



ISTITUTO COMPRENSIVO “Giovanni Amendola”

Codice Fiscale: 94079320654 - Codice Ministeriale : SAIC8BW00G

Scuola Secondaria di I Grado Sede Centrale : Via Roma 9 - 84087 Sarno (SA) Tel. 081 5136369 - Fax 081 9680957 - C.M. SAMM8BW01L

Scuola Secondaria di I Grado Sede di Lavorate : Via Vecchia Lavorate – 84087 Sarno (SA) – Tel./Fax 081 911002 - C.M. SAMM8BW01L

Scuola dell'Infanzia Plesso Via Ticino C.M. SAAA8BW00B - SAAA8BW01C – Scuola Primaria Plesso Via Ticino C.M. SAAE8BW01N : Via

Ticino - 84087 Sarno (SA) – Tel/Fax 081 943838

e-mail saic8bw00g@istruzione.itpec saic8bw00g@pec.istruzione.it

sito web : www.icamendolasarno.edu.it

Ambito Territoriale 0025



PIANO DI COMUNICAZIONE

A.S. 2018/2019 - 2019/2020

PREMESSA

La comunicazione nelle istituzioni pubbliche e, quindi, anche nella scuola, ha assunto negli ultimi anni un valore strategico fondamentale. Essa, quale attività trasversale, da un lato pervade ed alimenta l'azione amministrativa assicurando trasparenza, imparzialità e parità di accesso alle informazioni, dall'altro diventa uno strumento concreto di gestione della complessità organizzativa.

La scuola, pertanto, attraverso il suo organigramma, deve garantire un'informazione trasparente, esauriente e oggettiva, promuovendo nuove relazioni con gli utenti, al fine di ottimizzare l'efficienza e l'efficacia dei servizi offerti attraverso un adeguato sistema di comunicazione.

Secondo quanto previsto dalla legge 150/2000, il Piano di Comunicazione si pone come uno degli strumenti del Governo che consente di raggiungere i propri obiettivi, i propri pubblici di riferimento, coniugando le strategie e le azioni di comunicazione secondo un disegno organico e razionale. Correlando tra loro queste variabili, esso mette l'Amministrazione pubblica e, quindi, anche la scuola, nelle condizioni di delineare una visione strategica della propria comunicazione e di raggiungere l'obiettivo di veicolare i contenuti prodotti ai destinatari di riferimento (docenti, studenti, famiglie, personale della scuola).

Pertanto, una buona comunicazione diviene uno strumento necessario per la gestione efficiente di un Istituto Scolastico e per la realizzazione di una più larga e proficua partecipazione al progetto educativo dei discenti.

La scuola deve concretizzare, attraverso l'impiego delle nuove tecnologie, un sistema che permette di incrementare la qualità del servizio offerto, l'efficienza organizzativa e il coinvolgimento di tutte le componenti nel processo di miglioramento. È fondamentale che l'istituto scolastico realizzi un sistema comunicativo efficiente che riesca a trasmettere le informazioni in tempo rapido, a coordinare le attività didattiche e a migliorare le relazioni interne al fine di ottenere un ambiente di lavoro cooperativo e stimolante.

Non meno importante è la comunicazione che la scuola rivolge alle famiglie e ai soggetti esterni, con i quali deve rapportarsi ed interagire in maniera collaborativa e costruttiva per realizzare il progetto formativo.

Nella comunità scolastica, la comunicazione può essere definita come un processo di condivisione delle informazioni attraverso l'utilizzazione di un insieme di regole comunemente accettate. Queste regole possono variare a seconda delle circostanze: per esempio, il flusso di informazioni può essere interrotto da pressioni situazionali, le divergenze nelle prospettive di docenti diversi possono interferire con la natura dei significati condivisi e le regole stesse possono essere cambiate da risposte inappropriate.

L'instaurarsi di una buona comunicazione tra le diverse figure coinvolte nel contesto scolastico può:

- + Accrescere la consapevolezza su problemi e soluzioni didattiche;*
- + Potenziare comportamenti individuali o di gruppo;*
- + Mettere in luce le abilità di ciascuno;*
- + Implementare la cooperazione;*
- + Rinforzare i comportamenti e gli atteggiamenti positivi.*

Nel contesto scolastico la comunicazione non è solo un "fare pratica insieme", ma soprattutto un'interazione creativa per il raggiungimento di un fine comune: la crescita dell'allievo e dell'insegnante.

