



Determinazione Direttoriale n. 25 del 06.08.2026

Oggetto: Presa d'atto dell'approvazione del Piano di Comunicazione Agosto 2026 - Luglio 2027 (all.1) e autorizzazione al compimento della spesa di cui al punto 11 del medesimo Piano (casella di posta istituzionale € 13,60 mensili), con riserva sull'attività di videomaker.

II DIRETTORE

VISTA la deliberazione della Giunta Regionale del Lazio del 23 maggio 2025 n.382, avente ad oggetto: *“Legge regionale 13 gennaio 2005, n. 1, e successive modifiche. Costituzione della fondazione di partecipazione denominata Accademia regionale di Polizia locale del Lazio (d’ora in poi, anche, solo Accademia). Approvazione dello Statuto e finalizzazione risorse-esercizio finanziario 2025”*;

VISTO l’atto Costitutivo (Repertorio n. 34019 - Raccolta n. 16379 del 24 giugno 2025) della Fondazione di partecipazione denominata Accademia Regionale di Polizia Locale del Lazio (di seguito, per brevità, "Accademia"), redatto dal Notaio Dr. Natale Votta in Roma, comprensivo dello Statuto (Allegato "B");

VISTO il Decreto del Presidente della Regione Lazio n. T00188 del 25 novembre 2025, pubblicato sul BURL n. 99 del 2 dicembre 2025, concernente la nomina del Presidente e dei componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Accademia;

VISTA la Deliberazione del Consiglio di Amministrazione dell'Accademia del 9 gennaio 2026 (pubblicata sul BURL n. 12 del 10 febbraio 2026) avente ad oggetto la nomina del Direttore dell'Accademia, l’Avv. Daniele Marra, e il successivo contratto di assunzione sottoscritto in data 24 aprile 2026;

VISTA la pubblicazione dell'Avviso pubblico di procedura comparativa per il conferimento di un incarico individuale di collaborazione per "Addetto Stampa" dell'Accademia Regionale di Polizia Locale del Lazio come da BURL n.39 del 14 maggio 2026;

VISTO che all'esito della selezione e in occasione del CdA dell'Accademia all'adunanza del 17.6.2026 veniva presa in esame ed approvata la candidatura della Dr.ssa Carla Schiavo e si rinviava la contrattualizzazione del rapporto all'esito del colloquio conoscitivo;

VISTO che in occasione del CdA del 9.7.2026 veniva compiuto, in modalità telematica, il colloquio conoscitivo con la selezionata Addetta Stampa la Dr.ssa Carla Schiavo ed all'esito dell'adunanza, all'unanimità, era confermata la scelta e la volontà di procedere alla sua contrattualizzazione, onerando il Direttore in tal senso;

VISTO il contratto sottoscritto in data 14.07.2026 tra l'Accademia Regionale di Polizia Locale del Lazio e la Dr.ssa Carla Schiavo ove, all'art. 2, è testualmente previsto che: *"[...] la Consulente svolgerà, in autonomia e sotto la propria responsabilità la seguente attività: 1. La cura dei rapporti con la stampa locale, regionale e nazionale; 2. La redazione e invio di comunicati stampa, materiale informativo e newsletter; 3. La predisposizione e la gestione di mailing list dedicate; [...]"*;

VISTO che la Dr.ssa Schiavo, nella sua qualità di Addetto Stampa e in adempimento delle obbligazioni predette, ha predisposto, in coerenza con gli indirizzi della Presidenza e con le esigenze di consolidamento dell'identità istituzionale dell'Accademia, il documento che qui si allega, ovvero il "Piano di Comunicazione — Agosto 2026 – Luglio 2027" (di seguito anche il "Piano"), volto a definire obiettivi, presidi, canali, fasi operative e quadro dei costi delle attività di comunicazione istituzionale della Fondazione per il primo anno di attività;

CONSIDERATO che il Piano prevede a margine delle presentazioni territoriali anche un'azione di comunicazione corporate e istituzionale rivolta ai Comuni del Lazio, finalizzata ad avviare interlocuzioni dirette e a moltiplicare la diffusione delle iniziative dell'Accademia mediante l'attivazione della casella di posta istituzionale dell'Ufficio Stampa (costo indicativo di circa € 13,60 mensili);

