

PIANO DI COMUNICAZIONE 2026-2028



STRUTTURA SEMPLICE
COMUNICAZIONE
ISTITUZIONALE



PREMESSA	3
ANALISI DELLO SCENARIO	5
• Il contesto generale e ambientale	5
• L'organizzazione di Arpa Piemonte	7
LA COMUNICAZIONE IN ARPA PIEMONTE	9
• Il posizionamento comunicativo dell'Agenzia	10
◦ Le quattro dimensioni della comunicazione ambientale	10
◦ I principali attori della comunicazione ambientale	11
◦ Rischi e sfide	11
• La strategia comunicativa dell'Agenzia	13
• La comunicazione esterna	13
◦ Il sito internet	14
◦ I canali social media	14
◦ Le applicazioni mobili (App)	15
• La comunicazione in emergenza	16
• La comunicazione interna	16
• Il punto di partenza per guardare al futuro	17
◦ Sito Istituzionale	17
◦ Canali social media	18
◦ Applicazioni mobili (App)	18
◦ Ufficio relazioni con il pubblico (URP)	19
◦ Eventi	19
◦ Intranet	20
LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PER IL PROSSIMO TRIENNIO 2026-2028	21
• Comunicazione esterna	21
◦ Il sito internet	21
◦ Comunicazione social	22
◦ Le app	24
◦ Gli eventi	24
◦ Bilancio sociale	27
◦ URP	27
• Comunicazione nelle emergenze	28
• Comunicazione interna	29
◦ Intranet	29



PREMESSA

Il Piano di comunicazione di Arpa Piemonte è uno strumento strategico per governare in modo efficace e consapevole i processi comunicativi dell'Agenzia, in coerenza con quanto previsto dalla [legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"](#) e dalla [direttiva del 7 febbraio 2002](#) (nota come "Direttiva Frattini").

La missione di Arpa Piemonte è [tutelare l'ambiente attraverso il monitoraggio, il controllo, la ricerca e la diffusione di dati e conoscenze scientifiche sull'ambiente](#). In questo contesto, la comunicazione pubblica rappresenta una leva fondamentale per valorizzare il ruolo istituzionale dell'Agenzia, rafforzare il dialogo con i cittadini, le istituzioni e gli altri stakeholder, e per promuovere comportamenti consapevoli e responsabili nei confronti dell'ambiente.

In uno scenario informativo sempre più complesso e frammentato, caratterizzato dalla presenza di molteplici canali e fonti – tradizionali e digitali – l'Agenzia ha la necessità di dotarsi di una strategia comunicativa solida, coerente, trasparente e integrata. In particolare, in un'epoca in cui l'eccesso di informazione può generare disorientamento e disinformazione, diventa cruciale non solo [informare](#), ma anche [comunicare](#) offrendo contenuti chiari, affidabili e accessibili, capaci di costruire ascolto, relazioni di fiducia e di attivare una partecipazione consapevole.

Il Piano di comunicazione consente di definire obiettivi specifici, misurabili e coerenti con la missione istituzionale dell'Agenzia. È un documento operativo e dinamico, che si inserisce nel più ampio quadro strategico del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente (SNPA), e che tiene conto, altresì, degli indirizzi e delle linee guida nazionali in materia di trasformazione digitale e comunicazione pubblica, come il Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione e le Linee guida di design per i siti internet e i servizi digitali della PA.

Per Arpa Piemonte, comunicare bene significa anche rafforzare la propria identità istituzionale, promuovere la cultura ambientale, contrastare la disinformazione e contribuire alla costruzione di una società più informata, partecipe e resiliente.

Questo piano di comunicazione fa riferimento anche al [piano di comunicazione SNPA 2025-2027 pubblicato nel luglio 2025](#) che ha questa identità e caratteristiche distintive:

- il Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente è la fonte ufficiale in Italia per la conoscenza in materia ambientale. Una delle sue missioni è uniformare le procedure tecniche su tutto il territorio nazionale, per attuare il principio costituzionale dei livelli essenziali delle prestazioni concernenti i diritti civili e sociali;
- rispetto ad altre realtà scientifiche e associative che parlano di ambiente, ha una speciale legittimazione che gli è conferita dalla normativa e in più, essendo emanazione delle principali istituzioni poste a cura degli interessi pubblici (Stato, Regioni), è chiamato a esprimere un punto di vista imparziale;

- la comunicazione del Snpa può già contare su un bacino consolidato di destinatari, sia a livello territoriale che a livello nazionale. Questa platea è caratterizzata prevalentemente da un interesse professionale per i temi dell'ambiente, sebbene l'identità del sistema composto da Ispra e dalle Arpa/Appa cominci a essere riconosciuta anche sui media più generalisti e di riflesso dalla generalità della popolazione.

Il Piano di comunicazione è anche parte integrante e coordinato con gli obiettivi presenti nel PIAO- Piano Integrato delle Attività e Organizzazione redatto dall'Agenzia, ai sensi dell'art. 6 del decreto legge 9 giugno 2021 n. 80, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2021, n. 113 che prevede che le pubbliche amministrazioni con più di cinquanta dipendenti, con esclusione delle scuole di ogni ordine e grado e delle istituzioni educative, lo adottino entro il 31 gennaio di ogni anno.

Le attività di comunicazione dell'Agenzia sono parte integrante altresì degli Obiettivi di Valore Pubblico che Arpa ogni anno persegue.



ANALISI DELLO SCENARIO

Il contesto generale e ambientale

Per la definizione delle strategie e delle priorità comunicative è fondamentale partire dal [contesto territoriale e ambientale piemontese](#).

Il Piemonte è una delle regioni più estese d'Italia (oltre 25.000 km²), caratterizzata da una notevole eterogeneità geografica e ambientale: dalle vette alpine del nord e dell'ovest alle pianure fluviali centrali, dalle colline vitivinicole delle Langhe e del Monferrato ai grandi centri urbani come Torino, Novara, Alessandria e Cuneo. Questa varietà si riflette in una pluralità di pressioni ambientali e criticità: qualità dell'aria, consumo di suolo, gestione della risorsa idrica, rischio idrogeologico, neve e valanghe, impatti del cambiamento climatico, rischi industriali e tutela della biodiversità. Non dimenticando l'amianto con il SIN di Casale Monferrato tristemente conosciuto in tutto il mondo per lo stabilimento Eternit che risiedeva in questo comune.

In tale scenario, Arpa Piemonte svolge un ruolo centrale nel fornire supporto tecnico-scientifico alle politiche ambientali regionali, garantendo attività di [monitoraggio](#), [valutazione ambientale](#), [vigilanza](#), [controllo e divulgazione](#). Le attività dell'Agenzia producono una mole significativa di informazioni che, in quanto bene pubblico, devono essere rese accessibili, comprensibili e contestualizzate. L'efficacia della comunicazione risiede nella capacità di trasformare il dato in conoscenza utile per le amministrazioni per creare politiche ambientali, per i media e per i cittadini.

Per quanto riguarda il contesto [ambientale](#) della regione, nella Relazione sullo Stato dell'Ambiente uscito nel giugno 2025, con i dati del 2024, il Piemonte si trova oggi a vivere una fase complessa dal punto di vista ambientale, caratterizzata da segnali incoraggianti ma anche da criticità persistenti che richiedono interventi strutturali.

Aria

Negli ultimi anni si è registrata una riduzione storica delle concentrazioni di polveri sottili, con livelli di PM10 e PM2,5 ai minimi delle serie storiche. Anche il biossido di azoto mostra un miglioramento, pur rimanendo critico in alcune aree ad alto traffico, in particolare nella città di Torino. Diverso il discorso per l'ozono, che nonostante un trend in calo continua a superare i valori obiettivo di protezione della salute su gran parte del territorio regionale. Per affrontare questi nodi, la Regione ha approvato un nuovo Piano per la Qualità dell'Aria, che mira a ridurre le emissioni attraverso interventi su trasporti, riscaldamento domestico e comparto industriale, con un'attenzione particolare al rinnovo del parco mezzi del trasporto pubblico locale.

Clima

Accanto alla questione dell'aria, il rapporto mette in luce l'impatto del cambiamento climatico. Il 2024 è stato il quarto anno più caldo dal 1958, con temperature superiori di oltre un grado rispetto alla media climatica, e al tempo stesso uno dei più piovosi, con precipitazioni maggiori del 45% rispetto alla norma.

Questo ha reso il 2024 l'anno più caldo e umido dell'intera serie storica, segnalando uno squilibrio che aumenta il rischio di fenomeni estremi: alluvioni, frane, ma anche ondate di calore che mettono a dura prova la salute delle persone. Non a caso Arpa ha sviluppato nuove zonizzazioni climatiche delle aree urbane, per monitorare le isole di calore, e ha aggiornato i sistemi di allerta per la popolazione in caso di picchi termici.

Acqua e Territorio

Un altro fronte critico riguarda i suoli e le aree contaminate. In Piemonte sono stati censiti oltre duemila siti, di cui quasi la metà concentrati nell'area metropolitana torinese. Le cause principali derivano da attività industriali, gestioni improprie di rifiuti o eventi accidentali, e le sostanze più diffuse sono metalli pesanti e inquinanti organici, che in alcuni casi hanno raggiunto le falde sotterranee. Le bonifiche sono in corso, anche grazie ai fondi del PNRR destinati ai cosiddetti "siti orfani", ma la mole di lavoro resta ingente e di lungo periodo. A questo si aggiunge la presenza diffusa di coperture in amianto, quasi 70.000 in tutta la regione, concentrate soprattutto nelle province di Torino e Alessandria, retaggio di un passato industriale che ancora oggi condiziona la salute ambientale. In sintesi, il Piemonte si muove in un contesto in chiaroscuro: da un lato si registrano progressi tangibili nella qualità dell'aria e strumenti innovativi per affrontare il cambiamento climatico; dall'altro rimangono pesanti le eredità industriali, la sfida della gestione dei rifiuti e le pressioni generate dall'aumento delle temperature e dagli eventi meteo estremi. Le politiche ambientali messe in campo indicano la direzione di una maggiore resilienza del territorio, ma il percorso è ancora lungo e richiede il coinvolgimento attivo di istituzioni, imprese e cittadini.

Il Piano di comunicazione rappresenta l'occasione per ordinare, potenziare e rendere coerenti le azioni comunicative di Arpa Piemonte, anche in funzione degli obiettivi dell'Agenzia e delle caratteristiche del contesto territoriale e ambientale in cui essa opera. Le attività di comunicazione devono avere diversi obiettivi complementari. In primo luogo, è necessario che contribuiscano a promuovere una maggiore consapevolezza ambientale, aiutando cittadini e comunità a comprendere i problemi e le sfide che il territorio sta affrontando. Allo stesso tempo, la comunicazione deve facilitare il dialogo tra istituzioni, tecnici e società civile, creando spazi di confronto chiari e inclusivi. Un altro aspetto fondamentale è il sostegno al coinvolgimento attivo dei cittadini, affinché possano sentirsi parte attiva nei processi decisionali e nelle azioni di tutela dell'ambiente. Per raggiungere questi traguardi è importante utilizzare strumenti innovativi e linguaggi accessibili, capaci di parlare a pubblici diversi e di stimolare una partecipazione più ampia ed efficace.



L'organizzazione di Arpa Piemonte

L'organizzazione di Arpa Piemonte è funzionale alla attuazione delle finalità e dei compiti istituzionali dell'Ente ed è orientata al perseguimento del ruolo dell'Agenzia quale punto di riferimento sulla conoscenza ambientale per Amministrazioni ed Enti, per la Collettività e per il Cittadino.

