

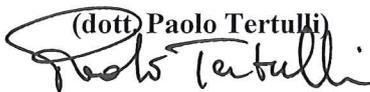


Provincia di Verona

## REGOLAMENTO DEGLI INTERVENTI E DELLE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Approvato con deliberazione di Consiglio Comunale n. 25 del 01.06.2018

IL SINDACO

(dott. Paolo Tertulli)  




II SEGRETARIO COMUNALE

(dott.ssa Maria Teresa Pezzuto)  


## TITOLO I PRINCIPI GENERALI

### Articolo 1 Oggetto

1. Il presente Regolamento disciplina gli interventi e le attività di informazione e comunicazione istituzionale per promuovere, facilitare e migliorare le relazioni fra la cittadinanza e il Comune di Illasi, di seguito denominato “Comune”.
2. Le principali fonti e norme di riferimento sono le seguenti:
  - Legge n. 150 del 7 giugno 2000: *Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni*;
  - D.P.R. n. 422 del 21 settembre 2001: *Regolamento per l'individuazione del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e comunicazione e disciplina degli interventi formativi*;
  - Decreto legislativo n. 196 del 30 giugno 2003: *Codice in materia di protezione dei dati personali*;
  - Direttive del Ministro della Funzione Pubblica dell'8 maggio 2002 e del 24 ottobre 2005 in materia di *semplificazione del linguaggio delle pubbliche amministrazioni*;
  - Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 (*Legge Stanca*): *Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*;
  - Decreto legislativo n. 82 del 7 marzo 2005: *Codice dell'Amministrazione digitale*;
  - Direttiva del Ministro per la PA e l'innovazione n. 8 del 26 novembre 2009: *Riduzione siti web nella PA e miglioramento qualità dei servizi delle informazioni on line al cittadino (e promozione dell'utilizzo di Linee Guida)*;
  - Decreto legislativo n. 50 del 18 aprile 2016: *Codice dei contratti pubblici*;
  - Dicembre 2011: *Linee guida per i siti web della PA e Vademecum Pubblica amministrazione e social media* (in: [www.innovazionepa.gov](http://www.innovazionepa.gov));
  - Decreto legislativo n. 33 del 14 marzo 2013: *Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*.

### Articolo 2 Principi e finalità

1. Il Comune ispira gli interventi e le proprie attività di informazione e comunicazione istituzionale ai principi di:
  - semplificazione del linguaggio amministrativo;
  - conoscenza e trasparenza come garanzia del diritto di accesso e pubblicizzazione degli atti;
  - economicità, efficienza ed efficacia dell'azione amministrativa;
  - coerenza, imparzialità e giustizia.
2. Il Comune rivolge l'informazione e la comunicazione istituzionale - secondo le modalità di seguito regolamentate - alle cittadine e ai cittadini del territorio comunale; a coloro cui sono dovute; a coloro che ne abbiano interesse, e a tutti coloro che vogliono conoscere le attività del Comune senza la necessità di dimostrare un interesse qualificato, o dar corso a specifici procedimenti amministrativi.
3. Il Comune:
  - promuove la conoscenza della propria attività istituzionale e amministrativa attraverso ogni opportuno e accessibile strumento e/o canale di diffusione;
  - riconosce il diritto della cittadinanza a una costante, completa e comprensibile informazione;
  - sostiene lo sviluppo di relazioni positive con le cittadine e i cittadini;
  - mira al potenziamento della comunicazione interna – che considera una primaria funzione di sviluppo organizzativo dei propri uffici – oltre che al corretto funzionamento dei flussi di informazione e dello scambio di dati fra il personale dell'ente.