Essa è utile per superare

- + Le logiche del lavoro come mero adempimento,*
- + Le prassi erroneamente consolidate,*
- + La visione dell'organizzazione in settori stagni,*
- + Le resistenze al cambiamento che tuttora contraddistingue molte amministrazioni e molti lavoratori del pubblico impiego.*

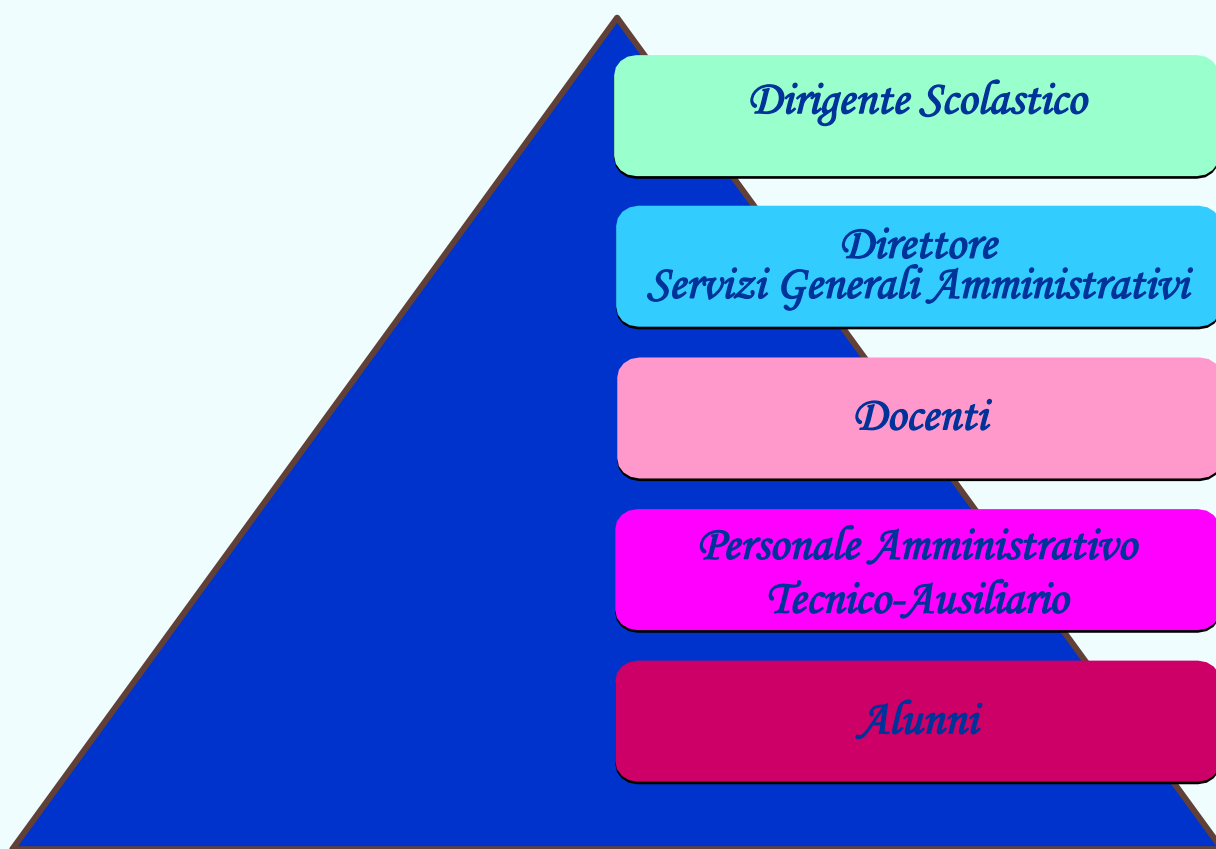
*La comunicazione pubblica, come già accennato sopra, è regolamentata da diversi provvedimenti legislativi, ma il testo fondamentale che regola la materia è la **Legge 7 giugno 2000, n. 150**, che disciplina le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni ed il regolamento attuativo contenuto nella **Direttiva P.C.M. 21 settembre 2000** sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato che, nel delimitare i principi e le norme cui devono attenersi le amministrazioni per il perseguimento degli obiettivi di trasparenza, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, prevede che le pubbliche amministrazioni siano dotate di uno strumento essenziale per migliorare le relazioni con i cittadini, elevando gli standard qualitativi della comunicazione sia interna che esterna.*

Gli strumenti previsti dalla Legge per la comunicazione istituzionale rivolta a cittadini ed imprese prevedono: l'Ufficio stampa, l'Ufficio relazioni con il pubblico (URP) ed "analoghe strutture". Le strutture analoghe previste richiamano i nuovi mezzi di comunicazione messi a disposizione dalla tecnologia: siti web, portali, newsletter.