L'organizzazione di Arpa è fondata sulle seguenti funzioni principali e orientata alla loro massima integrazione:

- funzioni di direzione generale e di gestione complessiva;
- funzioni di supporto e monitoraggio alle politiche istituzionali in materia ambientale, di produzione di informazione ambientale, di prevenzione e protezione ambientale e previsione dei rischi naturali;
- funzioni di monitoraggio, ispezione, vigilanza e controllo;
- funzioni strumentali di laboratorio;
- funzioni di supporto trasversale.

La dimensione di governo è prerogativa della Direzione Generale composta da:

- **DIRETTORE GENERALE**
- **DIRETTORE AMMINISTRATIVO**
- **DIRETTORE TECNICO**

e coadiuvata da alcune FUNZIONI DI STAFF tra cui la comunicazione istituzionale.

Il modello organizzativo prevede poi una distribuzione delle responsabilità secondo criteri geografici e di prodotto; si distinguono pertanto:

- **DIPARTIMENTI TERRITORIALI**

articolazione territoriale dell'Agenzia per la realizzazione delle attività istituzionali e costituiscono il riferimento territoriale per Enti, Amministrazioni e Cittadini. Effettuano tutte le attività di controllo, monitoraggio e promozione ambientale nella provincia di riferimento ai fini della prevenzione, riduzione o eliminazione dell'inquinamento; sono compartecipi delle attività svolte sul proprio territorio dalle Strutture specialistiche dell'Agenzia attraverso adeguati meccanismi di interazione; attuano l'assistenza tecnico-scientifica agli Enti ed Amministrazioni di riferimento; assicurano la raccolta, organizzazione e messa a disposizione dei dati ambientali nell'ambito del Sistema informativo dell'Agenzia.

- **DIPARTIMENTI TEMATICI**

strutture organizzative specializzate su specifici temi o funzioni e su questi costituiscono riferimento regionale:

- Dipartimento Rischi fisici e tecnologici
realizza processi correlati alla valutazione degli effetti ambientali e del rischio indotti dalle attività produttive, al corretto impiego dell'energia; alla previsione e prevenzione del rischio connesso alle radiazioni ionizzanti e non ionizzanti, mediante attività di monitoraggio, sorveglianza, gestione delle informazioni e supporto tecnico agli enti. Realizza inoltre processi relativi alle valutazioni sull'amianto.

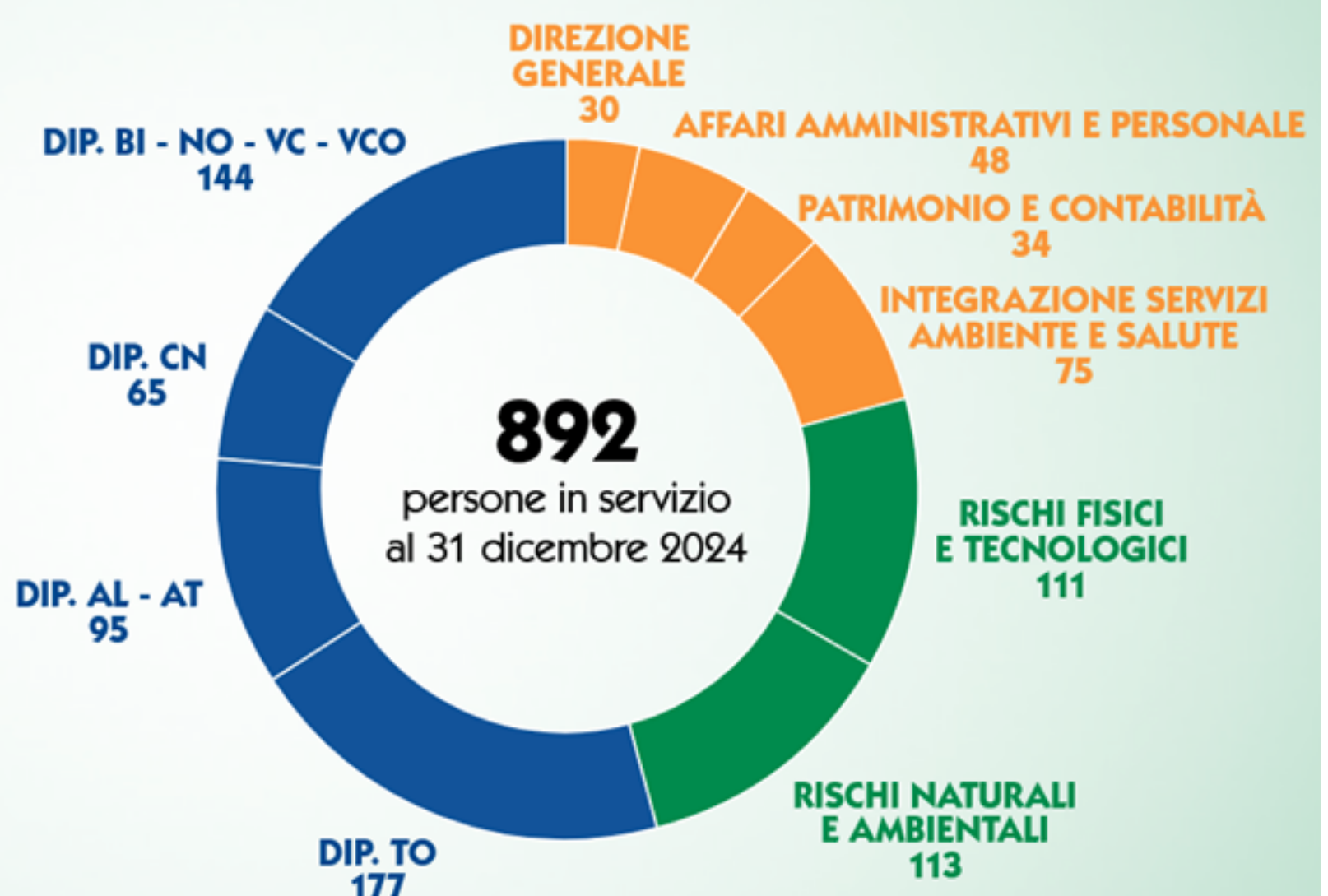
- Dipartimento Rischi naturali e ambientali
realizza processi correlati al rilievo sistematico, organizzazione e diffusione delle grandezze relative agli elementi dell'ambiente fisico atmosferico e del clima del Piemonte, nonché nel campo della geologia e del dissesto, della qualità dell'aria e della qualità delle acque superficiali e sotterranee, finalizzati alla previsione dei rischi naturali e alla previsione e prevenzione dei rischi ambientali nonché alla valutazione dello stato quali-quantitativo della risorsa idrica. Realizza altresì processi correlati alla valutazione e all'accompagnamento ambientale dei progetti di grandi opere e realizza processi inerenti alla conservazione della biodiversità, lo sviluppo di piani operativi nell'ambito di procedure di VAS.
- Dipartimento Integrazione servizi Ambiente e Salute
realizza processi finalizzati all'innovazione ed alla standardizzazione dei servizi e delle tecnologie utilizzate in Agenzia, promuovendo lo svolgimento uniforme ed omogeneo delle attività di controllo delle strutture territoriali e della rete laboratoristica. Organizza e gestisce la transizione digitale, l'informazione ambientale e l'educazione alla sostenibilità ambientale. Realizza altresì processi correlati a valutazioni nel campo delle analisi biologiche, della virologia ambientale e delle indagini epidemiologiche ambientali secondo un approccio One Health.

• DIPARTIMENTI AMMINISTRATIVI

svolgono funzioni di supporto alle attività tecnico-scientifiche anche operando in stretta sinergia e raccordo con il personale e le funzioni amministrative svolte a livello decentrato secondo processi di riparto di competenze improntati al criterio di sussidiarietà nel rispetto dell'unitarietà dell'azione amministrativa.

Il numero totale delle persone (892 unità), collocate nelle diverse strutture organizzative dell'Agenzia, può essere suddiviso in base alle **funzioni della struttura di appartenenza** secondo tre diverse tipologie:

- funzioni tecniche specializzate su **base territoriale** (54% del personale)
- funzioni tecniche specializzate su **particolari tematiche ambientali** (25% del personale)
- funzioni trasversali di **direzione, indirizzo e coordinamento e amministrative** (21% del personale)



LA COMUNICAZIONE IN ARPA PIEMONTE

Nell'ambito delle proprie funzioni istituzionali, Arpa Piemonte considera la comunicazione un elemento strategico e trasversale dell'attività amministrativa e tecnico-scientifica. Promuovere la conoscenza delle attività di monitoraggio, controllo e ricerca ambientale che l'Agenzia svolge quotidianamente sul territorio regionale non rappresenta solo un obbligo di trasparenza, ma come sottolineato è anche un'opportunità per accrescere il coinvolgimento consapevole dei diversi pubblici e per rafforzare il senso di appartenenza interno all'organizzazione.

Il [Regolamento di Arpa Piemonte, adottato con D.D.G. del 19 gennaio 2024](#) e in vigore da giugno 2024, inserisce la Comunicazione Istituzionale fra le funzioni di Staff della Direzione Generale e precisa:

- “1) il coordinamento e la gestione della comunicazione istituzionale dell'Agenzia avviene secondo modalità coerenti con la Legge 7 giugno 2000 n. 150 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni”.
- 2) Per l'assolvimento dei compiti di cui al comma precedente la Direzione Generale si avvale della Struttura Semplice “Comunicazione istituzionale”, posta in posizione di staff, e di cui al successivo art. 34 ter.
- 3) La gestione delle relazioni con i Cittadini singoli e associati avviene per il tramite dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico di Arpa Piemonte.
- 4) L'organizzazione e il funzionamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico di Arpa Piemonte sono definiti nell'ambito di specifico regolamento.”

Come specificato nel Regolamento di organizzazione, le funzioni di comunicazione, coordinate in sinergia con la Direzione generale, garantiscono un presidio continuo delle attività informative e un miglior raccordo tra le strutture interne. Tale assetto consente una gestione coerente e integrata delle azioni comunicative, sia in ambito istituzionale sia tecnico.

Il Piano di comunicazione è lo strumento attraverso cui l'Agenzia definisce le proprie scelte comunicative, sia verso l'esterno – cittadini, istituzioni, stakeholder, media – sia verso l'interno, contribuendo nel primo caso a costruire un'identità istituzionale solida, autorevole e riconoscibile e, nel secondo, a rafforzare il senso di appartenenza e la condivisione di informazioni funzionali/operative/organizzative/gestionali. In un contesto sociale e ambientale in continua evoluzione, la comunicazione deve assumere un ruolo sempre più proattivo e integrato, capace di supportare i processi decisionali, orientare i comportamenti collettivi e generare fiducia.



Il posizionamento comunicativo dell'Agenzia

Arpa Piemonte svolge un ruolo tecnico-scientifico centrale nel sistema regionale e fa parte del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente (SNPA) insieme alle altre Agenzie presenti in Italia, anche del sistema nazionale di tutela ambientale. In questo contesto non si limita alla diffusione delle informazioni ambientali, ma comprende anche dinamiche di convergenza e collaborazione con altri attori della comunicazione, con l'obiettivo di garantire un'informazione corretta, tempestiva e di qualità per tutti i cittadini. Un esempio sono le convenzioni e collaborazioni con Legambiente Piemonte e Valle d'Aosta, con il Politecnico di Torino o con l'UPO – Università del Piemonte Orientale.

Le quattro dimensioni della comunicazione ambientale

Per analizzare il panorama dell'informazione in ambito ambientale, è utile distinguere quattro tipologie principali di comunicazione:

1. Comunicazione tecnico-scientifica

fornisce un quadro oggettivo e aggiornato dello stato dell'ambiente in Piemonte, basandosi su monitoraggi e controlli svolti dal personale tecnico esperto dell'Agenzia. Oltre a informare i cittadini, costituisce una risorsa fondamentale per altri operatori e istituzioni politiche. Si concretizza attraverso rapporti ambientali, banche dati, pubblicazioni scientifiche, articoli, schede tecniche e indicatori.

