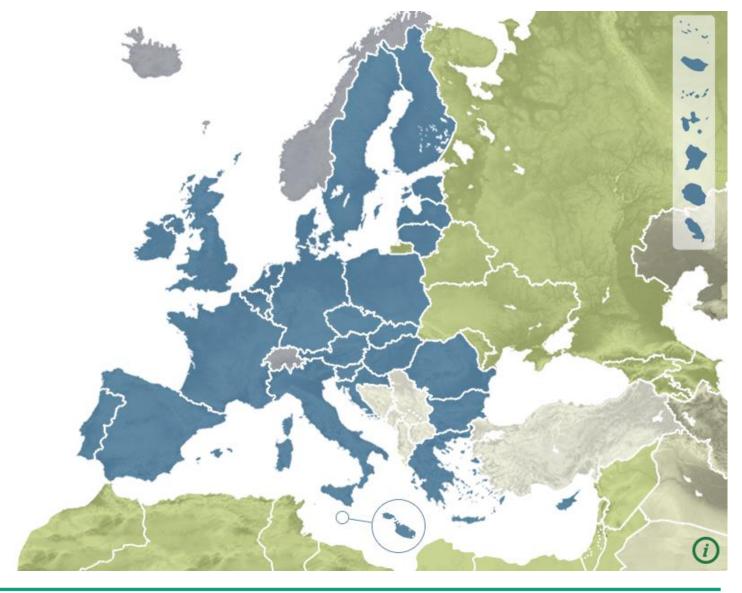






















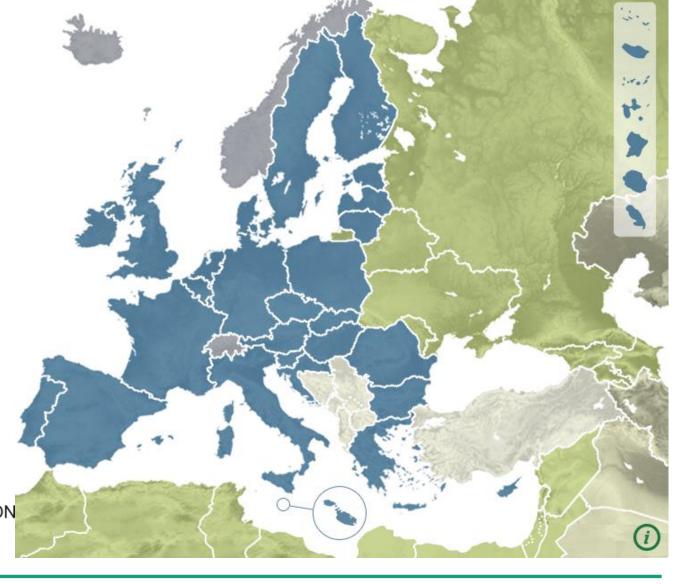




European Commission Horizon 2020 European Union funding for Research & Innovation



EUROPEAN UNION European Regional Development Fund

















Tarmo +

TARMO

Obiettivi:

- Incoraggiare inquilini ad effettuare riqualificazioni energetiche dei loro condomini;
- Incentivare la collaborazione tra stakeholders coinvolti nel processo di riqualificazione energetica

- **Energy Expert** (inquilino dell'edificio formato su tematiche di efficienza energetica, disponibile a condividere quanto appreso con altri inquilini);
- Piattaforma online gestita dall'istituto per edilizia popolare, dove stakeholders possono gestire e programmare riqualificazione e comunicare in maniera trasparente;
- Senso di comunitá: attraverso eventi di socialitá e formazione figura di Energy Expert, la cui attivitá ha creato un senso di appartenenza alla comunitá, agevolando interazione e socialitá tra gli occupanti.













ACE-Retrofitting



Obiettivi:

Promuovere gestione che superi le barriere normative, umane e finanziarie alla riqualificazione dei condomini.

- CoachCopro free online tool per la gestione di progetti di riqualificazione energetica (sia per professionisti, che per inquilini). Facilita la connessione tra inquilini e professionisti, consente di accedere ad una lista di professionisti qualificati
- Supporto ai professionisti, formazione specifica su riqualificazione energetica di condomini;
- **Incontri periodici:** tra professionisti del settore, tra professionisti e inquilini, aggiornamenti periodici su normativa e strumenti finanziari di incentivazione.

