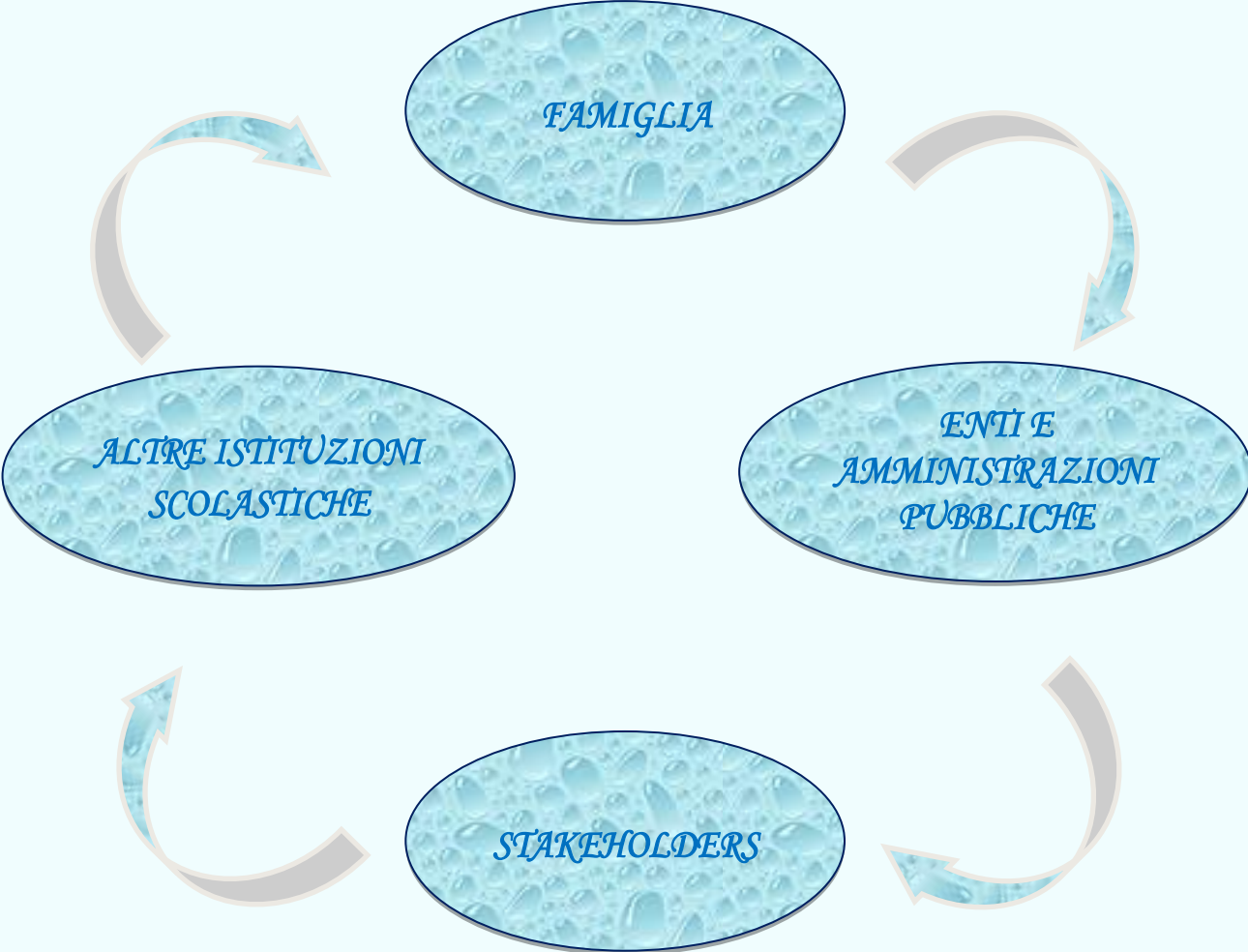
Il Piano di Comunicazione è un provvedimento cruciale dell'ente pubblico che rende chiari, all'intera organizzazione, obiettivi, ruoli e rapporti tra tutti i soggetti interessati.



