



Sezione 2.3: Piano di Comunicazione 2026 - 2028



Sommario

- 1. Perché un Piano di Comunicazione**
- 2. Finalità del Piano di Comunicazione**
- 3. L'ecosistema dei canali**
- 4. Gli obiettivi della comunicazione**
- 5. Le strutture della comunicazione**
- 6. I principali impegni comunicativi per il triennio 2026-2028**
- 7. La comunicazione di emergenza**
- 8. Monitoraggio e valutazione**



COMUNE DI NAPOLI

PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE 2026 - 2028

1. Perché un Piano di Comunicazione

La comunicazione non deve più essere vista come fine a sé stessa, ma come Salute Informativa, ovvero una delle basi che permettono all'ente di funzionare e generare impatto. Senza una comunicazione efficace, i cittadini non fruiscono dei servizi, riducendo l'efficacia delle performance dell'ente e, di conseguenza, il Valore Pubblico generato.

Il Piano di comunicazione permette a un'organizzazione di integrare obiettivi, strategie, azioni e strumenti secondo un disegno organico e razionale. È uno strumento multifunzionale che fornisce una bussola per orientare gli sforzi comunicativi agendo anche come acceleratore, al fine di migliorare la qualità delle interazioni con cittadini e con gli *stakeholders* nel corso del tempo.

Il Piano consente di avere una visione unitaria della comunicazione, sia interna sia esterna, contribuendo a una coerenza complessiva delle azioni di comunicazione intraprese. Non è solo un documento statico ma una guida in continua evoluzione che ha l'obiettivo di migliorare la qualità delle informazioni, adattandosi alle esigenze dei cittadini e dell'Ente nel corso del tempo.

Il Piano di comunicazione è anche una bussola per gli uffici e il personale interno, perché orienta le attività di comunicazione e facilita un approccio organizzato e mirato. Per tale ragione viene condiviso all'interno dell'organizzazione e reso immediatamente consultabile da tutto il personale, in modo da consentire una conoscenza diffusa delle strategie e delle azioni di comunicazione. In sintesi, possiamo affermare che il Piano di comunicazione si configura come uno strumento chiave per garantire coerenza, efficacia e adattabilità nella gestione delle informazioni e della comunicazione all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

2. Finalità del Piano di Comunicazione

Questo piano di comunicazione descrive le principali attività di informazione e comunicazione del Comune di Napoli per il triennio 2026-2028, con riferimento sia agli indirizzi programmatici dell'Amministrazione sia alle disposizioni normative in tema di trasparenza a cui si intende dare piena attuazione. Riflette l'impegno dell'amministrazione comunale nel rendere la comunicazione istituzionale accessibile, trasparente e partecipata, al fine di costruire un legame più forte con la cittadinanza e rispondere efficacemente alle esigenze della comunità e del territorio. Si prefigge lo scopo di creare una sinergia tra tutti gli attori della macchina comunale, affinché le iniziative e le attività dell'amministrazione siano comunicate nel miglior modo possibile sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione.

3. L'ecosistema dei canali

Canale	Funzione principale	Target prevalente
Sito web istituzionale	Notizie, eventi, procedure amministrative, trasparenza	Tutti
Social media	Engagement, news in tempo reale, multimedia, cultura, promozione del territorio	Cittadini, imprese, turisti, liberi professionisti, associazioni e terzo settore, istituzioni
Messaggistica (WhatsApp/Telegram)	Allerte meteo, scadenze, emergenze, dispositivi di circolazione	Residenti, pendolari, turisti
Ufficio stampa	Comunicati, conferenze stampa, rapporti con i media	Giornalisti, operatori dell'informazione, imprese, liberi professionisti, istituzioni
WebTV	Video, reel, dirette streaming	Cittadini, turisti, giornalisti, operatori dell'informazione
Comunicazione offline e Out of Home	Affissioni, eventi di piazza, ledwall, circuiti di comunicazione dematerializzati, fiere	Fasce digitalmente deboli, pendolari, cittadini, turisti
Comunicazione interna	Intranet, house organ	Dipendenti, amministrazione

Il **sito web** dell'ente, principale strumento di accesso alle informazioni e alle attività dell'amministrazione, fornisce notizie sugli eventi in città e sui servizi offerti destinati alla comunità locale, a chi arriva a Napoli per studio o per lavoro e ai turisti. Il sito istituzionale si configura come hub centrale per la trasparenza, l'erogazione di servizi, le procedure amministrative e le notizie della città.

