

# I. Parte generale



Provincia  
di Pesaro e Urbino

Piano  
di Comunicazione

2007

Com  
uni  
cARe



A cura di:  
Ufficio Comunicazione  
Servizio Affari Istituzionali, Generali,  
Giuridici e Legislativi

Direzione Generale

com  
uni  
cARe

## **Provincia di Pesaro e Urbino**

Piano di Comunicazione 2007

### **Struttura di coordinamento**

Roberto Rondina

*Segretario Generale - Direttore Generale*

Andrea Pacchiarotti

*Dirigente Servizio Affari Istituzionali, Generali, Giuridici e Legislativi*

Stefania Geminiani

*Responsabile P.O. Comunicazione e U.R.P.*

Fernanda Marotti

*Funzionario addetto alle Attività di comunicazione*

Isabella Marini

Loredana Milito

Stefania Poderi

*Operatrici di front e back office Ufficio Relazioni con il Pubblico*

Dante Piermattei (fino al 31 marzo 2007)

*Grafico creativo*

*Ufficio Stampa*

Marcello Ciamaglia

*Capo ufficio stampa*

Adriano Gamberini

*Fotografo*

Milena Bonaparte

Nicoletta Giorgetti

Giovanna Renzini

*Giornaliste*

Deborah Papisca

*Segretaria di redazione*

## INDICE PARTE GENERALE

### Introduzione

<b>I.</b>	<b>Il contesto normativo</b> .....	pag. 5
<b>II.</b>	<b>La Comunicazione Pubblica parte integrante dell'azione Amministrativa</b> .....	pag. 7
<b>III.</b>	<b>La Comunicazione come strumento di innovazione per le Amministrazioni</b> .....	pag. 8
<b>IV.</b>	<b>Il ruolo della Comunicazione. Lo specifico Provincia di Pesaro ed Urbino</b> .....	pag. 10
<b>V.</b>	<b>Linee programmatiche generali</b> .....	pag.19
<b>VI.</b>	<b>Gli obiettivi strategici</b> .....	pag.20
<b>VII.</b>	<b>Le risorse per la Comunicazione e l'assetto organizzativo</b> .....	pag.27
<b>VIII.</b>	<b>Principi informatori del piano</b> .....	pag.31
<b>IX.</b>	<b>La progettazione delle Campagne di comunicazione istituzionale</b> .....	pag.33
<b>X.</b>	<b>Bilancio sull'attuazione del programma 2006</b> .....	pag.37
<b>XI.</b>	<b>I miglioramenti possibili</b> .....	pag.39
<b>XII.</b>	<b>Gli obiettivi e le azioni di comunicazione per l'anno2007</b> .....	pag.46
	<b>XII.1. Obiettivo</b> "Sviluppare il sistema di comunicazione integrata".....	pag.46
	<b>XII.2. Obiettivo</b> "Affermare l'identità coordinata della Provincia di Pesaro e Urbino".....	pag.48
	<b>XII.3. Obiettivo</b> "Comunicare la propria missione e le attività svolte" .....	pag.50
	<b>XII.4. Obiettivo</b> "Favorire il diritto di accesso alle informazioni per i cittadini e i componenti degli organi provinciali".....	pag 52
	<b>XII.5. Obiettivo</b> "Rafforzare i canali di informazione giornalistica".....	pag.55
	<b>XII.6. Obiettivo</b> "La comunicazione diretta del Presidente".....	pag.56
	<b>XII.7. Obiettivo</b> "Comunicare il Territorio. Progetto di promozione e valorizzazione del Territorio della Provincia di Pesaro e Urbino".....	pag.57
	<b>XII.8. Obiettivo</b> "Pensare globalmente per agire in modo responsabile e sostenibile localmente.....	pag.60
	<b>XII.9. Obiettivo</b> "Potenziare l'informazione sulle Infrastrutture e sulla Sicurezza" .....	pag.61
	<b>XII.9.1.</b> "Le infrastrutture come fattore di sviluppo" ... ..	pag.61
	<b>XII.9.2.</b> "Diritto alla Sicurezza, alla Legalità, alla Solidarietà" .....	pag.62
	<b>XII.10. Obiettivo</b> "Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino".Campagna di comunicazione istituzionale anno 2007.....	pag.64
	<b>XII.11. Obiettivo</b> "Fornire strumenti di conoscenza ai giovani al fine di	

	<i>accrescere le possibilità d’inserimento lavorativo e il senso della cittadinanza attiva.....</i>	<i>pag.65</i>
<b>XII.12.</b>	<b><u>Obiettivo</u></b> “ <i>Riportare al centro del dibattito culturale e politico della nostra Provincia il riconoscimento del valore delle donne nella società</i> ” .....	<i>pag.68</i>
<b>XII.13.</b>	<b><u>Obiettivo</u></b> “ <i>Ufficio Relazioni con il Pubblico</i> ” .....	<i>pag.70</i>
<b>XII.14.</b>	<b><u>Obiettivo</u></b> “ <i>Conferimento di onorificenze a cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino e loro valorizzazione.....</i>	<i>pag.72</i>
	<i>XII.14.1</i> “ <i>Una provincia di Apifarfalle</i> ” anno 2007.....	<i>pag. 72</i>
	<i>XII.14.2</i> “ <i>Qui si vive bene, lo dicono i fatti!</i> ” anno 2007.....	<i>pag. 74</i>
<b>XIII.</b>	<b><i>Monitoraggio e valutazione dei risultati.....</i></b>	<i>pag.76</i>
<b>XIV.</b>	<b><i>Tabella riepilogativa attività di comunicazione previste per l’anno 2007.....</i></b>	<i>pag.78</i>
<b>XV.</b>	<b><i>Appendice normativa di riferimento... ..</i></b>	<i>pag.86</i>
	<b><i>Allegato: Esempi di Comunicazione grafica realizzata.</i></b>	

## INTRODUZIONE

*Il Piano di Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino definisce i principi, gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di attuare nell'anno 2007 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 dato generale che fa piacere evidenziare è il rinnovamento della Provincia, non più legata solo alle sue attività e funzioni più tradizionali e consolidate ma, oggi, spostata sulla formazione professionale, sull'ambiente, sulla promozione culturale e turistica, sui giovani, sulle pari opportunità e sulla sicurezza.*

*E' un cammino verso un'istituzione che si rinnova con una sempre più evidente attenzione ai suoi cittadini e al suo territorio.*

*Fondamentale altresì la notorietà istituzionale e personale del Presidente, che ha contribuito certamente ad accrescere il livello di attenzione nei confronti della Provincia di Pesaro e Urbino e a dare un'immagine più vicina ai cittadini di questa istituzione.*

*Infatti i servizi della Provincia di Pesaro e Urbino hanno trovato il gradimento dei cittadini.*

*A confermare ciò sono i dati di un monitoraggio realizzato da Ekma Ricerche che alla data di luglio 2006 pone la nostra Provincia al 10° posto su 102 Amministrazioni interessate, relativamente al gradimento di 15 diversi servizi offerti dalle amministrazioni provinciali.*

*Tale ricerca, condotta con criteri tecnico-scientifici, misura infatti il consenso in settori che vanno dall'ambiente alla sicurezza, dall'agricoltura alla viabilità e ad altri, nonché il grado di fiducia degli amministratori intesi come soggetti istituzionali. Con soddisfazione l'operato del Presidente Ucchielli si classifica al 13° posto.*

*Il merito di tali risultati vanno sicuramente attribuiti agli organi di direzione politica e a tutta la struttura organizzativa di questa Provincia.*

*Il piano è stato approvato con Deliberazione di Giunta Provinciale n. 125 del 13.04.07*

## 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.

Quando venne approvata la Legge 241/90, che stabiliva nuovi criteri di trasparenza e informazione nella Pubblica Amministrazione, pochi avrebbero immaginato i concreti effetti della nuova normativa che si sarebbe sostanziata in una trasformazione quasi epocale. Tali norme hanno aperto una breccia decisiva nell'opacità tradizionale dei rapporti tra il pubblico potere e i cittadini introducendo e ridisegnando una vasta gamma di principi: efficienza, pubblicità degli atti, trasparenza, diritto di accesso, che hanno profondamente innovato il modo di fare della Pubblica Amministrazione.

Da allora è stato un susseguirsi di interventi che hanno introdotto nel nostro Diritto Amministrativo principi completamente nuovi, spesso antitetici rispetto a quelli tradizionali, ma tutti comunque in qualche modo riconducibili all'idea di fondo delle legge sul procedimento, secondo la quale i privati sono molto di più che non semplici amministrati, utenti, assistiti: sono cittadini ed in quanto tali devono essere ascoltati, partecipare al processo decisionale ed in generale essere considerati dell'amministrazione interlocutori su un piano il più possibile paritario.