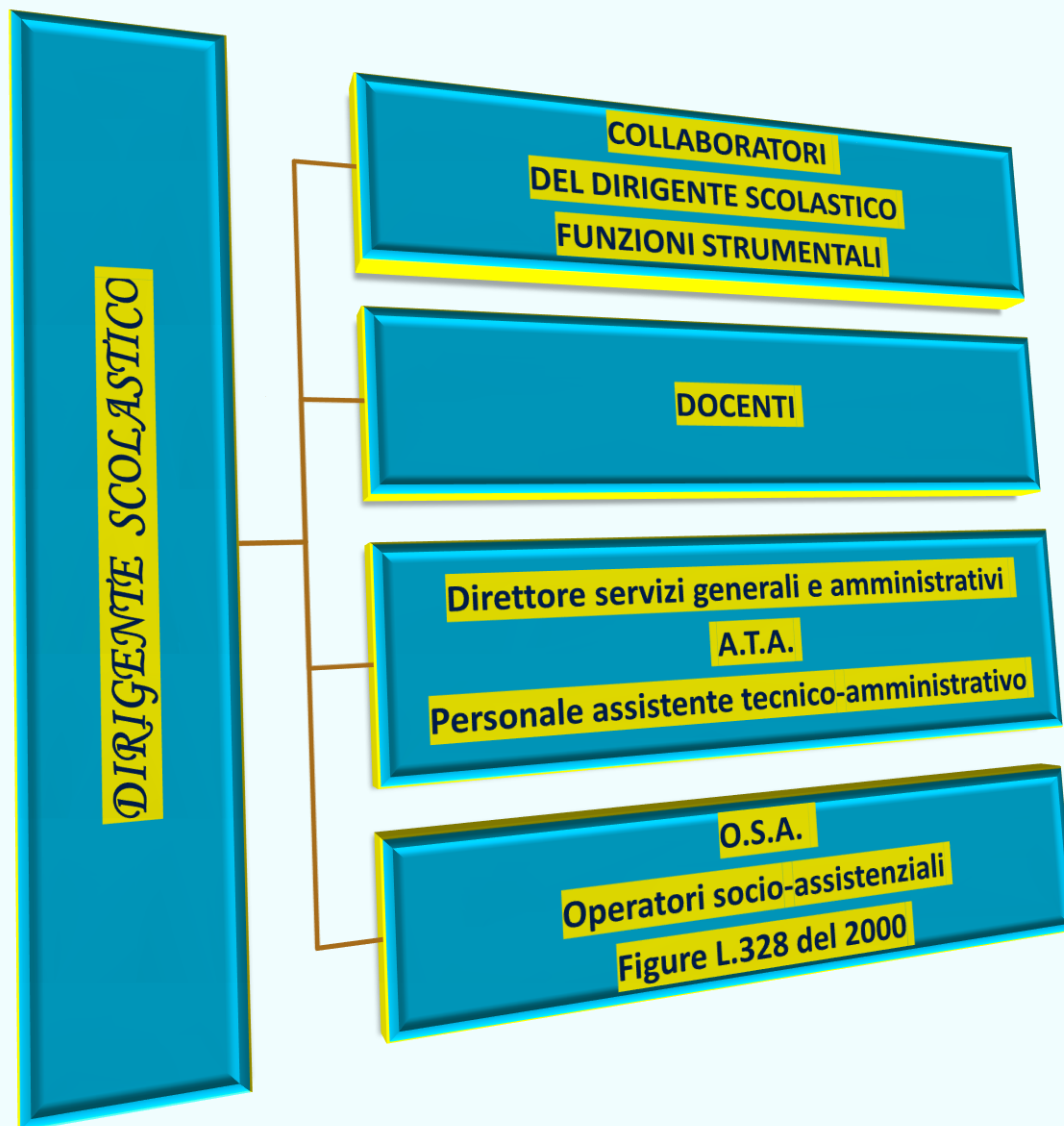
Comunicazione interna



Comunicazione esterna



ORGANIZZAZIONE FIGURE DI SISTEMA



La scuola, in quanto agenzia formativa per eccellenza, ha come macro-obiettivo la formazione dei ragazzi nel confronto con la cultura, con le tecniche di osservazione o di modificazione della realtà, con il confronto delle idee e delle scelte, con la cooperazione su impegni comuni e condivisi. La formazione è un obiettivo importante, poiché influisce sulla vita delle persone, in modo diretto o indiretto, e che non può essere raggiunto individualmente ma necessita di condivisione e collaborazione. La formazione non può scaturire se non da adeguati meccanismi di informazione e comunicazione che mirino a conquistare i soggetti interessati e convincerli della bontà dello scopo da perseguire.

Come la comunicazione può riuscire a dare risposte appropriate? Lo fa soprattutto in virtù del fatto che la scuola è un sistema basato, per sua stessa natura, su una rete di comunicazioni formali e informali tra molteplici protagonisti che stabiliscono relazioni tra di loro (comunicazione interna, volta al raggiungimento di finalità e obiettivi dell'istituzione) e con l'esterno (comunicazione esterna, finalizzata a migliorare la qualità dei servizi offerti e a garantire la partecipazione consapevole alle scelte e alle decisioni).

Ne scaturisce che l'assenza e/o la insufficiente attenzione alle strategie di comunicazione interna ed esterna rischiano di pregiudicare la qualità dell'organizzazione e dei servizi erogati. Nelle istituzioni scolastiche la comunicazione come attività da trasmettere a soggetti/settori specifici, non ha ancora una veste definita e definitiva. Per diverse ragioni:

- 1) Nelle scuole, per esempio, non esistono gli URP né gli uffici stampa. Tuttavia, è soprattutto nella scuola che le relazioni con il pubblico e la diffusione di informazioni/comunicazioni si configurano come trasversali a tutte le attività programmate e svolte.*
- 2) L'organo che al momento è più vicino alle mansioni tradizionali di un comunicatore pubblico è l'**ufficio di segreteria**, in quanto in grado, per sua stessa organizzazione, di gestire, anche se solo limitatamente e spesso in modo sordinato e parziale, i flussi di comunicazione interna ed esterna.*
- 3) Ogni scuola è in genere provvista di una **Carta dei Servizi** e di un **Piano dell'Offerta Formativa**; essi rappresentano alcuni degli strumenti di comunicazione attuabili e, per questo motivo, non del tutto esaustivi né in grado di soddisfare la necessità degli attori della scuola di comunicare all'interno e con l'esterno.*

Il Piano di Comunicazione, dunque, rappresenta l'elemento che congiunge e accomuna tutte le attività di comunicazione, che in esso vengono strategicamente pianificate e programmate.

FINALITA' ED OBIETTIVI DEL PIANO

Il piano della comunicazione si propone di descrivere le responsabilità e le modalità operative che l'Istituto prevede per la gestione dei flussi comunicativi interni ed esterni e per il perseguimento delle finalità e degli obiettivi di seguito elencati:

FINALITA'

- ✚ Assicurare la corretta, sistematica e tempestiva circolazione delle informazioni, sia quelle destinate al personale docente e ATA, studenti e famiglie che ai soggetti esterni (partner di progetto, partner di rete, fornitori, istituzioni, territorio);*
- ✚ Garantire la reperibilità e la massima fruibilità delle informazioni e delle comunicazioni interne ed esterne;*
- ✚ Rendere la comunicazione un fattore strategico che facilita la pianificazione e la realizzazione dei processi attivati;*
- ✚ Promuovere, attraverso una comunicazione efficace e sistematica, la disseminazione sul territorio del progetto educativo in cui si concretizzano la "vision" e la "mission" della scuola;*
- ✚ Attivare canali di ascolto permanenti che rendano la comunicazione un efficace strumento per il miglioramento continuo.*

