



Piano di Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino per l'anno 2004

Comunicazione e Informazione

*Ufficio Relazioni
con il Pubblico*



*Più trasparenti
di fronte ai
cittadini*

A CURA DELLA
DIREZIONE GENERALE
UFFICIO COMUNICAZIONE
UFFICIO STAMPA

INDICE

Introduzione

I.	<i>Il contesto normativo</i>	<i>pag. 4</i>
II.	<i>Il ruolo della Comunicazione nello specifico Provincia</i>	<i>pag. 4</i>
III.	<i>Linee programmatiche generali</i>	<i>pag. 5</i>
IV.	<i>Gli obiettivi strategici</i>	<i>pag. 6</i>
V.	<i>Le risorse e l'assetto organizzativo</i>	<i>pag. 8</i>
VI.	<i>Principi informatori del piano</i>	<i>pag. 10</i>
VII.	<i>Gli obiettivi e le azioni di Comunicazione per l'anno 2004</i>	
VII. 1.	<i>Obiettivo: “Sviluppare il sistema di comunicazione integrata”</i>	<i>pag. 13</i>
VII. 2.	<i>Obiettivo “Affermare con maggiore nitidezza l'identità della Provincia di Pesaro e Urbino”</i>	<i>pag. 14</i>
VII. 3.	<i>Obiettivo “Favorire il diritto di accesso alle informazioni per i cittadini e componenti degli organi provinciali”</i>	<i>pag. 15</i>
VII. 4.	<i>Obiettivo “Rafforzare i canali di informazione giornalistica”</i>	<i>pag. 17</i>
VII. 5.	<i>Obiettivo “Promozione e valorizzazione delle tipicità locali”</i>	<i>pag. 18</i>
VII. 6.	<i>Obiettivo “Una Provincia Europea di qualità. La Provincia di Pesaro e Urbino a confronto”. Campagna di comunicazione istituzionale..</i>	<i>pag. 19</i>
VII. 7.	<i>Obiettivo “Fornire strumenti di conoscenza ai giovani al fine di accrescere le possibilità d'inserimento lavorativo e il senso della cittadinanza attiva”</i>	<i>pag. 20</i>
VII. 8.	<i>Obiettivo “Ufficio Relazioni con il Pubblico”</i>	<i>pag. 21</i>
VII. 9.	<i>Obiettivo “Interventi dei singoli servizi”</i>	<i>pag. 22</i>
VIII.	<i>Altre iniziative di comunicazione</i>	
VIII.1.	<i>“Conferimento di onorificenze a cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino”</i>	<i>pag. 23</i>
VIII.2.	<i>“Presentazione di un libro sulla riforma costituzionale del Titolo V e la legge attuativa 5 giugno 2003, n.131, cd. “Legge La Loggia”</i>	<i>pag. 24</i>
IX.	<i>Monitoraggio e valutazione dei risulta</i>	<i>pag. 26</i>
X	<i>Tabella riepilogativa attività 2004</i>	<i>pag. 28</i>
<i>Allegato: Immagini-slide - obiettivo VII.6</i>		

INTRODUZIONE

Su indicazione del Presidente Palmiro Uccielli si realizza quest'anno il Piano di Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino, che definisce i principi, gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di attuare nell'anno 2004, nonché di riflesso una breve sintesi dell'attività svolta nel quinquennio 1999/2004 di durata del mandato amministrativo con riferimento agli indirizzi programmatici dell'Amministrazione.

Con la redazione del Piano, la Provincia ha inteso dare piena attuazione alla Legge 150/2000 e recepire la Direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica del 7 Febbraio 2002, n. 422, che ha rappresentato un ulteriore riconoscimento dell'importanza della Comunicazione per le Amministrazioni Pubbliche.

Il piano è stato approvato con Deliberazione di Giunta Provinciale n. 25 del 29.01.2004.

I. IL CONTESTO NORMATIVO

La comunicazione, come attività caratteristica della Pubblica Amministrazione e modalità ordinaria di interazione con il cittadino, diviene rilevante a partire dagli anni '90 nell'ambito del vasto processo di riforma che le ha assegnato un ruolo sempre maggiore indirizzato al miglioramento dei rapporti tra amministrazione e cittadino e all'incremento dell'efficacia dell'azione amministrativa, affermando i principi di trasparenza, pubblicità e semplificazione e introducendo strumenti per garantire la massima conoscenza e partecipazione all'azione amministrativa.

Spingono fortemente in questa direzione anche una serie di nuove concezioni che entrano in campo a partire dalla modifica del sistema elettorale, che origina una nuova figura: quella dei sindaci e presidenti delle province eletti direttamente dai cittadini.

Queste tendenze si sono rafforzate ancora di più con le riforme Bassanini e sono infine confluite nella legge 150/2000 che, definendo per la prima volta i criteri ed una disciplina organica delle attività di informazione e comunicazione, ha accelerato un fondamentale percorso di modernizzazione che vede le Amministrazioni dotarsi, secondo i modelli di marketing e della comunicazione d'impresa, di una serie di strumenti per interagire con l'esterno e creare canali interni di informazione.

II. IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLO SPECIFICO PROVINCIA

Nel quadro normativo sopra sinteticamente riferito e con la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7/2/2002 la comunicazione acquista la dignità di autonoma funzione amministrativa, connotandosi come un'attività d'interesse pubblico che garantisce il perseguimento degli scopi dell'ente e la tutela dei diritti dei suoi cittadini.

Un cenno particolare merita la comunicazione interna, che costituisce uno strumento fondamentale non solo per tutte le attività di informazione e comunicazione rivolte verso l'esterno dell'Ente, ma per l'efficacia e l'efficienza della complessiva azione amministrativa. Lo scambio di informazioni e notizie all'interno dell'Amministrazione facilita l'attività dell'Ufficio Comunicazione, dell'Ufficio Informazione e dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico nonché delle Direzioni, consentendo una più diffusa partecipazione di tutti i dipendenti motivati da una maggiore possibilità di collaborazione e condivisione dei progetti e delle iniziative, in definitiva della missione.

Scendendo nello specifico della Provincia di Pesaro e Urbino si può affermare che la comunicazione costituisce un valore aggiunto dei servizi offerti, facilitandone la fruizione e contribuendo ad orientare le prestazioni ai reali bisogni ed esigenze della collettività; concorre a realizzare un modello di amministrazione “relazionale” assicurando la conoscibilità dell’attività amministrativa e favorendo la partecipazione della collettività alla gestione della cosa pubblica; accresce l’efficienza dell’azione amministrativa e fornisce ausilio per la realizzazione dei piani e degli obiettivi di governo del territorio e della missione istituzionale dell’Ente; costituisce elemento imprescindibile del sistema democratico, consentendo agli amministratori di rendere note le proprie azioni ed ai cittadini di conoscere, e quindi di valutare con maggiore consapevolezza, le scelte di governo; consente infine di promuovere il territorio e le peculiarità locali e rappresenta un elemento trainante per lo sviluppo e la crescita culturale, economica e civile della comunità.