La legge 241/1990 aveva come obiettivo la partecipazione e la trasparenza, le due parole d'ordine che avevano caratterizzato gli anni Settanta e Ottanta, il periodo di gestazione della legge. Ma negli anni Novanta il concetto di trasparenza ha avuto uno sviluppo che è andato ben oltre il significato immaginato dal legislatore, quel semplice (ma pur sempre rivoluzionario) "guardar dentro" l'amministrazione consentito dal diritto d'accesso ai documenti amministrativi; essa è stata intesa come un diverso modo di essere complessivo dell'amministrazione, tale da giustificare non solo il diritto dei cittadini ad informarsi sulle attività dell'amministrazione, ma anche il loro diritto ad essere informati su iniziativa autonoma dell'amministrazione, a prescindere da una loro richiesta. L'informazione ai cittadini, un profilo essenziale della trasparenza amministrativa, diventava così un obbligo delle amministrazioni.

Da questi particolari principi generali, che peraltro non esauriscono tutto il portato innovativo della legge, è facile tradurre gli effetti concreti del processo evolutivo disegnato, concludendo con la sottolineatura del rilievo che oggi l'elemento comunicazione ha assunto, non solo nella direzione

dell'informazione primaria ma anche su quella, spesso più pregnante, della modalità di tutela dei diritti dei cittadini. Controllo dunque, ma anche possibilità di verificare l'esattezza delle informazioni fornite e parametro per valutare procedure e modalità di comportamento che non solo tendono a migliorare la funzionalità della Pubblica Amministrazione ma che, inevitabilmente, hanno incidenza su tutti gli aspetti del sistema.

Da qui, lo sviluppo della comunicazione pubblica, che oggi è molto di più che non semplice trasmissione di informazioni, è "parte integrante dell'azione delle amministrazioni".

Queste tendenze si sono rafforzate ancora di più con le riforme Bassanini e sono infine confluite nella legge n. 150 del 7 febbraio 2000, "*Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni*", che costituisce un ideale completamento del percorso di riforma sinteticamente accennato e 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. Spingono fortemente in questa direzione anche una serie di nuove concezioni che non vanno dimenticate e che entrano in campo. Prima fra tutte la modifica del sistema elettorale, che origina una nuova figura: quella dei Sindaci e Presidenti delle province eletti direttamente dai cittadini.

Successivamente la Direttiva Frattini del 7 febbraio 2002 - *Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni*- rende esplicita la necessità di prevedere forme organizzative di coordinamento delle funzioni di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni e, in merito alle risorse, dispone che "*..Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.*"

La Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 24 marzo 2004 - *Direttiva sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini* - promuove concretamente la diffusione e lo sviluppo nelle amministrazioni pubbliche di metodi di rilevazione sistematica della qualità percepita dai cittadini, basandosi sull'ascolto e sulla partecipazione affinché i servizi erogati siano tarati sui bisogni effettivi.

Infine il Ministero per le Riforme e le Innovazioni nella Pubblica Amministrazione, con l'emanazione della sua Direttiva del 19 dicembre 2006 - *Per una Pubblica Amministrazione di qualità* - indica il ruolo essenziale che può essere svolto dalle varie forme di **comunicazione** con i portatori di interesse (per es. le indagini di customer) quali strumenti utili a soddisfare i bisogni dei destinatari dei servizi in un'ottica di miglioramento continuo.

## II. LA COMUNICAZIONE PUBBLICA PARTE INTEGRANTE DELL'AZIONE AMMINISTRATIVA

La legge 150/2000 si colloca dunque come un pilastro eretto a sostegno di un nuovo agire della Pubblica Amministrazione ma anch'essa, come la legge sul procedimento, rappresenta ad un tempo un punto di arrivo e un punto di partenza. Punto di arrivo, perché disciplinare con legge le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni vuol dire riconoscere che le amministrazioni ormai non possono non comunicare, perché oggi se fra amministrazioni e cittadini non c'è comunicazione amministrare è difficile e, in alcuni casi, impossibile.

Ma la legge n.150/2000 è anche un punto di partenza perché da essa bisogna muovere per spostare ancora più avanti i confini della cittadinanza amministrativa, sapendo che la qualità del rapporto fra cittadini e amministrazioni è misurata anche dalla qualità della comunicazione di interesse generale. La comunicazione pubblica è un indicatore della qualità dei rapporti fra cittadini e amministrazioni: non può esserci una buona comunicazione pubblica laddove l'amministrazione non rispetta i cittadini e non applica i principi di efficienza, imparzialità e trasparenza dell'azione amministrativa. In tal senso il *“Rapporto al Ministro per la Funzione Pubblica. Situazione e tendenze della comunicazione istituzionale in Italia (2000-2004)”* che, promosso nel 2004 dall'allora Ministro Gazzella e avviata dall'Università IULM di Milano nell'ambito delle sue competenze in materia di comunicazione pubblica, contiene la prima indagine a tutto campo sulle attività di informazione e comunicazione che le pubbliche amministrazioni italiane, centrali e territoriali, svolgono ai sensi della L.150/2000. La pubblicazione è un progetto di vero e proprio censimento delle amministrazioni centrali, regionali e locali in ordine sia ai processi in atto nell'organizzazione e nell'impiego delle risorse professionali, tecnologiche e finanziarie sia al quadro delle prestazioni e alle funzioni di coordinamento e pianificazione previste dalla legge. Il risultato ottenuto fornisce dunque un profilo aggiornato, fotografato con spirito critico, degli aspetti strutturali, organizzativi e creativi che riguardano le funzioni ricomprese nel perimetro della legge: l'informazione e la comunicazione. La rilevazione, realizzata attraverso l'invio e la compilazione alle amministrazioni italiane di un questionario di ricerca, ha permesso un'ampia ricognizione all'interno del dibattito sulla comunicazione pubblica nel nostro paese, esprimendone altresì una efficace rappresentazione territoriale e ordinamentale. La Provincia di Pesaro e Urbino ha partecipato attivamente alla ricerca fornendo risposta al questionario somministrato.

Il testo integrale del Rapporto è reperibile sul sito della Funzione pubblica ([www.funzionepubblica.it](http://www.funzionepubblica.it)) per assicurare il più ampio accesso agli elementi conoscitivi disponibili, che risultano di grande interesse a livello di metodologia generale (non si è lavorato a campione ma sull'intero universo delle



Amministrazioni), privilegiando il carattere di autopercezione delle Amministrazioni e misurando i dati con rapporti grafici e statistici molto interessanti a cui espressamente si rimanda.

### **III. LA COMUNICAZIONE COME STRUMENTO DI INNOVAZIONE PER LE AMMINISTRAZIONI**

La funzione di comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale nel panorama delle leve a disposizione delle amministrazioni pubbliche e nel contesto dei processi di innovazione. Le ragioni di questa centralità sono molteplici e riconducibili ad alcuni importanti mutamenti avvenuti sul piano istituzionale e sul piano dei rapporti tra istituzioni e società.

In primo luogo la relazione tra amministrazioni e cittadini è mutata in modo radicale: è divenuta più simmetrica e ai cittadini sono stati riconosciuti, anche sul piano giuridico, diritti nuovi.

Allo stesso tempo le amministrazioni hanno sviluppato una maggiore attenzione alla qualità nell'erogazione dei servizi, hanno orientato la loro azione in funzione dei bisogni dei cittadini, hanno cercato soluzioni innovative sul piano dell'ascolto e dell'accesso ai servizi.

In questa prospettiva la comunicazione svolge un ruolo rilevante nel rendere le amministrazioni più amichevoli e capaci di rispondere ai bisogni dei cittadini e delle imprese. Informare i cittadini sulle opportunità offerte, possibilmente anticipando i loro bisogni, significa infatti porre le condizioni concrete per assicurare l'esercizio dei diritti e farsi carico in modo responsabile delle esigenze dei cittadini, garantendo loro pari opportunità nell'accesso ai servizi.

Nella stessa prospettiva la necessità di usare strumenti per dare conto ai cittadini dell'utilizzo delle risorse e dei risultati conseguiti, diviene un'esigenza importante per le amministrazioni che intendono stabilire condizioni di fiducia e trasparenza nella relazione con i propri cittadini.