OBIETTIVI

- ✚ Rafforzare le relazioni esistenti*
- ✚ Raggiungere nuovi territori e nuovi interlocutori*
- ✚ Comunicare i servizi che la scuola offre*
- ✚ Stabilire nuove relazioni esterne*
- ✚ Migliorare la visibilità dei servizi offerti*
- ✚ Riuscire ad attrarre nuovi iscritti*

Il Piano di Comunicazione dell'Istituto Comprensivo Statale "Giovanni Amendola" di Sarno

Situazione iniziale

Cosa conosco della mia scuola? Conosco e ricordo tutti i progetti interni e esterni attivati nella mia scuola? Quanti e quali gruppi di lavoro e commissioni sono presenti? Chi sono le funzioni strumentali? Chi sono i membri del Consiglio d'Istituto e quando si riunisce? Conosco il Piano dell'Offerta Formativa (PTOF)? Che cos'è il Curricolo Verticale? Che cos'è la Carta dei Servizi? Ho letto il Regolamento d'Istituto? Leggo le circolari? Cosa sono i dipartimenti? Cosa sono e a cosa servono il GLH, il GLI, il PEP, il PDP, il BES, il POF, il CDI, il FIS, l'RSPP?

Eppure la Direttiva 77/12/2012 su Inclusività e Bisogni Educativi Speciali è molto chiara ed esplicita l'esigenza di una scuola aperta ed accogliente, non solo per gli alunni e le loro famiglie, ma per il personale interno, il territorio, gli stakeholder (ciascuno dei soggetti direttamente o indirettamente coinvolti nei progetti o nelle attività previste dalla Scuola).

Il modello di scuola cui ci si ispira è, ambiziosamente, europeo ed ha lo scopo di fare del sistema di istruzione italiano un luogo di conoscenza, sviluppo e socializzazione per tutti, mettendo in evidenza gli aspetti inclusivi piuttosto che quelli selettivi, incoraggiando una più stretta interazione tra tutte le componenti della comunità educante.

Da questi presupposti nasce l'idea di un Piano di Comunicazione per l'Istituto Comprensivo Statale "Giovanni Amendola" che non ha, com'è immaginabile, una pretesa di esaustività, ma vuole rappresentare un primo tentativo di raccolta e organizzazione della molteplicità di informazioni esistenti al fine di renderle facilmente accessibili. Una circolazione regolare delle informazioni, incrementa i livelli di comunicazione e, di conseguenza, contribuisce all'edificazione di un clima relazionale più sereno.

La possibilità di rimpiazzare il semplice atto di parlare con quello più complesso di comunicare presuppone una maggiore considerazione all'altro e la verifica costante della efficacia del messaggio trasmesso (è stato recepito/capito/accettato?).

Ciò porta alla graduale scomparsa delle incomprensioni (almeno di parte di esse) che scaturiscono da dispersione, disorganizzazione, superficialità, inadeguatezza dei messaggi e dei loro canali, semplificando il meccanismo di feedback ed innalzando il processo di comunicazione da semplice trasmissione/passaggio di informazioni a strumento per comprendere, mettere in comune, insomma, condividere. La scuola deve essere condivisione, per diventare davvero inclusiva.

Elaborazione del Piano di Comunicazione

La metodica per l'elaborazione di un piano di comunicazione dell'istituzione scolastica deve seguire tutti i passaggi propri dei piani di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni, indicati dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

- 1) ***L'analisi del contesto interno:*** è un'operazione che potrebbe richiedere tempi lunghi, presentare qualche difficoltà; per accedere a dati storici della scuola per un'approfondita conoscenza della realtà e per la quale non sempre è possibile adottare una metodologia di indagine che assicuri l'oggettività del trattamento dei dati.
- 2) ***La definizione degli obiettivi:*** è un passaggio metodologico particolarmente delicato che coinvolge direttamente il Dirigente Scolastico che ha, tra le altre, la responsabilità della scelta delle strategie di gestione dell'istituto.
- 3) ***La scelta degli strumenti*** (tecnologici, cartacei, eventi): si tratta di individuare quelli idonei al raggiungimento degli obiettivi, ma la scelta dipende in larga misura dai fondi che l'istituto ha a disposizione e, quindi, dal piano economico annuale (es. un giornale interno, una bacheca, le newsletter).
- 4) ***I tempi di preparazione e di attuazione del piano:*** sono una variabile dipendente dall'intera organizzazione dell'istituto e solo per consuetudine potrebbero coincidere con l'anno scolastico. È più realistico affermare, invece, che nel momento in cui una scuola si misura con l'elaborazione di un piano di comunicazione, ha bisogno di tempi più lunghi da dedicare alle attività preliminari di analisi e di proposte. Una programmazione adeguata dei tempi, quindi, deve proiettarsi su un biennio per il pieno raggiungimento dei risultati.
- 5) ***La valutazione:*** è forse il passaggio sul quale il personale della scuola ha maggiore esperienza e può utilizzare le competenze acquisite nel tempo nelle attività progettuali.