Per meglio rispondere alle esigenze degli utenti il sito web è stato oggetto di un'attività di riprogettazione grafica e di riorganizzazione dell'architettura delle informazioni, in aderenza alle linee guida AGID per i siti web comunali.

Accanto al sito istituzionale sono attivi i **profili social** del Comune di Napoli su Facebook, Instagram, LinkedIn, X, YouTube e Threads oltre a canali broadcast sulle **app di messaggistica** Telegram e WhatsApp con aggiornamenti su notizie di pubblica utilità. L'obiettivo è la creazione di engagement attraverso uno storytelling istituzionale che valorizzi, attraverso la cultura, l'arte e le tradizioni, il brand Napoli.

Attraverso i social media il Comune di Napoli può condividere informazioni in tempo reale e creare un dialogo costante con la propria comunità di riferimento, rendendo la comunicazione più accessibile e inclusiva. Inoltre, i social offrono la possibilità di raggiungere anche quelle persone che potrebbero non visitare regolarmente il sito web del comune e non riuscire, pertanto, a ottenere aggiornamenti importanti per la vita cittadina.



COMUNE DI NAPOLI

PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE 2026 - 2028

La comunicazione diretta e disintermediata garantita dai social media consente di coinvolgere attivamente i cittadini, rendendoli partecipi delle decisioni e delle attività dell'amministrazione. Attraverso la condivisione di informazioni e il dialogo con gli utenti, il Comune di Napoli punta a rafforzare il senso di appartenenza alla propria comunità e a stabilire un rapporto di fiducia con i cittadini. Grazie alle risposte degli utenti e al costante monitoraggio dei canali social, l'amministrazione può verificare e valutare l'efficacia della propria comunicazione attraverso l'analisi delle interazioni e dei *feedback* ricevuti, mediante l'uso di strumenti di data analytics, insights e sentiment analysis.

In conclusione, la presenza del Comune di Napoli sui social media punta a instaurare un rapporto diretto e disintermediato con i cittadini, permettendo di realizzare una comunicazione bidirezionale e immediata. Questo contribuisce a ridurre la distanza con i cittadini, semplificando il rapporto tra amministrazione e amministrati.

Stampa e Web TV: l'informazione istituzionale multimediale

Nell'ottica di una comunicazione integrata, il Servizio Stampa e Web TV evolve il proprio ruolo da semplice ufficio di relazioni con i media a vera e propria "Content Factory" dell'Ente. La strategia per il triennio 2026-2028 si focalizza sulla produzione di contenuti multimediali proprietari.

1. Ufficio Stampa e relazioni con i media

L'attività prosegue lungo le direttrici della trasparenza e della tempestività, con l'obiettivo di consolidare il rapporto con le testate locali, nazionali e internazionali attraverso:

- Gestione dei flussi informativi: redazione di comunicati stampa, organizzazione di conferenze stampa e realizzazione di interviste col Sindaco e con gli Assessori;
- Media monitoring: monitoraggio costante della rassegna stampa e dei canali d'informazione online;
- Supporto redazionale: fornitura sistematica ai media di kit multimediali (testi, fotonotizie, video-interviste e infografiche) per agevolare la copertura giornalistica delle attività comunali.