E’ indubbio che l’architettura istituzionale italiana consegna alle province un ruolo di relazione con la propria comunità peculiare e non paragonabile a quello dei Comuni.

Ed è altresì indubbio che le “ funzioni di governo di area vasta ” e le caratteristiche ancora marcatamente programmatiche, pur in un contesto che si è andato rapidamente ridefinendo con l’assegnazione alle Province di nuove competenze e servizi, rendano spesso più mediato il rapporto con i cittadini.

Del resto la Provincia di Pesaro e Urbino crede nella scelta strategica di operare sulle politiche di sistema, come peraltro nella capacità istituzionale di svolgere funzioni nuove e fondamentali per il governo del territorio.

Ormai notoriamente un giudizio tipo sul posizionamento comunicativo dell’Ente Provincia, come emerge anche da una recente ricerca sulla “ Percezione della Provincia da parte dei cittadini ”, commissionata dall’Unione Province d’Italia e presentata a Roma il 25 Novembre 2003, ci racconta statisticamente la scarsissima conoscenza che i cittadini hanno della Provincia quale ente costituzionalmente riconosciuto e dei suoi ambiti di attività.

III. LINEE PROGRAMMATICHE GENERALI

Coerentemente con le considerazioni fin qui fatte, sin dal suo insediamento l’Amministrazione Provinciale ha fatto della comunicazione un elemento fondante della propria politica di governo.

La Provincia di Pesaro e Urbino poggia la propria azione su un chiaro programma di mandato.

Un programma che in occasione dell'approvazione del Bilancio 2004 dello scorso Dicembre, che rappresenta l'ultimo bilancio da qui all'imminente termine della legislatura, è stato ulteriormente concentrato attorno ad alcuni obiettivi chiave.

Sono questi ultimi poi che muovono i progetti messi in campo dall'amministrazione e che non possono non costituire un riferimento essenziale per la predisposizione di un piano di comunicazione.

Si tratta per definizione di quegli obiettivi, che rispondono alle scelte discrezionali di indirizzo politico, messi in campo dall'amministrazione e che accompagnano poi le scelte di carattere organizzativo e strutturale ai fini di una migliore definizione dell'attività di comunicazione e d'informazione istituzionale.

IV. GLI OBIETTIVI STRATEGICI

Coerentemente con il programma di mandato dopo studi, iniziative, consultazioni e assemblee svolte ai vari livelli quali momenti di necessaria concertazione e confronto, è stato formalmente approvato nel luglio 2002 dal Consiglio Provinciale il **Piano Triennale di Sviluppo Ecosostenibile della Provincia di Pesaro e Urbino 2002-2004**.

La realizzazione del Piano è stata un traguardo notevole per la Provincia di Pesaro e Urbino che si è impegnata fortemente nell'elaborazione di questo importante strumento di sviluppo locale il cui obiettivo principale è rispondere efficacemente, temperandoli, agli interessi della tutela ambientale e di uno sviluppo razionale ed ecosostenibile, ricercando ogni possibile soluzione nell'interesse della collettività alle istanze di tutte le categorie professionali.

Il Piano è articolato in cinque aree :

- Gestione e sviluppo dei servizi al cittadino e alle imprese su reti telematiche;
- Tutela e valorizzazione del territorio e dell'ambiente;
- Infrastrutture, opere e servizi pubblici;
- Sviluppo economico, formazione e lavoro;
- Politiche sociali e attività culturali.

Sono poi specificati cinquanta settori d'intervento, indicanti gli obiettivi, e ventiquattro progetti pivot considerati prioritari per l'Amministrazione.

Il Piano di Sviluppo è dunque la risposta efficace dell'Amministrazione improntata alla salvaguardia dell'ambiente ed allo sviluppo equilibrato, elementi questi, entrambi necessari a caratterizzare sempre

più la Provincia di Pesaro e Urbino come una Provincia Europea capace di innovare e qualificare il proprio territorio sulla base dei nuovi compiti e funzioni definiti dalla riforma costituzionale, in sintonia con il ruolo e le competenze dei territori e delle autonomie locali nell'ambito della costruzione della nuova Costituzione europea.

Il nuovo anno appena iniziato rappresenterà la concreta e puntuale attuazione degli obiettivi e delle strategie del Piano, cui peraltro l'ultimo Bilancio di questo mandato amministrativo è strutturalmente legato, la cui realizzazione consentirà di intraprendere una strada nuova per elevare la qualità delle scelte, per incrementare la partecipazione di tutta la comunità locale aumentandone il grado di condivisione delle strategie di sviluppo e di utilizzo degli strumenti dell'innovazione.

L'Amministrazione provinciale, attraverso le **politiche giovanili**, che dipendono direttamente dal Presidente, persegue in ogni sua iniziativa l'obiettivo di valorizzare la qualità di vita dei giovani.

Scopo precipuo è quello di andare incontro alle loro legittime aspirazioni ed al loro desiderio di avvicinarsi in maniera consapevole e dignitosa al mondo del lavoro, di vivere una vita di qualità migliore, più ricca di stimoli e di opportunità. In tal senso la Provincia deve metter in campo servizi per i giovani offrendo vere e proprie opportunità per la loro crescita culturale, sociale, formativa e professionale, anche in ambito europeo. E' inoltre necessario non trascurare l'aspetto della loro creatività nelle sue diverse forme di espressione e l'importanza dello stimolo all'impegno civile, attuando progetti di coinvolgimento diretto ed ascoltando la loro voce sulle questioni di maggiore attualità, sulla costruzione della nuova Europa, lavorando insieme alle scuole, all'Università e alle associazioni giovanili.

A fondamento di questo percorso sta la necessità di intraprendere iniziative atte a sviluppare ed accrescere il processo di fiducia verso le istituzioni.

L'Amministrazione ha di recente intensificato l'attenzione che da sempre riserva alle "fasce deboli" della società amministrata, tra le quali sono comprese le donne. Tale attenzione è in armonia con le Politiche Sociali dell'Unione Europea, che riserva molta attenzione **alla parità tra uomini e donne**.

A tal fine è stato istituito un ufficio di riferimento per perseguire un duplice obiettivo: da un lato tutelare la crescita professionale delle donne all'interno della Provincia, attraverso azioni di valorizzazione delle peculiarità caratteristiche femminili nel lavoro, dall'altro diffondere, soprattutto presso le giovani generazioni una sensibilità più accentuata alla "cultura di genere".

