



# Presidenza del Consiglio dei Ministri

VISTA la Legge 23 agosto 1988, n. 400 e successive modificazioni, recante “*Disciplina dell’attività di Governo e ordinamento della Presidenza del Consiglio dei ministri*”;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303, recante *Ordinamento della Presidenza del Consiglio dei ministri, a norma dell’articolo 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59*, e successive modificazioni e, in particolare, l’articolo 7, comma 4;

VISTO l’articolo 11, comma 4 del d.lgs. 30 marzo 2001, n. 165;

VISTO l’articolo 30 del il DPCM 1° ottobre 2012 recante “*Ordinamento delle strutture generali della Presidenza del Consiglio dei Ministri*” Pubblicato nella Gazz. Uff. 11 dicembre 2012, n. 288, e s.m.i.;

VISTA la Legge 7 giugno 2000, n. 150 recante “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*”;

VISTO il Decreto-Legge 14 aprile 2023, n. 39 convertito con modificazioni dalla L. 13 giugno 2023, n. 68 recante “*Disposizioni urgenti per il contrasto della scarsità idrica e per il potenziamento e l’adeguamento delle infrastrutture idriche*”,

VISTO, in particolare, l’articolo 13 del sopracitato Decreto Legge che dispone che “1. *Entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore (...), con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, è approvato un piano di comunicazione nei limiti delle risorse a tal fine destinate nel bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri, volto ad assicurare un’adeguata informazione del pubblico sulla persistente situazione di crisi idrica in atto nel territorio nazionale e sulle gravi ripercussioni che tale fenomeno potrebbe determinare sul tessuto economico e sociale, nonché a garantire ai cittadini e agli operatori di settore le informazioni necessarie sul corretto utilizzo della risorsa idrica. 2. Il piano di cui al comma 1, è predisposto dal Dipartimento per l’informazione e l’editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri, sentite le amministrazioni centrali e le Autorità di bacino coinvolte nella programmazione, progettazione ed esecuzione delle misure necessarie a fronteggiare la crisi idrica, per le parti di specifica competenza*».

CONSIDERATO che il Dipartimento per l’informazione e l’editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri ha predisposto il “Piano di comunicazione volto ad assicurare un’adeguata informazione del pubblico sulla persistente situazione di crisi idrica in atto nel territorio nazionale e sulle gravi ripercussioni che tale fenomeno potrebbe determinare sul tessuto economico e sociale, nonché a garantire ai cittadini e agli operatori di settore le informazioni necessarie sul corretto utilizzo della risorsa idrica” da realizzarsi con risorse a valere sul capitolo 563 del Centro di Responsabilità n. 9 del bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri nel limite massimo di euro 500.000,00;

SENTITE le Amministrazioni centrali dello Stato coinvolte nella programmazione, progettazione ed esecuzione delle misure necessarie a fronteggiare la crisi idrica, con nota inviata dal Dipartimento per l’informazione e l’editoria prot. DIE-00044 del 12/07/2023 e riscontro, per le parti di specifica competenza, del Ministero delle infrastrutture e dei trasporti con nota prot. DIE-



# Presidenza del Consiglio dei Ministri

0005169 del 15/09/2023, del Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica con nota prot. DIE-0005047 del 7/09/2023, del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste con nota prot. DIE-0005502 del 29/09/2023;

VISTI i decreti del Presidente della Repubblica 21 ottobre 2022, di costituzione del Governo;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 31 ottobre 2022, con il quale al sen. Alberto Barachini è stato conferito l'incarico di Sottosegretario di Stato;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 25 novembre 2022, con il quale il Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei ministri sen. Alberto Barachini è stato delegato ad esercitare le funzioni spettanti al Presidente del Consiglio dei ministri in materia di informazione e comunicazione del Governo, editoria e prodotti editoriali nonché l'attuazione delle relative politiche;

## DECRETA

E' adottato l'allegato Piano di comunicazione relativo alla crisi idrica di cui all'articolo 13 del decreto-legge 14 aprile 2023, n. 39 convertito con modificazioni dalla legge 13 giugno 2023, n. 68, che costituisce parte integrante del presente decreto.

