



LA FUNZIONE TRASFORMATIVA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE NELLA PROGETTAZIONE E NELL'INNOVAZIONE DELLA PA

Strumenti, ambienti e pratiche per una relazione tra cittadini e istituzioni generativa di valore pubblico

Aggiornamento e formazione professionale, conforme alla L. 150/2000, al DPR 422/2001, valida per la qualificazione professionale di comunicatore pubblico (L.4/2013) e può contribuire al raggiungimento degli obiettivi formativi previsti dalla Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica "Valorizzazione delle persone e produzione di valore pubblico attraverso la formazione. Principi, obiettivi e strumenti" adottata il 14 gennaio 2025 (Direttiva Zangrillo) per il Personale della Pubblica Amministrazione.

MODULO 1 (20 ore)

Principi e obiettivi della Comunicazione Pubblica

mercoledì, 12 maggio 2026 (4 ore)

1. Comunicazione Pubblica funzione ordinaria strategica delle organizzazioni

- Cos'è pubblico e cos'è comunicazione in Italia e in Europa
- Specificità della comunicazione pubblica rispetto ad altre forme di comunicazione e informazione, con focus sulla responsabilità verso cittadini, operatori economici e stakeholder anche nei procedimenti di gara
- Mezzi e strumenti della comunicazione pubblica e istituzionale, del cerimoniale e della comunicazione di gara (albo pretorio, profilo del committente, sezioni "Bandi di gara e contratti" e "Amministrazione trasparente")
- I linguaggi, i riti e i canali per costruire fiducia nell'azione pubblica: gestione di bandi, affidamenti, concessioni, partenariati pubblico-privati e convenzioni con il terzo settore in una società ipercomplessa, iperconnessa e multiculturale
- La legge 150/2000, il DPR 422/2001, la L. 4/2013 e il quadro attuale di riforma della PA, con prime connessioni al PIAO, alla trasparenza e alla prevenzione della corruzione nei contratti pubblici

mercoledì, 13 maggio 2026 (4 ore)

2. Ruolo e responsabilità del comunicatore e della comunicatrice nella PA

- Competenze del comunicatore pubblico nella società iperconnessa e ipercomplessa e ipercomplessa: visione sistemica, lettura degli stakeholder, capacità di presidiare i rischi reputazionali nella vita e nelle azioni delle organizzazioni.
- Codici deontologici della comunicazione e dell'informazione, codice di comportamento dei dipendenti pubblici, codice degli appalti e responsabilità nelle fasi di pubblicazione, chiarimenti, aggiudicazione e esecuzione.
- Il lavoro di chi fa comunicazione in un contesto di Pubblica Amministrazione aperta, trasparente ed efficiente, per un servizio che risponda alle attese e ai nuovi bisogni del cittadino
- I vincoli per il comunicatore pubblico alla luce del GDPR: adempimenti privacy e misure di sicurezza per dati di offerte, concorrenti, commissioni di gara, segnalazioni di illecito (whistleblowing)
- Il comunicatore pubblico nel project management di opere e servizi appaltati: gestione relazionale dei portatori di interesse, piano di comunicazione di progetto, reporting e rendicontazione pubblica

martedì, 19 maggio 2026 (4 ore)

3. Scenario normativo, trasparenza, anticorruzione e whistleblowing, anche in riferimento ai contratti pubblici

- Diritto all'informazione e all'accesso (FOIA, accesso civico, accesso agli atti di gara) e loro gestione comunicativa verso cittadini, ONG e operatori economici
- La comunicazione di pubblico servizio anche come strumento per spiegare norme, bandi, criteri di aggiudicazione, clausole sociali e ambientali, tempi e modalità di esecuzione dei contratti
- La trasparenza amministrativa, la prevenzione della corruzione e della *maladministration* nelle fasi di programmazione, progettazione, affidamento ed esecuzione dei contratti: ruolo del comunicatore nella diffusione di PTPCT e PIAO e nella gestione del rischio reputazionale
- Il codice di comportamento dei dipendenti pubblici, conflitti di interesse e obblighi di comportamento nelle stazioni appaltanti: implicazioni per chi gestisce informazione e comunicazione
- Normativa e procedure in tema di whistleblowing: canali interni ed esterni di segnalazione, tutele dell'identità, comunicazione interna ed esterna per favorire la segnalazione responsabile
- Riferimenti normativi nazionali ed europei (codice dei contratti, normativa digitale, linee guida ANAC, disciplina sugli appalti verdi e socialmente responsabili) e loro impatto sui canali digitali e sugli obblighi di pubblicità

giovedì, 21 maggio 2026 (4 ore)