In tale contesto dunque la Provincia di Pesaro e Urbino si accinge per la prima volta a realizzare il Piano di Comunicazione, non solo quale strumento offerto dalla legge per la pianificazione delle attività annuali rivolte all'esterno e all'interno della struttura provinciale, ma anche per giungere ad una maggiore integrazione tra i vari strumenti di comunicazione disponibili e per l'armonico sviluppo di un'immagine coordinata e consolidata, oltre che per superare criticità esistenti.

Non va inoltre dimenticato che la Provincia di Pesaro e Urbino si è impegnata energicamente in un importante processo di rinnovamento della propria struttura organizzativa e al contempo di revisione delle proprie competenze.

Ciò sia per assicurare la piena attuazione dei principi che reggono l'azione amministrativa introdotti dalle leggi di riforma degli anni '90, sia per consentire lo svolgimento delle nuove funzioni attribuite all'Ente in virtù della politica di ridefinizione delle competenze degli Enti Locali, attuata con il cosiddetto federalismo amministrativo, che ha assegnato alla Provincia nuove e fondamentali funzioni in settori come per esempio il lavoro e i trasporti che, avendo un forte impatto sulla vita della collettività, influenzano radicalmente i rapporti con il cittadino fruitore e le sue necessità in termini di informazione e accessibilità.

V. LE RISORSE E L'ASSETTO ORGANIZZATIVO

Per quanto riguarda la struttura dedicata alla comunicazione, con l'adozione della nuova struttura organizzativa (determinazione dirigenziale n.4487 del 3/12/2003) si sono individuati i referenti per le attività di comunicazione ed informazione, con la finalità di porre le basi per la creazione di un canale di “ audit ” stabile, che rappresenti un punto di riferimento per incrementare e ottimizzare la rete informativa dell'Ente, oltre a favorire il dialogo e il confronto fra tutte le componenti dell'organizzazione.

Sono dunque state istituite all'interno dell'area di Staff, facente capo al Segretario-Direttore Generale, due Posizioni Organizzative aventi il compito di gestire l'attività di comunicazione ed informazione pubblica nell'ambito della Provincia di Pesaro e Urbino.

E' stato inoltre attuato un percorso di formazione specifico per il personale responsabile della comunicazione.

Allo stato attuale la struttura di coordinamento con funzioni di programmazione, indirizzo e raccordo delle attività di comunicazione pubblica da realizzare è così composta:

- Segretario-Direttore Generale: Direzione della struttura di coordinamento;
- Responsabile posizione organizzativa: comunicazione-ufficio relazioni con il pubblico-semplificazione e trasparenza amministrativa-strumenti per accesso dei cittadini ai servizi;
- Responsabile posizione organizzativa: informazione, immagine e stampa -marketing territoriale;
- U.R.P: n.1 funzionario amministrativo e n.2 collaboratori professionali.

Quali strumenti di comunicazione l'Ente dispone poi di un sito **Internet**, di una rete **Intranet** e di **Sportelli informativi di settore** attivi nell'ambito delle sedi del Centro per l'impiego e la formazione rispettivamente di Pesaro, Fano e Urbino oltre a numerosi **punti informativi lavoro** in altri comuni dell'entroterra, strategici nell'ottica di avvicinare l'Amministrazione al cittadino.

E' altresì presente uno **sportello informativo dell'ufficio turismo** e lo **sportello Info Point Europa** che fornisce dati e informazioni riguardanti le opportunità previste dall'Unione europea, orientando e sensibilizzando i cittadini alla conoscenza di politiche, programmi e normative comunitarie.

Per quanto riguarda **il sito Web** della Provincia, allo stato attuale rappresenta una realtà positiva di integrazione delle risorse informative ed è gestito dal Servizio Sistemi Informativi.

La Provincia realizza inoltre ogni anno numerose **pubblicazioni e campagne informative e/o promozionali**. In questo contesto sono state attivate partnership che ci hanno consentito di trovare forme moderne di integrazione degli obiettivi e delle risorse con molti soggetti privati e pubblici.

Vi sono poi attività di comunicazione, più o meno strutturate e consapevoli, diffuse a vari livelli all'interno dei Servizi.

Tra queste è degna di menzione la complessa attività di comunicazione e relazioni che sta in capo ai Centri per l'Impiego di Pesaro, Fano e Urbino che, solo nell'anno 2003 hanno contato una media complessiva di 550 persone che vi si recano giornalmente.

La situazione descritta e brevemente accennata rileva però fattori di criticità che è necessario puntualizzare: la mancanza di coordinamento e programmazione delle attività svolte e l'assenza spesso di una strategia unitaria.

Più nel dettaglio lo stato di fatto è piuttosto articolato.

Vi è l'esperienza, pur esemplare, di uffici e assessorati quali il Turismo, la Cultura, l'Ufficio Politiche Comunitarie - rapporti con l'Unione Europea - Politiche per i giovani, che hanno prodotto specifiche iniziative di grande rilievo strategico, anche su scala nazionale e sopranazionale, producendo però linee di comunicazione non coordinate tra loro nelle quali spesso è difficile rintracciare l'indispensabile filo logico unitario che deve reggere l'intera comunicazione dell'Ente.

Vi sono progetti la cui connotazione appare del tutto casuale e svincolata da qualsiasi impostazione strategica e linee di prodotto, in sé assolutamente omogenee, ma affrontate in maniera da essere irriconoscibili unitariamente, spesso anche non coerenti.

Questa estemporaneità e frammentazione rischia di minare l'efficacia stessa delle azioni comunicative e, comunque, non consente la creazione di un'immagine coordinata e di un'identità chiara e riconoscibile dell'Ente.

Al contrario porsi un problema d'identità e riconoscibilità, da parte dei cittadini, rende ineludibile la necessità di rivolgersi a loro con uno stile coerente e riconoscibile.

Le diversità e i progetti specifici devono essere innanzitutto conosciuti dal cittadino e poi riconducibili ad uno stile definito.

Questo risultato si può ottenere con il Piano di Comunicazione che, per questi motivi, la Provincia di Pesaro e Urbino ha deciso di adottare.

VI. PRINCIPI INFORMATIVI DEL PIANO

Il metodo operativo con cui s'intende procedere necessita di una preliminare considerazione: le attività di comunicazione e informazione non sono attività scindibili.

Tutti i manuali di comunicazione ricordano che la distinzione esiste.

Infatti viene classicamente definita tra un'attività in cui prevale il rapporto tra un soggetto emittente ed il destinatario (informazione), ed una in cui vi è un rapporto "circolare" fra i soggetti (comunicazione). Tale distinzione si traduce poi in una presunta oggettività dell'informazione, contrapposta ad un'esplicita soggettività della comunicazione.