Il presente decreto è trasmesso, per i successivi adempimenti, ai competenti Organi di controllo.

Roma, 4 ottobre 2023

p. IL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI  
Il Sottosegretario di Stato con delega all'informazione ed editoria  
*Sen. Alberto Barachini*



Firmato digitalmente da  
BARACHINI ALBERTO  
C = IT  
O = PRESIDENZA CONSIGLIO DEI  
MINISTRI

## **PIANO DI COMUNICAZIONE RELATIVO ALLA CRISI IDRICA (ART. 13 DEL DECRETO-LEGGE 14 APRILE 2023, N. 39)**

### **Analisi dello scenario**

In Italia, come in molti Paesi europei, il problema della siccità è sempre più frequente. I problemi legati alla disponibilità dell'acqua interessano numerose aree del nostro territorio nazionale. Tra le azioni che il Governo ha avviato per affrontare il problema, vi è il coinvolgimento attivo della popolazione nella riduzione del consumo di acqua, anche attraverso iniziative di comunicazione istituzionale.

Per evitare l'acuirsi delle crisi idriche è opportuno mettere in atto una serie di provvedimenti, nonché comportamenti individuali, per poter preservare e gestire nel modo più opportuno il patrimonio idrico nazionale. Tra le azioni auspicabili figurano la gestione oculata e razionale delle falde acquifere, la riduzione dei consumi, la realizzazione di interventi di riparazione o rifacimento delle condotte, l'impiego di reti di adduzione e distribuzione "duali" che consentano l'utilizzo di acqua pregiata per fini potabili e di acqua depurata per alcuni usi compatibili

### ***La campagna di comunicazione realizzata dalla Presidenza del Consiglio nel 2022***

Durante l'estate del 2022 il Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri ha realizzato una prima campagna di comunicazione sul consumo consapevole della risorsa acqua, articolata su più media: radio e televisioni del servizio pubblico, internet e profili social istituzionali. Oggetto della campagna è stata la sensibilizzazione all'uso responsabile e moderato della risorsa idrica, corredata da una proposta di azioni concrete ed immediate per limitare l'uso dell'acqua, quale bene di vitale importanza. Il messaggio è stato centrato sulla possibilità, per tutti i cittadini, di porre in essere comportamenti efficaci per incidere in modo sensibile ed in prima persona sul risparmio idrico, adottando semplici abitudini quotidiane. I risultati della campagna del 2022 sono stati rilevati e misurati dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria e sono di seguito esposti, suddivisi per tipo di media.

#### *TV e radio*

Lo spot tv è stato realizzato in grafica animata e ha trasmesso un messaggio sull'uso consapevole dell'acqua, mostrando una serie di semplici azioni quotidiane che tutti i cittadini possono mettere in pratica.

Il claim è: «Consumiamo l'acqua responsabilmente».

Gli spot tv e radio sono stati pianificati sulle reti generaliste Rai e su Rainews24 durante la stagione estiva, in due distinti periodi:

- dal 2 luglio al 22 luglio 2022;
- dal 26 luglio al 15 agosto 2022.

Gli spot hanno avuto un'ampia diffusione:

- n. 810 passaggi tv e radio;
- n. 111.175.452 contatti lordi tv e radio.

### *Social media*

La diffusione del messaggio è stata ampliata con una diffusione sui social media, attraverso video e altri materiali idonei a visualizzare con immediatezza le azioni quotidiane che possono essere messe in pratica dai cittadini per risparmiare ed usare correttamente l'acqua.

In parallelo con la diffusione sulle reti radiofoniche e televisive, la campagna social è stata pianificata a pagamento sui canali Facebook e Instagram «Italia domani», dal 14 al 26 luglio 2022.

La campagna, indirizzata al target dei cittadini italiani maggiorenni, ha avuto ottimi risultati in termini quantitativi, puntualmente rilevati dal Dipartimento:

Copertura: 4,6 milioni;

Interazioni: 182 mila;

Impression: 5,7 milioni.