Ma la comunicazione gioca anche un ruolo decisivo nel percorso inverso della relazione tra amministrazione e cittadini. È sempre più importante ascoltare le esigenze, predisporre canali adeguati per raccogliere i suggerimenti, valutare la soddisfazione degli utenti. Per migliorare i servizi infatti occorre sviluppare apprendimento organizzativo e questo a sua volta necessita di percorsi strutturati di ascolto e confronto con i fruitori dei servizi.

In secondo luogo la comunicazione rappresenta un importante strumento di innovazione nei processi di elaborazione e produzione delle politiche pubbliche. In questo caso comunicare non è più un'esigenza connessa al processo di erogazione di un servizio. La comunicazione qui assume una valenza strategica e di supporto ai processi decisionali attraverso i quali vengono individuati e affrontati i problemi collettivi. La comunicazione diviene un processo da attivare in tutte le fasi del processo di produzione delle politiche pubbliche, dalla individuazione dei bisogni, alla progettazione

degli interventi, alla loro attuazione e, infine, alla valutazione degli effetti. Infatti essa è strumento fondamentale per far interagire tra loro soggetti istituzionali tradizionali e nuovi soggetti, anche di natura privata, che svolgono compiti di interesse generale. Diventa fondamentale per affrontare nuove politiche basate su strategie di prevenzione e di coinvolgimento attivo dei cittadini. La comunicazione assume dunque un ruolo centrale per l'agire amministrativo, come strumento di governo della complessità sociale. A fianco dunque dell'obiettivo di migliorare il rapporto con i cittadini sul piano dell'ascolto, dell'informazione, dell'accesso, della valutazione della qualità dei servizi, la comunicazione assume valore come strumento di governo per elaborare e attuare politiche pubbliche sempre più articolate e complesse.

Infine la comunicazione diviene una delle leve principali per lo sviluppo organizzativo. Le amministrazioni infatti stanno concentrando sempre più la propria azione in funzioni di governo e di relazione con i portatori di interessi diffusi. Per questa ragione è importante poter contare su personale motivato, coinvolto negli obiettivi delle istituzioni, dotato di un forte senso di appartenenza. Per favorire lo sviluppo di queste qualità occorre costruire relazioni consolidate con i lavoratori: ascoltare i bisogni, informare, condividere valori organizzativi, coinvolgere nei processi decisionali. Il benessere organizzativo richiede investimenti consistenti in questa direzione. Le tradizionali relazioni organizzative fondate solamente sul rapporto con le organizzazioni sindacali non sono più sufficienti. Emergono esigenze di segmentazione e personalizzazione del rapporto d'impiego che richiedono una relazione più diretta e meno mediata con i lavoratori.

In questa prospettiva la comunicazione interna assume una valenza fondamentale. Numerosi strumenti della comunicazione pubblica possono infatti trovare un impiego efficace nelle relazioni interne per favorire il coinvolgimento e la motivazione dei lavoratori, se pur ancora sono forti le tensioni nel percepire lo sviluppo delle risorse umane come esclusiva competenza della direzione del personale, dimenticando che l'aumento della complessità organizzativa richiede anche sul fronte interno un approccio multidisciplinare alle relazioni.

In definitiva è interessante osservare come sempre più stretta è la relazione tra comunicazione e innovazione anche in una prospettiva futura che vede le amministrazioni fortemente impegnate a svolgere un ruolo di mediazione e coordinamento delle relazioni esterne ed interne per assicurare governo della complessità e delle interdipendenze reciproche, con una politica tesa attivamente alla creazione di organizzazioni in grado di rendere sostenibili le politiche d'innovazione.

#### **IV. IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE. LO SPECIFICO PROVINCIA DI PESARO E URBINO**

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.

In tale contesto diviene un processo circolare in cui i soggetti reagiscono ed interagiscono in base alle informazioni comunicate e una amministrazione può realmente comunicare solo con soggetti che, in quanto posti dalla Legge 241/90 sul suo stesso piano, possono con essa interagire. In tal senso la Legge 150/00 chiude idealmente un cerchio: quello della definitiva messa in soffitta del principio di superiorità dei poteri pubblici nei confronti dei cittadini.

Per i suoi contenuti – tanto rispetto alle funzioni, quanto agli strumenti operativi – è una leva decisiva affinché il processo riformatore che ha interessato il sistema pubblico trovi ancoraggi solidi. Un esempio: gli Urp non sono invenzione di questa legge, ma la legittimazione degli addetti all'attività di comunicazione e di ascolto nei riguardi del cittadino conferisce una nuova spinta al difficile processo di radicamento di questi avamposti strategici del rapporto tra servizi pubblici e utenti.

Nella legge 7 Giugno 2000 n.150, sono enunciati con chiarezza: le finalità e l'ambito di applicazione della legge; le strutture che sono preposte alla sua realizzazione nell'ambito delle pubbliche amministrazioni e degli enti locali in particolare; i procedimenti attraverso i quali raggiungere gli obiettivi e impiegare le risorse.

Le finalità da perseguire sono rivolte a tre distinti livelli che si traducono poi in campi operativi: il rapporto con i media, la comunicazione esterna, la comunicazione interna.

*Il rapporto con il sistema dei media* si traduce in reti di comunicazione, radio e televisioni, giornali, organizzazioni che si occupano in modo generico e specializzato della diffusione di notizie ed oggi, con il crescente successo della comunicazione in rete, portali, siti, e-mail, messaggi sms. Come del resto recepito dalla Legge 150, che parla appunto di strumentazione grafico-editoriale, strutture informatiche, funzioni di sportello, reti civiche, iniziative di comunicazione integrata e sistemi telematici multimediali.

La comunicazione deve dunque essere gestita con professionalità utilizzando codici precisi.

Un esempio di quanto la norma si sia preoccupata di questo è dato dal preciso riferimento a organi specializzati: portavoce, ufficio stampa, urp, sportello unico, polifunzionale e per il cittadino; organi che permettono di superare da un lato, le difficoltà di chi opera nella gestione del quotidiano degli enti locali e che, a volte, consentono anche ai pubblici amministratori di comunicare correttamente con i media e soprattutto di fare di questa funzione una questione di routine e non un aspetto eccezionale.

Per gli enti locali comunicare con i media deve diventare una funzione esercitata quotidianamente, non solo per evitare effetti negativi e sgradevoli, quanto per comunicare con continuità.

Per quanto un ente locale sia ben governato e gestito, se di questo i media non diffondono notizia è come se tutto il buon governo e la buona gestione semplicemente non esistano.

Altra distinzione fatta dalla legge è quella fra *comunicazione interna ed esterna*. In termini di comunicazione in rete il punto di partenza può essere dato dai sistemi intranet ed internet, ovvero quelli attraverso cui dati, informazioni ed elaborazioni sono prodotti e gestiti, nel primo caso, all'interno e per l'interno dell'ente nel secondo caso all'interno per l'esterno. La comunicazione interna 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.

A seguito dell'assestamento legislativo compete oggi a Comuni e Province sia **l'informazione**, intesa come attività "ad una via" diretta a far conoscere l'Ente e le sue attività, sia **la comunicazione**, avente il significato di "relazione" con l'intera Comunità di riferimento. Si è dunque sviluppata, da parte degli Enti Locali, un'intensa attività progettuale concretizzatasi con la redazione di Piani di Comunicazione, di regolamenti per gli URP e si sono attivate, ancora di più, azioni comunicative da parte di Sindaci, Presidenti di Provincia, Assessori, URP, uffici stampa, segreterie, personale di front-office ed anche di singoli dipendenti nelle loro relazioni quotidiane con i cittadini.

Preme però evidenziare che, al di là dei palazzi ministeriali, chi si trova in prima linea nelle realtà locali debba morfologicamente costruire il linguaggio politico tra la gente, con la gente e per la gente. Comunicazione pubblica significa concretezza di linguaggio, chiarezza di espressione e desiderio di dialogo.

Dalla lettura delle pagine precedenti e da questa sintetica disamina e riflessione appare evidente che, comunque, il dibattito sulla comunicazione e sul diritto di informare e di essere informati è tutt'oggi fervido e in atto. Sicuramente trova nell'interpretazione combinata di vari principi fondamentali, richiamati dalla Costituzione, cioè nel principio di democrazia e rappresentanza, uguaglianza e socialità, imparzialità e buon andamento della pubblica amministrazione, la base per dare legittimità giuridica e costituzionalmente rilevante alle esigenze dei cittadini. Esigenze che risiedono non solo nella volontà di conoscere i fatti dell'attività politica ed amministrativa ma anche i processi che conducono alle decisioni degli amministratori pubblici.