COMUNE DI NAPOLI
PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE 2026 - 2028

2. Web TV e produzione video

La Web TV comunale rappresenta il pilastro della comunicazione visiva del Comune. Per il nuovo triennio, l'impegno si concentra su:

- Realizzazione servizi giornalistici e reportage: realizzazione e sviluppo di contenuti multimediali di informazione giornalistica sulle attività e sugli eventi realizzati dall'Amministrazione Comunale e di approfondimenti tematici (reportage) sulle notizie di maggiore rilevanza e impatto per il cittadino;
- Live streaming istituzionale: garanzia della diretta integrale delle sedute del Consiglio Comunale assicurando la massima accessibilità democratica;
- Archivio multimediale: potenziamento dell'archivio storico e corrente per la conservazione della memoria visiva dell'azione amministrativa.

3. Integrazione con l'ecosistema digitale

Il Servizio opera in stretta sinergia con il Servizio Comunicazione istituzionale e Portale web. I contenuti prodotti dalla Web TV e dall'Ufficio Stampa non alimentano solo il sito istituzionale, ma vengono declinati per:

- Canali social: adattamento dei linguaggi per Facebook, Instagram, YouTube, X, Threads e LinkedIn.
- Messaging: diffusione di notizie "flash" tramite i canali ufficiali WhatsApp e Telegram.
- Trasmissione di pillole informative sugli schermi presenti nelle stazioni della metropolitana e alle fermate dei bus.

La comunicazione **OOH (Out-of-Home)** consente di raggiungere i cittadini quando si trovano fuori casa, trasformando l'ambiente fisico in un canale di comunicazione. Per garantire che i messaggi arrivino anche quelle fasce di popolazione con minore o scarso accesso al digitale, il Comune di Napoli utilizza la rete degli impianti di affissione disponibili sull'intero territorio cittadino, sfruttandone gli aspetti di inclusività e di prossimità territoriale, veicolando notizie di pubblica utilità e campagne di comunicazione. Attraverso strumenti di Digital Out-of-Home sono disponibili per finalità istituzionali anche schermi LED dinamici che permettono video e contenuti in tempo reale. Anche il circuito video della linea metropolitana cittadina è utilizzato per la diffusione di servizi, interviste agli organi politici e filmati con finalità istituzionali.

Se il sito istituzionale è il volto dell'ente verso i cittadini, l'**Intranet** è la piattaforma che permette alla macchina comunale di funzionare in modo coordinato. È il luogo dove i dipendenti trovano le notizie di servizio, le circolari e gli atti che hanno una rilevanza organizzativa interna. La Intranet svolge anche



COMUNE DI NAPOLI

PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE 2026 - 2028

un'importante funzione in quanto punto di accesso unico ai software gestionali e ai servizi per il dipendente (protocollo, area personale, rubrica, repository di documenti amministrativi, ecc.). Ulteriore strumento di comunicazione interna (diffuso però anche all'esterno dell'amministrazione) è l'**house organ CittàComune**, un prodotto redazionale, diffuso come e-magazine, col quale vengono divulgate notizie e informazioni sulle principali attività, sugli eventi e sui progetti messi in campo dall'amministrazione comunale.

4. Gli obiettivi della comunicazione

La gestione di un processo comunicativo efficace richiede una pianificazione attenta e una precisa strategia che inizia con l'individuazione degli obiettivi che si intendono raggiungere. Analizzare il contesto e comprendere gli obiettivi strategici dell'organizzazione sono passaggi fondamentali per sviluppare un piano di comunicazione mirato e coerente.

La definizione del target è altrettanto cruciale. Conoscere il pubblico a cui ci si rivolge consente di adattare il messaggio aumentando così la probabilità di successo delle azioni di comunicazione. Ogni segmento di pubblico può avere esigenze e interessi diversi e calibrare le strategie di comunicazione rispetto ai canali utilizzati contribuisce ad amplificarne la diffusione.

In un piano di comunicazione pubblica esistono anche obiettivi funzionali alle politiche della trasparenza e dell'imparzialità che sono proprie del settore pubblico in quanto tale.¹ Ciò può includere leggi, regolamenti e linee guida che stabiliscono le modalità e i principi da seguire nella comunicazione da parte delle istituzioni pubbliche. L'adempimento a tali disposizioni è cruciale per garantire la trasparenza, la correttezza e l'efficacia dell'azione amministrativa che si riverbera nelle strategie di comunicazione istituzionale. Il piano di comunicazione, quindi, si propone di integrare questi due aspetti (indirizzi programmatici dell'amministrazione e disposizioni normative in materia di trasparenza), fornendo una visione chiara degli impegni comunicativi dell'ente, al fine di conseguire i suoi obiettivi nel rispetto delle normative in vigore.