Padova FIT!



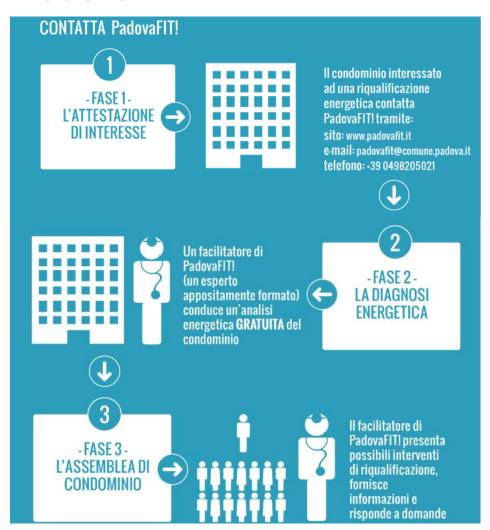
Obiettivi:

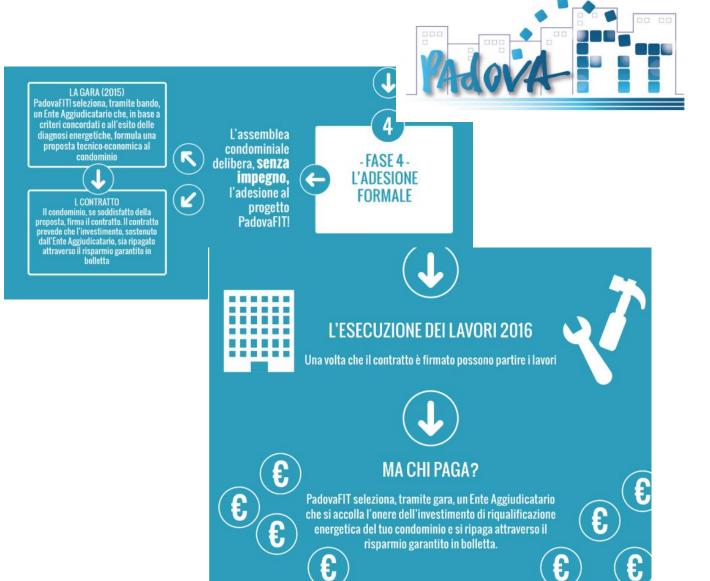
• Incentivare la riqualificazione energetica dei condomini.





Contesto europeo Padova FIT!



















Padova FIT!



Obiettivi:

• Incentivare la riqualificazione energetica dei condomini.

- Facilitatore di condominio coniuga la competenza tecnica riguardo i temi della riqualificazione energetica con la capacità di accompagnare l'amministratore e l'assemblea di condominio; Formazione specifica anche sulla gestione di una riunione condominiale e dei conflitti;
- Infopoint, momenti informativi in luoghi pubblici dove la cittadinanza ha potuto ricevere direttamente dai facilitatori e da altri partner informazioni dettagliate riguardanti le opportunità del progetto.

















IFORE - Innovation FOr REnewal



Obiettivi:

- Incentivare al livello regionale una strategia per promuovere la riqualificazione energetica dell'edilizia residenziale;
- Sviluppo di approccio comunicativo innovativo, intergenerazionale e partecipativo.

- Green Doctor / Energy Ambassador entra in contatto con inquilini e offre consigli energetici, gadget (luci a basso consumo), questionari su abitudini e coinvolge gli inquilini ad adottare comportamenti efficienti, utilizzo di dispositivi per verifica dei propri consumi.
- **Attivitá sociali**, come incontri, workshop, viaggi in altre comunitá efficienti, per coinvolgere utenti «difficili».















Contesto europeo IFORE - Innovation FOr REnewal

- Coinvolgimento di giovani, sia come promotori di nuove idee che come cambiamento comportamentale famigliare. Promozione di formazione, concorsi sulla tematica (Young Energy Champion programme, Young Energy Detective Club, Junior Green Doctor programme etc)
- **Sistema di monitoraggio**, visualizzabile tramite dispositive digitali (come tablet).
- **Comunicazione**, per incrementare la promozione, la visibilitá e la consapevolezza degli inquilini (Website, social networks, mostre, fiere, newsletter, gite di scambio).