In questo contesto, l'attività di comunicazione delle istituzioni pubbliche non solo è coerente alla democraticità del nostro ordinamento ma diventa presupposto indispensabile per la sua effettiva realizzazione.

La storia di questi ultimi anni, ovvero del rapporto intrecciato tra riforme avviate nelle pubbliche amministrazioni e sviluppo della comunicazione istituzionale, conferma la bontà di tale affermazione: l'attività di comunicazione svolta dalle istituzioni pubbliche aumenta la trasparenza dell'azione amministrativa, migliora i rapporti tra Stato e cittadini incidendo sul consenso ma, soprattutto, impone comportamenti coerenti da parte dei vari soggetti istituzionali contribuendo a rafforzare ancor più il nostro sistema democratico.

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.

Ormai notoriamente un giudizio tipo sul posizionamento comunicativo dell'Ente Provincia, ci racconta statisticamente la scarsissima conoscenza che i cittadini hanno della Provincia quale ente costituzionalmente riconosciuto e dei suoi ambiti di attività. A distanza di qualche anno qualcosa è cambiato ma tanto rimane ancora da fare.

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.

Ed è proprio il territorio lo scenario che ci può permettere alcune riflessioni sulle dinamiche socio – economiche in atto:

## Il Territorio

La Provincia di Pesaro e Urbino ha una superficie di 2.892,41 Km: a Nord-est confina con la Provincia di Rimini e con la Repubblica di San Marino, ad Ovest con la Provincia di Arezzo e di Perugia, a Sud con la Provincia di Ancona e ad Est con il Mare Adriatico.

Il territorio si presenta prevalentemente collinare e montuoso con la catena appenninica che prosegue dal massiccio tosco-emiliano fino alle montagne della Provincia di Ancona: 42 Comuni su 67 sono classificati come totalmente montani.

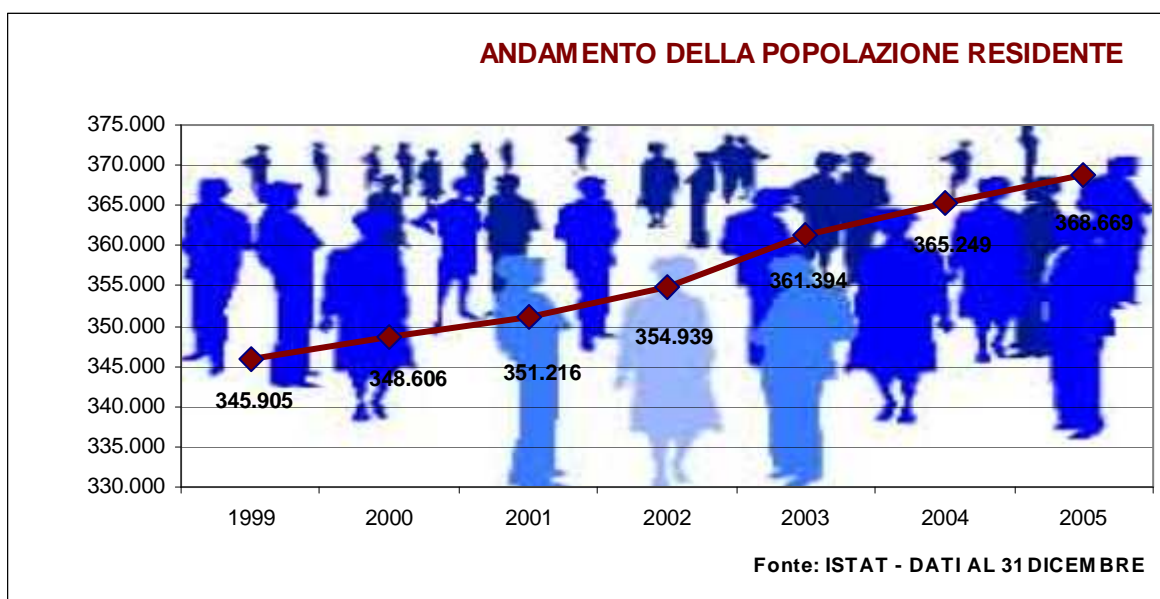
Il territorio è attraversato da 5 fiumi e dalle relative vallate: Marecchia, Foglia, Metauro, Cesano, Conca.

La parte del territorio pianeggiante si estende da Nord ad Est: comincia con il Comune di Gabicce Mare, si estende fino al Comune di Mondolfo ed è inframmezzata sul Mare Adriatico dai promontori del monte San Bartolo e del monte Ardizio.

## Analisi Socio Economica

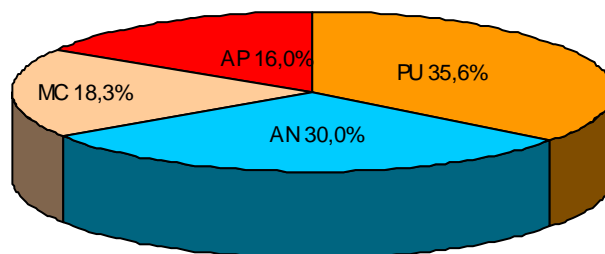
### La Popolazione

Da un punto di vista demografico si delinea uno scenario di aumento costante della popolazione residente nella provincia di Pesaro e Urbino che da 345.905 abitanti nel 1999 si attesta a 368.669 abitanti a dicembre 2005 (vedi: **Andamento della popolazione residente**) segnando l'aumento maggiore tra le province marchigiane.



In un confronto a livello regionale (vedi: **Variazioni della popolazione residente dal 1999 al 2005**) emerge infatti che la nostra provincia aumenta di 24.175 unità, circa il doppio rispetto a quelle di Ascoli Piceno (che segna l'aumento più basso e pari a 10.857 abitanti) e Macerata (che aumenta di

### VARIAZIONI DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE DAL 1999 AL 2005



	1999	2005	variazione assoluta 1999-2005	variazione % 1999-2005	peso % su var. ass. Marche
Pesaro e Urbino	344.494	368.669	24.175	7,0%	35,6%
Ancona	444.056	464.427	20.371	4,6%	30,0%
Macerata	302.648	315.065	12.417	4,1%	18,3%
Ascoli Piceno	369.791	380.648	10.857	2,9%	16,0%
Marche	1.460.989	1.528.809	67.820	4,6%	100,0%

Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati ISTAT - AL 31 DICEMBRE

12.417 abitanti) e 4.000 unità in più rispetto alla provincia di Ancona (che ha un aumento di 20.371 abitanti). Pesaro e Urbino contribuisce così per più di 1/3 (35,6%) all'aumento di popolazione residente regionale nell'arco di tempo considerato.

Queste osservazioni trovano riscontro anche analizzando il movimento demografico da cui emerge per il nostro territorio provinciale un saldo totale pari a 9,3 ‰, grazie sia al saldo migratorio più elevato (9,9‰) che al saldo naturale più basso (-0,6‰) della regione (vedi: **Movimento demografico**).