Gli obiettivi strategici dell'amministrazione sono descritti nelle Linee programmatiche di mandato 2025-2027. Ne riepiloghiamo qui i principali elementi in estrema sintesi:²

- **Un'amministrazione più efficiente, transizione digitale:** riorganizzare la macchina amministrativa, attuando politiche di innovazione con

¹ «Il piano di comunicazione delle amministrazioni pubbliche» - Dipartimento della Funzione Pubblica/Formez

² Documento unico di programmazione disponibile all'indirizzo www.comune.napoli.it

interventi tecnologici ad ampio spettro accompagnati da riforme strutturali, per garantire l'erogazione di servizi efficienti e adeguati a supportare strategie di rilancio del territorio.

- **Riequilibrio economico finanziario dell'Ente:** realizzare un sistema di riequilibrio e potenziamento della finanza pubblica per una governance efficace ed efficiente, nel pieno rispetto delle azioni, e relative scadenze, previste nel Patto per Napoli.
- **I giovani, i protagonisti della comunità:** valorizzare il protagonismo dei giovani, promuovendo un sistema territoriale sensibile ai talenti giovanili e ottimizzando i servizi del territorio in un'ottica integrata, al fine di favorire lo sviluppo di nuove forme di prossimità e la collocazione delle giovani generazioni nel mondo del lavoro.
- **Sviluppo del territorio, riqualificazione del tessuto economico e sociale:** fare di Napoli il fulcro economico dell'Europa mediterranea, promuovendo e sostenendo lo sviluppo e la riqualificazione del tessuto economico e sociale cittadino a tutela del lavoro.
- **Un turismo da capitale europea:** riqualificare l'offerta turistica, attraverso sistemi integrati di promozione e di servizi, per rendere Napoli una destinazione di riferimento nel mondo.
- **Risorse da valorizzare: cultura, musica:** valorizzare il patrimonio culturale cittadino, adottando misure adeguate ai singoli progetti di sviluppo e alle realtà territoriali coinvolte.
- **Una mobilità adeguata a una città europea:** promuovere lo sviluppo della mobilità sostenibile e intelligente, con soluzioni vantaggiose per l'ambiente e la città.
- **Riqualificazione delle periferie per una città del futuro:** rigenerare e riqualificare il territorio urbano, per una migliore qualità della vita dei cittadini e per la loro sicurezza.
- **Gestione oculata del patrimonio immobiliare comunale:** garantire un razionale ed efficiente utilizzo del patrimonio immobiliare comunale.
- **Salvaguardia dell'ambiente, transizione ecologica:** promuovere lo sviluppo e l'attuazione di politiche ambientali che preservino l'ambiente, a tutela delle presenti e future generazioni.
- **La cura dell'infanzia e il diritto all'istruzione:** valorizzare l'offerta educativa per garantire la cura dell'infanzia e sostegno all'attività genitoriale.
- **Diritto allo studio, all'istruzione:** la scuola struttura portante del progresso della comunità e della crescita delle generazioni future.

- **Lo sport volano di crescita umana e sociale:** potenziare il ruolo sociale dello sport, fonte di promozione del benessere psicofisico e motore di sviluppo socio – economico.
- **Sicurezza urbana, rispetto delle regole:** attuare una politica di sicurezza urbana integrata, volta alla promozione della legalità.
- **Cimiteri cittadini a tutela del fine vita:** riqualificare i cimiteri cittadini, per restituire dignità ai luoghi di culto dei defunti.
- **Welfare inclusivo e coeso:** realizzare un modello di welfare inclusivo che generi coesione e valore sociale.
- **Contrasto alle disuguaglianze, alle discriminazioni:** contrastare ineguaglianze e diversità, a tutela dei diritti essenziali.
- **Salute bene comune:** attuare un sistema socio sanitario opportunamente conformato e adeguato alle esigenze dei cittadini.