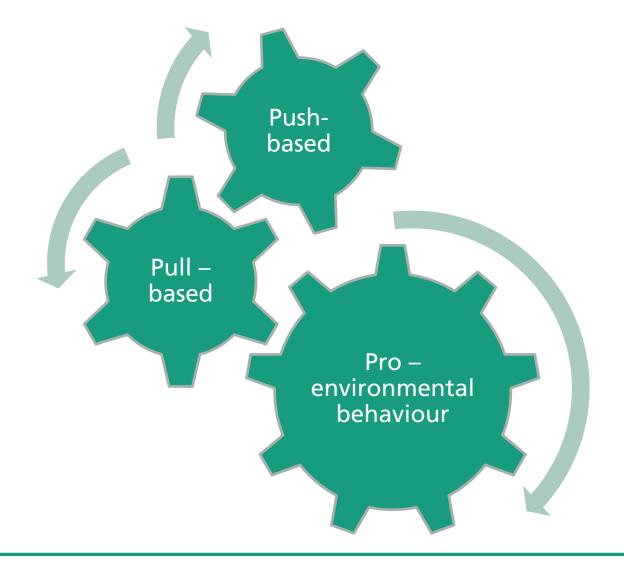








Lesson Learned















Strategie di comunicazione e strumenti operativi









Forme di comunicazione / partecipazione CONCETTO DI TRASPARENZA AMMINISTRATIVA

- É intesa come accessibilità totale dei dati e documenti detenuti dalla p.a.
- Convive con le disposizioni sui segreti e sulla protezione dei dati personali
- Concorre ad attuare i principi democratico, di eguaglianza, imparzialità, buon andamento, responsabilità, efficacia ed efficienza nell'utilizzo di risorse pubbliche, integrità e lealtà nel servizio alla nazione.







Forme di comunicazione / partecipazione LA SINTESI FRA LE DUE ANIME DELLA TRASPARENZA AMMINISTRATIVA

Soprattutto a partire dagli anni Duemila, la trasparenza amministrativa è stata intesa come strumento di **prevenzione e contrasto della corruzione** e della c.d. *maladministration*, avvicinandosi progressivamente alla pubblicità.

Scopo della «nuova» trasparenza è di tutelare i diritti dei cittadini, **promuovere la partecipazione degli interessati all'attività amministrativa** e favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche; essa è condizione di garanzia delle libertà individuali e collettive, nonché dei diritti civili, politici e sociali, integra il diritto ad una buona amministrazione e concorre alla realizzazione di una amministrazione aperta, al servizio del cittadino.











Forme di comunicazione / partecipazione PARTECIPAZIONE

La **partecipazione**, non è solo quella procedimentale in senso classico, ma anche quella all'attività istituzionale ampiamente intesa.

L'instaurazione di **moduli partecipativi e dialogici**, di stampo **non solo conflittuale e autoprotettivo ma anche collaborativo**, poggia sulla comunicazione pubblica efficiente, che, nella L. 7 giugno 2000, n. 150, viene definita come funzione amministrativa autonoma e non più come azione servente rispetto allo svolgimento di altre funzioni.











Forme di comunicazione / partecipazione DELIMITAZIONE DELLE BEST PRACTICES POTENZIALMENTE RILEVANTI

- **Bilanci sociali** degli enti pubblici, per l'adozione dei quali è stato espresso da parte delle istituzioni solo un generale auspicio (nella Direttiva del Ministro della funzione pubblica del 17 febbraio 2006), ma non esiste una disciplina in senso stretto

- Carte dei servizi: strumento di co-valutazione della qualità delle prestazioni pubbliche

- **Piani strategici**: normati nella L. n. 56/2014 sul funzionamento delle città metropolitane, ma fondati solo su buone prassi per la programmazione dell'attività.











Forme di comunicazione / partecipazione IL BILANCIO SOCIALE DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI: LA FUNZIONE

È un sistema di rendicontazione dell'attività, utilizzato originariamente nel settore privato, in cui gli utenti operano come interlocutori per un'azione di qualità.