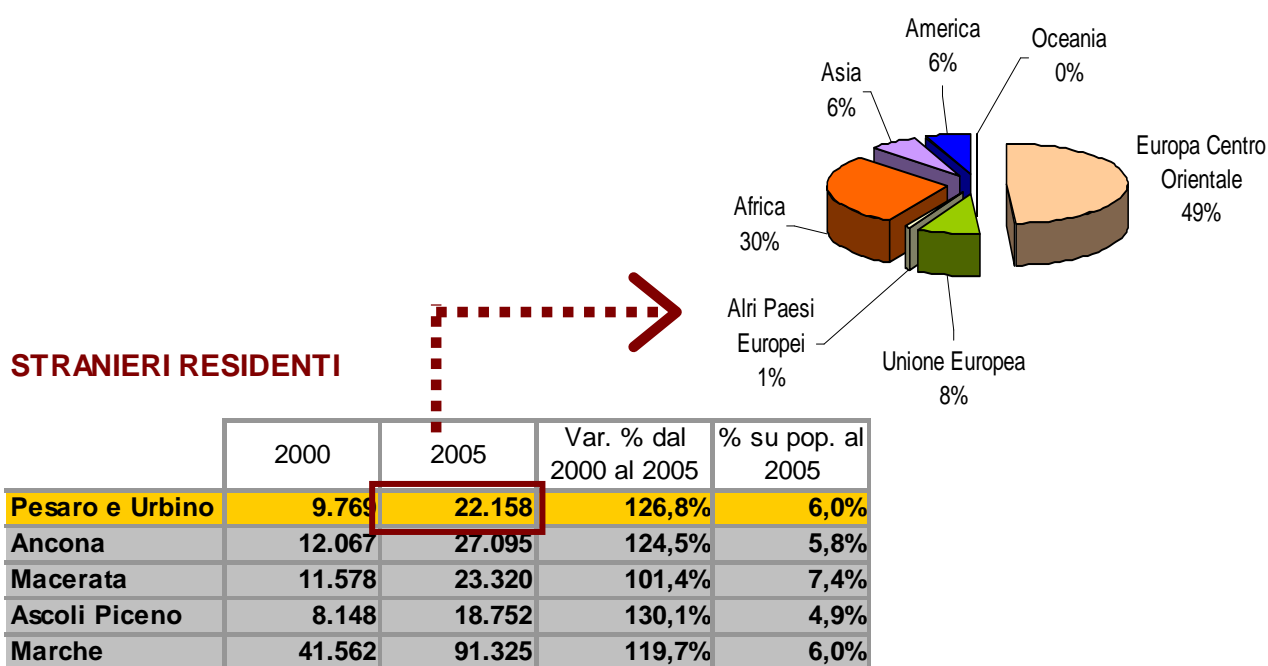
### MOVIMENTO DEMOGRAFICO

	Nati x 1.000 residenti	Morti x 1.000 residenti	Iscritti x 1.000 residenti	Cancellati x 1.000 residenti	Saldo naturale x 1.000 residenti	Saldo migratorio x 1.000 residenti	Saldo totale x 1.000 residenti
<b>Pesaro e Urbino</b>	<b>9,4</b>	<b>9,9</b>	<b>36,3</b>	<b>26,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>9,9</b>	<b>9,3</b>
Ancona	8,9	10,5	31,5	23,3	-1,6	8,2	6,7
Macerata	8,8	10,5	31,2	23,7	-1,6	7,5	5,9
Ascoli Piceno	8,2	10,0	27,7	21,5	-1,8	6,2	4,4
Marche	8,8	10,2	31,6	23,7	-1,4	8,0	6,6

Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati ISTAT - 2005

A dicembre 2005 gli stranieri residenti nella provincia di Pesaro e Urbino sono 12.389 in più rispetto al dicembre 2000, un aumento del 126,8% contro una media regionale del 119,7%.

I 22.158 stranieri residenti a dicembre 2005 rappresentano il 6% dei residenti totali e provengono per circa la metà dall'Europa Centro Orientale e per circa 1/3 dall'Africa (vedi: **Stranieri residenti**).



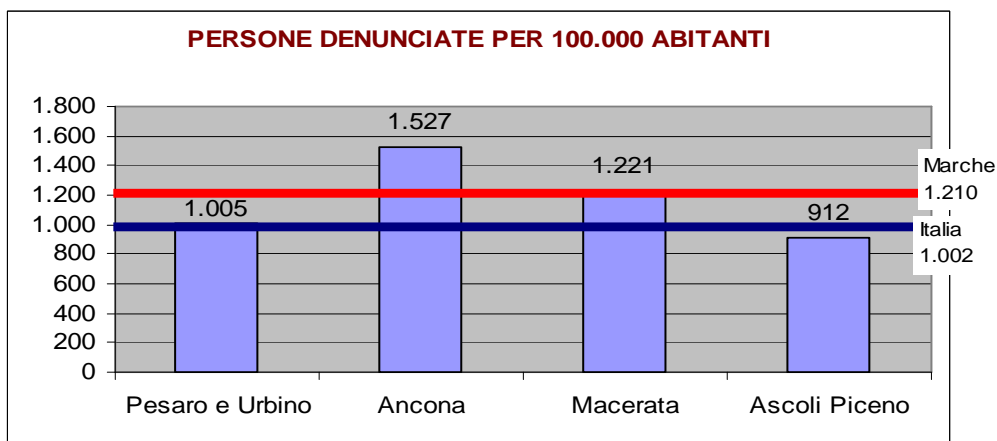
Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati ISTAT - AL 31 DICEMBRE

## La Sicurezza

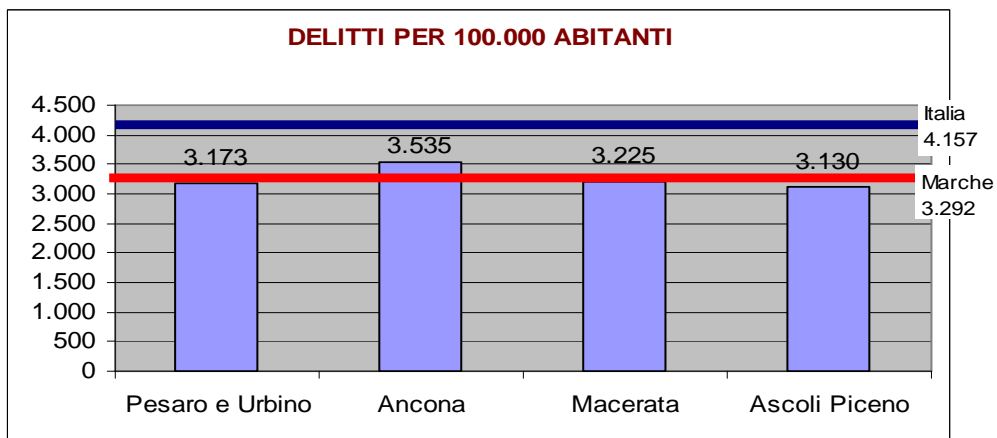
Il confronto delle denunce a livello regionale (vedi: **Persone denunciate per 100.000 abitanti**) ci mostra che la provincia di Pesaro e Urbino è in linea con il valore nazionale per cui conta poco più di 1.000 denunce ogni 100.000 abitanti, mentre la media regionale è di 200 denunce in più.

Il confronto invece della delittuosità (vedi: **Delitti per 100.000 abitanti**) mostra un valore pari a 3.173 delitti ogni 100.000 abitanti, di poco inferiore a quello regionale ma molto più basso di quello nazionale uguale a 4.157 delitti ogni 100.000 abitanti.





Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati Ministero dell'Interno - 2004

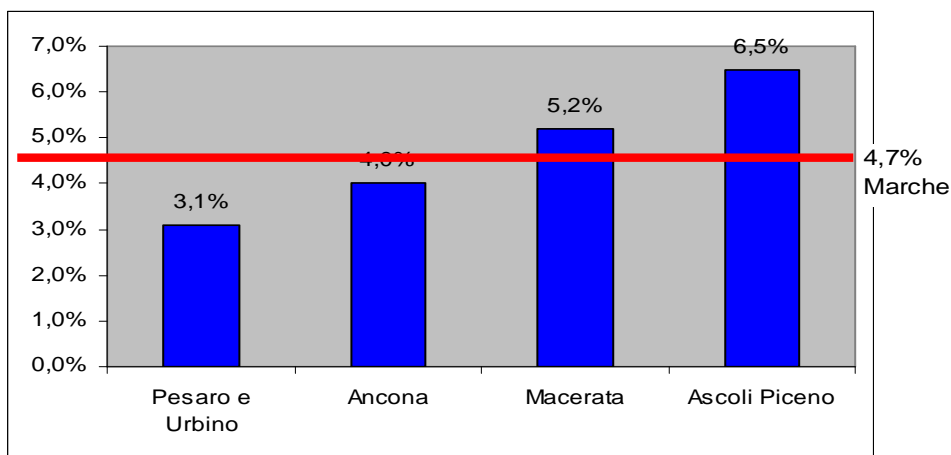


Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati Ministero dell'Interno - 2004

## L'Economia

Il tasso di disoccupazione nel territorio di Pesaro e Urbino, pari al 3,1%, è il più basso tra le province delle Marche: meno della metà di quello di Ascoli Piceno (6,5%), di ben 1,6 punti percentuali inferiore a quello regionale, pari a 4,7% (vedi: **Tasso di disoccupazione**)

### TASSO DI DISOCCUPAZIONE



Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati ISTAT 2005

Il bilancio dell'anagrafe delle imprese della Provincia di Pesaro e Urbino è positivo anche nel 2006 seppure con un ritmo più contenuto rispetto al 2005. Lo scorso anno la base imprenditoriale provinciale si è infatti accresciuta di **432** unità, portando lo stock delle imprese iscritte al valore di **43.954** unità.