DATO ATTO che in data 4 agosto 2026 si è riunito il Consiglio di Amministrazione dell'Accademia Regionale di Polizia Locale del Lazio, il quale ha esaminato il Piano nel testo predisposto dalla Dr.ssa Schiavo, condiviso con i membri del CdA dalla Direzione, ed ha deliberato:

a) di approvare il "Piano di Comunicazione — Agosto 2026 – Luglio 2027" nella sua interezza, ivi comprese le relative spese come rappresentate nel Piano medesimo, ed in particolare il costo

dell'apertura della casella di posta istituzionale (circa € 13,60 mensili), autorizzandone l'avvio e l'attuazione secondo le fasi e la tempistica ivi indicate;

b) di riservare a separata e successiva seduta del Consiglio di Amministrazione ogni decisione in merito all'attività di videomaker prevista dal Piano a supporto della conferenza stampa, delle presentazioni territoriali e del racconto dei corsi, previa individuazione del profilo professionale da incaricare e quantificazione della spesa;

CONSIDERATO che il Piano dà espressamente atto che restano esclusi dal relativo quadro economico gli eventuali costi ulteriori connessi a sponsorizzazioni dei contenuti, produzioni grafiche o audiovisive straordinarie, sedi e allestimenti, nonché all'eventuale incarico di videomaker, da sottoporre a valutazione e approvazione separata come sopra si è detto, come previsto al punto 11 del Piano;

RITENUTO necessario dare formale atto, con proprio provvedimento, della deliberazione assunta dal Consiglio di Amministrazione nell'adunanza del 4 agosto 2026, ai fini della relativa attuazione operativa ed amministrativa del Piano, nonché degli adempimenti di trasparenza conseguenti;

VISTO in particolare lo Statuto dell'Accademia nella parte in cui attribuisce al Direttore Amministrativo la competenza a dare attuazione, con propri atti di determinazione, agli indirizzi e alle deliberazioni assunte dal Consiglio di Amministrazione;

ACCERTATA la copertura delle spese approvate nell'ambito del budget della Fondazione per l'esercizio in corso.

Per le motivazioni esposte in premessa, che s'intendono integralmente richiamate

DETERMINA

1. di prendere atto della deliberazione assunta dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 4 agosto 2026, con la quale è stato approvato il "Piano di Comunicazione — Agosto 2026 – Luglio 2027", allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale della presente Determinazione, comprensivo delle relative spese ivi indicate;

2. di autorizzare, per l'effetto, il compimento della spesa di cui al punto 11 del Piano (casella di posta istituzionale dell'Ufficio Stampa, costo indicativo come ivi indicato di circa € 13,60 mensili);

3. di disporre l'avvio dell'attuazione del Piano secondo le fasi e la tempistica in esso definite;

4. di dare atto che resta riservata a successiva seduta del Consiglio di Amministrazione ogni determinazione in merito all'attività di videomaker prevista dal Piano, previa individuazione del profilo professionale da incaricare e quantificazione della spesa;
5. di dare atto che eventuali ulteriori spese non ricomprese nel quadro economico del Piano (sponsorizzazioni, produzioni grafiche o audiovisive straordinarie, sedi e allestimenti, oltre all'incarico di videomaker di cui al punto 4) come prevede il punto 11, resteranno soggette a separata e preventiva valutazione e approvazione dell'Organo Consiliare;
6. di dare atto che l'onere economico derivante dal presente affidamento, trova copertura finanziaria nel bilancio dell'Accademia Regionale di Polizia Locale del Lazio per l'esercizio finanziario corrente.
7. di disporre la pubblicazione del presente provvedimento, con il relativo allegato, nella sezione "Amministrazione Trasparente" del sito istituzionale della Fondazione, ai sensi e per gli effetti del D.Lgs. 33/2013;

Allegati: 1) Piano di Comunicazione — Agosto 2026 – Luglio 2027.

Roma, 6 agosto 2026

Il Direttore

Avv. Daniele Marra



PIANO DI COMUNICAZIONE

Agosto 2026 – Luglio 2027

1. Premessa

Il presente Piano definisce gli obiettivi e le azioni di comunicazione dell'Accademia di Polizia Locale della Regione Lazio per il primo anno di attività. Nasce come uno strumento operativo, condiviso e aggiornabile, capace di accompagnare la crescita dell'Accademia, promuovere l'offerta formativa e rafforzare il rapporto con Comuni, Comandi di Polizia Locale, Enti, Media e territori.