2. Educazione alla sostenibilità

ha una funzione formativa, orientata alla crescita della consapevolezza collettiva e alla promozione di stili di vita sostenibili. Si avvale di strumenti come incontri pubblici, eventi formativi, materiali didattici e campagne educative rivolte in particolare alle scuole e alla cittadinanza attiva.

3. Comunicazione di crisi o emergenza

si attiva in occasione di eventi naturali e antropici che possono rappresentare un rischio per l'ambiente e i cittadini. Fanno parte di questa comunicazione le allerte meteo-idrologiche e gli incidenti antropici che colpiscono il Piemonte. Si forniscono informazioni tempestive e attendibili sul livello di allerta e su quanto l'Agenzia fa in campo tramite le notizie sul sito internet, comunicati stampa, interviste, app e post sui social.

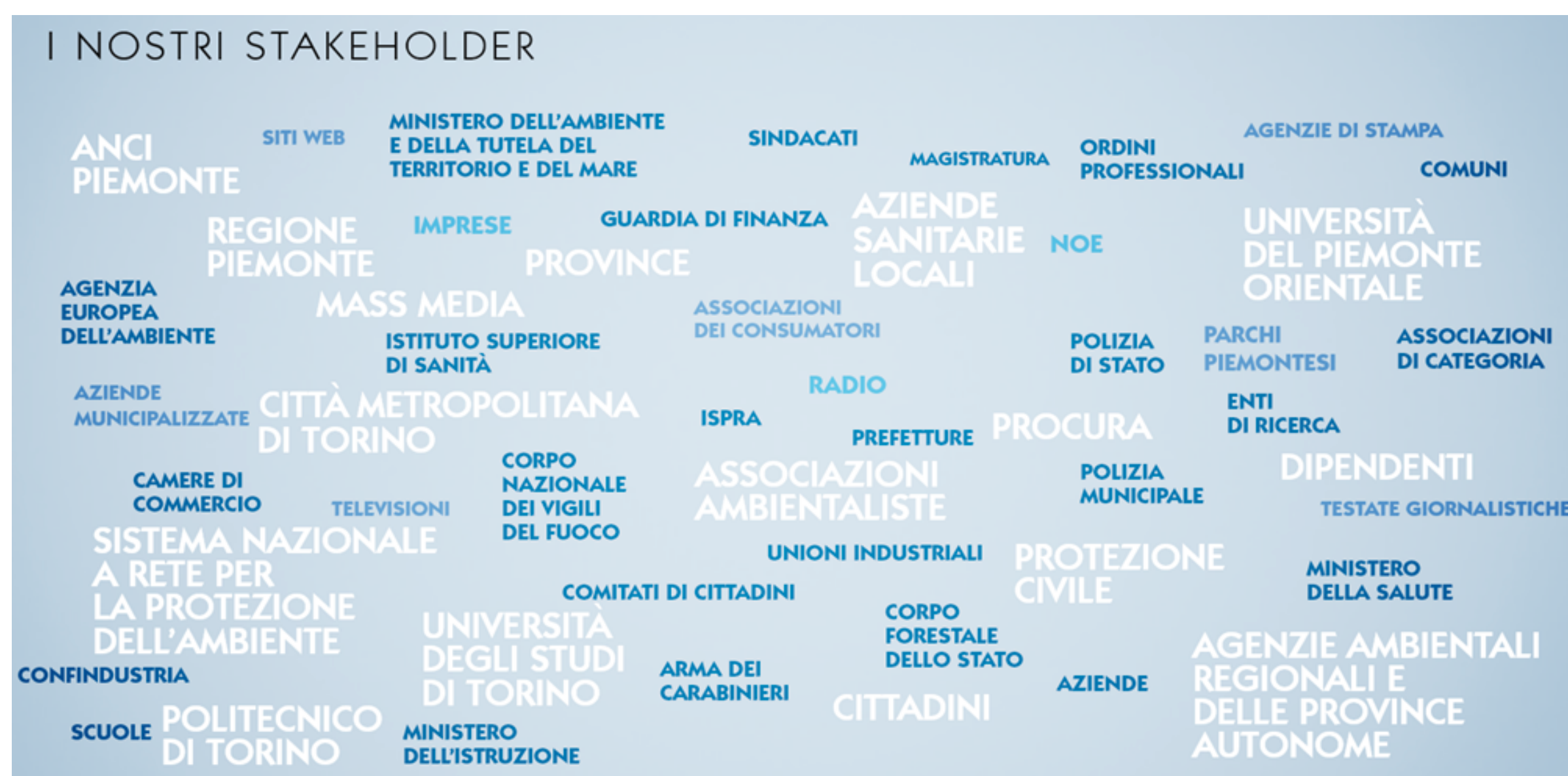
4. Comunicazione di accountability

è l'impegno dell'Agenzia nel rendere conto delle proprie attività, dei risultati conseguiti e dell'impiego delle risorse ed ha l'obiettivo di rafforzare la fiducia pubblica e garantire trasparenza. Ne è un esempio, il bilancio sociale che ogni anno ha lo scopo di divulgare i numeri dell'Arpa: attività, spese, personale, ecc., in una veste semplice e di facile lettura per chiunque voglia conoscerci meglio.

I principali attori della comunicazione ambientale

In relazione alle diverse forme di comunicazione, è possibile individuare cinque macrocategorie di attori con cui l'Agenzia comunica:

- enti pubblici (Regioni, Comuni, Province, enti di ricerca, aziende pubbliche, altre Agenzie ambientali);
- associazioni ambientaliste;
- associazioni di categoria;
- istituzioni formative;
- media;
- cittadini.



Ribadiamo il ruolo particolare rivestito dal Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente (SNPA), che include ISPRA e le Agenzie regionali e provinciali, riconosciuto ufficialmente come sistema a rete dalla legge 132/2016.

Rischi e sfide

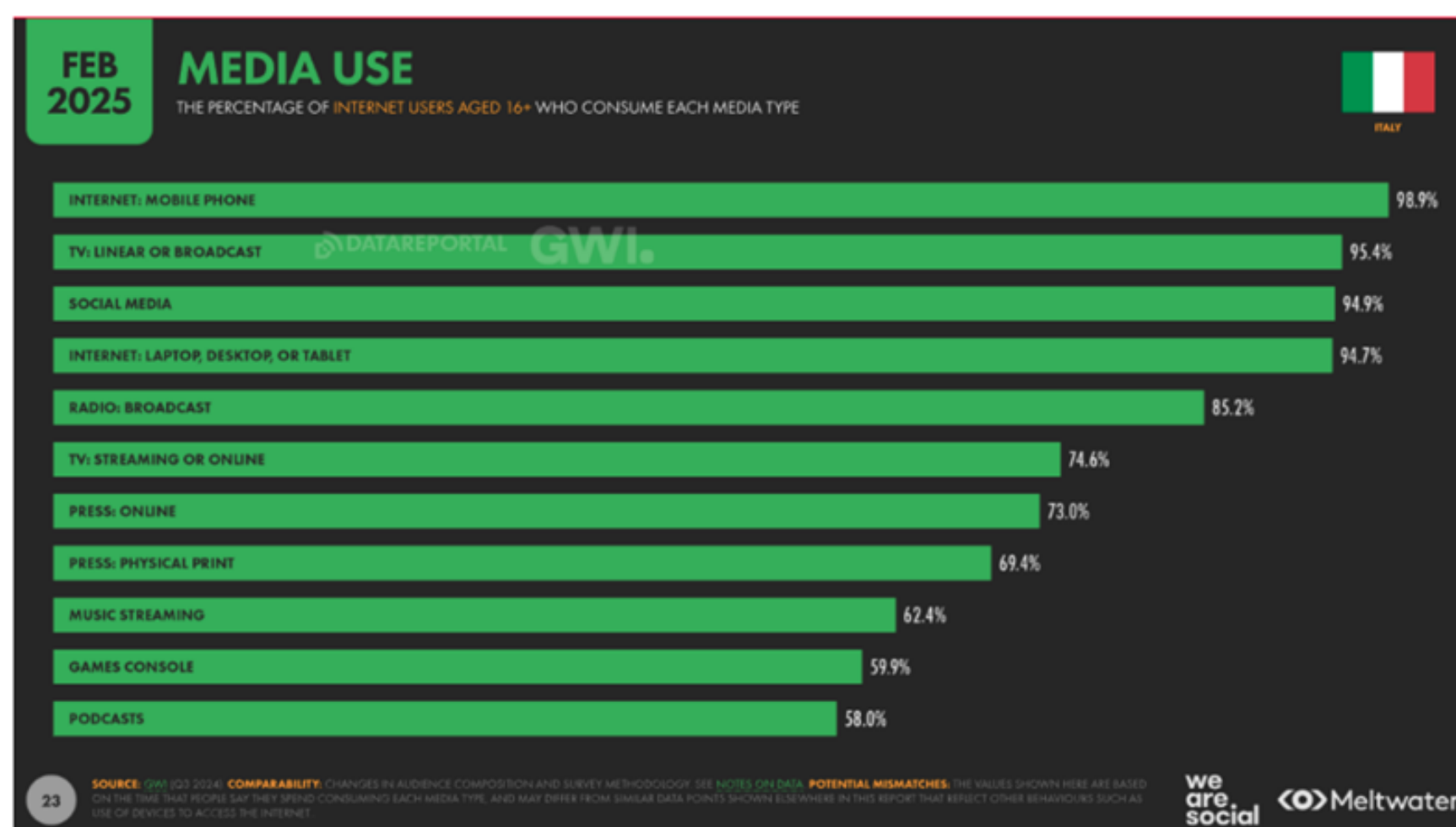
Non sempre la comunicazione segue logiche di correttezza informativa e la comunicazione e informazione ambientale non fanno eccezione. I media, alla ricerca dello scoop, e alcune associazioni, intenzionate ad accreditarsi come fonti istituzionali, possono anticipare la diffusione di dati non ancora ufficiali o proporre una lettura parziale e strumentale. Questo può generare disinformazione, alimentare la sfiducia nei confronti della pubblica amministrazione e danneggiare la reputazione dell'Agenzia.

In questi casi, il rischio si amplifica quando media e associazioni si saldano in una narrazione distorta che riduce la possibilità di dialogo istituzionale con i cittadini.

Nel mondo della comunicazione coesistono alcune tendenze che è bene tener presenti:

- tutti comunicano: gli attori della comunicazione continuano a moltiplicarsi. Da pochi soggetti che tradizionalmente avevano accesso ai media siamo passati (prima con la diffusione del web poi con i social media) a contenuti creati da tutti e in misura crescente anche a contenuti generati dall'intelligenza artificiale

- si accede al web sempre più attraverso i dispositivi mobili (nel 2012 coprivano il 6% del traffico web in Italia, nel 2022 il 52%; fonte: We Are Social, Digital 2023, I dati italiani);
- la comunicazione è sempre più “social” e visiva. I social media continuano a guadagnare pubblico, soprattutto quando propongono contenuti visual (video, infografiche ecc..). Continuano a diminuire gli utenti dell’informazione “off line” (coloro che usano mass media tradizionali per informarsi quali ad esempio giornali cartacei e televisione) ma anche degli stessi giornali on line;



- se si considera il target giovani (14-29 anni), la predilezione per i contenuti visivi è più evidente: in Italia il 78,1% di loro utilizza Instagram (rispetto al 54,6% della popolazione totale), il 77,6% di loro utilizza YouTube (rispetto al 63,9% della popolazione totale). Se si guarda alla tendenza che emerge nell’ultimo anno di riferimento delle indagini di settore, appaiono ulteriormente rafforzarsi piattaforme come TikTok e la stessa Instagram (19esimo Rapporto Censis sulla comunicazione, 2024; 20esimo Rapporto Censis sulla comunicazione, 2025);
- a guidare le scelte in termini di social da utilizzare, è l’incrocio tra la diffusione/utilizzo della piattaforma e le motivazioni che spingono gli utenti ad utilizzarla;
- continuano a crescere gli investimenti in pubblicità digitale e in particolare gli investimenti in pubblicità sui social media.