Gli interlocutori dell'ente autore del bilancio sociale possono essere sia altri **enti pubblici** (per esempio, in vista di future collaborazioni), sia soggetti **privati** (imprese e associazioni), sia altri soggetti, quali i **mass media**.







Forme di comunicazione / partecipazione IL BILANCIO SOCIALE E LA PARTECIPAZIONE

Il coinvolgimento dei privati nelle scelte assunte nell'interesse pubblico:

- implica di regola **l'aumento dell'indice di soddisfazione** dei cittadini per le prestazioni ricevute e, di conseguenza, la **deflazione del contenzioso**.
- evidenzia l'intento di soddisfare i bisogni della comunità di riferimento, permettendo di chiarire come si sono sviluppate (e come si intendono indirizzare) le interrelazioni fra gli obiettivi individuati, le strategie utilizzate per ottimizzare le risorse, gli interventi realizzati e i risultati ottenuti
- consente agli stakeholders di esprimersi circa i punti salienti della programmazione dell'azione futura e l'individuazione degli obiettivi prioritari.











Forme di comunicazione / partecipazione

L'ADOZIONE DEL BILANCIO SOCIALE E LA RILEVANZA DELLA PROCEDIMENTALIZZAZIONE

L'intensificazione del contatto dialogico fra amministrazione e amministrati mediante il potenziamento dell'adozione di bilanci sociali da parte delle autorità e degli erogatori di pubblici servizi potrebbe essere utile, poiché questo strumento è suscettibile di raggiungere in modo capillare le popolazioni di riferimento.

La produzione del documento si pone come appuntamento periodico – preferibilmente a cadenza annuale – e proprio la ciclicità consente l'acquisizione di consapevolezza circa l'indice di soddisfazione degli interlocutori e permette di programmare i passi successivi con maggior cognizione di causa.











BILANCIO SOCIALE

- Assetto istituzionale / Organigramma
- La storia e l'azienda / L'identità aziendale
- La situazione patrimoniale ed economico finanziaria



QUADRO GENERALE DEL FABBISOGNO DI EDILIZIA RESIDENZIALE PUBBLICA NELLA CITTA' METROPOLITANA DI TORINO

A cura dell'arch. Stefania Falletti, Osservatorio Fabbisogno Abitativo Sociale Città Metropolitana di Torino



PREMESSA

Attraverso la redazione del bilancio sociale Atc si propone di rappresentare agli stakeholder il valore aggiunto della propria gestione da "padrone di casa sociale" che non trova corrispondenza in alcun modello di gestione privata. Il rapporto qualità/prezzo del servizio offerto è indubbiamente vantaggioso. L'esperienza di altre città ha dimostrato che la gestione pubblica, pur nella consapevolezza che a livello normativo debbano essere presi provvedimenti per rendere più flessibile la struttura che gestisce il patrimonio di edilizia sociale, è la strada da percorrere.

Questo bilancio sociale risponde quindi all'esigenza di far conoscere in modo chiaro e trasparente le attività realizzate di Atc e i risultati ottenuti, analizzati sotto il profilo dell'impatto sociale ed economico sul territorio.









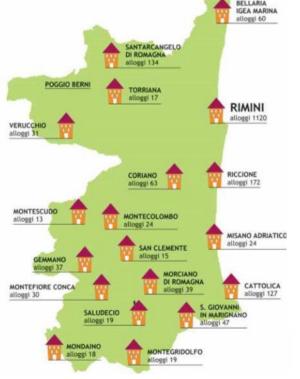




BILANCIO SOCIALE

- Qualità percepita / Interviste e indagini condotte Alloggi gestiti da
- Manutenzioni ordinarie e straordinarie
- Servizi aziendali innovativi
- Bilancio economico e finanziario





NOTA METODOLOGICA

«Il bilancio sociale è l'esito di un processo con il quale l'amministrazione rende conto delle scelte, delle attività, dei risultati e dell'impiego di risorse in un dato periodo, in modo da consentire ai cittadini e ai diversi interlocutori di conoscere e formulare un proprio giudizio su come l'amministrazione interpreta e realizza la sua missione istituzionale e il suo mandato. In particolare, il bilancio sociale è un documento di carattere volontario e consuntivo di mandato».