#### ANDAMENTO DEMOGRAFICO DELLE IMPRESE PROVINCIALI NEL PERIODO 2000-2006

anni	iscrizioni	cessazioni	saldi	tassi di crescita	registrate
2000	<b>2868</b>	<b>2460</b>	408	0,98%	<b>41534</b>
2001	<b>2921</b>	<b>2708</b>	213	0,51%	<b>41758</b>
2002	<b>2892</b>	<b>2735</b>	157	0,37%	<b>41931</b>
2003	<b>2681</b>	<b>2382</b>	299	0,71%	<b>42248</b>
2004	<b>2959</b>	<b>2378</b>	581	1,36%	<b>42830</b>
2005	<b>3012</b>	<b>2345</b>	667	1,53%	<b>43509</b>
2006	<b>3045</b>	<b>2613</b>	432	0,98%	<b>43954</b>
var.% 05/06	1,10%	11,43%			
var.% 00/06	6,17%	6,22%			

Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati MOVIMPRESE

Il saldo positivo del 2006 è dato dalla differenza fra le **3.045** nuove iscrizioni e le **2.613** cancellazioni verificatesi tra gennaio e dicembre. Ne è risultato un tasso di crescita pari allo **0,98%**, inferiore a quello dell'anno precedente (**1,53%**) (vedi: **Andamento demografico delle imprese provinciali nel periodo 2000-2006**).

Il rallentamento nel ritmo di aumento delle imprese è un effetto atteso del lungo ciclo negativo che ha interessato l'economia italiana. Un ciclo che ha operato nel settore manifatturiero, selezionando e premiando le imprese più forti e competitive, quelle organizzate in filiera e quelle che hanno saputo puntare sulla qualità.

Anche se questa selezione non emerge da un'analisi dei dati Movimprese sull'arco degli anni presi in esame per la nostra provincia, in quanto cessazioni ed iscrizioni hanno segnato la stessa variazione percentuale pari a circa il 6,2%, in realtà all'interno del periodo di tempo le variazioni di iscrizioni e cessazioni da un anno all'altro si differenziano molto e questo mostra una natimortalità molto vivace, sintomo di un profondo processo di ristrutturazione dei settori tradizionali (vedi: **Variazioni relative 2000-2006**).

#### VARIAZIONI RELATIVE 2000-2006

	iscrizioni	cessazioni
var.% 05/06	1,1%	11,4%
var.% 04/05	1,8%	-1,4%
var.% 03/04	10,4%	-0,2%
var.% 02/03	-7,3%	-12,9%
var.% 01/02	-1,0%	1,0%
var.% 00/06	6,2%	6,2%

Fonte: el. Osservatorio prov. PU su dati MOVIMPRESE

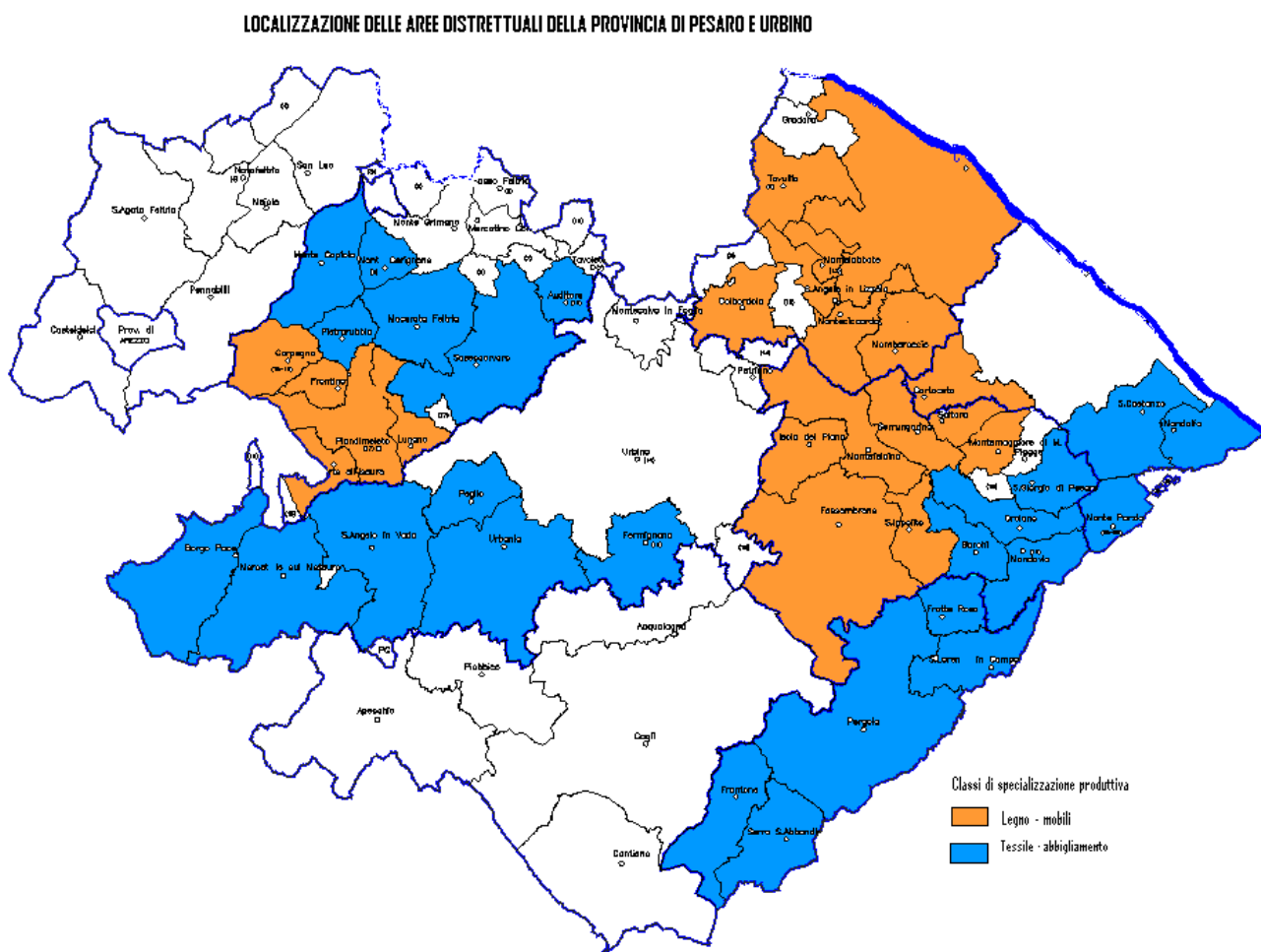
La Provincia di Pesaro e Urbino, in meno di un trentennio, si è trasformata da territorio ad economia prevalentemente agricola a territorio industrializzato.

L'esodo di manodopera dall'agricoltura verso l'industria, avvenuto in modo continuativo dagli anni '50 agli '80, e verso il terziario nell'ultimo ventennio, ha determinato la nascita di un sistema industriale locale che è cresciuto e si è consolidato, soprattutto in alcuni settori.

Il risultato di questa trasformazione ci permette oggi di dire che l'economia provinciale è caratterizzata da un sistema economico territorialmente delimitato, animato da una comunità di persone che esprime valori forti di imprenditorialità, di propensione al rischio, di apertura al cambiamento, di etica del lavoro, in altre parole il modello distrettuale.

Al 1° luglio 2006 le Regioni, sulla base degli indirizzi contenuti nelle normative nazionali di riferimento (L. 317/91 e L. 140/99), hanno individuato i Distretti Industriali (DI).

Nella figura **Localizzazione delle aree distrettuali della Provincia di Pesaro e Urbino** sono evidenziati i comuni che fanno parte delle aree distrettuali in base al tipo di specializzazione produttiva.



La regione Marche nella nostra provincia ha individuato due tipi di specializzazioni produttive: legnomobili e tessile-abbigliamento.

Nelle zone individuate sono **localizzate più del 60%, delle imprese provinciali** di cui circa il **20%** nelle aree di specializzazione del **tessile abbigliamento** e per il restante **40%** in quelle del **legnomobili**.<sup>1</sup>

## V. LINEE PROGRAMMATICHE GENERALI

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino ha visto riconfermare per il secondo mandato amministrativo il proprio Presidente il quale, coerentemente con le considerazioni fin qui fatte, aveva già 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 che trova contenuto nel documento generale e di indirizzo "Linee Programmatiche per il mandato 2004/2009", strutturato in cinque aree operative di intervento, ove sono fissati le tematiche più pregnanti, gli obiettivi principali, le priorità e le azioni concrete che ispireranno l'azione di governo nel prossimo quinquennio. Considerato quanto importante sia per l'Amministrazione dare sostanza e contenuto alla propria immagine attraverso parole e simboli immediatamente individuabili e d'effetto, per la presentazione del documento è stata scelta una copertina realizzata con particolari immagini significative, pensate appositamente per il valore intrinseco che possiedono (due cavalli in corsa e una coccinella portafortuna).