Questo scenario deve far riflettere sulla pianificazione strategica della comunicazione di una realtà complessa e multitarget come quella della protezione dell’ambiente. È evidente che, nel quadro del mercato pluralismo dell’universo mediatico attuale, si fa fatica a conquistare l’attenzione di un vasto pubblico.

La strategia comunicativa dell'Agenzia

Arpa Piemonte adotta un approccio integrato alla comunicazione, con l'obiettivo di:

- promuovere consapevolezza e cultura ambientale;
- diffondere informazioni affidabili e scientificamente fondate;
- gestire situazioni di emergenza con trasparenza e tempestività;
- rafforzare la fiducia dei cittadini nella propria azione.

Una strategia di comunicazione efficace richiede il confronto e la collaborazione con tutti i diversi interlocutori, in un'ottica di [convergenza sui contenuti](#), ma anche di [distinzione e autorevolezza](#) nella forma e nella fonte. In particolare, la qualità, l'accuratezza e la trasparenza delle informazioni devono restare il tratto distintivo dell'Agenzia.

Per rafforzare la propria presenza, migliorare l'efficacia comunicativa e la qualità delle proprie prestazioni, il punto di partenza imprescindibile è l'[ascolto dei proprio interlocutori](#) a cui far seguire l'attivazione di processi di verifica della qualità dei servizi offerti e del gradimento degli stessi da parte degli utenti che Arpa realizza nell'ambito di una procedura interna per la gestione dei reclami e la rilevazione della soddisfazione del committente/cliente.

Sono state perciò avviate negli anni, tramite specifici questionari, indagini della soddisfazione degli utenti, comprese quelle relative al monitoraggio dell'impatto delle attività di comunicazione focalizzate sui canali e sui pubblici di riferimento. Tutte le informazioni e i risultati di queste e delle altre indagini sono disponibili sul sito internet nella sezione dedicata alla [customer satisfaction](#).

Per accrescere la soddisfazione degli utenti attraverso la creazione di un ambiente focalizzato su quest'ultimi e aperto alle informazioni di ritorno, alla customer satisfaction si affianca la raccolta e la gestione dei [reclami](#) e dei [suggerimenti](#). Gli utenti (committenti/fornitori/utenti interni o esterni) dell'Agenzia possono infatti presentare reclami inerenti alle attività di Arpa per segnalare inefficienze nei servizi offerti, contribuendo così ad aumentare la capacità dell'organizzazione di identificare aree di criticità e a rispondere alle esigenze e alle aspettative dei propri stakeholder.

La comunicazione esterna

L'ambito di [maggiore impatto](#) della comunicazione di Arpa è quello della comunicazione esterna che si avvale di diversi strumenti e canali. Agli strumenti analogici (tendenzialmente cartacei, prodotti che sono stati sostituiti anche per ragioni ecologiche e di sostenibilità), l'Agenzia ha affiancato nel tempo strumenti digitali e multicanale, come siti web, social media, banche dati online, piattaforme video e app.

Tra gli strumenti, i più utilizzati sono:

- pubblicazioni tecniche e divulgative;
- aggiornamento continuo del sito istituzionale e delle banche dati;
- implementazione e presidio dei canali social;
- comunicati e conferenze stampa;
- relazioni dirette con il pubblico.



I podcast sono uno strumento in [fase di sperimentazione](#) con l'ausilio di piattaforme che usano l'intelligenza artificiale.

Il sito internet

Il [sito istituzionale](http://www.arpa.piemonte.it) (www.arpa.piemonte.it) rappresenta il canale principale per la diffusione dei dati e delle informazioni ambientali. In linea con i principi di trasparenza e accessibilità, i contenuti pubblicati – aggiornati costantemente – offrono una lettura chiara e documentata dello stato dell'ambiente regionale, con strumenti di consultazione dinamici che rendono fruibili anche dataset complessi.

A far parte integrante del sito ci sono due portali specifici per i dati:

- il [Geoportale](#), raccolta di mappe, testi, e grafici che descrivono l'ambiente;
- il portale della [Relazione sullo stato dell'ambiente](#) che racchiude e riassume tutte le informazioni sulle condizioni ambientali e la loro evoluzione nel tempo, sintesi delle conoscenze ambientali conseguite mediante il monitoraggio, il controllo, l'attività analitica e l'elaborazione dei dati.

A esso si affiancano e sovente si integrano canali social, video, comunicati stampa e strumenti multimediali quali le app, con l'obiettivo di raggiungere pubblici diversificati in modo mirato ed efficace.



I canali social media

I social media rappresentano uno strumento fondamentale nella comunicazione istituzionale contemporanea, offrendo canali diretti, tempestivi e bidirezionali tra l'ente pubblico e i cittadini. Per un'agenzia regionale per l'ambiente, questi strumenti rivestono un ruolo strategico nella diffusione di informazioni, nella sensibilizzazione su tematiche ambientali e nella costruzione di un dialogo continuo con la comunità.

Il recente report Digital 2023 di We are social mostra come il 74,5% della popolazione italiana, corrispondente a circa 44 milioni di persone, ne faccia un uso quotidiano (percentuale in costante crescita nell'ultimo decennio). Attualmente, la dieta "digitale" di un italiano si compone in media di 6 social (non viene considerato YouTube, con il quale si arriverebbe a 7), consultati ogni giorno per circa 1 ora e 50 minuti.

Oltre alla comunicazione ordinaria, i social media assumono una rilevanza cruciale nella gestione della comunicazione in situazioni di emergenza ambientale. Eventi come incendi, alluvioni, inquinamenti o fenomeni meteo estremi richiedono un'informazione rapida, affidabile e costantemente aggiornata: i canali social permettono di raggiungere in tempo reale un vasto pubblico, contribuendo a ridurre i rischi, e favorire così comportamenti corretti.

Arpa Piemonte ha un profilo sulle seguenti piattaforme: X (ex twitter), linkedin, instagram, youtube.

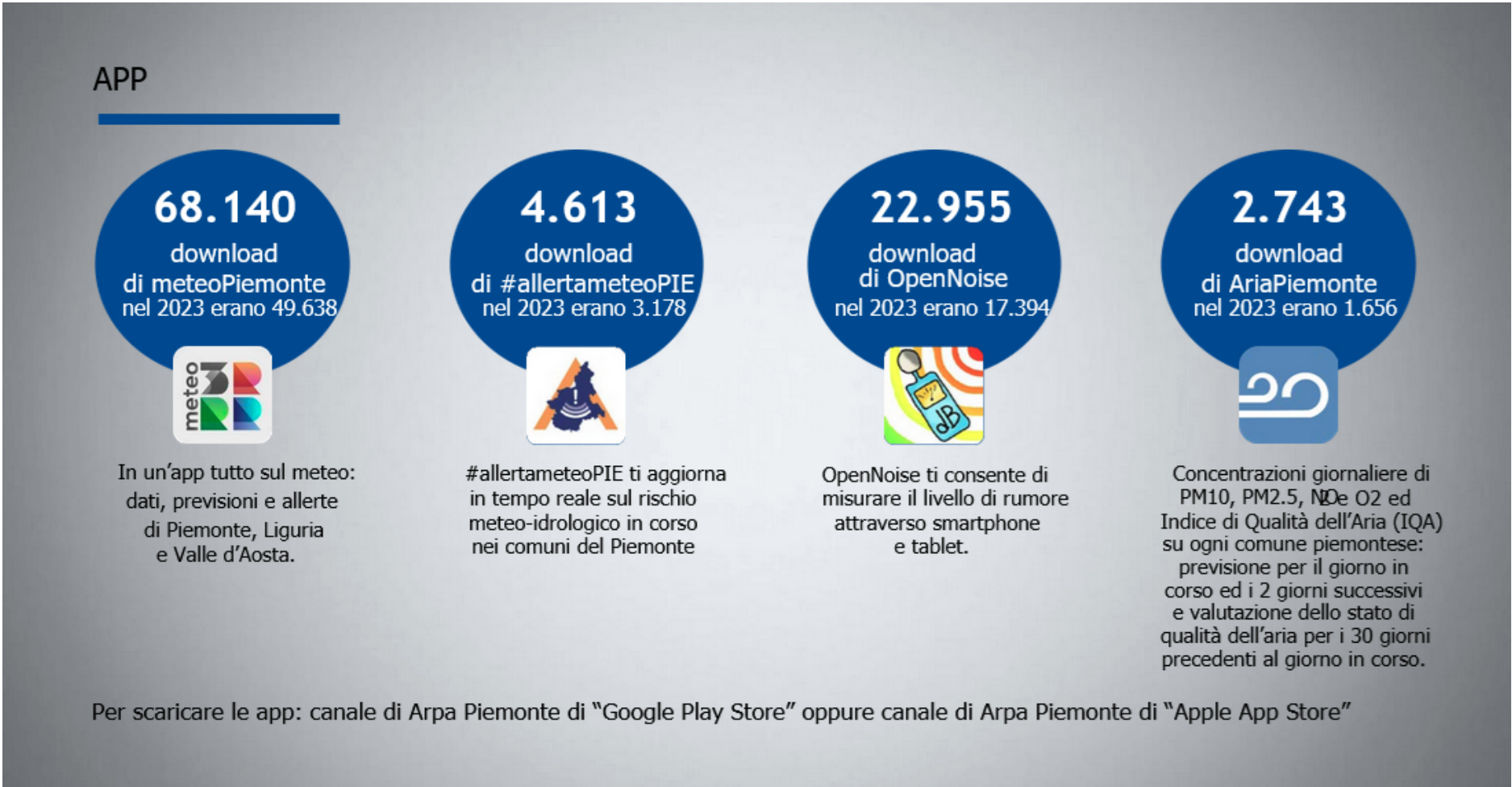
Le applicazioni mobili (App)

Le applicazioni mobili rappresentano un canale sempre più rilevante nella strategia di comunicazione e servizio delle pubbliche amministrazioni. Le app offrono uno strumento moderno, accessibile e personalizzabile per informare, coinvolgere e assistere cittadini, operatori e tutti gli altri stakeholder in modo diretto e costante.

Attraverso le app, Arpa Piemonte veicola dati ambientali in tempo reale, notifica allerte o situazioni critiche, promuove comportamenti sostenibili e facilita l'accesso a servizi digitali. Questo canale risulta particolarmente efficace in contesti di emergenza ambientale, dove la rapidità e la geolocalizzazione delle comunicazioni sono elementi chiave per la sicurezza pubblica e la gestione del rischio.

Le applicazioni mobili rafforzano quindi il rapporto tra istituzione e cittadino, offrendo uno strumento integrato che unisce informazione, trasparenza e partecipazione attiva.

Le app di Arpa Piemonte sono tutte consultabili nella [sezione apposita del sito istituzionale](#).