Che cos'è il bilancio sociale?

«La finalità del bilancio sociale è quella di informare in maniera chiara ed intelligibile sull'attività svolta dall'ente locale in termini di coerenza tra gli obiettivi programmati, i risultati raggiunti e gli effetti sociali e ambientali prodotti».

«Gli enti locali per mezzo del bilancio sociale illustrano ai cittadini, e a tutti gli attuali e potenziali portatori di interesse, le modalità di impiego delle risorse attratte, sviluppando meccanismi di controllo sociale e favorendo il processo di programmazione e controllo annuale».

[Dalle Linee guida per la rendicontazione sociale negli enti locali del Ministero dell'Interno - Testo approvato dall'Osservatorio della Finanza Locale nella seduta del 7 giugno 2007].















nella provincia di Rimir



Forme di comunicazione / partecipazione LE CARTE DEI SERVIZI

- fissano gli standard qualitativi che devono essere rispettati nell'erogazione dei servizi
- consentono ai privati di intervenire nel processo di misurazione del livello di efficienza dell'azione amministrativa
- possono attivare circuiti virtuosi in chiave democratica nelle decisioni sulle modalità di erogazione dei servizi.











Forme di comunicazione / partecipazione LE CARTE DEI SERVIZI: IL RUOLO DEI CITTADINI/UTENTI

La determinazione degli *standards* di qualità del servizio spetta ai **singoli operatori**, i quali sono tuttavia chiamati a **collaborare con gli utenti**, per:

- evidenziare profili ulteriori o segnalare elementi di criticità
- presentare reclami individuali

Nella prassi le Carte hanno sostanzialmente perso la loro connotazione di strumenti di **programmazione dell'attività futura** e hanno mantenuto soltanto la funzione di documenti di **comunicazione pubblica dell'azione svolta**.

Per recuperare **l'impatto virtuoso** delle Carte dei servizi intensificare il coinvolgimento dei cittadini/utenti in prospettiva bottom-up











CARTE DEI SERVIZI

- Offerta dei servizi e caratteristiche
- Rapporti con l'utenza
- Canoni di locazione
- Diritti e doveri dell'inquilino
- Suddivisione e gestione delle spese
- Uffici e sportelli



















"Ufficio Casa"



Forme di comunicazione / partecipazione

LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DEL TERRITORIO: LE ORIGINI NELLE ESPERIENZE ANGLOSASSONI

La pianificazione strategica del territorio si sviluppa in 3 fasi:

- pianificazione "sistemica" (anni 60 del XX secolo)
- pianificazione "aziendalistica" (USA, anni 80 del XX secolo)
- pianificazione "reticolare" (anni 90 del XX secolo): si applica il metodo "cooperativo", in cui si incentivano l'auto-organizzazione e l'aggregazione locale, tramite politiche di raccordo sia dall'alto, sia dal basso, promuovendo la formazione di un consenso diffuso

Consente il coinvolgimento nella formazione delle scelte fondamentali di altre istituzioni, portatori di interessi qualificati, cittadini in senso ampio.











Forme di comunicazione / partecipazione LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DEL TERRITORIO IN ITALIA: LA PROCEDIMENTALIZZAZIONE

- Il soggetto promotore sottoscrive un **accordo** con i *partners* pubblici e privati.
- Si dà vita a: comitati politico-istituzionali, "cabine di regia", tavoli di concertazione inter-istituzionale, tavoli di partenariato economico-sociale, uffici dedicati.
- I soggetti coinvolti aderiscono a gruppi di lavoro per l'individuazione dei risultati di interesse pubblico auspicati.
- Sono scelti i progetti "bandiera
- Il piano è approvato a livello istituzionale e/o sottoscritto.
- La realizzazione del piano è improntata alla gradualità e alla flessibilità dei risultati e poggia sulla stipulazione di patti strategici di attuazione.