Assumere questi elementari riferimenti teorici, tuttavia, innesca una contraddizione difficilmente risolvibile: quella di andare ad individuare, cosa nei fatti altamente improbabile, linee nette di demarcazione tra le due attività che nell'operatività quotidiana tendono ad essere complementari e non caratteristiche di una funzione piuttosto che di un'altra.

Nella redazione del Piano pertanto, piuttosto che rimarcare i differenti compiti, funzioni, soggetti e mezzi, si è preferito evidenziare i collegamenti e le possibili integrazioni tra le due strutture di comunicazione e informazione e tra queste e gli altri settori dell'Ente.

Inoltre nella concreta definizione programmatica delle attività di comunicazione da portare avanti nel corso del prossimo anno, coerentemente con quanto delineato nelle pagine precedenti, si vuole

privilegiare un approccio “integrato” agli strumenti della comunicazione che, prescindendo dalla usuale ripartizione tra gli ambiti “esterno” e “interno”, sia incentrato soprattutto sulle reali esigenze operative della strategia comunicativa dell’Amministrazione.

Descrivendo dunque il programma operativo per l’anno 2004, si è scelto di costruirlo sinteticamente per **obiettivi** specifici, **strumenti** cui far ricorso, **destinatari** dell’azione, specificando altresì eventuali **collaborazioni istituzionali**. Tale metodologia consente di individuare immediatamente la strategia messa in campo dall’Amministrazione. La pianificazione dei **costi** e dei **tempi** di realizzazione degli obiettivi sono invece oggetto di specifica indicazione nella Tabella riepilogativa delle attività previste di cui al punto X. del presente documento.

I principi che guidano la Provincia di Pesaro e Urbino per ogni attività di comunicazione definendo una cornice di riferimento di carattere generale, nell’ambito della quale vengono poi delineati gli obiettivi specifici e le conseguenti azioni di comunicazione, per l’anno 2004 sono:

Gradualità. La razionalizzazione delle risorse economiche e professionali per dare impulso ad un polo specializzato sempre più qualificato che renda prassi ordinaria la coprogettazione assieme ai Servizi al fine di migliorare sensibilmente l’efficacia della nostra comunicazione, è un percorso lento di trasformazione culturale verso il miglioramento e l’implementazione continua degli strumenti di comunicazione.

Coerenza. L’insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati dalla Provincia deve offrire un’immagine unitaria, sia all’interno che all’esterno dell’Ente e costituire un’identità condivisa e facilmente riconoscibile.

Integrazione. Tutte le attività di informazione e comunicazione devono essere coordinate tra loro ed integrate in una strategia di comunicazione unitaria.

Programmazione. L’organizzazione delle varie iniziative deve essere preceduta da una fase di perfezionamento nella quale si predefiniscono forme, mezzi e contenuti in relazione agli obiettivi prefissati e alle diverse tipologie di destinatari cui sono rivolte.

Percepibilità. Tutte le attività comunicative e informative devono contribuire ad accrescere la visibilità dell’amministrazione su tutto il suo territorio e farne conoscere compiti e attività, in modo che venga percepita quale immediato interlocutore per il soddisfacimento dei bisogni dell’utenza.

Accessibilità. Qualunque prodotto comunicativo deve essere improntato alla semplicità e alla chiarezza utilizzando linguaggi, contenuti e canali che consentano la massima trasparenza su tutto ciò che riguarda l’Ente.

Qualità. La comunicazione deve essere strumento per accrescere la qualità dei servizi e della macchina amministrativa e per garantire un miglioramento della qualità della vita dei suoi cittadini.

VII. GLI OBIETTIVI E LE AZIONI DI COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2004

VII.1. Obiettivo: “Sviluppare il sistema di comunicazione integrata”

E' questo l'obiettivo propedeutico ad ogni altra azione di comunicazione ed informazione realizzata dall'Ente.

Consiste nel potenziamento dell'azione di raccordo e collaborazione con tutti i Servizi e con gli organi istituzionali dell'Ente, garantendo la coerenza degli obiettivi di comunicazione con i fini ed i programmi generali della Provincia, mediante la definizione di una strategia integrata.

In tal modo si definisce un preciso stile di comunicazione, comune a tutti i settori dell'Amministrazione, che assicuri unitarietà d'immagine e d'identità.

In tale sistema si devono poi scegliere procedure per la verifica dell'attuazione degli obiettivi del Piano e per eventuali interventi correttivi.

Gli strumenti

Rete dei referenti della comunicazione

Per garantire il coordinamento delle attività di informazione e comunicazione è prevista la creazione di una rete di referenti della comunicazione. Presso ogni Direzione e Assessorato verrà individuato un referente con il compito di fornire ai Servizi interessati tutte le informazioni necessarie per la realizzazione della banca dati dell'U.R.P., del sito istituzionale e di ogni altra pubblicazione o trasmissione informativa o promozionale.

I referenti individuati saranno inoltre responsabili di tutti gli adempimenti legati alla redazione, attuazione e verifica del Piano di Comunicazione per gli aspetti che riguardano la Direzione o l'Assessorato di appartenenza.

Riunioni mensili

Gli incontri mensili dei responsabili delle attività di informazione e comunicazione consentono lo scambio di informazioni e l'aggiornamento sulle iniziative dell'Amministrazione in corso e in programmazione.

Rete internet ed intranet

Con questa tecnologia si può rendere subito disponibile all'utente la massa di informazioni che proviene dai singoli servizi con la costituzione anche di una banca dati on line.

I destinatari

Cittadini, organi istituzionali della Provincia, dirigenti e dipendenti provinciali.

VII.2. Obiettivo “Affermare con maggiore nitidezza l’identità della Provincia di Pesaro e Urbino”

Nell’anno 2004 è necessario raggiungere un livello di visibilità che costituisca una identità definita e facilmente riconoscibile dell’Amministrazione, connotandosi di una maggiore vicinanza ai cittadini allo scopo di costituire un’ interlocuzione diretta per il soddisfacimento di concreti bisogni ed esigenze, soprattutto nei particolari settori di più incisivo impatto sulla collettività.

La valorizzazione del territorio, dell’ambiente, delle tradizioni, delle peculiarità del luogo, la sensibilizzazione alla cultura e ai valori della comunità locale, coordinate visivamente e caratterizzate da uno stile uniforme ed immediato garantiscono la percezione della “mission” della Provincia di Pesaro e Urbino, da parte dei cittadini, imprese ed associazioni, non solo nella dimensione locale, ma anche in quella nazionale ed internazionale.

Gli strumenti

Realizzazione di un video istituzionale

E’ prevista la produzione di un video che rappresenti ai cittadini, ed ai giovani in particolare, l’Ente Provincia quale istituzione e la Provincia di Pesaro e Urbino quale realtà locale.