### ***Il Decreto-legge 14 aprile 2023, n.39 «Decreto siccità»***

Il Decreto-legge 14 aprile 2023, n. 39, recante “*Disposizioni urgenti per il contrasto della scarsità idrica e per il potenziamento e l'adeguamento delle infrastrutture idriche*”, definisce il perimetro di azione e gli attori coinvolti per fronteggiare la situazione di scarsità idrica che determina gravi ripercussioni nel settore idropotabile e in quello irriguo, anche in aree densamente popolate del Paese.

È stata istituita una cabina di regia presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, presieduta dal Presidente del Consiglio dei ministri ovvero, su delega di questi, dal Ministro delle infrastrutture e dei trasporti, composta da:

- Ministro dell'ambiente e della sicurezza energetica;
- Ministro per gli affari europei, il sud, le politiche di coesione e il PNRR;
- Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste;
- Ministro per la protezione civile e le politiche del mare;
- Ministro per gli affari regionali e le autonomie;
- Ministro dell'economia e delle finanze.

Come previsto dal citato decreto-legge, il Governo ha altresì nominato il Commissario straordinario nazionale per l'attuazione degli interventi urgenti connessi al fenomeno. L'art. 13 del citato decreto-legge prevede che: «Entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore (...), con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, è approvato un piano di comunicazione nei limiti delle risorse a tal fine destinate nel bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri, volto ad assicurare un'adeguata informazione del pubblico sulla persistente situazione di crisi idrica in atto nel territorio nazionale e sulle gravi ripercussioni che tale fenomeno potrebbe determinare sul tessuto economico e sociale, nonché a garantire ai cittadini e agli operatori di settore le informazioni necessarie sul corretto utilizzo della risorsa idrica. 2. Il piano di cui al comma 1, è predisposto dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri, sentite le amministrazioni centrali e le Autorità di bacino coinvolte nella programmazione, progettazione ed esecuzione delle misure necessarie a fronteggiare la crisi idrica, per le parti di specifica competenza».

## Obiettivi

Alla luce del disposto normativo è stato predisposto il presente Piano di comunicazione, i cui obiettivi sono puntualmente definiti dal Decreto Legge 14 aprile 2023, n. 39 art. 13 comma 1:

1. assicurare ai cittadini un'adeguata informazione sulla persistente situazione di crisi idrica in atto nel territorio nazionale e sulle gravi ripercussioni che tale fenomeno può determinare sul tessuto economico e sociale del Paese;
2. fornire ai cittadini e agli operatori di settore le informazioni necessarie sul corretto utilizzo della risorsa idrica.

Il secondo obiettivo di comunicazione si pone in continuità con il messaggio diffuso grazie alla campagna realizzata dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria nel corso del 2022. Per quanto concerne il primo obiettivo, si ritiene utile un'integrazione con la previsione di informazioni anche con riferimento agli eventi climatici avversi.

Il Piano è stato sviluppato dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria, sentite le seguenti Amministrazioni di settore:

- Ministero delle infrastrutture e dei trasporti;
- Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica;
- Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste.

## Target

- Tutti i cittadini
- Gli operatori di settore

## Strategia di comunicazione

Il Piano di comunicazione sviluppa e si articola secondo la seguente strategia.

- Realizzare, grazie alla collaborazione con le diverse amministrazioni coinvolte, una comunicazione chiara e coerente sul tema del risparmio idrico.
- Diffondere le informazioni relative al risparmio idrico, partendo dai contenuti della campagna già realizzata e diffusa nel corso del 2022 dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria.
- Fornire tempestivamente le informazioni sulla crisi idrica in atto nonché su eventuali ulteriori eventi climatici avversi, attraverso l'aggiornamento dei social media delle Amministrazioni di settore.
- Avviare azioni di comunicazione dirette a diversi segmenti di target, per coprire tutta la popolazione, con messaggi mirati e diversificati.

## Le quattro macro-azioni previste

La strategia di comunicazione sarà sviluppata mediante la realizzazione di quattro macro-azioni:

1. Pianificazione dello spot tv e radio già disponibile, diretto ad un pubblico generalista e sviluppo, da parte delle Amministrazioni di settore coinvolte, di nuovi spot su temi specifici.
2. Realizzazione di una campagna social sulla pagina Facebook del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, con un approccio multiformato e multi-target.
3. Amplificazione del messaggio presso gli *opinion leader* mediante una campagna stampa.
4. Diffusione sui profili social delle Amministrazioni di settore coinvolte, degli aggiornamenti relativi all'andamento della crisi idrica e delle misure poste in essere dal Governo per la tutela

della risorsa idrica, per la sicurezza dell'approvvigionamento idrico e per la riduzione delle perdite nel sistema nazionale.