### Articolo 3 Ambiti applicativi

1. I principi di cui agli articoli 1 e 2 si applicano:

- a) all'attività istituzionale e amministrativa ordinaria dell'ente;
- b) all'informazione rivolta alla cittadinanza sul bilancio del Comune, anche attraverso sintesi redatte dai sistemi di controllo interno, semplificate nel linguaggio e perseguendo un obiettivo di divulgazione e massima comprensibilità;
- c) all'informazione e comunicazione istituzionale mediante alcuni pannelli informativi luminosi posti nelle piazze e in luoghi accessibili del territorio comunale;
- d) all'informazione e comunicazione istituzionale mediante alcuni strumenti tradizionali di comunicazione (in formato cartaceo, o in pdf scaricabile via *web*): volantini, opuscoli, *brochure*, manifesti, bollettino o giornale comunale: "Illasi Comune";
- e) all'informazione e comunicazione istituzionale tramite i *media* tradizionali (stampa, tv) e *web*;
- f) all'informazione e comunicazione istituzionale mediante il portale *web* istituzionale – che deve essere costantemente aggiornato – finalizzata a favorire la comunicazione digitale, lo scambio di documenti, la formazione *on line* e il controllo dell'esecuzione dello stato di avanzamento dei procedimenti amministrativi;
- g) all'informazione e comunicazione istituzionale tramite i più diffusi canali *social* - ad esempio, Facebook (di seguito FB), Twitter, Pinterest ecc. - nel rispetto della direttiva n. 8 del 2009 e delle Linee guida redatte dal Foromez nel dicembre del 2011, già citate all'art. 1, comma 2, del presente regolamento;
- h) all'informazione e comunicazione istituzionale tramite l'organizzazione di eventi diretti e incontri pubblici;
- i) alla comunicazione interna agli uffici comunali.

## TITOLO II DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

### Articolo 4 Caratteri generali

1. Con riferimento alla legge n. 150 del 7 giugno 2000, con l'espressione "attività di informazione e comunicazione istituzionale" si intende:

- a) la comunicazione esterna rivolta alle cittadine e ai cittadini, alle associazioni e ad altre organizzazioni;
- b) la comunicazione interna realizzata nell'ambito degli uffici comunali;
- c) la comunicazione rivolta ai *media*;
- d) la comunicazione interistituzionale.

2. Gli interventi e le attività di informazione e comunicazione istituzionale perseguono l'obiettivo di:

- a) far conoscere il funzionamento e le attività del Comune;
- b) promuovere l'immagine del Comune;
- c) illustrare le norme, per facilitarne l'applicazione e il rispetto;
- d) assicurare una costante e aggiornata informazione alle cittadine e ai cittadini sulle decisioni, gli atti e i procedimenti in corso;
- e) garantire ai cittadini i diritti di accesso e partecipazione, anche favorendo i processi di semplificazione del linguaggio e delle procedure;
- f) favorire l'approfondimento dei temi di interesse pubblico, sociale, culturale ed economico;
- g) facilitare l'accesso ai servizi comunali e promuoverne l'utilizzo;
- h) attivare il *feedback* delle cittadine e dei cittadini in merito a criticità rilevate, in particolare tramite i *social network*;
- i) sollecitare dai cittadini e dalle cittadine proposte costruttive e migliorative sugli interventi e i progetti del Comune, utilizzando in particolare sia i *social network* sia gli incontri diretti con la cittadinanza.

3. I costi sostenuti dal Comune per l'informazione e la comunicazione istituzionale devono essere indicati in modo chiaro e trasparente nei relativi atti amministrativi di competenza, e pubblicati *on line*.

## **Articolo 5**

### **Soggetti responsabili dell'informazione e della comunicazione istituzionale**

1. La Giunta individua, nell'ambito delle competenze di organizzazione degli uffici e dei servizi, la struttura organizzativa interna che avrà il coordinamento esecutivo dell'informazione e comunicazione istituzionale del Comune, al fine di:

- far virare l'attività pubblica da mero adempimento formale a risultato concreto, osservabile e misurabile;
- garantire alla cittadinanza il diritto all'informazione, ferma restando la responsabilità individuale di ciascun collaboratore per le materie di competenza;
- verificare il corretto utilizzo del logo del Comune, dello stemma e/o del gonfalone, e della carta intestata comunale, come da vademecum di identità istituzionale (*Corporate Identity*) che seguirà il presente regolamento e che sarà approvato dalla Giunta.