La scelta di tale prodotto si fonda sul presupposto che la conoscenza è preliminare per la costruzione di una cittadinanza attiva. Si è deciso di realizzare il video in forme diverse:

- Sezione didattica della durata di circa 15 minuti, in cui si illustrano i servizi e le funzioni della Provincia;
- Sezione Istituzionale della durata di circa 5 minuti, in cui si presenta l’Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino;
- Sezione promozionale di circa 30 secondi in cui si sintetizza, sotto forma di spot, quanto realizzato nei due filmati precedenti;

Il video sarà realizzato anche in lingua inglese.

Rappresenta inoltre un necessario supporto nel corso di Fiere ed altri eventi ai quali l’Ente partecipa, costituendo questo prodotto un forte messaggio istituzionale rappresentativo della Provincia, della sua storia e del suo contesto funzionale sia nei confronti dei pubblici di riferimento che degli stessi dipendenti.

Stemma ufficiale e intestati

Sarà reso uniforme ed omogeneo per tutti i Servizi lo stemma ufficiale e l'intestazione da utilizzare sulla modulistica e cancelleria per qualunque messaggio diffuso a mezzo stampa e comunque esterno, prevedendo altresì logo identificativi per i principali servizi di comunicazione (U.R.P., Ufficio Stampa, Sportelli di Settore).

Sito Internet

Si conferma la scelta imprescindibile di unitarietà del sito Internet della Provincia che, pur essendo stato negli ultimi anni oggetto di continue rivisitazioni, deve nel contesto di questo progetto essere migliorato per una più agevole fruizione dei suoi contenuti ed una maggiore interattività. In particolare l'intervento deve essere rivolto ad un rifacimento della veste grafica salvaguardando i valori stilistici (pulizia, rigore, essenzialità), rendendo semplice ed intuitiva la "navigazione" attraverso un accesso immediato ai Servizi, alle attività e ai progetti.

Sistema di segnaletica interna presso le Sedi dell'Amministrazione

Si prevede un sistema di segnaletica interna appositamente allocata nei vari piani delle Sedi, al fine di indirizzare l'utenza che si reca presso l'Amministrazione.

I destinatari

Cittadini, amministratori locali, imprese, professionisti.

VII.3. Obiettivo "Favorire il diritto di accesso alle informazioni per i cittadini e componenti degli organi provinciali"

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino ha proceduto nel corso dell'anno 2003 ad un intervento di revisione e semplificazione dei procedimenti amministrativi consultabili sulla rete intranet, l'Urp sta studiando anche la possibilità di rendere gli stessi disponibili all'utenza esterna tramite il sito internet.

In tale contesto si prevede di sviluppare ulteriormente gli strumenti telematici di ausilio all'interazione con l'utenza e privilegiare il feed-back con questa e gli altri potenziali interlocutori, per rilevarne i bisogni, le preferenze ed il grado di soddisfazione oltre che la conoscenza dell'Ente.

Nell'ambito delle iniziative svolte nell'anno 2003 finalizzate al miglioramento dei rapporti tra pubblica amministrazione e cittadini dell'entroterra, è da segnalare l'inaugurazione della nuova sede dell'Amministrazione Provinciale nella città di Urbino. Il progetto, il cui obiettivo è rispondere alle

esigenze di accesso dei cittadini ed a sostegno e tutela dei servizi pubblici presenti nelle aree interne, si affianca perfettamente alla politica sinora seguita da questa Amministrazione che, sin dal suo insediamento si è impegnata in una nuova fase di governo del territorio e del suo sviluppo, nel quadro di una ricerca costante e strategica del miglioramento dei rapporti fra pubblico e privato cittadino.

Ciò ha consentito di dar vita ad una sede della Provincia strutturata in maniera tale da assicurare alle aree interne i servizi offerti attualmente dalla sola sede di Pesaro, spesso scomoda a raggiungerli per coloro che risiedono nell'entroterra, e di disporre di un luogo utile per la politica di concertazione e di confronto con gli enti locali, le Istituzioni territoriali e le categorie sociali per le scelte che interessano tali aree.

Gli strumenti

Front-office U.R.P.

Rappresenta il punto di contatto privilegiato tra l'Amministrazione e la collettività amministrata. Nel 2004 sarà potenziata la qualità e quantità di informazioni attraverso un più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e percorsi di condivisione con i servizi e assessorati.

Indagine di soddisfazione dell'utenza.

La pubblica amministrazione ha il compito di rilevare i bisogni e le esigenze della collettività, in modo da poter adattare l'offerta di servizi e prestazioni. Nel 2004 si prevede di realizzare un'indagine volta a verificare l'immagine che i cittadini hanno dell'Amministrazione Provinciale. I risultati saranno poi utilizzati per meglio rispondere alle esigenze dei cittadini e per una correzione nelle relazioni con tutta la collettività amministrata.

Sede di Urbino

In poco più di nove mesi dall'inaugurazione, la nuova sede ha visto un'affluenza di oltre 1.300 persone, in parte utenti, in parte soggetti ricevuti dagli organi provinciali presenti con regolarità in loco, ed in parte cittadini partecipanti ai numerosi incontri, conferenze stampa, riunioni e lezioni svoltesi nella sala riunioni all'uopo adibita.

Per l'anno 2004 sono previsti interventi atti non solo ad incrementare il ruolo e la rappresentatività della sede distaccata di Urbino, ma altresì a migliorare ulteriormente la qualità dei servizi erogati ed il soddisfacimento delle esigenze dell'utenza. Si è deciso di organizzare iniziative convegnistiche ed assembleari presso la citata sede che consentano una partecipazione più agevole per i cittadini residenti nelle aree interne.

Internet

Il sito rappresenta la sede dove confluiscono le informazioni sugli argomenti di principale interesse o inerenti le attività e funzioni dell'Ente. In tal senso si prevede il monitoraggio del sito, consentendo ai visitatori un aggiornamento continuo delle informazioni con la possibilità di ricerche mirate e più semplici.

I destinatari

Cittadini, Amministratori, Associazioni, Categorie sociali.

VII.4. Obiettivo “Rafforzare i canali di informazione giornalistica”

Il dialogo tra la Provincia e i cittadini avviene anche attraverso l'Ufficio Informazione, Immagine e Stampa - Marketing territoriale che comunica ogni giorno agli organi di informazione provinciali, regionali e nazionali (agenzie di stampa, quotidiani, radio, televisioni, periodici, siti Internet) l'attività dell'Ente nei suoi molteplici settori di intervento.

Oltre alla comunicazione giornalistica, l'Ufficio fornisce ai media anche immagini fotografiche e realizzazioni grafiche, in base alle esigenze e alle sollecitazioni degli organi di informazione.

