

- L'impostazione editoriale, la scelta del linguaggio, la descrizione e la rappresentazione dei contenuti informativi del bilancio sociale devono essere concepiti in funzione dello specifico destinatario. In termini generali, occorre:
  - adoperare un linguaggio semplice, scorrevole e non ridondante;
  - evitare l'utilizzo di concetti, termini e riferimenti propri del linguaggio amministrativo, tecnico, settoriale; nel caso di parole straniere e di acronimi è opportuno specificarne il significato;
  - fare ricorso prevalentemente, ove possibile, a dati quantitativi, esposti con l'aiuto di tabelle e grafici accompagnati da spiegazioni che ne rendano chiara l'interpretazione.
- Prima della diffusione, il bilancio sociale deve essere approvato o comunque fatto proprio da parte dell'organo di governo dell'amministrazione.

#### 4. LA COMUNICAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE

- L'attività di comunicazione è finalizzata alla diffusione e alla partecipazione del bilancio sociale all'interno e all'esterno dell'amministrazione e, più in generale, alla costruzione di un dialogo permanente con i destinatari del documento.
- Il piano di comunicazione relativo al bilancio sociale deve definire:
  - i differenti interlocutori a cui si rivolge;
  - le azioni e gli strumenti di comunicazione da adottare;
  - le modalità di valutazione dei risultati della comunicazione.
- In base alle risorse disponibili, l'amministrazione deve consentire un'efficace diffusione del bilancio sociale, mettendo a disposizione il documento integrale o un suo estratto a tutti i cittadini e ai diversi interlocutori interni ed esterni all'amministrazione, attraverso azioni quali:
  - l'invio diretto;
  - la distribuzione presso gli sportelli dell'amministrazione o presso specifici punti informativi;
  - la pubblicazione sul sito internet dell'amministrazione o sulla stampa locale;
  - conferenze stampa, convegni o eventi dedicati.
- Nello spirito del dialogo con i diversi interlocutori, l'amministrazione deve prevedere forme di partecipazione del bilancio sociale e di raccolta di giudizi, valutazioni e commenti da parte dei destinatari, quali, ad esempio, incontri pubblici con i cittadini e con i diversi interlocutori, forum on line, indagini di soddisfazione, sondaggi di opinione, etc.
- Tale attività di ascolto deve essere finalizzata sia a valutare il gradimento e l'efficacia comunicativa del bilancio sociale, sia il giudizio dei destinatari sui risultati raggiunti dall'amministrazione.