La comunicazione in emergenza

Per gestire la comunicazione durante le emergenze ambientali, che ha caratteristiche proprie legate alla tempistica, alla qualità delle informazioni e alle modalità di diffusione, la Rete dei Comunicatori SNPA ha elaborato il Protocollo di indirizzo operativo per la Comunicazione SNPA nelle emergenze ambientali. Questo documento è stato approvato dal Consiglio nazionale del SNPA con la Delibera [n. 65 del 27 novembre 2019, nell'ambito del Piano di Comunicazione SNPA 2020-2022](#). La delibera prevede, al punto 3, l'adozione di un documento di posizionamento sulla comunicazione e informazione ambientale, valido come riferimento per tutte le componenti del Sistema, insieme a 12 schede di approfondimento (allegato "C"). Il protocollo è incluso nella scheda 8, intitolata Comunicazione in emergenza, a pagina 108 del documento. Oltre a questo documento di riferimento Arpa Piemonte ha una procedura tecnica interna per affrontare le emergenze ambientali nella quale è specificato il ruolo e i compiti della comunicazione quando l'Agenzia va sul territorio per i controlli e i monitoraggi in caso di emergenza antropica.

La comunicazione interna

La comunicazione interna monitora e gestisce i flussi informativi all'interno dell'organizzazione con strumenti che promuovono lo scambio e il confronto di conoscenze e competenze. Una comunicazione interna efficace è il presupposto per una comunicazione esterna solida e coerente: solo un'Agenzia che comunica bene al proprio interno può trasmettere verso l'esterno un'immagine credibile, autorevole e coerente con i propri valori e obiettivi.

Come in tutte le organizzazioni, è il settore della comunicazione che presenta maggiori criticità e che si tende a considerare meno ma è sicuramente uno strumento strategico imprescindibile per supportare le politiche gestionali, organizzative e del personale, per migliorare il dialogo tra le persone e il clima di lavoro. Investire nella comunicazione interna significa infatti anche prevenire situazioni di isolamento o disallineamento informativo e, più in generale, [favorire un'organizzazione pubblica trasparente e orientata alla qualità](#).

All'interno di Arpa Piemonte, la promozione di una cultura della comunicazione interna diffusa e trasversale mira a costruire un'[identità condivisa](#), rafforzare il senso di appartenenza, generare fiducia tra i colleghi e con i vertici dell'Agenzia: condizioni fondamentali per affrontare con coesione le sfide ambientali e istituzionali che l'Agenzia è chiamata ad affrontare.

La comunicazione interna, per essere efficace, non può essere intesa come un flusso unidirezionale dall'alto verso il basso. Deve invece configurarsi come un [processo bidirezionale](#), che valorizza il contributo delle persone, ascolta le esigenze, intercetta suggerimenti e stimola un senso di [partecipazione attiva alla vita dell'organizzazione](#) da parte di tutte le risorse umane dell'azienda: ciascuno, infatti, è sia produttore che fruitore (emittente e ricevente) della comunicazione interna e tutti possono concorrere a rendere la comunicazione interna più funzionale ed efficace, con regole maggiormente condivise e rispettate.

Gli strumenti della comunicazione interna sono essenzialmente:

- intranet, sia come strumento di lavoro sia come canale di informazione interna;
- incontri e momenti di confronto e scambio di informazioni.

Accanto a questi strumenti ce ne sono altri che vanno dagli arredi alla cartellonistica interna (ad esempio la diffusione negli uffici del Manifesto della comunicazione non ostile, un [progetto sociale di sensibilizzazione contro la violenza delle parole](#), perché la scelta delle parole e del nostro stile comunicativo possono fare la differenza, in ogni contesto) al vestiario che, proprio nel 2024, è stato rinnovato e fornito, in prima battuta, a chi opera all'esterno affinché fosse immediatamente riconosciuto e riconoscibile ma che ha anche lo scopo di rafforzare l'identità organizzativa e il senso di appartenenza fra il personale dell'Agenzia.

Il punto di partenza per guardare al futuro

Per costruire un piano di comunicazione adeguato è fondamentale partire da una lettura attenta dei numeri della comunicazione: una base solida per valutare l'efficacia delle azioni svolte, individuare punti di forza e criticità, e orientare con maggiore consapevolezza le scelte future. In questo senso, il bilancio sociale dell'Agenzia costituisce uno strumento prezioso. Oltre a rendicontare in modo trasparente l'attività complessiva dell'ente, fornisce indicatori chiave anche sul fronte della comunicazione istituzionale: diffusione dei contenuti, interazioni con il pubblico, copertura dei canali, partecipazione a eventi, campagne informative e molto altro. Dal [bilancio sociale 2025](#), che racconta i dati al 31 dicembre 2024, ecco cosa emerge.

Sito Istituzionale

Il 1° luglio 2024 è stato pubblicato l'aggiornamento del sito istituzionale dell'Agenzia. Grafica e disposizione dei contenuti sono stati scelti nel rispetto delle linee guida dell'[AGID](#) e per andare incontro ai suggerimenti che negli anni gli utenti hanno inviato all'Agenzia tramite il sondaggio di "Valuta il sito" che in 3 anni ha raccolto con più di 1.000 opinioni.

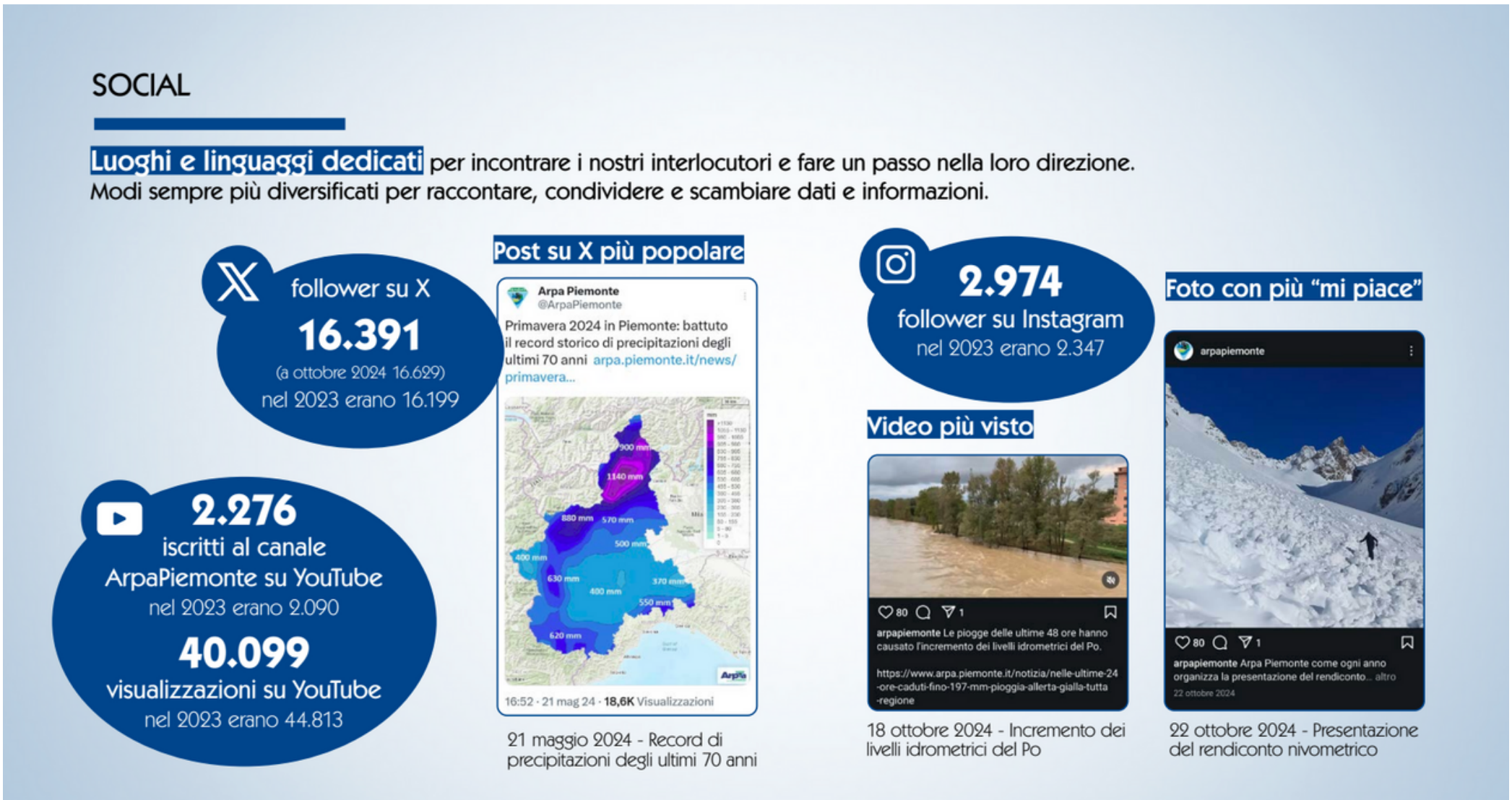
Le [notizie pubblicate](#) sul sito nel 2024 sono state [253](#). Di seguito i numeri più significativi:

- 2.443.687 visite;
- 1 minuto e 59 secondi la durata media di una visita;
- 5.389.637 pagine visitate di cui 4.411.803 pagine uniche;
- 230.442 downloads di cui 206.058 unici.



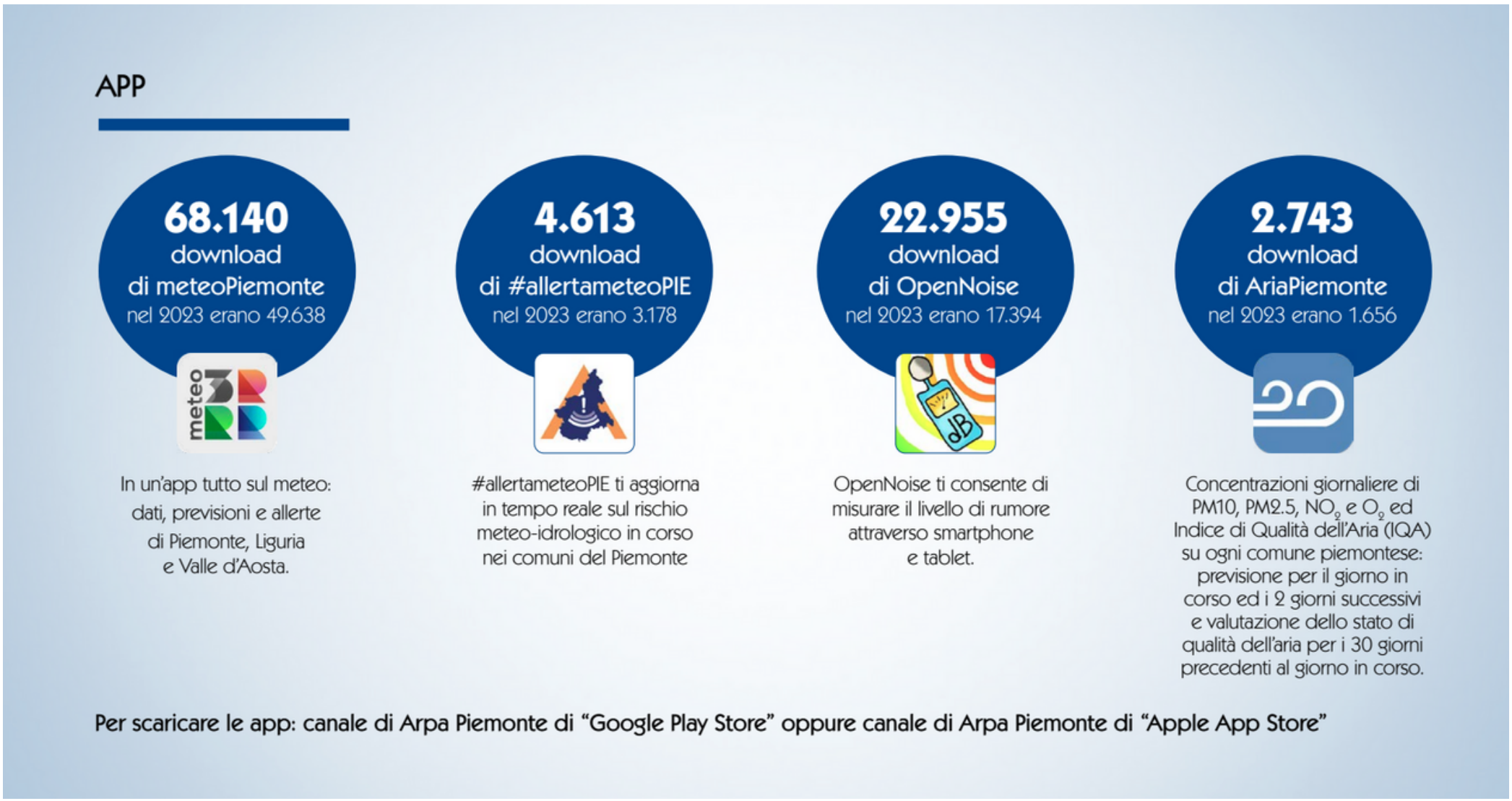
Canali social media

Il canali social di Arpa Piemonte e i follower al 31 dicembre 2024



Applicazioni mobili (App)