Modalità diverse di comunicazione, dunque, che vengono però realizzate secondo una strategia unitaria, con uno stile ben riconoscibile che caratterizza e identifica l'immagine della Provincia.

Tutto questo grazie a uno staff di quattro collaboratori giornalisti, un fotografo, un grafico, una segretaria di redazione e una stagista.

Obiettivo per il 2004 è quello di rafforzare i rapporti con i media attraverso una continua azione di dialogo e confronto con gli organi di informazione, sviluppando sempre più efficaci canali di comunicazione.

Gli strumenti

Comunicati stampa

Conferenze stampa

Rivista

Edizione 2004 della rivista trimestrale “La Provincia di Pesaro e Urbino”, diffusa in 136.000 copie a tutte le famiglie del territorio.

Internet

Aggiornamento quotidiano delle notizie .

Editoria

Opuscoli, depliant e pubblicazioni varie legate alle iniziative della Presidenza, degli Assessorati e del Consiglio provinciale.

SMS

Tramite la costituzione di una banca dati entro il 2004 si riuscirà a trasmettere tramite telefono cellulare notizie sulla attività della Amministrazione e notizie di pubblica utilità (offerte di lavoro, scadenze di pagamento, ecc.)

I destinatari

Cittadini, organi di informazione.

VII.5. Obiettivo “Promozione e valorizzazione delle tipicità locali”

Obiettivo di ulteriore fondamentale importanza è poi la valorizzazione e promozione delle peculiarità tipiche dell'intero territorio provinciale, fra l'altro ricco di attrattive turistiche, paesaggistiche, culturali, architettoniche nonché di prodotti artigianali di tradizione e agroalimentari d'eccellenza.

Per un'area come la nostra la qualità dell'ambiente, della agricoltura e la qualità della vita che ne discende, è un fattore strategico di sviluppo.

Non si tratta più solo di garantire un valore in sé per i turisti ed i residenti ma di assicurare un fattore primario di competitività al nostro territorio.

Si ritiene dunque di accompagnare questo sviluppo agendo su tutti i punti strategici del sistema: sostenendo le nuove culture di consumo e rendendole sempre più informate e consapevoli, incentivando le imprese ad investire in qualità e genuinità del prodotto, valorizzando le produzioni tipiche del nostro territorio attraverso un consistente impegno promozionale, favorendo l'acquisizione delle certificazioni e dei marchi di qualità che garantiscano circa l'effettiva rispondenza del prodotto a caratteristiche d'eccellenza e di provenienza.

Gli strumenti

Percorsi tematici

Nel 2004 si prevede di organizzare incontri e seminari dedicati all'attuazione ed alle prospettive del Piano Agricolo Provinciale, di imminente predisposizione, realizzando così un confronto diretto con le categorie maggiormente interessate.

Convegni

E' prevista la realizzazione e partecipazione ad eventi concernenti il tema dell'Agricoltura (di qualità, biologica e quant'altro).

Fiere e manifestazioni

E' in programma la partecipazione a manifestazioni fieristiche di particolare rilievo anche con la presenza e allestimento di stand espositivi di prodotti locali tipici.

Collaborazioni istituzionali

Le attività sono realizzate in collaborazione con l'Università degli Studi di Urbino e le associazioni di categoria.

I destinatari

Cittadini, associazioni di categoria, studenti della scuola superiore di Agraria.

VII.6. Obiettivo “ Una Provincia Europea di qualità. La Provincia di Pesaro e Urbino a confronto”. Campagna di comunicazione istituzionale

Nel perseguimento degli obiettivi che la Provincia di Pesaro e Urbino ha fissato nel Piano di Sviluppo Ecosostenibile, documento fondamentale di sviluppo locale necessario a caratterizzare sempre più la Provincia come una “*Provincia europea*” capace di innovare e qualificare il proprio territorio sulla base dei nuovi compiti e funzioni definiti dalla riforma costituzionale, è intenzione dell'Ente organizzare una serie di incontri pubblici sul territorio provinciale.

Le iniziative si terranno in diversi Comuni della provincia, pensati come insieme di identità economico-culturali e sociali differenziate ma al tempo stesso fortemente integrate, secondo un calendario che prevede gli appuntamenti fino al mese di marzo.

Il fine degli incontri è la concertazione e il confronto, in sintonia con il ruolo e le competenze dei territori e delle autonomie locali, sui progetti realizzati dall'Amministrazione, quelli in fase di attuazione o che si possono realizzare nell'immediato futuro.

Ciò quale perfetto corollario della politica sinora perseguita da questa Amministrazione, tesa a garantire un rinnovato rapporto tra P.A. e cittadini sia mediante un'informazione trasparente ed esauriente del suo operato, che attraverso la realizzazione degli obiettivi con il pieno consenso dei cittadini, associazioni, imprese e operatori del settore pubblico, coinvolti attraverso opportuni ed adeguati processi di relazione e comunicazione. Si ritiene infatti che questa sia la strada da percorrere

al fine di garantire la concreta soddisfazione dei bisogni ed esigenze delle realtà locali, prime fruitrici del nostro operato amministrativo.

Gli strumenti

Realizzazione e proiezione di immagini-slide

Gli incontri saranno accompagnati dalla proiezione di immagini significative e rappresentative, quali momenti di verifica, confronto e proficuo dibattito su tutte le opere, interventi, progetti ed iniziative che siano già opportunamente realizzate ovvero di imminente attuazione secondo gli indirizzi programmatici dell'Amministrazione. (Vedi allegato).

Editoria

Si prevede la predisposizione di un opuscolo editoriale che riassume le immagini e i contenuti della serie di incontri programmati, quale Relazione illustrativa dell'attività della Provincia di Pesaro e Urbino nell'ultima legislatura.

I Destinatari

Cittadini, associazioni, imprese, operatori del settore pubblico, organizzazioni sindacali .

VII.7. Obiettivo “ Fornire strumenti di conoscenza ai giovani al fine di accrescere le possibilità d’inserimento lavorativo e il senso della cittadinanza attiva”

E' questo l'obiettivo che trova fondamento nel ruolo privilegiato delle politiche giovanili nell'ambito dei programmi dell'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino.

I giovani sono la nostra risorsa più importante ed è necessario agire su politiche ed azioni che sviluppino la loro creatività e il senso di appartenenza alle istituzioni che li rappresentano.

Gli strumenti

Organizzazione spettacoli musicali - culturali

E' prevista la realizzazione di una serie d'incontri ambientati in teatri e rocche delle aree interne, condotti e commentati da diversi “narratori d'eccellenza” (critici musicali, musicisti, personaggi dello spettacolo, scrittori), strutturati con momenti di spettacolo, di analisi letteraria e culturale, di proiezione d'immagini tematiche e l'esibizione dal vivo di alcuni brani musicali da parte di giovani musicisti locali.