2. Il Sindaco, la Giunta e il Consiglio comunali, mediante gli interventi e le attività di informazione e comunicazione istituzionale, sia esterna che interna agli uffici, perseguono l'obiettivo di cui all'art. 4, comma 2, del presente regolamento. I soggetti esclusivamente titolati alla comunicazione con e verso i *mass media* (tradizionali e *web*) sono gli organi politici o, su disposizione del Sindaco, anche una struttura organizzativa espressamente nominata.

3. La struttura organizzativa individuata dalla Giunta, di cui al precedente comma 1, svolge la funzione di informazione e comunicazione istituzionale del Comune verso la cittadinanza in modalità diretta (*front-office*), e/o tramite i *media* su delega del Sindaco. Tale struttura inoltre:

- svolge l'attività di comunicazione in modalità *front office*, di carattere generale, con le cittadine e i cittadini, relativamente a disposizioni normative, forme di accesso, organizzazione, adempimenti tributari e amministrativi;
- svolge l'attività di raccordo fra la cittadinanza e gli uffici della pubblica amministrazione locale;
- rileva i bisogni e il livello di soddisfazione della cittadinanza per i servizi pubblici erogati, anche attraverso la raccolta e l'elaborazione dei reclami, delle segnalazioni e delle proposte dei cittadini;
- contribuisce, in collaborazione con altri uffici, al coordinamento, organizzazione e circolazione delle informazioni, sia all'interno dell'ente sia verso la cittadinanza;
- aggiorna il sito *web* del Comune pubblicando documenti, atti, avvisi, notizie e altro materiale di pubblica utilità.

Tutti gli altri servizi e gli uffici devono attenersi alle indicazioni date dalla struttura di coordinamento.

## **Articolo 6**

### **Piano di comunicazione**

1. Le attività di informazione e comunicazione istituzionale - pur nel rispetto dell'individualità di ciascun responsabile d'area, cui compete l'esclusiva gestione delle informazioni e comunicazioni di pertinenza per materia - sono coordinate dall'unica struttura che verrà individuata dalla Giunta Comunale con l'obiettivo di ottimizzare l'utilizzo delle risorse umane ed economiche, garantire l'integrazione fra le diverse azioni comunicative - onde evitare sovrapposizioni ed errori - e promuovere relazioni positive con le cittadine e i cittadini.

2. L'informazione e la comunicazione istituzionale sono organizzate secondo gli indirizzi dettati dal Sindaco e dagli organi di governo, sempre in collaborazione e con il supporto - se presenti nel Comune le figure professionali, e fermo restando le distinte specificità funzionali e operative - dell'ufficio stampa e del portavoce, o degli uffici e risorse delegate.

3. Entro 60 giorni dall'approvazione del bilancio di previsione e dei documenti di programmazione, nel dar corso alle funzioni di indirizzo e raccordo delle attività di informazione e comunicazione istituzionale, la Giunta predispose il Piano di comunicazione, documento previsto dalla Legge 150/2000, che contiene:

- la definizione degli obiettivi e la strategia di comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, *via web* e *social*, pubblicitaria, ecc.);
- la descrizione delle singole azioni, con l'indicazione dei tempi di realizzazione e frequenza;
- la scelta dei mezzi e dei canali di diffusione;
- l'indicazione del budget a disposizione;
- le attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni pianificate, e i tempi di erogazione e tabulazione.

4. Le iniziative di informazione e comunicazione istituzionale, illustrate nel piano di comunicazione, e in quanto strategiche nei processi di comunicazione interna ed esterna, svolgono un ruolo:

- a) informativo - tramite un'attività di informazione, consulenza, orientamento e assistenza alle cittadine e ai cittadini;
- b) di servizio - con diretta produzione di servizi;
- c) propositivo - circa l'organizzazione dei servizi di comunicazione pubblica e la progettazione di nuovi;
- d) di integrazione - tra le attività di comunicazione interna ed esterna;
- e) conoscitivo - mediante la rilevazione di nuovi bisogni e attese da parte della cittadinanza e dei vari portatori di interesse (*stakeholders*);
- f) promozionale dei servizi e delle iniziative del Comune;
- g) di mediazione - tra cittadinanza e il Comune;
- h) formativo - attraverso le diverse iniziative promosse e gli eventi diretti rivolti alla cittadinanza e/o al personale dell'ente.