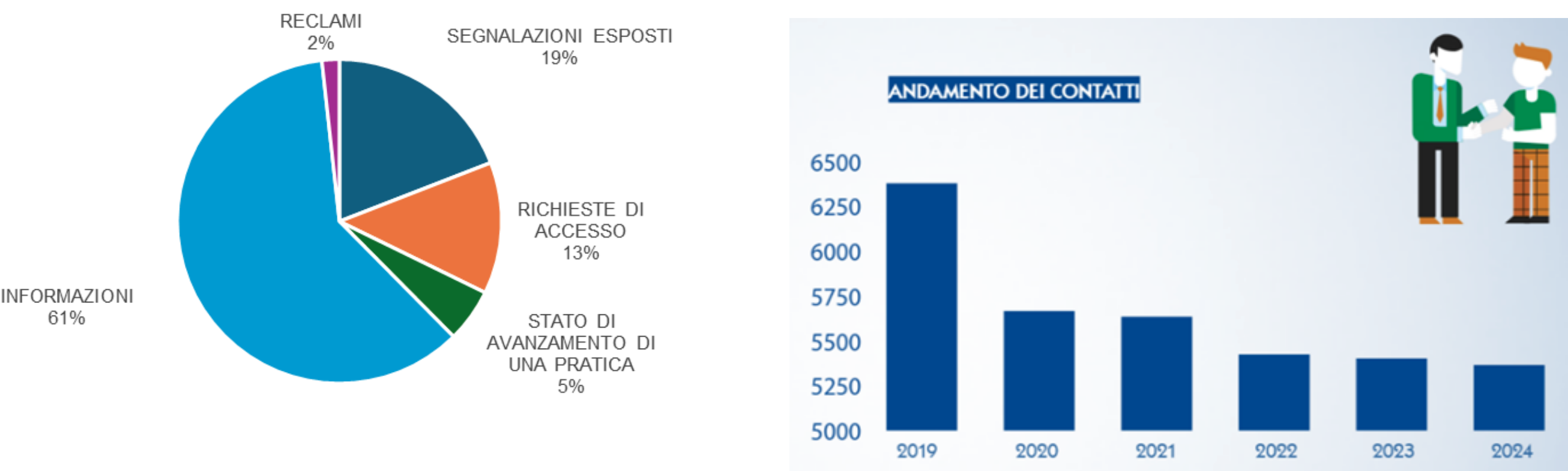
Ille app dell’Agenzia e di dowload al 31 dicembre 2024



Dal 15 maggio 2025 l’app “Aria Piemonte” è diventata “Aria+Piemonte” integrando funzionalità relative al disagio causato dalle ondate di calore e ai livelli di ozono. L’applicazione dà la possibilità di ricevere notifiche in caso di specifici superamenti.

Ufficio relazioni con il pubblico (URP)

I [contatti con il pubblico](#) totali nel 2024, comprensivi di richieste di informazioni, dati e documenti, reclami e segnalazioni, sono stati [4.944](#), così suddivisi per tipologia di richiesta:



Dopo qualche anno in cui si è riscontrata una costante diminuzione dei contatti, frutto anche di una maggior e migliore pubblicazione di informazioni e dati, in particolare sul sito internet dell’Agenzia o tramite App specifiche, si registra ora una certa stabilità nei dati relativi ai contatti.

Eventi

L’evento principale che Arpa organizza ogni anno è la [presentazione del Rapporto sullo Stato dell’Ambiente](#) insieme a Regione Piemonte.

Oltre a questo evento, ogni anno ne vengono organizzati diversi, in collaborazione con altri enti o in autonomia, in base alle esigenze territoriali o agli approfondimenti che la legislazione ambientale o il contesto rendono opportuni.

A titolo di esempio, riportiamo gli eventi organizzati dall’Agenzia che nel 2024 hanno riscosso maggior partecipazione e interesse:

- 15 marzo presentazione del Rapporto Qualità dell’aria SNPA, Sistema Nazionale per la Protezione dell’Ambiente (con ISPRA, Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale);
- 28-31 maggio: PM 2024, XI Convegno Nazionale sul Particolato Atmosferico (con Società Italiana di Aerosol, Università di Torino e Regione Piemonte);
- 9 luglio: presentazione della Relazione sullo Stato dell’Ambiente in Piemonte (con Regione Piemonte);
- 19 novembre: Rendiconto nivometrico 2023-24 in Piemonte e Valle d’Aosta: allerta, rischio e “neve rossa”;
- 27 - 29 novembre: VIII Convegno Nazionale Agenti Fisici, dalla rilevazione del dato alla conoscenza e alla informazione ambientale (con AIRP, l’Associazione Italiana di Radioprotezione);
- 4 dicembre: Buone pratiche per la biodiversità in vigneto (con Regione Piemonte).



A questi eventi per il pubblico, si uniscono annualmente le [conferenze di raccordo territoriale](#), occasione di ascolto e di incontro con gli Enti Locali, fra i principali interlocutori istituzionali dell'Agenzia, per rendere l'azione di Arpa sempre più in linea con le esigenze del territorio. Se ne organizzano quattro, una per ogni quadrante in cui Arpa è suddivisa: Nord Est (Biella, Novara, Vercelli, Vco), Nord Ovest (Torino), Sud Est (Alessandria e Asti) e Sud Ovest (Cuneo).

Intranet

La Intranet è lo snodo fondamentale per la diffusione della conoscenza all'interno dell'Agenzia: dalle notizie di interesse generale alle circolari e normative interne, alle buone pratiche, dai progetti in corso agli strumenti di lavoro condivisi. Le intranet news sono il principale strumento di comunicazione interna per condividere in modo semplice ed efficace le notizie aziendali.

Nel 2024, le 188 intranet news pubblicate hanno riguardato soprattutto:

- il personale (nomine, bandi, scioperi, buoni pasto, ecc.);
- avvisi per interruzione/ripristino di attività o applicativi;
- aggiornamenti normativi;
- istruzioni sull'utilizzo di servizi o prodotti aziendali;
- notizie di carattere istituzionale (comunicazioni dalla Direzione, pubblicazione di documenti di indirizzo, ecc.);
- sicurezza;
- mobilità.



LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PER IL PROSSIMO TRIENNIO 2026-2028

Comunicazione esterna

Il sito internet

Il sito istituzionale di Arpa Piemonte è oggi una risorsa fondamentale per la comunicazione dell'Agenzia, ma in futuro dovrà consolidarsi sempre più come fonte primaria e autorevole di informazione ambientale per tutti gli stakeholder. Sarà su questo canale ufficiale che cittadini, enti locali, istituzioni, media e operatori del settore dovranno trovare in modo chiaro, tempestivo e accessibile tutti i dati, gli aggiornamenti e le comunicazioni rilevanti.

L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il ruolo del sito come strumento di trasparenza e riferimento unico per la consultazione delle informazioni ambientali prodotte dall'Agenzia. I dati di monitoraggio, le analisi tecniche, le valutazioni e gli avvisi in caso di emergenze ambientali dovranno essere pubblicati in modo sempre più tempestivo, strutturato e facilmente fruibile. In particolare, nelle situazioni critiche, il sito dovrà diventare il perno attorno al quale ruoterà tutta la comunicazione istituzionale, garantendo aggiornamenti costanti e informazioni ufficiali coordinate.

In questa prospettiva, è importante sviluppare un'interfaccia sempre più chiara, navigabile e accessibile, in grado di supportare una comunicazione efficace sia verso il pubblico generalista che verso interlocutori più tecnici. Il sito dovrà anche continuare a promuovere la diffusione della cultura ambientale, mettendo a disposizione materiali informativi, dati open access e approfondimenti utili alla comprensione dei fenomeni ambientali.

In definitiva, se oggi il sito rappresenta già uno strumento centrale della comunicazione di Arpa Piemonte, nei prossimi anni dovrà diventare sempre più il punto di riferimento per tutti gli stakeholder, garantendo autorevolezza, coerenza, trasparenza e capacità di risposta, soprattutto in un contesto informativo in continua evoluzione.



Contenuti del sito

Nel prossimo triennio, in continuità con quanto finora è stato pubblicato, sul sito istituzionale saranno presenti:

- **Notizie**
- **Controlli e monitoraggi ambientali**
 - o controlli e monitoraggi programmati e interventi in situazioni critiche: incendi, fughe di sostanze, odori sospetti in aree urbane o industriali, PFAS
- **Dati, bollettini e linee guida**

- **Emergenze meteorologiche e idrogeologiche**
 - o allerte meteo-idrologiche (giallo, arancio, rosso) con previsioni per fenomeni come temporali, nevicate, rischio idrogeologico o valanghe;
 - o rapporto su eventi estremi
- **Monitoraggio idrologico e ambientale**
 - o situazione idrica regionale e bilanci su portate e livelli dei corsi
- **Analisi climatologiche**
 - o rapporti periodici sul clima in Piemonte: mensili (aprile, maggio, giugno) o stagionali/invernale
- **Partecipazione a esercitazioni ed eventi**
 - o coinvolgimenti in esercitazioni
- **Bilanci e report istituzionali**
 - o bilancio sociale, relazioni annuali, relazioni sullo stato dell'ambiente
- **Educazione alla sostenibilità ed eventi**
 - o iniziative divulgative ed eventi comprese quelle di educazione alla sostenibilità che Arpa Piemonte organizza o a cui partecipa

Oltre alle notizie, fonte primaria dell'attività corrente dell'Agenzia, il sito dell'Agenzia vedrà la pubblicazione di un sempre maggior numero di dati e report anche con l'ausilio di infografiche che aiutino gli utenti a leggere correttamente i dati.

Comunicazione social

La sempre maggiore rilevanza dei social media nella comunicazione pubblica e istituzionale rende oggi imprescindibile per Arpa Piemonte non solo la presenza sui canali social, ma soprattutto la definizione di una [strategia mirata](#) per renderla efficace, coerente e sostenibile. La domanda non è più “[se](#)” esserci, ma “[come](#)” esserci e soprattutto “[dove](#)”, cioè su quali piattaforme in un panorama in continua e repentina evoluzione.

L'attività social di Arpa Piemonte risponde a obiettivi comunicativi precisi, in linea con la sua missione istituzionale:

- [aumentare la consapevolezza](#) da parte dei cittadini rispetto a cosa fa Arpa Piemonte;
- [facilitare l'accesso](#) alle informazioni ambientali, rendendo più fruibili i dati tecnici;
- [offrire canali alternativi e diversificati](#) per rispondere ai diversi bisogni informativi della popolazione.