Strategie di comunicazione e strumenti operativi

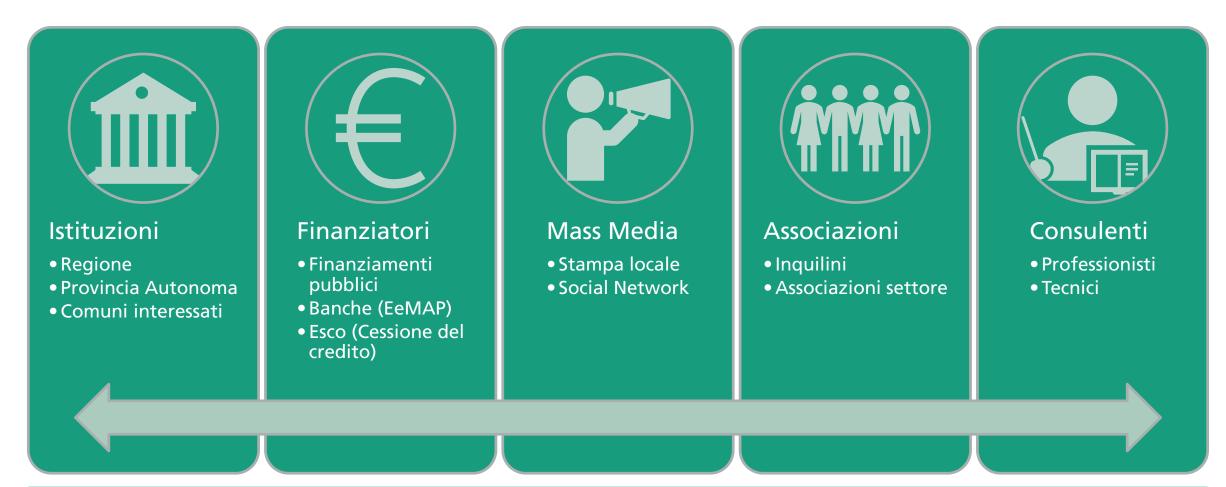








La scelta degli interlocutori











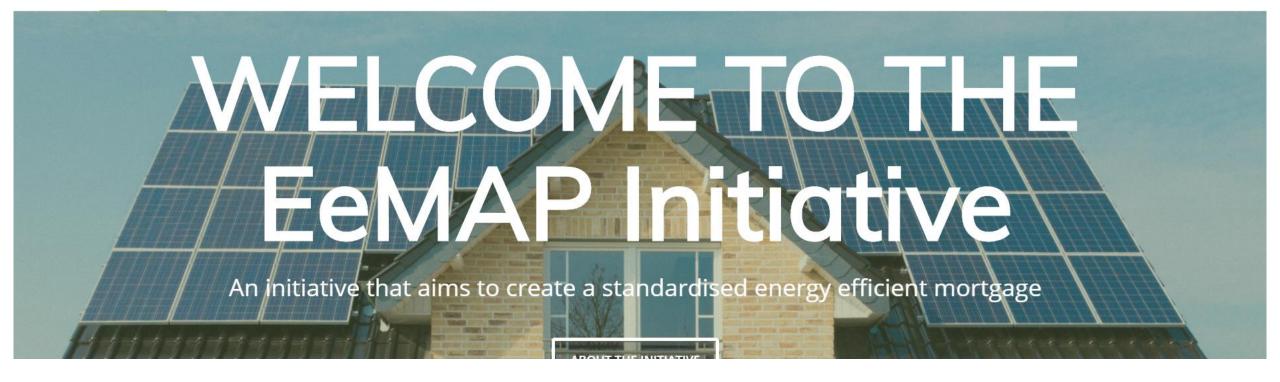






La scelta degli interlocutori - Finanziatori











Livelli di comunicazione









Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari







Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari

2. CONSULTARE











Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari

2. CONSULTARE

Incontri/Workshop Questionari Facilitatori/Intermediari Partecipazione alle decisioni













Livelli di comunicazione - Consultare



Masterplan Korneuburg 2036 basato su un approccio partecipativo. Rappresentanti dei cittadini e tecnici comunali sono presenti in numero equivalente durante le riunioni del comitato direttivo.