## **Articolo 7**

### **Compiti attuativi dei responsabili d'area in materia di comunicazione interna ed esterna**

1. Nell'ambito dello strumento di programmazione operativa (Piano Esecutivo di Gestione e/o Piano Dettagliato degli Obiettivi) la Giunta individua per ciascuna area organizzativa un referente cui attribuire il compito di raccogliere le novità emergenti dall'attività politico-amministrativa del Comune e redigere testi, finalizzati alla loro pubblicazione e diffusione. Tali testi saranno trasmessi tempestivamente ai pubblicatori (uno o più di uno) - a loro volta previamente individuati e formati - che provvederanno a pubblicarli sugli strumenti/canali adottati dal Comune: il bollettino periodico; il portale *web* istituzionale; i servizi di messaggistica via sms, posta elettronica e Whatsapp; la pagina FB ecc. I referenti organizzativi "*editor*" e "*pubblicatore*" possono coincidere nella stessa persona.

2. Costituisce un obiettivo valutato in sede di premio di risultato per ciascun responsabile d'area l'aggiornamento/manutenzione/semplificazione della modulistica di riferimento e il suo inserimento nel sito *web* del Comune secondo i principi di cui agli art. 1 e 2 del presente regolamento. A tal proposito il responsabile d'area deve indicare chi provvederà all'inserimento e all'aggiornamento costante della modulistica sul portale *web* istituzionale, e a darne notizia sui *social network* e mediante *gli altri strumenti di comunicazione attivati*, con un obiettivo di comunicazione sia esterna che interna.

3. L'informazione e la comunicazione istituzionale, per garantire il raggiungimento degli obiettivi di maggiore conoscenza dell'azione amministrativa e di miglioramento della qualità dei servizi per la cittadinanza, operano in modo trasversale a ogni area o settore del Comune, attivando processi di comunicazione interna fra tutti gli uffici del Comune, assicurano un costante flusso informativo, nonché interventi tempestivi in caso di segnalazione di disservizi da parte delle cittadine e dei cittadini.

4. Con provvedimento di Giunta comunale possono essere attivate specifiche collaborazioni con enti pubblici e loro forme associative, e/o con associazioni di categoria e/o altri soggetti pubblici o privati qualificati, affinché si creino collaborazioni e sinergie utili alla promozione dell'informazione e della comunicazione istituzionale.

5. L'amministrazione comunale ritiene che una buona comunicazione interna, fondata su di un'ampia circolazione delle informazioni sulle attività e i processi lavorativi, e il pieno coinvolgimento del personale nei progetti di cambiamento organizzativo, consenta di costruire al meglio la propria identità, favorendo la crescita di un senso di appartenenza positivo alla dimensione del lavoro pubblico, in quanto i flussi informativi interni rappresentano senz'altro il migliore strumento di integrazione, coordinamento e razionalizzazione organizzativa.

## **Articolo 8**

### **Strumenti di informazione e comunicazione istituzionale**

1. Sono strumenti di informazione e comunicazione istituzionale del Comune di Illasi:

1.1 il notiziario/bollettino del Comune

Il Comune di Illasi per ampliare la propria azione di informazione e comunicazione istituzionale edita un bollettino con cadenza semestrale, denominato "Illasi Comune":

a) il bollettino viene stampato su carta ed è recapitato a ogni famiglia all'indirizzo di residenza, e/o scaricabile in formato pdf anche dal sito *web* del Comune, nonché reso disponibile per la cittadinanza tramite recapito presso locali ed esercizi pubblici;