Il titolo dell'iniziativa sarà: “ **Musica maestra festival- 70's Flowers** ” e ripercorrerà alcuni temi della rivoluzione giovanile degli anni Settanta attraverso il racconto della vita e delle opere dei grandi miti della musica di quel periodo.

Seminario/convegno

Si prevede l'organizzazione di giornate di seminario sul tema “ **Le modelle - Antiche donne/donne contemporanee** ”, che si pone l'obiettivo di trasmettere alle giovani generazioni il patrimonio storico di idee e di conquiste al femminile mediante incontri con alcune donne protagoniste della storia di ieri e di oggi, che con il loro pensiero e la loro capacità hanno ricoperto nei secoli un ruolo fondamentale per la crescita e lo sviluppo della nostra società e della nostra cultura.

Editoria

Realizzazione di un opuscolo dal titolo “**La Provincia in breve**”, quale strumento sintetico in grado di fornire una panoramica completa delle molteplici sfaccettature del microcosmo di una amministrazione territoriale. Questo biglietto da visita, scritto per immagini, schemi, grafici e brevi testi ha l'intento di essere immediatamente leggibile ed è volontà dell'Amministrazione diffonderlo soprattutto presso i giovani, le scuole e nelle occasioni d'incontro.

Un'altra iniziativa editoriale che si prevede di realizzare è il “**Curriculum dell'Ente**”, una pubblicazione che illustra la struttura istituzionale, organizzativa e funzionale della “nuova” Provincia di Pesaro e Urbino.

Conferenze stampa e comunicati

Stampa locale, nazionale e specialistica.

Internet

Aggiornamento con le iniziative e i contenuti sopra descritti.

I destinatari

Cittadini, scuole superiori e associazioni giovanili.

Collaborazioni istituzionali

Comuni della Provincia

Sponsorizzazioni

Si prevede di reperire sponsor fra le imprese presenti sul territorio.

VII.8. Obiettivo “Ufficio Relazioni con il Pubblico”

La funzione dell'Urp verrà interamente ripensata alla luce dei nuovi compiti attribuiti dalla Legge 150/00 (coordinamento sito intranet e internet, misurazione della soddisfazione dell'utenza, ecc.) e dalla necessità di creare nuove forme di comunicazione ai cittadini.

Call Center

Dalla recente indagine compiuta dalla società Datamedia oltre il 70% dei cittadini della nostra provincia sente con forza la necessità di essere informata sulle attività della Amministrazione, si è pensato quindi di istituire un Call Center che con risorse esclusivamente interne riesce tempestivamente, con efficacia e con un costo più basso rispetto a qualunque altra forma di comunicazione, a raggiungere i cittadini.

Web usability

Il sito verrà ripensato tenendo conto dei soggetti diversamente abili con l'obiettivo di renderlo fruibile agli stessi.

I destinatari

Cittadini.

VII.9. Obiettivo “Interventi dei singoli servizi”

Tra gli interventi programmati nel 2004 il servizio Turismo segnala di attuare una azione promozionale tramite:

Il portale del Turismo;

Redazionali su riviste specializzate;

Partecipazione a fiere di settore;

Organizzazione di eventi in Italia e all'Estero;

Realizzazione di materiale promozionale.

Il servizio Ambiente espletterà la comunicazione attraverso seminari, pubblicazioni e campagne informative.

Il servizio Formazione e politiche per l'occupazione oltre alle forme di promozione già codificate dal Fse si concentrerà sulla informazione sui servizi erogati e sulle opportunità offerte alle imprese, agli occupati ed ai disoccupati.

VIII. ALTRE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE

VIII.1. “ Conferimento di onorificenze a cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino ”

E' prevista l'organizzazione di un'iniziativa volta al conferimento di un premio onorifico, a titolo di riconoscimento simbolico, a persone che si siano particolarmente distinte per aver contribuito allo sviluppo economico e sociale della Provincia di Pesaro e Urbino.

Il progetto, che ha come obiettivo l'ufficializzazione dei meriti acquisiti da coloro che hanno saputo valorizzare le proprie vocazioni in modo articolato nell'ambito del complessivo contesto provinciale, si affianca perfettamente alla politica sinora seguita da questa Amministrazione che sin dal suo insediamento si è impegnata in una nuova fase di governo del territorio e del suo sviluppo, nel quadro di una ricerca costante e strategica del miglioramento dei rapporti fra pubblico e privato e soprattutto nei rapporti con i cittadini.

Ciò ha richiesto la necessità di inventare nuove forme di coinvolgimento, di comunicazione e quindi di trasparenza in ordine alle strategie di sviluppo intraprese. Questo riconoscimento potrebbe collocarsi nell'ambito degli interventi atti a realizzare concretamente l'idea di coesione sociale.

In tal senso si ritiene opportuno conferire delle onorificenze a circa 100 persone che con la propria attività hanno favorito il programma di sviluppo ed hanno contribuito all'attuazione degli obiettivi della programmazione provinciale in campo scientifico, tecnologico, culturale, sociale, sportivo, professionale, economico, territoriale ed ambientale.

Gli strumenti

Comitato d'onore e Comitato ristretto

Trattandosi di riconoscimento istituzionale della Provincia di Pesaro e Urbino, il Comitato d'Onore è composto dal Presidente e da un rappresentante degli enti ed associazioni che operano nei settori indicati. Sulla base delle candidature segnalate il Comitato ristretto provvede alla scelta dei premiati.

Conferenza stampa

L'iniziativa istituzionale, data la valenza, è oggetto di informazione mediante il coinvolgimento dei mezzi preposti.

Evento di comunicazione

Le onorificenze sono conferite in forma solenne dall'Amministrazione Provinciale mediante la consegna di un attestato di riconoscenza indicante la motivazione del meritevole impegno profuso nell'interesse del bene comune, nel corso di una cerimonia pubblica che si prevede di tenere presso la Sala del Consiglio "Wolframo Pierangeli" alla fine di marzo.

I destinatari

L'iniziativa trova il coinvolgimento di associazioni di categoria e sindacali, Camera di Commercio, Ordini Professionali, Enti Locali, Università. Con gli stessi sono stati avviati gli opportuni contatti per ottenere un congruo numero di segnalazioni, adeguatamente motivate, di persone benemerite nei campi di attività che rientrano nelle rispettive competenze.

VIII.2. “ Presentazione del libro “Federalismo amministrativo e riforma costituzionale delle autonomie ””.