Contesto Interno

L'analisi SWOT rappresenta uno strumento abbastanza utile per evidenziare cosa ci sia di già esistente nella scuola che possa facilitare o compromettere il conseguimento dell'obiettivo strategico. Essa è una semplice matrice, che, nella pianificazione strategica, è utile alla rilevazione di punti di forza (Strengths) e debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats) di un'organizzazione, in questo caso, scolastica che si prefigga il raggiungimento di un obiettivo. L'analisi riguarderà l'ambiente interno (analizzando punti di forza e debolezza) ed esterno (analizzando minacce ed opportunità) dell'Istituto Comprensivo Statale "Giovanni Amendola" di Sarno.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none">➤ Autonomia scolastica;➤ Presenza degli organi collegiali (in particolare, Collegio Docenti e Consiglio d'Istituto);➤ FS per la Comunicazione;➤ Altre FFSS;➤ Elaborazione annuale del PTOF;➤ Presenza di un Regolamento d'Istituto;➤ Iniziative di collaborazione scuola-famiglie-territorio;➤ Inserimento alunni diversamente abili e stranieri;➤ Esistenza di un curriculum verticale;➤ Presenza di molteplici risorse strutturali (campo sportivo polivalente, campo da pallavolo, spazi aperti, laboratori) e strumentali (impianti luce, audio, proiettori, due sale di informatica, LIM in ogni aula);➤ Alta percentuale di progetti innovativi offerti.	<ul style="list-style-type: none">➤ Insufficiente circolarità delle informazioni;➤ Esiguità delle risorse economiche;➤ Problematiche strutturali delle succursali;➤ Poche riunioni di staff (tra DS, suoi collaboratori e Funzioni Strumentali): <i>Le faccio tutti i giorni anche troppe</i>➤ Carta dei Servizi non revisionata.

<i>Opportunità</i>	<i>Minacce</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Arricchimento del PTOF;</i> ➤ <i>Incremento della progettualità interna ed esterna;</i> ➤ <i>Attività di formazione e aggiornamento dei protagonisti più mirate;</i> ➤ <i>Miglioramento dei servizi amministrativi offerti all'utenza.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Problematicità a concretizzare gli obiettivi operativi a causa dell'esiguità delle risorse disponibili;</i> ➤ <i>Probabile difficoltà di coinvolgimento dei soggetti interessati al raggiungimento degli obiettivi a causa di diffusa e generalizzata demotivazione;</i> ➤ <i>Progressivo assottigliamento delle risorse finanziarie ministeriali.</i>

Obiettivi generali

Per realizzare una buona comunicazione interna ed esterna, sarebbe sufficiente soddisfare i seguenti obiettivi generali che rappresentano lo snodo dell'obiettivo strategico, prima descritto:

- 1) **Favorire un clima interno positivo:** ciò è possibile se le rapporti tra le persone sono caratterizzate dalla fiducia, se gli aspetti formali sono delimitati allo stretto necessario, se la dimensione del controllo gerarchico non prevarica su altre modalità di rapporto, se le tensioni e i conflitti sono gestiti e non ignorati e/o alimentati, se è garantita l'accoglienza dei nuovi arrivati, se le regole da rispettare sono chiare ed eque, se è incoraggiata la dimensione dell'ascolto, se si attuano forme di delega partecipata, ecc.;*
- 2) **Stimolare il cambiamento:** le resistenze verso novità e reali cambiamenti sono un fenomeno comune nelle amministrazioni pubbliche mentre la scuola ha sempre manifestato una forte propensione verso le innovazioni, spesso anticipando le riforme legislative con le sperimentazioni. Possiamo affermare che la scuola italiana di base è in sperimentazione duratura sul fronte della didattica e della necessaria organizzazione dei docenti;*
- 3) **Sostenere la cultura del servizio:** la scuola può presentarsi come una comunità di lavoro al pari di altre amministrazioni pubbliche che erogano servizi. La consapevolezza da parte di tutti, docenti e personale amministrativo, di appartenere ad una comunità che si prefigge fini istituzionali e che dialoga continuamente con l'esterno, orienta le attività della scuola alla cultura del servizio come evoluzione della cultura dell'organizzazione.*
- 4) **Costruire e codificare la comunicazione interna:** organizzare il passaggio delle comunicazioni interne in un'ottica di circolazione delle informazioni, condivisione degli obiettivi che l'organizzazione si pone, di motivazione del personale, ma anche di potenziamento della comunicazione verso l'esterno (per esempio: l'attivazione di un comitato di redazione del sito istituzionale).*
- 5) **Condividere e diffondere le linee organizzative e gli standard** adottati in materia di comunicazione interna, esterna ed online, privilegiando un approccio multi-canale;*
- 6) **Implementare il processo di valutazione e verifica** dell'efficacia ed efficienza della comunicazione, sia rispetto alle singole iniziative sia rispetto all'organizzazione nel suo complesso, superando sensazioni soggettive e verifiche indirette e settoriali;*
- 7) **Diffondere la conoscenza interna ed esterna degli strumenti** di supporto al Piano di Comunicazione (calendario degli eventi, regolamento per le sponsorizzazioni).*

Obiettivi operativi

E per far sì che gli obiettivi generali siano attuabili, di seguito si individuano una serie di obiettivi operativi, suddivisi per area di intervento e articolati in azioni specifiche.