Il documento fissa con grande chiarezza il principio cardine che ispirerà l'azione di governo nel prossimo quinquennio riaffermando la missione più autentica dell'ente provincia: "promuovere, coordinare, programmare e indirizzare il progetto di sviluppo economico, culturale, ambientale e sociale del nostro territorio e della nostra comunità". Qualità ambientale, dei servizi, dello sviluppo, ovvero qualità della vita nel suo complesso, sono i termini su cui si continuerà a misurarsi in coerenza con quanto già fatto con il "Piano di Sviluppo Ecosostenibile 2002-2004", che rimane lo strumento di riferimento generale valido, di cui molti progetti sono tuttora in corso di attuazione, per il quale si sono realizzati aggiornamenti progettuali secondo le indicazioni del documento programmatico.

Dunque le politiche provinciali di governo del territorio si svilupperanno prioritariamente, nei prossimi anni, secondo le seguenti dieci principali direttrici:

---

<sup>1</sup> Le notizie e i dati soprariportati sono stati elaborati e forniti dall'Ufficio Centro Studi, Osservatorio per lo Sviluppo e dall'Ufficio Statistica dell'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino

- Attuazione e sviluppo del decentramento amministrativo e della riforma costituzionale delle autonomie.
- Partecipazione, comunicazione e semplificazione.
- Qualità dell'ambiente e valorizzazione del territorio.
- Sostegno e rilancio delle comunità locali minori e delle aree interne a maggior disagio insediativo.
- Servizi pubblici e politiche di infrastrutturazione per una provincia policentrica.
- Politiche giovanili.
- Pari opportunità e sostegno al mondo femminile.
- Sicurezza del cittadino e delle imprese.
- Internazionalizzazione, sviluppo economico e sostegno alle imprese.
- Crescita e arricchimento dell'offerta turistica e culturale.

Un programma che, in occasione dell'approvazione del Bilancio 2006 dello scorso Gennaio, è stato ulteriormente concentrato attorno ad alcuni obiettivi chiave assolutamente strategici.

Sono questi poi che muovono i progetti pianificati dall'amministrazione i quali 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.

## **VI. GLI OBIETTIVI STRATEGICI**

In questa prospettiva generale la Provincia di Pesaro e Urbino, nonostante una particolare criticità del suo bilancio e la scarsità di risorse finanziarie che ha comportato un considerevole ridimensionamento dei programmi di intervento in diversi settori (turismo, attività culturali, politiche giovanili ed anche comunicazione/stampa), vuole portare a compimento con determinazione il rinnovamento dell'Ente, già iniziato negli anni addietro, ritenuto presupposto fondamentale per organizzare le pur ingenti risorse sociali, economiche ed istituzionali che la caratterizzano come un territorio con una alta qualità di vita.

Una Provincia Europea, dunque, 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. Non una banale acquisizione statica, ma un processo diretto ad una gestione delle nuove competenze trasferite interpretato dinamicamente, in sintonia con le concrete esigenze del mercato e con le reali aspettative di imprese e famiglie, di giovani e donne.

### **La sostenibilità.**

Come ormai noto, il traguardo più difficile da raggiungere ma anche più ricco di soddisfazioni per questa Amministrazione è stata l'elaborazione del Piano di Sviluppo Ecosostenibile, documento di pianificazione dello sviluppo locale la cui realizzazione ha consentito 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.

Pertanto questo documento, e specificatamente i "progetti pivot" in cui è strutturato, rimane l'obiettivo strategico fondamentale ed assolutamente prioritario sul quale occorre continuare a misurarsi, coerentemente con un intervenuto processo di aggiornamento dei suoi contenuti, progetti (di cui molti sono in corso di attuazione) e prospettive, con un indirizzo ancor più efficace verso la **sostenibilità ambientale.**

In tale contesto l'anno 2007 rappresenterà la prosecuzione concreta e puntuale dell'attuazione degli obiettivi e delle strategie del Piano di Sviluppo, cui peraltro il bilancio dell'amministrazione è strutturalmente legato, debitamente aggiornato nei suoi contenuti, proiettato verso il nuovo periodo temporale di riferimento (2004/2009) e sempre più orientato ad investire sulla qualità ambientale, dei servizi, dello sviluppo e sulla qualità della vita nel suo complesso.

### **I giovani.**

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 fondamentale 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.

Azione primaria in tal senso è l'istituzione del "*Consiglio Provinciale dei Giovani eletti*" composto da ragazzi e ragazze di età compresa tra i 18 ed i 30 anni con lo scopo di ottimizzare le condizioni istituzionali di partecipazione degli stessi alla vita provinciale. Ciò nasce dall'esigenza di consentire ai giovani di questa provincia, di partecipare attivamente alla progettazione e realizzazione degli obiettivi strategici per il nostro territorio impegnandoli nella vita politico-amministrativa dell'ente. Quanto sopra per una duplice motivazione: da un lato permettere ai giovani di fornire un fattivo contributo di idee e proposte utili per il governo della comunità provinciale e dall'altro, con l'auspicio di poter trarre da questa esperienza un nuovo entusiasmo ed una nuova vitalità. Il Consiglio Provinciale dei Giovani eletti sarà il luogo dell'elaborazione di una logica politica pensata con e per i giovani ove sarà consentito loro di prendere parte in modo significativo ai cambiamenti sociali e culturali di questa provincia ed esserne protagonisti. In tal senso si è ritenuto opportuno elaborare un regolamento ad hoc volto a disciplinare istituzione, finalità, compiti, organi, composizione e funzionamento quale organo che esprime e rappresenta i giovani della comunità locale. I giovani dunque, dei Consigli Provinciale e Comunali, delle Comunità Montane e delle Unioni di Comuni di questa provincia, senza trascurare le Associazioni giovanili e di categoria, il mondo della scuola e dell'Università.

A fondamento di questo percorso sta la necessità di intraprendere iniziative atte a sviluppare ed accrescere il processo di fiducia verso le istituzioni e, in quanto tali, sono proprio i giovani la nostra prima risorsa su cui investire con interventi mirati di formazione, di politiche sociali, con la creazione di nuove opportunità d'impresa, lavoro e impiego, con il sostegno e la realizzazione di progetti validi come quelli che rafforzano il legame tra i giovani e l'Europa o, ancora, quelli del *Servizio Civile Nazionale* per l'utilizzo di volontari destinati ad operare, sotto il coordinamento provinciale, nei 67 comuni della Provincia e nelle Comunità Montane.

Da evidenziare il progetto di individuare alcuni *giovani che studiano il territorio per uno sviluppo ed un'economia sostenibile*. A tal fine la creazione del nuovo Laboratorio strategico della "Città Futura" a favore dei giovani e delle imprese con l'obiettivo di offrire maggiori opportunità d'ingresso nel mondo del lavoro e di promuovere lo sviluppo sostenibile delle attività imprenditoriali. In questo caso la Provincia e l'Unione dei Comuni del Pian del Bruscolo hanno scelto di attivarsi concretamente per l'approfondimento delle problematiche inerenti lo sviluppo sociale ed economico delle realtà comunali della Bassa Val Foglia e per la definizione di Programmi e Progetti di riqualificazione urbanistica, ambientale ed infrastrutturale. Tramite la costituzione di un Gruppo di lavoro multi disciplinare di giovani tecnici laureati o diplomati residenti nei cinque comuni dell'Unione verranno quindi predisposti studi e analisi per la definizione di azioni e programmi per lo sviluppo della "Città Futura" della Bassa Val Foglia. I nuovi locali ad Osteria Nuova hanno una dislocazione ideale per

ospitare la sede del Laboratorio strategico della "Città Futura" e per accogliere i giovani che lavorano per il loro territorio verso uno sviluppo ed una economia sostenibili.

### **Le donne.**

L'Amministrazione ha intensificato l'attenzione che da sempre riserva alle donne, in armonia con le politiche sociali dell'Unione Europea che, sorpassando il concetto che ricomprende le donne tra le "fasce deboli" della società, molto insiste sul raggiungimento effettivo della parità tra uomini e donne. A tal fine la Provincia ha istituito un assessorato con delega specifica alle **Pari Opportunità** e una struttura organizzativa 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 verso una "cultura di genere" e pari opportunità intesa come valorizzazione della visione che le donne portano sulla realtà, attraverso la loro sensibilità, la loro creatività, il loro modo di vivere i rapporti umani e professionali, la loro capacità di creare relazioni, insomma, il loro approccio alla realtà diverso ma complementare a quello degli uomini.