L'impostazione è progressiva: nella prima fase saranno attivati i presidi istituzionali e digitali; nella seconda saranno presentate l'Accademia, la sua missione e i singoli corsi. Dalla partenza delle attività formative la comunicazione documenterà lo svolgimento dei corsi, valorizzando docenti, partecipanti e competenze acquisite.

2. Obiettivi di comunicazione

- Costruire un'identità istituzionale riconoscibile, coerente e autorevole.
- Far conoscere la nascita dell'Accademia, la sua missione, le sue funzioni e il valore dell'offerta formativa.
- Promuovere le adesioni dei Comuni del Lazio e degli enti pubblici e privati.
- Presentare ciascun corso in modo chiaro, evidenziandone articolazione, finalità e competenze in uscita.
- Raccontare lo svolgimento dei corsi e trasformare le esperienze dei partecipanti in testimonianze capaci di favorire nuove iscrizioni.
- Rafforzare la presenza territoriale dell'Accademia attraverso presentazioni nei cinque capoluoghi di provincia e interlocuzioni dirette con i Comuni.
- Assicurare una comunicazione istituzionale coordinata tra Ufficio Stampa, governance, enti e canali digitali.

PRINCIPIO GUIDA

La comunicazione istituzionale è il ponte tra l'Accademia, gli enti, la Polizia Locale e i cittadini: deve essere autorevole, chiara, accessibile e capace di generare fiducia.

3. Presìdi e canali

3.1 Casella di posta istituzionale

Creazione e attivazione della casella pressooffice@accademiapolizialelazio.it, quale presidio ufficiale dell'Ufficio Stampa per le interlocuzioni con giornalisti, enti e stakeholder, l'invio di comunicati e materiali, le convocazioni, la compilazione dei moduli e l'archiviazione delle attività.

- **Costo indicativo:** circa € 13,60 al mese.

3.2 Pagine social

Nella fase iniziale si propone la creazione e la gestione delle pagine Instagram e LinkedIn, con funzioni complementari:

Canale	Funzione	Contenuti prevalenti
Instagram	Racconto visivo e coinvolgimento	Accademia, corsi, docenti, partecipanti, testimonianze ed eventi.
LinkedIn	Posizionamento istituzionale e professionale	Offerta formativa, relazioni con enti e partner, comunicati e risultati.
TikTok – da valutare	Possibile presidio divulgativo	Eventuale sperimentazione successiva, subordinata a risorse e continuità video.

L'eventuale attivazione di TikTok sarà valutata in un secondo momento, sulla base delle risorse disponibili e della possibilità di produrre contenuti video con continuità.

tone of voice

Istituzionale ma non burocratico; autorevole ma vicino; chiaro, inclusivo, concreto e orientato al servizio.

4. Piano operativo per fasi. Fase 1

FASE 1 – Creazione e impostazione dei canali

La prima fase è dedicata alla costruzione dei presìdi digitali e alla definizione coordinata dell'identità dell'Accademia sui social.

- Creazione delle pagine Instagram e LinkedIn.
- Definizione condivisa delle descrizioni dei profili.
- Scelta delle immagini del profilo e della foto di copertina.
- Predisposizione dei primi materiali grafici e dei contenuti necessari all'avvio delle pagine.
- Attivazione della casella e-mail istituzionale dell'Ufficio Stampa.

FASE 2 – Presentazione dell'Accademia e dei corsi

Dopo l'attivazione dei canali, la comunicazione sarà dedicata a spiegare che cos'è l'Accademia, quali obiettivi persegue e come è articolata la sua offerta formativa.

4.1 Piano operativo per fasi. Fase 2

FASE 2 – Contenuti di lancio

- Un primo post per comunicare la nascita dell'Accademia.
- Valutazione del recupero di contenuti relativi alla conferenza stampa di presentazione già svolta, attraverso fotografie ed eventuali video, indicando con chiarezza la data originaria dell'evento.
- Un post dedicato a spiegare che cosa fa l'Accademia.
- Un post dedicato alla missione dell'Accademia.
- Una campagna di adesioni rivolta ai Comuni del Lazio e agli enti pubblici e privati.
- Un post dedicato a ogni singolo corso, per illustrarne articolazione, destinatari, finalità e competenze che gli allievi potranno acquisire.