4. La P.A. come sistema relazionale e comunicativo

- Come è mutato il rapporto tra amministrazioni e cittadini nella programmazione e gestione delle azioni della PA e nei contratti pubblici: consultazioni, dibattito pubblico, co-progettazione e co-programmazione con terzo settore e imprese
- Dalle riforme normative degli anni '90 alla dimensione europea: digitalizzazione dell'azione amministrativa e dei processi di gara, procurement innovativo e sostenibile
- I diversi pubblici/interlocutori della P.A.: cittadini, imprese, professionisti, associazioni, media, organismi di controllo, soggetti vulnerabili e minoranze culturali
- L'impatto della comunicazione sull'organizzazione (flussi esterno/interno – back office e front office) anche nella gestione di bandi, gare, esecuzione contratti, varianti e contenzioso. Comunicazione e le fasi di programmazione, progettazione, affidamento, esecuzione, rendicontazione
- Ascolto, misurazione dei bisogni e capacità di risposta nella progettazione dei servizi da mettere a gara (fabbisogni, capitolati, criteri di aggiudicazione legati alla qualità percepita dal cittadino)

lunedì, 25 maggio 2026 (4 ore)

5. Efficacia, efficienza, economicità, imparzialità e qualità della Comunicazione pubblica

- Integrazione degli interventi e degli strumenti: dall'URP agli strumenti on line
- Piano di comunicazione
- Processi, persone, organizzazione e tecnologie
- La misurazione dell'impatto della comunicazione nelle politiche pubbliche e nell'azione amministrativa
- La misurazione "tempo speso/investito" in comunicazione: come misurare aspetti quantitativi e qualitativi nelle politiche pubbliche, nel buon andamento e imparzialità della Pubblica Amministrazione e nel supporto ai progetti finanziati, alle opere pubbliche e ai servizi appaltati
- Comunicazione per appalti e contratti nel sistema della PA: modalità, strumenti e indicatori di confronto tra amministrazioni, con attenzione a trasparenza e performance

MODULO 2 (20 ore)

Metodi e strumenti della Comunicazione pubblica a supporto strategico del Piano Integrato Attività e Organizzazione (PIAO) e della programmazione ed esecuzione dell'azione pubblica e dei contratti

martedì, 26 maggio 2026 (4 ore)

6. La comunicazione interna organizzativa

- L'organizzazione tra comunicazione interna e comunicazione organizzativa
- Trasmettere coinvolgimento, condivisione e appartenenza
- Le relazioni nel gruppo di lavoro. Lavorare in gruppo, le dinamiche alla base dei gruppi, la gestione delle riunioni e delle attività
- Le intranet
- La relazione nell'ecosistema PA anche per definire gare pubbliche efficaci: coordinamento tra RUP, responsabili anticorruzione, dirigenti, comunicazione, uffici tecnici e controllo di gestione

mercoledì, 3 giugno 2026 (4 ore)

7. Comunicazione di crisi e comunicazione di emergenza

- Le caratteristiche di una crisi
- percezioni di vertici, dipendenti, media, cittadini, imprese e terzo settore in situazioni di crisi legate a opere e servizi
- Ruolo, funzione e limiti della comunicazione nelle crisi: tutela dell'interesse pubblico, della sicurezza, della reputazione della PA e della fiducia nel sistema
- Organizzazione, ruoli e responsabilità del comunicatore pubblico nel sistema di gestione delle emergenze (anche in relazione a protezione civile, sanità, servizi essenziali appaltati)
- Strumenti e canali da utilizzare (tradizionali e digitali) in emergenza e crisi, con attenzione alla chiarezza verso comunità multiculturali e pubblici vulnerabili
- Metodi di misurazione e restituzione: valutare effetti della crisi sulla fiducia, sugli stakeholder e sull'efficacia delle successive azioni e politiche pubbliche e processi di gara

venerdì, 5 giugno 2026 (4 ore)

8. L'organizzazione della redazione multicanale a supporto di programmazione, comunicazione e monitoraggio dei servizi

- Architettura di un sistema di comunicazione multicanale
- L'integrazione strategica e funzionale tra canali e strumenti interattivi / fisici
- Il piano editoriale e la strutturazione di contenuti, servizi, processi
- Descrizione e normalizzazione dei contenuti da pubblicare
- Accessibilità e chiarezza nel linguaggio nella spiegazione/pubblicazione di obiettivi, benefici, rischi e impatti di servizi e opere (contratti e appalti pubblici) su comunità locali, ambiente e dimensione sociale (ESG, Agenda 2030)
- La condivisione dei dati (mobilità, ambiente, cultura, turismo, ecc.) come condizione nei capitolati per appalti e contratti di servizio
- Gli indicatori per la valutazione e l'assessment del sistema multicanale (PIAO)
- La Social media policy e le altre policy/carte di comportamento on line
- Licenze d'uso aperte, open content/access, beni comuni digitali, proprietà intellettuale e diritto d'autore nell'epoca delle AI

lunedì, 8 giugno 2026 (4 ore)