b) il bollettino è una testata giornalistica registrata con un direttore responsabile nominato con decreto del Sindaco;

c) i contenuti riguardano *in primis* le decisioni della Giunta e del Consiglio, lo stato avanzamento dei lavori pubblici, i contributi dati alle associazioni, la sintesi degli incontri diretti con la cittadinanza, i premi erogati dal Comune a destinatari specifici della popolazione (a titolo esemplificativo, gli studenti meritevoli, i cittadini meritevoli, gli sportivi meritevoli, le coppie di anziani che hanno celebrato il loro anniversario di matrimonio, oppure soggetti che si siano particolarmente distinti in un'azione solidale, eroica, professionale ecc.), ma anche la cronaca delle iniziative culturali promosse dal Comune, e ospita altresì le idee e alcuni interventi migliorativi proposti dalla cittadinanza;

d) gli articoli e i comunicati pubblicati vengono accompagnati e completati da immagini e foto, con didascalia esplicativa e definizione sufficiente a una buona qualità di stampa, di cui vanno sempre citate le fonti, e che devono aver ottenuto prima della pubblicazione la liberatoria dei soggetti ritratti e, nel caso di minori, l'autorizzazione da parte dei genitori o degli adulti con patria potestà.

## 1.2. la pagina Facebook

Di seguito, le regole e i contenuti – tra altri - per l'apertura e la gestione della pagina FB:

a) Contenuti istituzionali: possono essere "postati" avvisi di pubblica utilità relativi alla viabilità, avvio e chiusura progetti, allerta meteo, scuole, mense, trasporti pubblici, bandi, scadenze, lavori in corso, ricerca di personale ecc. La brevità e la semplicità del testo sono criteri-guida, eventualmente corredati dalla prima pagina scannerizzata del documento, con le indicazioni sul dove/come reperirlo in versione integrale;

b) Cronaca *live* di eventi pubblici: foto e immagini della partecipazione "fisica" (*live*) del Sindaco, della Giunta e del Consiglio a cerimonie, incontri, inaugurazioni, apertura nuovi siti industriali e commerciali, corredati dalla notizia/cronaca dell'evento, ed eventuale commento degli organi politici in dichiarazione virgolettata;

c) Foto e filmati: la pubblicazione di foto e o filmati segue le regole esposte all'art. 8 comma 1, d); la didascalia può essere unica e riferita a più foto. Se l'immagine in foto e in video ritrae una collettività presente a un evento può essere pubblicata senza la liberatoria dei soggetti ritratti. Le foto d'autore devono rispettare le norme in materia di *copyright* e devono citare la fonte e il nome dell'autore. Sul *web* sono altresì reperibili foto non protette da diritto d'autore (L. 633/1941), il cui utilizzo è gratuito;

d) Luoghi di attrazione turistica e culturale a cui dare visibilità con informazioni complete riguardanti il luogo, il contesto territoriale, l'accesso, gli orari di apertura, i prodotti e i servizi offerti ecc. In questo caso il contenuto veicolato assume il valore di promozione del luogo, del sito di interesse, della realtà produttiva illustrata, con potenziali ritorni di tipo economico, dovuti a incrementi di presenze turistiche nel territorio comunale, e benefici per la cittadinanza e per lo sviluppo dell'area;

e) Sondaggi: FB è uno strumento utilissimo per chiedere alla cittadinanza - opportunamente segmentata per età, interesse, genere ecc.- che naviga in FB cosa ne pensa di un determinato progetto o piano, oppure della qualità dell'azione amministrativa in corso, o delle iniziative avviate.