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI SPECIFICHE
<p>Conoscere e approvare il Piano di Comunicazione della Scuola</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ L'attuazione della legge 150/2000 spetta al Dirigente Scolastico. Tale imposizione è dedotta anche dall'art. 10 della "Direttiva sulle attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" del 7.2.2002 emanata dal Ministro per la Funzione Pubblica.¹➤ Al Consiglio di Istituto, nell'approvazione delle spese previste dal Programma Annuale, deve essere ricordato che nella stessa direttiva all'art. 9, si indica la percentuale da impegnare per le spese relative alla comunicazione e informazione.² <p>¹ La dirigenza verrà valutata, ai sensi del D.lgs. del 30 luglio 1999 n.286 e del D.lgs. del 30 marzo 2001 n.165, anche alla luce dell'applicazione della presente direttiva.</p> <p>² Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.</p>
<p>Promuovere l'immagine e la reputazione della scuola con la razionalizzazione dei principali canali di comunicazione e di informazione interna ed esterna;</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Cura dell'immagine coordinata istituzionale e legata agli eventi;➤ Rilancio e razionalizzazione dell'architettura, dei contenuti e dell'immagine dell'attuale sito istituzionale;➤ Ricorso periodico e sistematico ai media esterni (stampa, TV, radio).
<p>Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione agli studenti</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Ideazione di prodotti volti a promuovere l'offerta formativa della scuola;➤ Razionalizzazione dell'architettura, dei contenuti e dell'immagine dell'attuale sito istituzionale;

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Redazione di uno ‘Statuto delle studentesse e degli studenti’ in collaborazione con gli alunni dell’Istituto che contenga i loro diritti/doveri, le norme comportamentali, le opportunità formative e tutto ciò che renda produttiva e costruttiva, in termini di formazione e apprendimento, la loro presenza all’interno dell’istituzione scolastica, che contenga semplici ma condivise norme disciplinari, che contribuisca a prevenire la dispersione scolastica;</i> ➤ <i>Prevenzione del disagio scolastico, in particolare attraverso azioni di integrazione e sostegno degli alunni diversamente abili e degli alunni stranieri;</i> ➤ <i>Revisione del PTOF;</i> ➤ <i>Revisione della Carta dei Servizi;</i> ➤ <i>Adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione;</i>
<p><i>Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione alle famiglie</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Utilizzo di Argo da parte delle famiglie per una veloce e precisa comunicazione con le famiglie e per controllo dell’attività didattica degli alunni in maniera costante e sinergica con la scuola da parte delle famiglie;</i> ➤ <i>Ideazione di prodotti volti a promuovere l’offerta formativa della scuola;</i> ➤ <i>Revisione del ‘Patto scuola-famiglia’;</i> ➤ <i>Calendarizzazione di incontri periodici di informazione, verifica e valutazione plenario Individualizzati;</i> ➤ <i>Progettazione di attività laboratoriali comuni;</i> ➤ <i>Fornire le sedi distaccate dell’istituto della modulistica necessaria (iscrizione, liberatorie, ecc.) o delle informazioni su dove reperirla;</i> ➤ <i>Revisione del PTOF;</i> ➤ <i>Revisione della Carta dei Servizi;</i> ➤ <i>Razionalizzazione dell’architettura, dei contenuti e</i>

	<p>dell'immagine dell'attuale sito istituzionale;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di Comunicazione.
<p>Riorganizzare e razionalizzare la comunicazione ai docenti/dai docenti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ideazione di prodotti volti a promuovere l'offerta formativa della scuola; ➤ Razionalizzazione dell'architettura, dei contenuti e dell'immagine dell'attuale sito istituzionale; ➤ Book completo (in cartaceo o digitale) della modulistica (assenze, permessi brevi, compresenze, liberatorie); ➤ Pubblicazione circolari e comunicazioni sul sito della scuola (attualmente non vengono pubblicate in un area riservata per la lettura e firma on-line, che è obbligatoria) in modo da consentire la visualizzazione da parte del personale amministrativo del report delle firme e della eventuale manifestazione di scelta relativa alla partecipazione a scioperi o assemblee sindacali, e in tutti quei casi in cui la dirigenza deve acquisire le espressioni dei docenti in merito al contenuto delle circolari emanate. Questo aspetto non incentiva la consultazione del sito sia da parte del personale sia da parte di studenti e famiglie; ➤ Riunioni di staff; ➤ Segnalazione tempestiva alla FS Comunicazione di disservizi, presenza di informazioni distorte; ➤ Loro totale assenza; ➤ Revisione del PTOF; ➤ Revisione della Carta dei Servizi; ➤ Adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione;
<p>Migliorare l'interlocuzione con gli stakeholder ((tutti i soggetti, organizzazioni o individui coinvolti</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinare in modo razionale la progettualità esterna; ➤ Razionalizzazione di architettura, contenuti e immagine dell'attuale sito istituzionale; ➤ Programmare iniziative ed eventi di apertura al territorio; ➤ Occuparsi di un'informazione capillare di iniziative/eventi