Questi obiettivi concorrono a:

1. rafforzare la [reputazione di ente tecnico e terzo](#);
2. migliorare la [trasparenza e la qualità della comunicazione pubblica](#);
3. supportare la [partecipazione attiva](#) dei cittadini e stakeholder ambientali.



Alla luce delle risorse interne disponibili e della necessità di coerenza con il sistema SNPA, Arpa Piemonte prevede un impiego selettivo e strategico dei seguenti social:

Piattaforma	Motivo
X (ex Twitter)	fornire aggiornamenti rapidi e interazione agile con stakeholder ambientali/istituzionali
LinkedIn	agire sulla reputazione tecnica e la diffusione di contenuti professionali
Youtube	agevolare la diffusione dei video sulle attività dell’Agenzia
Instagram	raggiungere gli utenti più giovani che comunicano con immagini e video
Telegram (BOT)	distribuire automaticamente aggiornamenti (valanghe, allerta)

Arpa Piemonte riconosce l’importanza strategica di essere presente su piattaforme social ad alta diffusione come [Facebook](#) e [TikTok](#), in quanto strumenti capaci di raggiungere pubblici ampi e diversificati, in particolare nelle fasce più giovani. [Facebook](#), in particolare, rappresenta una delle reti sociali più utilizzate in Italia e permetterebbe di intercettare target trasversali, rafforzando la visibilità istituzionale e il dialogo con la cittadinanza. Tuttavia, il suo utilizzo efficace richiede [un presidio quotidiano e una gestione costante delle interazioni](#), impegno che attualmente non può essere garantito a causa delle limitate risorse interne dedicate alla comunicazione. [TikTok](#), dal canto suo, rappresenta una piattaforma in forte crescita, con una modalità di comunicazione dinamica, visiva e ad alto tasso di coinvolgimento, particolarmente efficace nel sensibilizzare le nuove generazioni su temi ambientali. Ma proprio per questo motivo, per essere davvero incisivi su TikTok è necessario [produrre contenuti ad hoc](#), brevi, creativi e pensati appositamente per il linguaggio della piattaforma – una capacità produttiva che, al momento, l’Agenzia non è in grado di sostenere in modo strutturato.

La presenza social di Arpa Piemonte deve essere coerente con la sua missione istituzionale: [comunicare dati ambientali in modo chiaro, trasparente e accessibile](#), valorizzando la propria [terzietà, affidabilità e competenza](#). Un uso intelligente dei social media può contribuire a rafforzare la [relazione con il territorio](#), migliorare la [percezione dell’Agenzia](#) e supportare una [cittadinanza ambientale consapevole](#). La strategia che si vuole attuare prevede una [presenza focalizzata, ma dinamica](#), aperta a nuove piattaforme se e quando le risorse e gli obiettivi lo renderanno opportuno.

Nei prossimi 3 anni, 2026-2027 e 2028, Arpa Piemonte intende [potenziare ulteriormente la qualità e l’efficacia dei contenuti](#) pubblicati sui canali social attualmente attivi, in particolare su LinkedIn e X (ex Twitter), con l’obiettivo di rendere la propria comunicazione [sempre più incisiva, autorevole e riconoscibile](#). Saranno sviluppati contenuti mirati che, oltre a valorizzare i dati e le attività tecniche dell’Agenzia, sappiano rispondere in modo chiaro ed efficace alle esigenze informative dei diversi pubblici. L’obiettivo è costruire una narrazione coerente e accessibile del lavoro quotidiano dell’Agenzia, capace di rafforzare il legame con i cittadini, aumentare la fiducia nell’operato istituzionale e consolidare la reputazione di Arpa Piemonte come punto di riferimento tecnico e scientifico nel panorama ambientale regionale e nazionale.

Le app

Nei prossimi tre anni, qualsiasi progetto che preveda la realizzazione di [una app o di un nuovo strumento digitale](#), dovrà necessariamente [coinvolgere la struttura di comunicazione sin dalle fasi iniziali](#). Non si tratta solo di curare l'aspetto grafico o di redigere testi chiari per l'interfaccia, ma di [costruire un prodotto coerente con l'identità dell'Agenzia](#), accessibile, comprensibile e realmente utile per gli utenti finali. La comunicazione, infatti, non è un elemento accessorio o finale, ma una [componente strutturale del progetto](#), che contribuisce a definire linguaggio, funzionalità, tono, modalità di interazione con l'utente e canali di promozione e diffusione.

Una app che non comunica in modo efficace rischia di non essere utilizzata, anche se tecnicamente valida. Al contrario, una progettazione che integra fin dall'inizio la visione comunicativa, consente di [valorizzare al massimo i contenuti e i servizi offerti](#), rispondendo concretamente ai bisogni informativi dei cittadini e degli stakeholder. La collaborazione tra settori tecnici, informatici e comunicativi è quindi [indispensabile](#) per garantire un risultato efficace, inclusivo e capace di rafforzare il ruolo di Arpa Piemonte come ente pubblico vicino alla comunità.

Gli eventi

Nel triennio 2026-2028, Arpa Piemonte proseguirà nel consolidamento della propria attività di comunicazione e diffusione delle informazioni ambientali attraverso una programmazione articolata di eventi pubblici, scientifici e istituzionali.

Verranno mantenuti con continuità gli appuntamenti ormai consolidati e riconosciuti sul territorio:

- la [presentazione del Rapporto sullo Stato dell'Ambiente](#), realizzata in collaborazione con Regione Piemonte;
- le [conferenze di raccordo territoriale](#), che ogni anno si svolgono in ciascuno dei quattro quadranti in cui è articolata la struttura territoriale di Arpa (Nord Est, Nord Ovest, Sud Est e Sud Ovest).

A questi appuntamenti si affianca, con cadenza annuale, la [Giornata della Trasparenza](#), importante momento di confronto aperto alla cittadinanza e agli stakeholder, durante il quale vengono illustrati obiettivi, attività e risultati dell'Agenzia in un'ottica di accountability e accessibilità delle informazioni.

Inoltre, l'Agenzia prevede di partecipare attivamente anche a convegni, seminari e incontri promossi all'interno del Sistema Nazionale per la Protezione dell'Ambiente (SNPA), assumendo in alcuni casi un ruolo organizzativo.

Questi momenti costituiscono un'importante occasione di diffusione delle conoscenze maturate, condivisione di buone pratiche e aggiornamento tecnico-scientifico.



Nel 2026 inoltre ricorrono i [30 anni di attività di Arpa Piemonte](#). Per questa occasione la struttura Comunicazione Istituzionale ha ideato un logo che potrà essere utilizzato per tutti i prodotti che Arpa pubblica, dal 1° gennaio al 31 dicembre 2026. Il logo è messo a disposizione e scaricabile in vari formati per tutti i dipendenti sul sito intranet.

Il logo



Ci saranno due eventi istituzionali per i 30 anni:

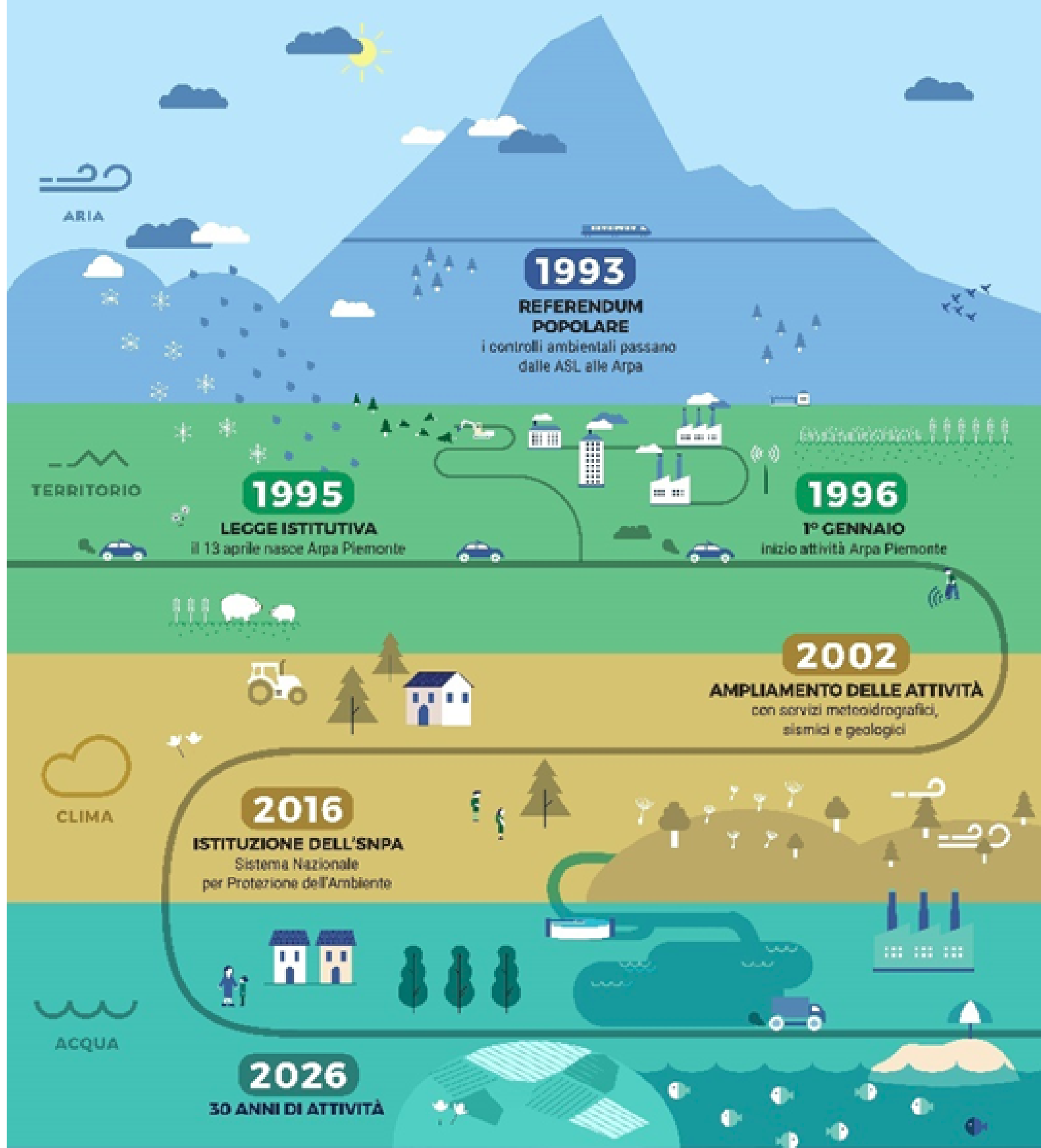
- un [evento esterno](#) che avrà la durata di due giorni. Il primo giorno l'incontro principale sarà il Consiglio Federale del Sistema SNPA con il coinvolgimento di tutte le Agenzie per l'Ambiente del territorio italiano e il secondo giorno un evento, a invito, che ripercorra la protezione ambientale dalla nascita ai giorni nostri;
- un [evento interno](#) che possa coinvolgere più dipendenti possibili per confrontarsi sull'evoluzione delle metodologie per la protezione ambientale, intrecciando inquinamenti affrontati nel tempo e sfide future, inquinanti conosciuti e inquinanti emergenti, cambiamenti climatici ed eventi estremi.

Oltre a questi due eventi istituzionali saranno organizzati altri seminari, incontri tematici, convegni [sui tematismi che caratterizzano il lavoro quotidiano dell'Agenzia](#).