9. La gestione della relazione interpersonale

- Le regole alla base dei processi comunicativi, capacità di ascolto e assertività
- Le competenze utili da sviluppare. Come risolvere le criticità. Il ruolo e la gestione delle emozioni
- Front office e gestione dei conflitti
- Relazione diretta e/o mediata
- Gestione dello stress e rischi di burnout

martedì, 9 giugno 2026 (4 ore)

10. L'ascolto del cittadino, delle imprese e delle associazioni. La misurazione della soddisfazione e le ricerche

- L'importanza dell'ascolto e l'URP come antenna per il feedback
- Organizzazione di help desk, FAQ e canali di assistenza alle imprese e ai cittadini - anche per l'accesso e la comunicazione relativa alle gare - con attenzione all'inclusione di soggetti fragili, minoranze linguistiche e organizzazioni del terzo settore
- Gli strumenti e le metodologie di indagine: dalle survey di citizen care/satisfaction cartacee alle indagini on line.
- I focus group: gestione e restituzione/condivisione dei risultati
- Esempi pratici per strutturare un questionario
- Alcuni software per i sondaggi on line
- Restituzione e misurazione degli output/out come indicatori di riferimento

MODULO 3 (20 ore)

La Comunicazione pubblica sul Web e digitale

martedì, 16 giugno 2026 (4 ore)

11. Le basi dell'Amministrazione digitale

- Il Codice dell'Amministrazione Digitale
- Piano triennale per l'informatica nella PA, con focus su interoperabilità, sicurezza e servizi digitali
- Norme e vincoli per operare attraverso i canali del Web
- Agenda digitale italiana ed europea
- Cooperazione applicativa fra le PA
- Intelligenza artificiale nel contesto della PA digitale
- Le linee guida per i portali istituzionali
- Comunicazione e sicurezza informatica

mercoledì, 17 giugno 2026 (4 ore)

12. Lo scenario socio-tecnologico onlife e il cambio di paradigma delle relazioni

- La comunicazione in rete nel quadro europeo. La sovranità digitale
- Le tecnologie e i comportamenti mediali nella società italiana
- La PA nella trasformazione digitale e i divari nell'accesso e nelle competenze
- Il gender digital gap, i dati di genere e la discriminazione algoritmica
- Opportunità e criticità nell'uso delle piattaforme civiche e dei social network
- Cenni su AI, algoritmi e uso dei dati nella PA nel quadro della regolamentazione europea e nazionale
- La comunicazione multicanale e l'approccio partecipativo: le Linee Guida nazionali per la Partecipazione pubblica

martedì, 23 giugno 2026 (4 ore)

13. La comunicazione delle PA e i social network

- Social network: opportunità e criticità nella relazione con il cittadino anche su opere, servizi e gare pubbliche
- Creare contenuti efficaci e controllare e i fattori di rischio
- Come gestire commenti e notizie false
- Rischi e cause per diffamazione o danno all'immagine
- Trasparenza social anticorruzione per appalti pubblici: linee guida operative per presidiare i canali digitali in coerenza con PTPCT e PIAO

giovedì, 25 giugno 2026 (4 ore)

13. Social media analysis e comunicazione dei risultati

- Come monitorare i social network nel loro percorso evolutivo: ricerca e analisi dei dati restituiti dai principali social network (Facebook, X, Instagram, YouTube, LinkedIn, Telegram, Bluesky...), per una migliore e più efficace interazione con il cittadino
- Indicatori e dashboard per seguire il sentiment e l'attenzione pubblica
- Integrazione tra analisi social, reportistica interna e documenti di programmazione, in un'ottica di miglioramento continuo, responsabilità sociale e partecipazione

lunedì, 29 giugno 2026 (4 ore)

15. Il sito web per un servizio efficace al cittadino

- Organizzazione dei contenuti e verifica delle fonti
- Che cos'è la SEO (Search Engine Optimization) e come utilizzarla nelle P.A.
- Leggere e utilizzare i dati dei portali attraverso la Web Analysis
- Accessibilità e usabilità
- Interazione tra le sezioni del sito per far conoscere i dettagli di contratti e appalti pubblici (Bandi di gara e contratti, Amministrazione trasparente, PNRR, opere pubbliche) e disponibilità di dati aperti

PRESENTAZIONE PROJECT WORK: settimana dal 7 al 10 settembre 2026

Invio project work entro il 27 agosto 2026.

Milano, 27 marzo 2026