Architettura dei contenuti

Ambito	Obiettivo	Contenuti
Identità e missione	Spiegare chi è l'Accademia e perché nasce.	Nascita, funzioni, missione e valore istituzionale.
Offerta formativa	Rendere ogni corso chiaro e riconoscibile.	Destinatari, articolazione, finalità e competenze.
Persone ed esperienza	Dare volto e concretezza alla formazione.	Docenti, partecipanti, lezioni e testimonianze.
Rete e territori	Sostenere adesioni e diffusione.	Comuni, enti, tappe provinciali e rilanci coordinati.

NOTA EDITORIALE

Gli eventuali contenuti relativi a eventi già svolti riporteranno sempre la data originaria, a garanzia di trasparenza e correttezza istituzionale.

Video-interviste ai docenti

A supporto della presentazione dei corsi potranno essere realizzate brevi video-interviste agli insegnanti, costruite su tre domande comuni:

N.	Domanda
1	A chi è rivolto il corso?
2	Quale sarà la colonna portante, l'elemento cardine delle sue lezioni?
3	Che cosa avranno imparato gli allievi al termine del corso?

FASE 3 – Racconto dei corsi

A partire da ottobre, con l'avvio delle attività formative, la comunicazione documenterà concretamente come si svolgono i corsi.

- Produzione di immagini e brevi video durante le lezioni.
- Raccolta di testimonianze dei partecipanti maggiormente disponibili a raccontare l'esperienza.
- Pubblicazione di contenuti capaci di mostrare il valore concreto della formazione.
- Valorizzazione delle testimonianze come strumento di condivisione e di promozione delle successive iscrizioni.

SUPPORTO AUDIOVISIVO

Si valuterà l'impiego di un videomaker presente ai corsi, così da garantire materiali di qualità e continuità al racconto.

OBIETTIVO DELLA FASE

Trasformare l'esperienza dei primi partecipanti in una testimonianza credibile, capace di rafforzare reputazione,

fiducia e nuove adesioni.

5. Conferenza stampa di presentazione dei corsi

Nel mese di settembre si propone l'organizzazione di una conferenza stampa dedicata alla presentazione dei corsi. L'appuntamento sarà preparato attraverso una riunione operativa, da tenersi all'inizio del mese, per condividere con Direzione e Presidenza gli obiettivi dell'Accademia e i contenuti prioritari dell'offerta formativa.

Impostazione dell'evento

- Definizione della scaletta dei relatori.
- Individuazione degli insegnanti chiamati a intervenire, prevedendo un docente in rappresentanza di ciascun corso.
- Presenza del videomaker per la produzione di materiali fotografici e video.
- Copertura e condivisione dell'evento sui canali social dell'Accademia.

Azioni di comunicazione

Fase	Attività
Prima	Save the date e invito mirato ai giornalisti.
Durante	Cartella stampa completa per i partecipanti e presidio dei contenuti social e audiovisivi.
Dopo	Comunicato stampa post-evento, invio dei materiali e rilancio sui canali digitali.

SCELTA MEDIA

Non è previsto un comunicato stampa pre-evento: l'obiettivo è favorire la presenza dei giornalisti attraverso un invito diretto e mirato, riservando il comunicato alla restituzione dei contenuti e delle dichiarazioni emerse.

Il medesimo protocollo operativo sarà adottato, con gli opportuni adattamenti, ogni volta che l'Accademia organizzerà una conferenza stampa.

6. Presentazioni nei capoluoghi di provincia

Il Piano prevede un ciclo di presentazioni dell'Accademia e dei corsi nei cinque capoluoghi di provincia del Lazio: Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo. Le iniziative avranno l'obiettivo di portare l'offerta formativa sui territori, favorire il confronto diretto con amministrazioni e Comandi e ampliare la rete delle adesioni.

6. Presentazioni territoriali – azioni di comunicazione

Momento	Azioni
Prima della tappa	Coordinamento con Comune, Comando di Polizia Locale ed eventuale ente ospitante; save the date e inviti; informazione alla stampa locale; contenuti social dedicati.
Durante la tappa	Presentazione dell'Accademia e dei corsi; interventi istituzionali e dei docenti; produzione di fotografie e video; copertura social.
Dopo la tappa	Comunicato o nota post-evento; condivisione di immagini e dichiarazioni; rilancio da parte degli enti coinvolti; follow-up delle interlocuzioni avviate.