Durante gli eventi verrà esposto un roll up che ripercorre le [tappe principali della storia di Arpa Piemonte](#), dal referendum del 1993 quando gli italiani hanno scelto che i controlli ambientali fossero affidati a un sistema di prevenzione e protezione specifico separandosi dall'ambito sanitario, alla legge istitutiva del 1995, all'inizio dell'attività il 1° gennaio 1996 fino al 2002 quando sono state assegnate all'Agenzia le competenze su previsione e prevenzione dei rischi naturali e l'istituzione dell'SNPA nel 2016. Ma la strada e le attività proseguono.



PROTEGGERE L'AMBIENTE



È NELLA NOSTRA
NATURA



www.arpa.piemonte.it



Anche nel 2027 e 2028, Arpa continuerà a organizzare eventi, in autonomia o in collaborazione con altri enti, istituzioni o partner scientifici, in relazione alle esigenze del territorio, alle novità normative e agli approfondimenti richiesti dal contesto ambientale regionale o nazionale o nell'ambito di [progetti regionali, interregionali, nazionali o europei](#), anche con finalità divulgative e di coinvolgimento della cittadinanza e del mondo della scuola. Questo permetterà di accrescere ulteriormente la cultura ambientale, favorire l'accesso ai dati e valorizzare l'impegno dell'Agenzia nella tutela dell'ambiente e nella promozione della sostenibilità.

Bilancio sociale

Gli obiettivi che il Bilancio sociale deve porsi per il triennio 2026-2028, nell'ottica di una accountability sempre più attenta e interessante per gli stakeholder, interni ed esterni di Arpa, riguardano la definizione di dati e indicatori standardizzati e stabili, tali da poter consentire di seguire andamenti e confrontare tendenze.

Inoltre, sondare nuove modalità di rappresentazione delle informazioni, di accesso ai dati da parte degli stakeholder e di diffusione dei contenuti, sia da un punto di vista tecnologico sia semantico da affiancare a quella tradizionale, sono sfide da cogliere sfruttando tutte le possibilità che le nuove tecnologie, comprese quelle offerte dall'utilizzo dell'intelligenza artificiale, offrono.

URP

Gli obiettivi principali da perseguire nell'ambito delle relazioni con il pubblico sono fornire ai cittadini un riscontro soddisfacente rispetto alle loro aspettative informative e coerente con le politiche e gli obiettivi dell'Agenzia da un lato e, dall'altro, uniformare le risposte alla cittadinanza su tutto il territorio regionale sia da un punto di vista sostanziale (ovvero dei contenuti tecnici) sia da un punto di vista formale (quindi prettamente comunicativo).

Lo [strumento](#) per garantire la massima attenzione nei confronti del destinatario rispetto all'accessibilità a dati significativi e alla comprensibilità di informazioni univoche è investire nel [rafforzamento della rete](#) del personale che, a vario titolo, si occupa di Urp, soprattutto in termini di formazione degli addetti e di individuazione, in ogni struttura che non è dotata di uno sportello dedicato, di referenti tematici a cui fare riferimento in maniera strutturata. A sostenere e accompagnare la formazione è opportuna la produzione e diffusione di linee guida per tutti gli operatori.

Per garantire struttura, solidità e affidabilità a questo tipo di gestione del servizio Urp, risulta indispensabile redigere uno specifico regolamento che ne disciplini organizzazione e funzionamento, così come previsto dal Regolamento di Arpa.

Da un punto di vista invece della [produzione di contenuti specifici](#), gli obiettivi verso cui tendere sono un aumento della produzione di informazioni accessibili autonomamente da parte degli utenti (come, ad esempio, FAQ, infografiche o schede informative sul sito) e semplificare sempre più l'accesso ai dati.

Infine, dal punto di vista delle [modalità di interazione](#), pur mantenendo sempre il presidio telefonico e via mail che restano i principali canali di comunicazione (rispetto al contatto diretto che ha registrato negli ultimi anni, dopo l'epidemia di Covid soprattutto, un netto calo ma che va comunque offerto), potrebbe essere opportuno verificare nuove modalità di interazione con la cittadinanza (come ad esempio le chat sul sito) e di diffusione delle informazioni attraverso nuovi servizi fruibili da dispositivi mobili (come i file audio/video o i podcast).

Comunicazione nelle emergenze

Nel triennio 2026–2027–2028, [la comunicazione in emergenza continuerà a rappresentare una priorità strategica per Arpa Piemonte](#), in coerenza con il suo ruolo istituzionale di presidio dell'ambiente e con le aspettative crescenti di risposte con dati puntuali da parte della cittadinanza, dei media e delle istituzioni.

Che si tratti di [emergenze di origine naturale](#) – come allerte, colate di fango, ondate di calore, fenomeni estremi – oppure di [emergenze di natura antropica](#) - come incendi, sversamenti accidentali o inquinamenti improvvisi, l'Agenzia sarà chiamata [a fornire informazioni tempestive, affidabili e comprensibili](#), in tempi rapidi e con strumenti comunicativi sempre più efficaci.

La comunicazione in questi contesti cercherà di non limitarsi alla sola diffusione di dati tecnici o bollettini, ma dovrà, con l'ausilio dei colleghi in campo, [a raccontare l'evoluzione degli eventi anche visivamente](#), attraverso l'impiego di [foto e brevi video](#), che nelle relazioni finali potranno diventare [infografiche e contenuti dinamici](#) che aiutino gli utenti a comprendere meglio ciò che sta accadendo ed è accaduto sul territorio. Questo tipo di narrazione, oltre ad aumentare l'efficacia della comunicazione, contribuisce anche a [valorizzare il ruolo operativo dell'Agenzia sul campo](#), mostrando direttamente l'impegno dei tecnici durante i sopralluoghi, i monitoraggi e i controlli, fino alla conclusione dell'emergenza.

Il sito istituzionale di Arpa Piemonte continuerà a essere la [fonte primaria e ufficiale delle notizie, con sezioni dedicate alle emergenze in corso](#), aggiornate in tempo reale. Da lì, le informazioni verranno rilanciate in forma sintetica e adattata tramite i canali social attivi, in particolare X (ex Twitter) per la tempestività degli aggiornamenti, LinkedIn per approfondimenti e Instagram per una comunicazione visiva più coinvolgente, utile a raggiungere anche fasce di pubblico più giovane o meno tecnicamente preparate.

L'integrazione tra sito web e social media permetterà di [coprire in modo coordinato e complementare le diverse esigenze informative](#): da quelle dei cittadini direttamente coinvolti, ai giornalisti, fino ai tecnici e ai decisori istituzionali. È fondamentale, in questo contesto, che lavori il personale adeguatamente formato alla comunicazione in emergenza, in grado di operare in stretto raccordo con le strutture di Arpa direttamente coinvolte dall'emergenza.

L'obiettivo sarà dunque duplice: [garantire un flusso continuo e verificato di informazioni](#), e allo stesso tempo [rendere visibile il lavoro di Arpa Piemonte anche nei momenti più critici](#), rafforzando la trasparenza, la fiducia e il senso di prossimità dell'Agenzia nei confronti della popolazione.



Comunicazione interna

All'interno di un percorso strategico volto al potenziamento della comunicazione interna come valore centrale anche nel promuovere l'efficienza operativa e sostenere la motivazione delle persone che lavorano nell'Agenzia, si inserisce la nuova [Intranet istituzionale](#), pensata come una vera e propria piattaforma di condivisione, partecipazione e collaborazione. Nel prossimo triennio, Arpa Piemonte avvierà un importante progetto di progettazione, realizzazione e messa online della nuova intranet, strumento pensato per rafforzare la comunicazione interna, migliorare l'accesso alle informazioni e valorizzare le attività di tutte le strutture dell'Agenzia.

Intranet

La sua [revisione](#), nella forma e nei contenuti, parte dalla [rilevazione dei bisogni dell'utenza](#) (già effettuata mediante specifico questionario) per arrivare a una [nuova release](#) anche grafica: un lavoro di progettazione che parte quindi dal contesto presente, dalle criticità e dai punti di forza dei flussi comunicativi individuati, per arrivare a realizzare uno strumento che favorisca l'innovazione e il cambiamento, intesi come miglioramento qualitativo e quantitativo delle prestazioni ma anche condivisione delle conoscenze a tutto il personale e creazione di un clima interno più positivo.

La nuova intranet sarà progettata e sviluppata [interamente con l'ausilio di risorse dell'Ente](#), grazie alle competenze tecniche e progettuali già presenti in virtù dell'esperienza maturata dal gruppo che ha partecipato alla realizzazione del sito internet, garantendo così pieno controllo sulla sua architettura, personalizzazione e aggiornamento.

Il percorso di costruzione del nuovo sistema intranet prenderà avvio con un [confronto sistematico con i referenti di tutte le strutture](#), sia nella loro veste di produttori di contenuti sia in quella di utenti, con l'obiettivo di ascoltare e raccogliere esigenze, criticità e suggerimenti emersi nel tempo nell'utilizzo degli strumenti interni attualmente in uso. Il coinvolgimento diretto di tutte le articolazioni organizzative è fondamentale per costruire una piattaforma realmente utile, funzionale e coerente con le necessità quotidiane dei dipendenti. L'obiettivo principale sarà infatti quello di [realizzare uno strumento partecipato](#), in grado di facilitare la collaborazione tra le strutture, semplificare l'accesso a documenti, procedure, banche dati e comunicazioni interne, e allo stesso tempo [favorire la circolazione delle informazioni trasversali](#), rendendo visibile a tutti il valore del lavoro svolto in ogni ambito dell'Agenzia.

La nuova intranet avrà anche la valenza di una [vetrina interna delle attività dell'Ente](#), dove ogni struttura potrà raccontare i propri progetti, i risultati raggiunti, gli appuntamenti in programma, le pubblicazioni, gli strumenti a disposizione. In questo modo, oltre ad aumentare la consapevolezza interna sul ruolo svolto da ogni area, si potrà promuovere una cultura organizzativa più integrata, trasparente e orientata alla condivisione.





La piattaforma sarà naturalmente accessibile a [tutti i dipendenti](#), da qualsiasi sede e dalle postazioni di smart working e telelavoro, e sarà progettata secondo criteri di [semplicità, chiarezza e aggiornabilità](#), con una particolare attenzione all'usabilità e all'organizzazione dei contenuti grazie anche a una grafica più accattivante e immediata. Sarà uno strumento dinamico, pensato per evolvere nel tempo, aperto a proposte migliorative, e in grado di ospitare anche funzionalità collaborative (forum, spazi tematici, strumenti di supporto operativo) e informative (notizie interne, avvisi, scadenze, eventi).

Questo progetto rappresenterà un passaggio significativo nel percorso di evoluzione digitale e culturale dell'Agenzia, e contribuirà a [rafforzare il senso di appartenenza](#) dei dipendenti, mettendo in rete conoscenze, competenze e attività che oggi rischiano di restare frammentate o poco visibili. La nuova intranet non sarà solo uno strumento tecnico, ma un ambiente condiviso in cui la comunicazione interna diventa parte integrante della vita lavorativa quotidiana, in linea con i valori di trasparenza, partecipazione e valorizzazione del lavoro collettivo propri di Arpa Piemonte.

Per favorire l'interesse, la partecipazione e il coinvolgimento attivo di tutte le persone che lavorano in Arpa Piemonte, elementi fondamentali per il successo di questo percorso sia da un punto di vista dell'aderenza alle reali necessità del personale sia da quello del miglioramento del clima interno, verrà individuato un panel di volontari fra i dipendenti dell'Agenzia che valuteranno lo stato di avanzamento dei lavori. La nuova Intranet sarà così uno strumento utile e, al tempo stesso, un'opportunità collettiva per [fare rete, condividere, crescere insieme](#).

La realizzazione completa della nuova intranet è prevista per il 2026.

3 dicembre 2025