<p><i>nell'iniziativa)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>in termini di input: ciò che i portatori di interesse esterni possono fare per la scuola (attività di istruzione e formazione, sportive, culturali, di promozione sociale...)</i> - <i>in termini di output: ciò che la scuola 'produce' verso l'esterno come agenzia formativa</i> 	<p><i>dentro e fuori la scuola sfruttando canali istituzionali e non;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Ottimizzare la comunicazione con enti territoriali e nazionali (USP, USR, Comune di Sarno, Provincia di Salerno, Regione Campania, MIUR) al fine di condividere obiettivi e strategie per il loro conseguimento;</i> ➤ <i>Revisione del PTOF;</i> ➤ <i>Revisione della Carta dei Servizi;</i> ➤ <i>Adozione di strumenti per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione.</i>
--	--

Timing

Il Piano di Comunicazione dovrebbe avere una durata annuale, per poter assicurare una revisione continua di obiettivi ed azioni e di un loro adeguato adeguamento alle nuove situazioni. In questo caso specifico, però, essendo il piano proposto in via sperimentale e rappresentando una novità assoluta esso stesso nella nostra scuola e, presumibilmente, in molte (forse tutte) le scuole del territorio, esso avrà una durata triennale, per consentire un graduale ma concreto conseguimento degli obiettivi fondamentali.

La prima annualità sarà spesa, oltre che per alcuni provvedimenti di carattere tecnico-pratico per la comunicazione interna ed esterna (revisione sito internet, eventuale creazione supporti cartacei per la comunicazione, redazione di comunicati stampa, aggiornamento del logotipo della scuola), anche per il monitoraggio degli ambiti con specifici deficit nella comunicazione e per la rilevazione delle cause e delle possibili soluzioni.

La seconda e terza annualità, potrà invece riguardare, in modo più specifico, il raggiungimento degli obiettivi operativi descritti nel Piano di Comunicazione.

INDICATORI DI PROCESSO

Il processo della comunicazione viene monitorato costantemente dalla FFSS comunicazione sotto la supervisione del DS, attraverso l'analisi dei seguenti indicatori:

- ✚ Numero dei reclami provenienti dall'area comunicazioni interne*
- ✚ Numero dei reclami provenienti dall'area comunicazioni esterne*
- ✚ Numero degli accessi al sito web dell'Istituto*
- ✚ Numero di accessi riservati al sito web dell'Istituto (nell'attuale sito web istituzionale si riscontra l'assenza di un'area privata riservata ai soli docenti, in modo che essi possano accedere a risorse riservate che non possono essere rese pubbliche)*
- ✚ Soddisfazione dei portatori di interesse*
- ✚ Numero dei partecipanti agli eventi rivolti all'esterno*
- ✚ Indagine interna mediante la somministrazione di questionari di customer a studenti, famiglie e personale.*

I responsabili della progettazione, dell'erogazione, del monitoraggio e della verifica dei processi comunicativi dell'Istituto sono:

*IL DIRIGENTE
SCOLASTICO*

*È responsabile della comunicazione interna ed esterna.
Gestisce e coordina la comunicazione con le istituzioni.
Favorisce e promuove la comunicazione con il territorio e
coordina il lavoro per la stesura del piano.*

*FUNZIONE
STRUMENTALE
COMUNICAZIONE*

*Promuove la piena realizzazione del piano, lo monitora e propone
le eventuali azioni di miglioramento. Stende il "Piano per la
Comunicazione" come sezione del PTOF d'Istituto. Cura la
gestione dei processi di comunicazione relativi all'area di
intervento secondo le indicazioni del 'Piano.*

IL D.S.G.A.

*È responsabile della pubblicazione di tutte le comunicazioni
all'albo pretorio on line e della archiviazione dei documenti.*

*ASSISTENTI
AMMINISTRATIVI*

*Protocollano e archiviano le comunicazioni in entrata e in uscita,
assicurandone l'accessibilità e la conservazione.*

Destinatari del Piano di Comunicazione

- ❖ *Docenti*
- ❖ *Studenti*
- ❖ *Famiglie*
- ❖ *DS (Dirigente Scolastico)*
- ❖ *DSGA (Direttore Servizi Generali e Amministrativi)*
- ❖ *Personale amministrativo*
- ❖ *Collaboratori scolastici*
- ❖ *Enti (USP,USR, Comune di Sarno)*
- ❖ *Altre agenzie formative*
- ❖ *Stakeholder (tutti i soggetti, organizzazioni o individui coinvolti nell'iniziativa)*

Costi e risorse necessarie

Migliorare la comunicazione nella scuola è un'operazione che non ha costi vivi ma si basa esclusivamente sulla capacità di gestione del Dirigente Scolastico e del suo staff, migliorato da una figura specifica (Funzione Strumentale per la Comunicazione interna ed esterna) che si farà carico, oltre che della stesura, anche del coordinamento e dell'attuazione degli obiettivi del Piano di Comunicazione.