Esempio di co-gestione partecipativa urbanistica a lungo termine

















Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari

2. CONSULTARE

Incontri/Workshop Questionari Facilitatori/Intermediari Partecipazione alle decisioni

3. COINVOLGERE











Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari

2. CONSULTARE

Incontri/Workshop Questionari Facilitatori/Intermediari Partecipazione alle decisioni

3. COINVOLGERE

Piattaforma online Monitoraggio Eventi





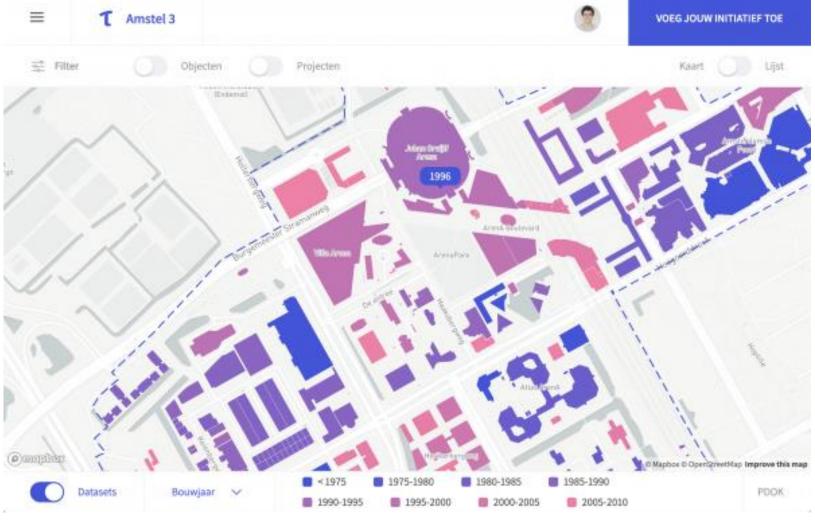






TRANSFORMCITY®

Livelli di comunicazione - Coinvolgere









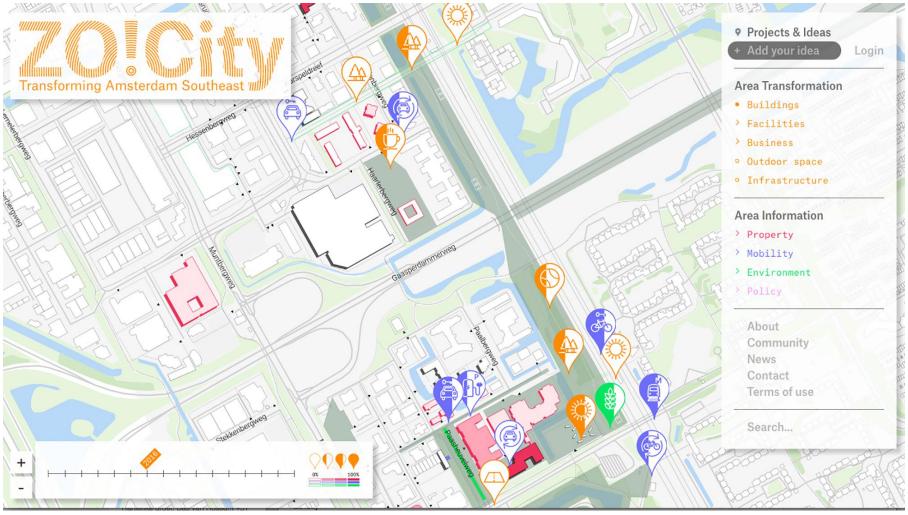






TRANSFORMCITY®

Livelli di comunicazione - Coinvolgere















Livelli di comunicazione

1. INFORMARE

Incontri a diversi livelli Social Media Brochures Facilitatori/Intermediari

2. CONSULTARE

Incontri/Workshop Questionari Facilitatori/Intermediari Partecipazione alle decisioni

3. COINVOLGERE

Piattaforma online Monitoraggio Eventi















Livelli di comunicazione - Visibilità

- Iniziativa riconoscibile
- Incontri / Workshop / Iniziative stesso tema
- Social Media (Storytelling)

























Come?















Fraunhofer Italia Research Scarl Innovation Engineering Center (IEC)

Contatto:

Paola Penna Ph.D. Arch. Scientific collaborator Process Engineering in Construction

Fraunhofer Italia Research Scarl

Via A. Volta13 A 39100 Bolzano

Tel.: +39 0471 1966900

www.fraunhofer.it