7. Comunicazione istituzionale verso i Comuni

A margine delle presentazioni territoriali sarà sviluppata un'azione di comunicazione corporate e istituzionale rivolta ai Comuni del Lazio, finalizzata ad avviare interlocuzioni dirette e a moltiplicare la diffusione delle iniziative dell'Accademia.

- Predisposizione e invio di lettere istituzionali ai Comuni per presentare l'Accademia, i corsi e le modalità di adesione.
- Condivisione di un kit digitale pronto per la pubblicazione: testo per il sito istituzionale, contenuti per i social, immagini e link di approfondimento.
- Richiesta ai Comuni di pubblicare le informazioni sui propri siti e canali social.
- Attivazione di una rete di condivisioni e rilanci coordinati, capace di estendere la portata dei contenuti dell'Accademia.
- Follow-up delle interlocuzioni e raccolta delle manifestazioni di interesse.

RISULTATO ATTESO

Trasformare ogni Comune in un potenziale moltiplicatore della comunicazione dell'Accademia, rafforzando la presenza sui territori e la conoscenza dell'offerta formativa.

8. Coordinamento operativo

Per garantire coerenza e tempestività, informazioni, materiali e calendario delle attività saranno condivisi con la Direzione. Testi e contenuti istituzionali seguiranno il necessario processo di verifica e approvazione prima della pubblicazione o dell'invio.

9. Quadro operativo annuale

Periodo	Priorità	Output attesi
Agosto – inizio settembre 2026	Attivazione dei presidi	Casella istituzionale; Instagram e LinkedIn; descrizioni, immagini e materiali iniziali.
Settembre 2026	Lancio e presentazione	Riunione operativa; post identitari; campagna adesioni; contenuti sui corsi; conferenza stampa.
Da ottobre 2026	Racconto dei corsi	Immagini e video; testimonianze; video-interviste; valutazione del videomaker.
Nel corso dell'anno	Presenza territoriale	Cinque presentazioni provinciali; lettere e kit ai Comuni; pubblicazioni e rilanci coordinati.
Luglio 2027	Valutazione	Sintesi dei risultati e indicazioni per l'aggiornamento del Piano.

10. Risultati da osservare

Il monitoraggio avrà una funzione essenziale e operativa. Saranno osservati:

- attivazione e continuità dei presidi istituzionali e social;
- diffusione dei contenuti e condivisioni generate da Comuni ed enti;
- interesse verso i corsi, richieste di informazioni, adesioni e partecipazione;
- copertura stampa delle conferenze e delle presentazioni territoriali;
- disponibilità di materiali fotografici, video e testimonianze utili al racconto dell'Accademia.

11. Costi e aggiornamento del Piano

Il costo indicativo della casella istituzionale è pari a circa € 13,60 al mese.

Il presente Piano non comprende eventuali costi aggiuntivi per sponsorizzazioni dei contenuti, videomaker, fotografo, produzioni grafiche o audiovisive straordinarie, sedi e allestimenti. Ogni spesa sarà preventivamente condivisa, valutata e sottoposta ad approvazione, anche al fine di considerare eventuali soluzioni alternative.

Il Piano potrà essere integrato e aggiornato in funzione del calendario dei corsi, delle esigenze dell'Accademia, delle opportunità di comunicazione e dei risultati progressivamente rilevati.

IMPOSTAZIONE

Un piano aperto e operativo: sufficientemente strutturato da orientare il lavoro annuale, ma flessibile rispetto alle priorità della Direzione e all'evoluzione delle attività.

12. Conclusione e visione

Nel primo anno la comunicazione dovrà trasformare la nascita dell'Accademia in una presenza istituzionale riconoscibile, continuativa e utile. Il valore del Piano risiederà nella capacità di coordinare informazioni, persone e territori, dando evidenza non soltanto alle attività realizzate, ma soprattutto alle competenze e alle opportunità generate dalla formazione.

VISIONE

Comunicare l'Accademia significa rendere visibile un progetto di crescita professionale e istituzionale: una Polizia Locale più preparata, più coordinata e più vicina alle comunità.