Gli obiettivi di comunicazione e le conseguenti azioni, anche nell'ambito di singoli piani di comunicazione che potranno essere elaborati nel corso dell'anno, dovranno dunque fare sempre riferimento allo scenario generale e agli obiettivi strategici sopra descritti.

La comunicazione avrà il compito di supportare e divulgare le iniziative messe in campo dall'amministrazione per raggiungere gli obiettivi indicati nelle linee programmatiche. Sarà di rilevante importanza il costante aggiornamento del sito web istituzionale dell'ente, la comunicazione alla cittadinanza attraverso i social media e la ricerca di nuove modalità di relazione con i cittadini anche mediante l'uso di sistemi di intelligenza artificiale e chatbot opportunamente addestrati per rispondere alle richieste degli utenti in tempo reale e in ogni momento della giornata.

5. Le strutture della comunicazione

In conformità alla legge 150/2000 di “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*” le attività di informazione si realizzano attraverso il Portavoce e il Servizio Stampa e Web TV mentre quelle di comunicazione attraverso il Servizio Comunicazione istituzionale e Portale web, rivestendo l'Ufficio Relazioni con il Pubblico un ruolo preminente di contatto e supporto al cittadino attraverso la raccolta e la gestione delle richieste di accesso.

Gli uffici di informazione e comunicazione sono divisi tra più strutture apicali, senza un riferimento unico ma con funzioni e compiti distribuiti tra l'**Area Gabinetto del Sindaco** e l'**Area Servizi al Cittadino**. All'interno dell'Area Gabinetto del Sindaco, struttura di supporto alle funzioni di indirizzo e controllo del Primo Cittadino in quanto capo dell'amministrazione comunale e ufficiale di governo, sono incardinati il Servizio Stampa e Web TV e il Servizio Comunicazione istituzionale e Portale web, attraverso i quali si realizzano le attività di informazione e relazione con i media e di comunicazione

interna ed esterna del Comune di Napoli.

L'**Ufficio Relazioni con il Pubblico** trova, invece, la sua collocazione all'interno dell'Area Servizi al Cittadino nel Servizio Protocollo, Urp e Albo pretorio. La scelta organizzativa trova una motivazione considerando quelle che sono le funzioni attribuite all'URP, in modo particolare per quanto concerne l'istruttoria e la gestione delle richieste di accesso (documentale, civico e generalizzato) agli atti e documenti amministrativi dell'ente, presentate dai cittadini ai sensi della Legge 241/90 e dei decreti legislativi 33/2013 e 97/2016.

Il **Portavoce**, come previsto dalla citata Legge 150/2000, è un incarico politico-fiduciario, su nomina del Sindaco e coadiuva il vertice politico nei rapporti di carattere pubblico-istituzionale con gli organi di informazione.

6. I principali impegni comunicativi per il triennio 2026-2028

Nei primi giorni 2026 sono state avviate le procedure per l'attuazione della Misura 1.4.1 PNRR – PA Digitale “Esperienza del Cittadino nei servizi pubblici”, consistente nel restyling del sito web istituzionale adeguato alle Linee Guida AGID allo scopo di migliorare l'efficacia della comunicazione e rispondere meglio ai bisogni della cittadinanza.

Di seguito le principali iniziative di comunicazione previste per ciascun anno del triennio 2026-2028 che includono tanto campagne di nuova realizzazione quanto iniziative già avviate negli anni precedenti e che proseguono a partire dal 2026:

- **Napoli Capitale Europea dello Sport 2026:** cento eventi sportivi, competitivi e non, per oltre 20 discipline, sono i numeri che raccontano la straordinaria sfida di Napoli Capitale Europea dello Sport 2026.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 10 post sui profili social istituzionali e su quelli dedicati all'evento (FB e IG)
Media e informazione	Almeno 5 comunicati stampa
Video	Almeno 5 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 10 manifesti sugli impianti cittadini e video su ledwall del circuito cittadino

- **America's Cup 2027:** la città si prepara ad accogliere un grande evento internazionale ospitando l'evento velico più antico al mondo con Bagnoli protagonista assoluta.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 5 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 5 comunicati stampa
Video	Almeno 5 servizi della WebTV

- **Campagne di comunicazione istituzionali:** l'obiettivo è di comunicare ai cittadini i nuovi servizi digitali attivati dall'amministrazione e realizzare campagne su temi di interesse pubblico.