Ai sensi del Capo I della Legge 7 giugno 2000, n. 150 recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", ove non diversamente specificato, le azioni del Piano saranno realizzate dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria con risorse a valere sul capitolo 563 del bilancio della presidenza del Consiglio. Alcune azioni specifiche proposte dalle Amministrazioni di settore saranno realizzate dalle stesse con risorse proprie.

### ***Macro Azione 1 - Spot tv e radio***

Lo spot TV, già realizzato nel 2022 in grafica animata, è stato aggiornato per il 2023 con un nuovo claim: «L'acqua è vita, non sprecarla», per sottolineare l'importanza di un uso responsabile della risorsa idrica.

La nuova pianificazione ha l'obiettivo di ampliare la diffusione del messaggio che mostra una serie di semplici azioni quotidiane che tutti i cittadini possono mettere in pratica.

Lo spot televisivo e radiofonico è stato già pianificato sulle reti generaliste Rai e su Rainews24 in due distinti periodi:

- dal 18 aprile al 17 maggio 2023 per un totale di n. 580 passaggi tv e radio;
- un successivo periodo da definire, in concomitanza con l'acuirsi del fenomeno della siccità.

Al fine di garantire un'adeguata memorabilità del messaggio, lo spot potrà essere riprogrammato sia sulle reti Rai che su un circuito informativo di radio locali su tutto il territorio nazionale.

Il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste curerà la realizzazione di uno spot tv e radio sull'uso sostenibile dell'acqua in agricoltura, in particolare nel contrasto agli sprechi di acqua nel settore agricolo, che rappresentano una quota molto significativa degli sprechi di acqua in Italia. Lo spot sarà diffuso sulle reti televisive e radiofoniche Rai nei passaggi determinati dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria ai sensi dell'articolo 3, comma 1 della Legge n. 150 del 2000.

### ***Azione 2 - Sviluppo della campagna social***

La campagna social è articolata in due fasi.

La prima fase è stata attuata a partire dal mese di aprile 2023, previo aggiornamento della stessa con il nuovo claim: «L'acqua è vita, non sprecarla».

La campagna è stata pianificata dal 14 aprile al 9 maggio su Facebook e Instagram da parte del Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

La sponsorizzazione è stata realizzata con alcuni crediti pubblicitari forniti da Meta a titolo gratuito nell'ambito di un progetto mondiale di sostegno alle Amministrazioni pubbliche.

La campagna, indirizzata al target dei cittadini italiani maggiorenni, ha avuto i seguenti risultati, rilevati dal Dipartimento:

Copertura: 23 milioni;

Interazioni: 572 mila;

Impression: 74,4 milioni.

La seconda fase della campagna social sarà attuata partendo dalle creatività realizzate nel 2022 e 2023, dalle quali saranno sviluppati nuovi materiali nativi social, idonei a diversificare e rafforzare i messaggi per raggiungere più ampie fasce di popolazione.

La realizzazione di messaggi diversificati, sia dal punto di vista del contenuto che della veste grafica, seguirà logiche di targeting basate su dati socio-demografici, interessi e comportamenti online, con l'obiettivo di raggiungere efficacemente i cittadini e incidere sulla memorabilità della campagna.

I messaggi saranno diffusi con sponsorizzazione sui profili Facebook e Instagram del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, secondo diverse fasi strategiche:

- *Teaser*: si crea curiosità attraverso la diffusione di contenuti preliminari;
- *Live*: si diffondono i principali contenuti di campagna;
- *Follow up*: si diffondono contenuti satellite di approfondimento.

La sponsorizzazione a supporto del piano editoriale social sarà volta a dare massima visibilità alla campagna, avendo fissato preliminarmente gli obiettivi principali di copertura, interazione e raggiungimento di specifici segmenti di target.

