

Tavolo: Ambiente

Tema: Nuovo Modello di Comunicazione

Titolo proposta (A): Dalla informazione alla comunicazione

Definizione e attuazione di piani di comunicazione sin dalla fase di progettazione delle opere. Per le opere in fase di attuazione, mettere al centro della comunicazione i benefici a esse collegati, instaurando rapporti non solo con le amministrazioni ma con tutti gli stakeholder in chiave interattiva. Attivare un osservatorio socio-economico dell'opera, indipendente, che produca informazioni in grado di incidere sullo svolgimento dell'opera stessa.

Titolo proposta (B): Dalla informazione alla comunicazione

Utilizzare un modello di gestione e valutazione del Piano di comunicazione che consenta di gerarchizzare gli obiettivi strategici e i target di riferimento, nonché di tenere conto delle compatibilità finanziarie, socioeconomiche e tecnologiche. Attraverso tale modello l'azienda assumerebbe un impegno per la valutazione e per l'uso dei suoi risultati in chiave di flessibilità organizzativa.

1. Breve contestualizzazione

Il Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane è convinto dell'importanza di sviluppare attività e strumenti di comunicazione sulle grandi opere ferroviarie sin dalla fase di progettazione, al fine di fornire informazioni utili a promuovere la partecipazione consapevole delle comunità locali e a ridurre la disinformazione, spesso causa della mancanza di consenso.

Esperienze significative in tal senso sono state attuate di concerto con le Istituzioni nazionali e del territorio, in particolare in relazione alle nuove linee ferroviarie Alta Velocità/Alta Capacità, con lo sviluppo di modelli di comunicazione innovativi volti a informare i cittadini e i media sulle nuove infrastrutture ferroviarie, sia nella fase progettuale sia nella fase dei lavori.

2. Risposta (A)

Il Gruppo FS già ora definisce e attiva piani di comunicazione fin dalla fase di progettazione delle opere, anche assieme al Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e a tutti gli altri Enti istituzionali coinvolti nei processi autorizzativi al fine,

tra l'altro, di metterne in luce i benefici in termini non solo trasportistici ma anche economici, ambientali e sociali. Il Gruppo FS intende progredire instaurando rapporti sempre più proficui con gli stakeholder rilevanti, anche attraverso nuovi momenti di condivisione e partecipazione, e si impegna a studiare, anche alla luce di quanto previsto dal "nuovo Codice Appalti", i più adeguati strumenti di comunicazione con cui accompagnare la realizzazione delle nuove opere, tra cui per prime, le tratte AV Napoli-Bari e Palermo-Catania-Messina.

Per quanto concerne la proposta di attivare un Osservatorio socio-economico dell'opera, il Gruppo FS non ritiene in questa fase di poter procedere in tal senso, ma è comunque disponibile a offrire la massima collaborazione a eventuali iniziative *super partes* promosse da Università e/o enti di studio e ricerca dei territori coinvolti dalle nuove opere, come già ha fatto in occasione della realizzazione dell'AV/AC Torino-Milano-Napoli

Risposta (B)

Il modello di gestione della comunicazione certamente potrà tener conto della gerarchizzazione degli obiettivi strategici e dei target di riferimento principali; il piano di comunicazione però, di norma, non entra nel processo decisionale della compatibilità finanziaria e socioeconomica, attività che spetta alle Direzioni tecniche dell'azienda.