Obiettivo	KPI
Accountability	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 2 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 10 manifesti sugli impianti cittadini

- **#IoLotto:** io lotto è la campagna del Comune di Napoli contro la violenza sulle donne lanciata nel 2022 che intende tenere sempre alti i riflettori su questo tema e offrire aiuto concreto a chi denuncia, anche con l'invito a rivolgersi al numero nazionale 1522 o ai centri anti violenza del Comune.

Obiettivo	KPI
Educazione e servizio	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 10 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 10 comunicati stampa
Video	Almeno 10 video diffusi sul canale YouTube

- **Giornata della memoria e Giorno del Ricordo:** come ogni anno, in occasione della Giornata della memoria, saranno comunicate le iniziative previste in città.

Obiettivo	KPI
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 1 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 1 comunicato stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Carnevale:** quello tra Napoli e il carnevale è un legame viscerale che affonda le sue radici nella Napoli borbonica. Saranno comunicati gli eventi e le iniziative previsti in città per il Carnevale.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 3 post sui profili social istituzionali e sui profili verticali della Cultura
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Maggio dei monumenti:** Maggio dei Monumenti è il progetto del Comune di Napoli che mira alla promozione dello straordinario patrimonio culturale presente in città. Verranno comunicati tutti gli eventi previsti nell'ambito dell'iniziativa.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 8 post sui profili social istituzionali e sui profili verticali della Cultura
Media e informazione	Almeno 3 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 5 manifesti sugli impianti cittadini

- **Giro d'Italia 2026:** per la quinta volta consecutiva la corsa ciclistica più importante del Paese farà tappa a Napoli, immergendo gli atleti in uno scenario suggestivo e spettacolare.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 4 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 10 manifesti sugli impianti cittadini

- **Giugno Giovani:** per la realizzazione della città del futuro è fondamentale investire sui giovani, in grado di fornire un valido contributo al piano di sviluppo e di ripartenza della città. “Giugno giovani” è il progetto che propone una serie di eventi in città che la renderanno scenario della vivacità espressiva dei giovani napoletani.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 2 post sui profili social istituzionali e sui profili verticali dell'Assessorato ai Giovani
Media e informazione	Almeno 1 comunicato stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Napoli Città della Musica:** il progetto punta alla valorizzazione culturale e artistica del territorio per una città attrattiva e con un ruolo sempre più centrale nella scena musicale nazionale e internazionale.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 3 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 1 comunicato stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Estate a Napoli:** come ogni anno, il Comune di Napoli comunicherà tutte le iniziative nell'ambito del programma "Estate a Napoli" con l'obiettivo di fornire a cittadini e turisti una rassegna degli eventi che si terranno in città in estate.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 4 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Festa dei Gigli di Barra:** si rinnova l'appuntamento con la Festa dei Gigli, diventata ormai festa di tutta la città che unisce tradizione, fede, territorio e legame identitario in uno dei quartieri più rappresentativi dell'anima di Napoli.

Obiettivo	KPI
Identità e immagine	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 6 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 10 manifesti sugli impianti cittadini

- **Festa di San Gennaro:** il miracolo di San Gennaro è uno dei momenti religiosi più sentiti della Città di Napoli. Per tale ragione l'amministrazione comunica, ogni anno, gli eventi previsti in occasione della cerimonia.

Obiettivo	KPI
Comunicazione di servizio	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 1 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 1 comunicato stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Quattro Giornate di Napoli:** celebrazioni per le Quattro Giornate di Napoli che commemorano il coraggio e l'eroismo dell'insurrezione popolare che, nel settembre del 1943, portò alla liberazione della città dall'occupazione nazi-fascista.