Il Ministero delle infrastrutture e dei trasporti curerà la realizzazione e la diffusione di una campagna social sull'azione del governo per la tutela delle risorse idriche, la sicurezza dell'approvvigionamento e la riduzione delle perdite nel sistema idrico nazionale. Inoltre curerà la realizzazione e la diffusione di una campagna social tra il 17 giugno, giornata mondiale contro la desertificazione e il 2 ottobre, giornata mondiale dell'habitat, con interviste ad esperti per spiegare ai cittadini il contenuto del II Decreto-legge 14 aprile 2023, n.39 «Decreto siccità» e rendere noti gli interventi inseriti nel PNRR e nei programmi PON dedicati al settore idrico.

### *Azione 3 – Pianificazione sulla stampa*

Nell'autunno 2023 sarà realizzata una campagna stampa multisoggetto, con contenuti di forte impatto, di carattere sia generale che specifico, elaborati in collaborazione con le amministrazioni di settore coinvolte.

Attraverso il mezzo stampa si intende colpire i target rappresentati dai cittadini generalmente più informati, in grado di formarsi un'opinione documentata, con un certo grado di indipendenza. All'esito di una ricerca recentemente condotta sull'efficacia delle campagne di comunicazione istituzionale, i cittadini appartenenti a questi target risultano più attivi nel cercare le informazioni sull'attività delle istituzioni a mezzo stampa e ripongono relativamente maggior fiducia in questo tipo di media.

La campagna sarà pianificata in modo capillare sulla stampa nazionale e locale.

Per ciascuna testata è prevista una uscita nel formato mezza pagina che assicura un forte impatto e l'esclusività pubblicitaria nella stessa pagina.

### *Azione 4 - Diffusione degli aggiornamenti relativi all'andamento della crisi idrica*

Ciascuna delle Amministrazioni di settore coinvolte - Ministero delle infrastrutture e dei trasporti, Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica, Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste - diffonderà sui propri siti internet e sui propri profili social le informazioni relative a:

- aggiornamenti relativi all'andamento della crisi idrica;

- le misure poste in essere dal Governo per la tutela della risorsa idrica, la sicurezza dell'approvvigionamento idrico e la riduzione delle perdite nel sistema nazionale.

Con l'obiettivo di amplificare la diffusione degli aggiornamenti pubblicati dalle Amministrazioni coinvolte, sarà implementato un modello organizzativo che possa favorire la condivisione e la circolazione tempestiva delle informazioni, anche attraverso la realizzazione di post social creati in collaborazione tra DIE e altre Amministrazioni, i cosiddetti *post in partnership*, il *repost* di contenuti già pubblicati, la condivisione di contenuti nativi con *tag* e *mention*.

### **Budget**

Il Piano sarà implementato grazie alle risorse finanziarie disponibili sul capitolo 563 del bilancio della Presidenza del Consiglio dei ministri, nel limite di ammontare massimo di € 500.000.

### **Durata**

Le attività previste dal presente Piano hanno avuto inizio ad aprile 2023 e proseguiranno fino al 30 giugno 2024.

### **Monitoraggio e misurazione dei risultati. Integrazione delle iniziative**

Ciascuna macro-azione del Piano prevede una fase di monitoraggio e misurazione dei risultati, sia in itinere che alla sua conclusione, grazie a specifici report relativi al numero di destinatari raggiunti e all'analisi sugli effetti generati nel pubblico, in termini cognitivi (ricordo e comprensione del messaggio), emotivi (emozioni, opinioni, rispetto all'iniziativa e all'istituzione proponente) e di adozione da parte dei cittadini dei comportamenti desiderati.

La misurazione dei risultati potrà essere effettuata mediante strumenti qualitativi, come sondaggi di opinione, focus group, interviste, e quantitativi, quali la rilevazione del GRP, CTR, VTR e, per i social media, di copertura, impressions, views, click sugli annunci, followers e tasso di engagement.

Anche alla luce del monitoraggio e della valutazione dei risultati, successivamente all'emanazione del Piano e per tutta la durata dello stesso, potranno essere ideate e realizzate ulteriori azioni di comunicazione da parte sia del Dipartimento per l'informazione e l'editoria che dei Ministeri di settore coinvolti.