Nel caso di sondaggi lanciati *on line*, è fondamentale rendicontare alla cittadinanza che ha partecipato l'esito del sondaggio una volta concluso;

f) Scelte e orientamenti dell'amministrazione in relazione alle politiche di rispetto ambientale con finalità "educative": con richieste e indicazioni da parte degli amministratori, interventi di esperti e tecnici in materia, documenti comunitari e novità normative emanate dall'Unione Europea ecc.

g) Prima dell'apertura della pagina istituzionale, l'amministrazione deve aver preso atto dei termini di servizio (*Terms of service*, TOS) fissati unilateralmente dal gestore (*provider*) e accettati dal Comune se e quando decide di registrare il proprio profilo *social* attraverso un contratto a oggetto informatico (*social networking contract*), che deve essere periodicamente monitorato nel caso i termini del contratto vengano modificati dal gestore.

h) I contenuti e le indicazioni di cui dal punto a) fino al punto e) possono essere organizzati in un documento autonomo riguardante la *social media policy*, e dovrà essere conosciuto sia dal personale sia dagli amministratori dell'ente. Oltre ai punti di cui sopra, il documento riguarderà inoltre:

- l'utilizzo privato di FB da parte del personale dipendente del Comune, e/o rappresentante il Comune;
- la modalità di risposta a *post*, richieste e critiche della cittadinanza tramite FB;
- quali argomenti considerare leciti e quali *off-topic o spam*;
- la frequenza di aggiornamento e di pubblicazione di contenuti.

### 1.3. La *newsletter*, gli sms e Whatsapp

- Per garantire un'efficace informazione e comunicazione istituzionale alla cittadinanza, anche mediante l'utilizzo delle nuove tecnologie, il Comune di Illasi istituisce un servizio di *newsletter*, al quale la cittadinanza iscritta potrà accedere, per ricevere le informazioni del Comune al proprio indirizzo (*account*) di posta elettronica. L'iniziativa segue quella già in essere relativa al servizio di sms (*short message service*) sul telefono cellulare, o tramite l'app *Whatsapp*, limitatamente a brevi messaggi riguardanti gli eventi di carattere istituzionale, gli avvisi di pubblica utilità e gli incontri diretti con il sindaco e gli amministratori eletti riservati alla cittadinanza.
- L'utilizzo del servizio di messaggistica tramite *newsletter*, sms o Whatsapp deve essere promosso presso la cittadinanza con altri strumenti di comunicazione (cartelloni visivi, lettere, incontri diretti, pagina FB ecc.) per ampliare il numero di cittadine e cittadini iscritti. Le liste degli iscritti (*mailing list*) vanno verificate e aggiornate a intervalli regolari, preferibilmente ogni anno.

### 1.4. Il sito *web* istituzionale

- Deve essere opportunamente rinnovato seguendo le linee guida pubblicate dal Formez (cit.) e dovrà essere registrato sul dominio “.gov.it”, per garantire all'utente/navigatore del sito un adeguato livello di sicurezza, e qualità delle informazioni presenti (si veda la direttiva 8/2009 cit);
- I contenuti del sito devono essere costantemente aggiornati, e il/i responsabili d'area devono controllare anche la validità delle informazioni presenti sul portale, provvedendo – tramite l'*editor*/pubblicatore/i – al ritiro delle notizie, dei comunicati e dei documenti ecc. non più veritieri, per mutate condizioni di contesto o per nuove disposizioni normative;
- deve essere in linea con le disposizioni tecniche elencate nell'allegato A del decreto ministeriale dell'8 luglio 2005 (cit.) in materia di accessibilità dell'utente con abilità diverse. Si veda anche il documento *Criteri e metodi per la verifica tecnica e i requisiti tecnici di accessibilità per i contenuti e i servizi forniti per mezzo di applicazioni basate su tecnologie web* (in: [www.funzionepubblica.gov.it/Testopdf.aspx?=19451](http://www.funzionepubblica.gov.it/Testopdf.aspx?=19451));
- I principi ispiratori dei contenuti pubblicati devono essere quelli della percepibilità, utilizzabilità, comprensibilità e robustezza (per consentirne l'interpretazione anche attraverso i diversi programmi utente e tecnologie assistive per la disabilità);
- per l'aggiornamento tecnico dello strumento, e per la piattaforma informatica, la responsabilità è del servizio informatico dell'ente.