Obiettivo	KPI
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 1 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 1 comunicato stampa
Video	Almeno 1 servizio della WebTV

- **Natale a Napoli:** in occasione del Natale, la città di Napoli, si arricchisce di eventi ed iniziative volte a celebrare la natività. Il Comune di Napoli organizza e promuove eventi, concerti, rassegne ed eventi di beneficenza.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 4 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 2 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV

- **Capodanno:** la festa di Capodanno a Napoli è un'esperienza unica, caratterizzata da celebrazioni pubbliche, eventi artistici e concerti nelle principali piazze. Gli eventi, distribuiti su ben 4 giorni, variano e si arricchiscono di anno in anno e saranno comunicati attraverso i principali canali di comunicazione.

Obiettivo	KPI
Awareness	Pagina informativa sul sito istituzionale
Engagement e comunicazione digitale	Almeno 8 post sui profili social istituzionali
Media e informazione	Almeno 3 comunicati stampa
Video	Almeno 2 servizi della WebTV
Out of home	Affissione di almeno 10 manifesti sugli impianti cittadini

7. La comunicazione di emergenza

La comunicazione in situazioni di emergenza legata, ad esempio, a eventi naturali (meteo avverso, terremoti, alluvioni, ecc.) richiede una gestione attenta essendo, per sua natura, particolarmente delicata.

Oggi, in situazioni di emergenza, il Comune di Napoli attiva una collaborazione con la protezione civile e, in generale, con tutti gli organi deputati alla gestione della situazione di crisi. Il coordinamento consente di generare messaggi univoci per la cittadinanza. In situazioni di emergenza è importante comunicare con ogni strumento disponibile, al fine di raggiungere il maggior numero di persone possibile. Per esempio, in caso degli **avvisi di allerta meteo provenienti dalla Protezione Civile regionale**, sono tempestivamente attivati il sito web istituzionale e i canali social, nonché le app di messaggistica **Whatsapp e Telegram**.

La corretta gestione di un'emergenza passa anche dalla fase di prevenzione; è per questo motivo che l'amministrazione comunica costantemente le buone prassi da seguire in caso di emergenza con i comportamenti da tenere e le norme da rispettare sia con informazioni disponibili sui canali digital dell'Ente sia con eventi sul territorio e nelle scuole che vedono la Protezione Civile comunale protagonista delle attività divulgative.

Un esempio di comunicazione preventiva di emergenza è rappresentato dal rischio sismico dovuto al **fenomeno bradisismico**. Il territorio partenopeo



COMUNE DI NAPOLI
PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE 2026 - 2028

presenta delle criticità sul fronte della sicurezza che sono insite nella morfologia del territorio. Ci riferiamo, in particolare, all'area flegrea interessata dal fenomeno del bradisismo e che tocca in parte anche la città di Napoli. A tal fine è previsto un potenziamento e un'armonizzazione dei siti web istituzionali con il coordinamento della Protezione Civile della Regione Campania e il Dipartimento di Protezione Civile.

8. Monitoraggio e valutazione

Il monitoraggio del Piano di Comunicazione 2026-2028 si inserisce nel Ciclo della Performance dell'ente contribuendo in modo strutturale alla redazione del Report Integrato.

Coerentemente con gli obiettivi strategici e gestionali definiti dal DUP e con gli obiettivi specifici con i relativi indicatori, come definiti dal Piano triennale degli Obiettivi, sono previste azioni di verifica e controllo delle attività di comunicazione e informazione. Il monitoraggio periodico semestrale analizza l'avanzamento delle azioni di "Salute Informativa", verificando eventuali scostamenti tra i target previsti e i risultati raggiunti sui canali attivati dall'Amministrazione.

Eventuali scostamenti significativi saranno analizzati per attivare misure correttive o di ri-pianificazione per il ciclo successivo, assicurando che le attività di informazione e comunicazione restino strumenti dinamici, efficaci e funzionali alla creazione e alla protezione del Valore Pubblico Territoriale.