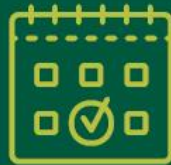


Comunicare lo sviluppo rurale: i risultati e le prospettive delle politiche pubbliche

*Condividere e confrontarsi per dare valore
alla comunicazione a sostegno
delle politiche di sviluppo europee*



15.05.2026

Regione del Veneto
Sala Polifunzionale Grandi Stazioni
Fondamenta Santa Lucia, Cannaregio 23 - Venezia



La comunicazione delle politiche pubbliche: leva strategica per il valore pubblico e la fiducia

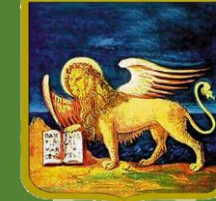
Gea Ducci, docente di Comunicazione Pubblica,
Università di Urbino Carlo Bo



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E
INTERNAZIONALI

La CENTRALITA' della COMUNICAZIONE DELLE POLITICHE nei programmi europei di sviluppo



REGIONE VENETO

Nei recenti programmi europei di sviluppo la **comunicazione delle politiche** assume una **nuova centralità** (risorse dedicate).

ma occorre passare

Dall'Obbligo alla Cura

Evolvere la comunicazione pubblica da mero adempimento normativo a opportunità strategica di relazione.



Coltivare la qualità della comunicazione

La «Cura» non è un obiettivo statico, ma **un seme che va coltivato quotidianamente**

Trasformare ogni informazione, manifesto, infografica, email, in un **gesto di attenzione** significa far crescere un'amministrazione nel cuore dei propri cittadini e stakeholder.

Dall'assolvere l'obbligo di informare, all'assumersi la **responsabilità di comunicare** le politiche, verso una relazionalità consapevole (Ducci 2017)



PIANIFICARE LA COMUNICAZIONE



I programmi europei stanno sollecitando la **pianificazione strategica** della comunicazione delle politiche.

Ne deriva un significativo e diffuso «esercizio» di pianificazione, senza precedenti.

Pianificare consente di **governare la comunicazione nelle diverse fasi del ciclo di vita di una politica pubblica**, stimolando una cultura dell'accountability

POLITICHE PUBBLICHE



GESTIONE STRATEGICA DELLA COMUNICAZIONE

Il Piano di comunicazione

strumento che consente di governare la comunicazione di un'amministrazione pubblica e delle singole politiche pubbliche



Piano strategico della comunicazione

(DDR n. 11237 del 19 febbraio 2026)

SCOPRI

Piano annuale

Piano annuale delle attività di comunicazione 2026 (DDR n. 11739 del 9 marzo 2026)

SCOPRI

Piano annuale

Piano annuale delle attività di comunicazione 2025 (DDR n. 142 del 20 Dicembre 2024)

SCOPRI

Le fasi

1 - Analisi del Contesto

2 – Elaborazione piano:

Obiettivi, generali e operativi: misurabili e legati alle scadenze dei programmi.

Pubblici: Identificazione dei target (stakeholder, beneficiari finali, giovani/adulti, ecc.) per evitare messaggi "generici".

Strategia e Contenuti. Il "cosa" e il "come" dirlo

Azioni e Strumenti: rapporti con i media, eventi, incontri con la cittadinanza, social media ecc., in base al pubblico.

Tempi e risorse: economiche e umane

3 - Monitoraggio e Valutazione (quantitativa e qualitativa)

La comunicazione delle politiche è/dovrebbe essere comunicazione pubblica istituzionale:

Comunicazione di interesse generale, secondo una **cultura del servizio** nei confronti di cittadini, stakeholder esterni e interni, beneficiari.

(Zémor 1995; Faccioli 2000; Ducci 2007 e 2017; Materassi 2017; De Paula et al. 2018; Solito et al. 2020; Lovari-Ducci 2022)



Government Communication

(Sander & Canel 2013; Griffon 2013; De Paula *et al.* 2018; Canel & Luhoma-aho 2019)

Comunicazione non di parte (apartitica) distinta dalla comunicazione politica (orientata al consenso)

Al tempo stesso, tende a «ibridarsi» con la comunicazione politica, proprio per la natura ibrida delle stesse politiche pubbliche

La sfida consiste nell'adottare criteri per attuare un giusto equilibrio (OECD 2021 e 2023)



Comunicare le politiche in modo interattivo e partecipato genera valore:

migliora il rapporto delle pubbliche amministrazioni **con l'ambiente esterno** nei territori di riferimento

(cittadini/e, imprese, associazioni, stakeholder, ecc.)

e

all'interno **della pubblica amministrazione**, tra uffici, settori, dipendenti, collaboratrici/ori interno-esterni



La comunicazione incide sulla **credibilità delle istituzioni** e sul senso di **fiducia**

La fiducia si coltiva nel tempo, riguarda l'**istituzione in generale** (storia, reputazione, capacità di rispondere alle aspettative) e **ogni operatrice/ore** in particolare (*civil servant*)



«**La fiducia sistemica** nel funzionamento dei sistemi sociali funzionalmente differenziati» - ad esempio un'istituzione pubblica, una regione, l'UE - «**non può prescindere del tutto dalla fiducia personale** nell'opera di quella persona concreta che assolve quel determinato ruolo» (operatore/rice pubblico/a, funzionario/a, ecc.) (Gili e Panarari 2020)

Per affrontare la crisi di fiducia

Politiche Partecipate Open Government

Superamento di logiche ascrittive (top-down)

Co-progettazione di percorsi e interventi

Co-design dei servizi

Trasparenza, Partecipazione, Collaborazione

Costruire alleanze comunicative

Comunicazione bidirezionale, relazionale



La comunicazione come **dispositivo** per rafforzare la democrazia, **anti-fragilità**:

frequenti crisi e turbolenze politico-sociali
trasformazioni della sfera pubblica sempre
più frammentata, caratterizzata da
disordine informativo (disinformazione),
polarizzazione e
inciviltà

(OECD 2021 e 2023; Bentivegna-Boccia Artieri 2022;
Lovari-Ducci 2022; Boccia Artieri 2025).



LA COMUNICAZIONE DIGITALE: OPPORTUNITA' E RISCHI

La comunicazione pubblica si avvale sempre più di **strumenti digitali** (social media e Intelligenza Artificiale)

In questa evoluzione è fondamentale **un approccio inclusivo ed etico**, *Human in the loop*, tenendo conto dei rischi della platformizzazione

(van Dijck et al. 2019; Lovari-Ducci 2022; EU AI Act; legge 132/2025; linee guida Agid 2025).



L'obiettivo di una **comunicazione pubblica integrata, coordinata, multicanale** (digitale e non) deve essere quello di **ridurre, e non creare, nuove diseguaglianze** (Rovinetti 2010; Ducci 2017).

Per concludere....

- Dare **continuità e non disperdere il “patrimonio di conoscenze ed esperienze”** acquisito in questi anni
- Diffondere la consapevolezza **del ruolo** che riveste **la comunicazione istituzionale nelle transizioni verso la sostenibilità** (ambientale, sociale, economica - come indicato nel piano di comunicazione di sviluppo rurale Veneto).
- **Superare il rischio “ frammentazione e disomogeneità”** nella comunicazione delle politiche dei programmi comunitari
- Accompagnare l’azione pubblica (anche quella ordinaria) garantendo **il riconoscimento della funzione dell’attività di comunicazione** da parte di tutti i settori di un’amministrazione.

Comunicazione pluridirezionale e multilivello (Lovari-Ducci 2022)



REGIONE VENETO

Grazie per l'attenzione!

gea.ducci@uniurb.it



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E
INTERNAZIONALI