### 1.5. I cartelli luminosi

- I cartelli luminosi (si vedano anche gli art. 3 e 8) forniscono brevi informazioni e avvisi di tipo dinamico e visivo, e ricadono in quanto strumenti di comunicazione istituzionale sotto la responsabilità dell'area organizzativa individuata dalla Giunta e coordinati da un'unica regia. I modi e i tempi di inserimento e/o ritiro di informazioni e avvisi ormai scaduti o non più veritieri seguono le stesse regole riguardanti il sito *web* comunale.

2. L'attività di informazione – tramite i *media*, i canali *social*, il bollettino del Comune o il portale web comunale - avente un contenuto politico e con esplicito riferimento a partiti e personaggi politici (includere foto degli amministratori eletti), deve essere sospesa 60 giorni prima della data stabilita per le consultazioni elettorali europee, nazionali, regionali e amministrative locali (silenzio pre-elettorale).

## Articolo 9

### Sponsorizzazioni e moduli pubblicitari

1. L'amministrazione favorisce forme di finanziamento pubblico o privato alle diverse iniziative, che abbiano lo scopo di elevare la quantità o qualità dei servizi offerti alla cittadinanza.

2. Sono pertanto consentite forme pubblicitarie e di sponsorizzazione, secondo la disciplina dettata dall'apposito regolamento comunale, dirette a integrare le entrate del Comune, sia sotto forma di finanziamento che di offerta di beni/opere o servizi pubblici.
3. A eccezione del sito web comunale, in tutti gli altri strumenti di comunicazione di cui all'art. 8 e disciplinati dal presente regolamento, e/o in alcuni spazi esterni (ponteggi, cantieri ecc.), sono consentite, previo accordo scritto o desunto in specifico contratto o convenzione, forme di veicolazione dell'immagine dell'impresa *sponsor*, con durata, tempi e metodi da definirsi tramite apposito atto scritto.
4. Con provvedimento di indirizzo della Giunta sono definiti e delimitati gli spazi e gli strumenti di veicolazione pubblicitaria delle imprese sponsor.

#### **Articolo 10**

##### **Ascolto, conoscenza dei bisogni e valutazione della qualità dei servizi**

1. La Giunta, tramite la struttura organizzativa dedicata ai servizi di comunicazione, attua sistematicamente una rilevazione del grado di soddisfazione della cittadinanza (*customer satisfaction*), oltre che di conoscenza dell'evoluzione dei bisogni e delle esigenze rispetto alle prestazioni e agli adempimenti amministrativi.
2. Gli strumenti utilizzati per la rilevazione sono l'ascolto diretto - da parte del personale - delle cittadine e dei cittadini, delle associazioni e delle categorie professionali ed economiche, in modalità *front office*; oppure tramite questionari di rilevazione della *customer satisfaction*; o con altre tecniche di sondaggio tramite la pagina FB, la posta elettronica, Whatsapp, e il bollettino del Comune, distribuito in formato cartaceo presso la sede comunale, e in altri luoghi ed esercizi pubblici individuati dal Comune.
3. L'attività di rilevazione, ascolto e valutazione della qualità dei servizi è funzionale alla programmazione delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale oltre che di formazione al personale, e alla formulazione di proposte di semplificazione e di miglioramento organizzativo dell'amministrazione.
4. Il Comune di Illasi garantisce sempre alle cittadine e ai cittadini, singoli o associati, il diritto di segnalare spontaneamente, con ogni mezzo e metodo, eventuali disservizi circa i tempi, le procedure e le modalità di erogazione dei servizi, e provvede a fornire risposte in tempi congrui, e comunque entro e non oltre trenta giorni dal ricevimento, laddove non sia diversamente disciplinato con riferimento alla natura del procedimento, ai reclami, e indicazioni sulle azioni correttive avviate.

#### **Articolo 11**

##### **Disposizioni finali**

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente regolamento, si fa riferimento alle norme vigenti in materia.
2. Il presente regolamento sarà pubblicato per 15 giorni all'albo pretorio comunale ed entrerà in vigore il giorno successivo all'ultimo di pubblicazione.