E' prevista la pubblicazione di un libro commissionato e patrocinato dall'Ente sulle novellate disposizioni costituzionali, aggiornato alla legge 5 giugno 2003, n.131, c.d. legge "La Loggia", allo schema di disegno di legge costituzionale presentato al Senato in data 17 ottobre 2003 A.S. n. 2544 e alla più recente giurisprudenza costituzionale e amministrativa. Obiettivo dell'iniziativa editoriale è quello di offrire, sul tema del federalismo amministrativo e della riforma costituzionale dei poteri locali, uno strumento utile non solo agli addetti ai lavori ma anche ai cittadini al fine di accrescere in loro la consapevolezza dei propri diritti.

Gli strumenti

Presentazione pubblica

Si prevede una pubblica presentazione presso la Sala del Cenacolo a Roma e in seguito a Pesaro presso la sede dell'Amministrazione.

Conferenze Stampa

Presentazione agli organi di stampa nazionali e locali.

I destinatari

Cittadini, Pubbliche Amministrazioni Nazionali, Enti Locali, Organi di informazione.

Collaborazioni Istituzionali

Le attività sono realizzate in collaborazione con l'Unione delle Province Italiane.

Sponsorizzazioni

E' prevista la partecipazione in qualità di sponsor della Banca Popolare dell'Adriatico.

IX. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Il monitoraggio rappresenta un momento fondamentale per l'attuazione del Piano di Comunicazione perché consente di verificare l'adeguamento dell'organizzazione ai suoi contenuti, di accertare il funzionamento dell'Amministrazione nel senso da esso indicato e di riscontrare la diffusione all'esterno e all'interno dell'Ente della nuova cultura di comunicazione.

Ovviamente può rendersi necessario in corso di attuazione del piano apportare delle correzioni, per necessità sopraggiunte od evidenziatesi che riguardano le strategie di comunicazione, gli strumenti, i destinatari, i costi e i tempi previsti per la realizzazione degli obiettivi prefissati nel rispetto della "ratio" cui si ispira il Piano di Comunicazione e delle scelte che si sono operate.

Per rispondere a queste esigenze è necessario prevedere una verifica strategica dello stato di attuazione del Piano di Comunicazione e dei suoi progetti, per verificare l'effettiva attuazione delle scelte compiute in termini di congruenza tra i risultati conseguiti e gli obiettivi predefiniti e di verifica della realizzazione degli stessi.

Il processo di valutazione che ne consegue persegue dunque differenti finalità:

- Verificare la congruenza delle azioni con gli obiettivi predefiniti;
- Orientare l'azione verso il loro raggiungimento;
- Ascoltare e leggere i segnali provenienti dall'esterno;
- Fare emergere i punti di forza e di debolezza traducendoli in azioni mirate;
- Assicurare la correzione degli errori;
- Affinare le procedure.

Per l'attività di verifica dei risultati delle iniziative di comunicazione occorrono indicatori oggettivi di valutazione e auto-valutazione:

- Coerenza e funzionalità agli obiettivi generali del Piano di Comunicazione e dell'Amministrazione;
- Misurazione dell'attività percepita secondo dati e parametri standard già in possesso dell'Ente, con indagini mirate e strumenti ad hoc;

nello specifico con forme diverse:

- ✓ Questionari on-line sul gradimento del sito Internet;

- ✓ Valutazione sull'organizzazione e realizzazione degli eventi programmati (con verifiche ex-post in fase di redazione del Piano per l'anno 2005);
- ✓ Rilevazione sul gradimento dell'utenza tramite questionari di gradimento/efficacia dei servizi e di funzionalità della comunicazione interna.

Inoltre indicazioni generali sull'efficacia e gradimento da parte dell'utenza nei confronti degli strumenti di comunicazione esterna, possono essere ricavati dalle specifiche attività di customer-satisfaction svolte e coordinate dall'Ufficio U.R.P. dell'Ente che, insieme all'Ufficio Stampa, ciascuno nel proprio ambito, consentano poi la circolazione dei risultati.

E' prevista la nomina di un gruppo di lavoro per la fase di monitoraggio e valutazione, che con verifiche periodiche riferisce in merito direttamente al Presidente ed alla Giunta Provinciale.

La composizione è così formata:

- Direzione Generale
- Direttori di Area
- Responsabile Ufficio Comunicazione
- Responsabile Ufficio Informazione
- Referenti della Comunicazione.

Pesaro, 29 gennaio 2004

Il Direttore Generale

Roberto Rondina

Il Responsabile

Informazione Immagine e Stampa

Marcello Ciamaglia

Il Responsabile

Comunicazione, Ufficio Relazioni
con il Pubblico

Stefania Geminiani

X. TABELLA RIEPILOGATIVA ATTIVITA' 2004

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Sviluppare il sistema di comunicazione integrata	Rete dei referenti Riunioni mensili Internet/intranet	Cittadini Organi Istituzionali Dirigenti Dipendenti		n.d.

Tempistica:

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Affermare con maggiore nitidezza l'identità della Provincia	Video istituzionale Stemma ufficiale Intestati SitoInternet Segnaletica interna	Cittadini Amm.ri Locali Imprese Professionisti		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		Stemma Segnaletica			Video					Sito	

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Favorire il diritto di accesso alle informazioni	Front -office - URP Indagine customer Sede Urbino Internet	Cittadini Amministratori Associazioni Categorie sociali		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Rafforzare i canali d'informazione giornalistica	Comunicati stampa Conferenze stampa Rivista Internet Editoria SMS	Cittadini Organi informazione		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		Rivista			Rivista Editoria			Rivista			Rivista

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Promozione e valorizzazione delle tipicità locali	Percorsi tematici Convegni Fiere- Manifestazioni	Cittadini Ass.ni categoria Studenti "Agraria"	Università di Urbino	n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
	Convegni								Manifestazione Tartufo-Funghi	Fiera della castagna	
Piano Agricolo Provinciale											

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
"Una Provincia Europea di qualità". Campagna di comunicazione istituzionale	Immagini - slide Editoria	Cittadini Associazioni Imprese Operatori pubblici Org.ni Sindacali		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
X	X	X	X								

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Strumenti per i giovani per inserimento lavorativo e senso cittadinanza attiva	Spettacoli musicali/culturali Convegno/Seminario Editoria Conferenze/Comunicati stampa Internet	Cittadini Scuole superiori Ass.ni giovanili	Comuni della Provincia	n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		Editoria	Convegno/Seminario								
				Spettacoli musicali/culturali							

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Ufficio Relazioni con il Pubblico	Call Center Web usability	Cittadini		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Conferimento onoreficenze	Comitato d'onore Conferenza stampa Evento	Ass.ni di categoria Ass.ni sindacali C.C.I.A.A. Ordini Professionali Enti Locali Università		n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		X									

Obiettivi	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Presentazione libro "Federalismo Amministrativo e riforma costituzionale"	Presentazione pubblica Conferenze stampa	Cittadini P.A. Nazionali Enti Locali Organi informazione	U.P.I.	n.d.

Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
	X	X									