E' proprio su questo concetto culturale di diversità complementare e non di contrapposizione che si costruirà il percorso sul quale l'Amministrazione intende mirare azioni specifiche.

La Provincia intende inoltre ampliare il proprio raggio di intervento verso il mondo femminile provinciale, per costruire insieme alle donne un progetto di valorizzazione a tutto tondo della donna e del suo ruolo: le donne e il lavoro, le donne e la cultura, le donne nei loro percorsi di ieri e di oggi.

Premessa essenziale per questo obiettivo è stata l'istituzione di una rete di donne amministratrici del territorio provinciale, per la quale è stata scelta la denominazione di "*Consiglio delle Donne Elette*" che si riunisce per discutere, programmare e confrontarsi presso una restaurata sala della Amministrazione non casualmente intitolata ad una donna, Adele Bei, perseguitata politica antifascista della nostra provincia.

Per realizzare questo percorso, si è creata una sinergia tra la *Consigliera di Parità* che curerà maggiormente l'ambito delle donne nel lavoro, tutelando e prevenendo le discriminazioni, e promuovendo azioni positive che sostengano e qualifichino il lavoro femminile.

Saranno infine promosse iniziative di solidarietà e sostegno alle donne discriminate, emarginate e vittime di soprusi in Italia e nel mondo, in coordinamento con le politiche programmatiche dirette ad instaurare "**rapporti con i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino nel mondo**" e alla **diffusione della "educazione alla pace, non violenza e cooperazione internazionale"**, contenute in specifiche deleghe assessorili.

### **La sicurezza.**



La **sicurezza** costituisce un diritto ed un bene primario del cittadino nonché una componente fondamentale della qualità della vita. Sicurezza dunque intesa in tutti i suoi aspetti.

La nostra è una realtà che negli ultimi decenni ha fatto registrare una grande crescita, tanto da essere considerata dall'Unione Europea tra le aree territoriali a più alto sviluppo. Occorre però che tale sviluppo non sia solo quantitativo ma anche "qualitativo", basato cioè sul rispetto dell'ambiente, sul benessere della popolazione, su migliori condizioni di vita e di lavoro e sulla tutela della salute. Su queste fondamentali tematiche la Provincia di Pesaro e Urbino aveva già fatto un grosso balzo in avanti, dando vita ad un "*Piano di promozione della salute per una vita di qualità*" articolato in cinque progetti specifici (Salubrità e sicurezza nei luoghi di lavoro; Prevenzione dei tumori; Salute e sicurezza stradale; Qualità dell'acqua e dell'aria). Il Piano prevede azioni concrete, campagne di prevenzione, interventi mirati che con forza s'intendono proseguire in un'ottica di attenta informazione e sensibilizzazione della cittadinanza provinciale. Particolare attenzione la Provincia riserva poi alla sicurezza sulle strade e alla **sicurezza pubblica** in generale.

Specialmente sotto quest'ultimo aspetto si può infatti affermare che i cittadini sono sempre più allarmati dagli eventi criminosi che hanno interessato negli ultimi anni il territorio della provincia, manifestando una preoccupante percezione di insicurezza per l'aumento di furti e rapine, nonché dei reati in genere specie legati alla microcriminalità. A ciò si accompagna la pressante richiesta, da parte dei cittadini e delle imprese, di un deciso rafforzamento delle condizioni di sicurezza e legalità. Azioni specifiche saranno dunque intraprese con l'obiettivo teso a garantire appieno, ad ogni cittadino e alla comunità nel suo insieme, il rispetto dei valori della legalità e della sicurezza, fondamento della civile e democratica convivenza.

Altro argomento cruciale in termini di domanda di sicurezza e il tema della **sicurezza sulle strade**. L'estate 2005 ha visto la Provincia di Pesaro e Urbino fortemente impegnata in un progetto di sensibilizzazione ed informazione dei cittadini, specialmente giovani, sul tema della sicurezza stradale che, pur essendo una regola di vita che tutti devono rispettare sempre, nel periodo estivo, delle vacanze, assume ancor più valore dato l'alto tasso d'incidentalità stradale.

### **La qualità della vita.**

Le migliorate condizioni di vita e di alimentazione, le scoperte mediche e farmacologiche, il miglioramento della tecnologia hanno influito positivamente sullo straordinario **allungamento della durata di vita**. Un'indagine condotta dall'Istat ha reso disponibile le statistiche relative alla mortalità della popolazione italiana relative all'anno 2003 evidenziando fra l'altro che nella nostra provincia è molto significativo il numero di persone residenti di età compresa fra i 90 e i 100 anni stimato in numero di circa 3000 ultranovantenni. Infatti anno dopo anno, aumenta il numero di individui, uomini e donne, che raggiungono le età più avanzate. A tal proposito l'Amministrazione intende promuovere

e realizzare progetti dedicati interamente ai nostri cittadini più anziani di età compresa fra i 90 e 100 anni quale preziosa opportunità per realizzare un'azione di sostegno e di valorizzazione persuasiva e di stimolo verso comportamenti civici positivi nei confronti del ruolo dell'anziano nella famiglia e nella società. Il fine di valorizzare gli anziani come risorsa della provincia, di affrontare specifiche problematiche di carattere sociale, di valorizzare la loro aggregazione riducendo i rischi di isolamento ed emarginazione è infatti un importante obiettivo che questa Amministrazione intende affrontare con il contributo dei Comuni e degli altri Enti Locali. Poiché il progetto coinvolge tutta la nostra comunità provinciale si ritiene che la proposta in oggetto possieda un indubbio valore di promozione sociale per valorizzare gli anziani e far crescere il loro ruolo nella società.

### **“Il Bilancio etico sociale”**

La Provincia di Pesaro e Urbino ha scelto di realizzare il “Bilancio Etico e Sociale” perché ritiene di fondamentale importanza rendere conto ai suoi cittadini non solo, come tradizionalmente è stato fatto in passato, di quanto ha “incassato” e quanto ha “speso” nei molteplici settori di competenza, ma anche dei risultati che ha ottenuto con l’impiego delle risorse finanziarie e umane di cui dispone con una particolare attenzione alle esigenze **e agli interessi** dei cittadini.

Come comunità provinciale, in questi ultimi anni, abbiamo destinato notevoli risorse per il potenziamento e la manutenzione delle infrastrutture, per la promozione dei sistemi scolastici e di formazione, per il rafforzamento dei centri per l’impiego, per la sicurezza e la vivibilità del territorio, per il recupero dei beni monumentali, per la valorizzazione della rete delle biblioteche, dei musei, dei teatri e dei borghi minori.

**Politiche a favore dei giovani, pari opportunità e sostegno al mondo femminile, valorizzazione del turismo e promozione della cultura, tutela dell’ambiente, governo del territorio, crescita economica, sviluppo sostenibile, welfare locale, servizi pubblici efficienti, innovazione tecnologica ed amministrativa, rappresentano per l’ente provincia, vocato a promuovere lo sviluppo del suo territorio ed il benessere dei cittadini della propria comunità, valori guida e obiettivi fondanti.** E’ bene ricordare che le amministrazioni locali, dopo la riforma del 1993, vengono elette in modo diretto sulla base di un programma e rimangono in carica per cinque anni. E’ del tutto conseguente immaginare che nel corso del mandato documentino quello che fanno e siano orientate a descrivere ai principali interlocutori e ai cittadini, fonti e destinatari delle proprie attività, le azioni effettuate e i risultati extracontabili ottenuti nel corso dei singoli esercizi di bilancio.

I cittadini hanno diritto di conoscere quanto realizzato dall’Ente e il valore creato attraverso la sua attività, avendo a disposizione la rappresentazione di un quadro omogeneo e trasparente sulla interdipendenza fra fattori economici e fattori sociali derivanti dalle scelte effettuate.

E' il vero salto di qualità, l'aspetto di maggior sfida per una Amministrazione che viene chiamata a rendere conto ai cittadini dell'utile sociale ottenuto, dei miglioramenti prodotti rispetto al contesto da cui si è partiti essendo inoltre necessario ed utile evidenziare quali sono stati i valori di riferimento dell'agire della Provincia di Pesaro e Urbino, vale a dire quali devono essere, a nostro giudizio, le regole di comportamento giuste e corrette a cui deve attenersi chi gestisce la cosa pubblica, sia che appartenga alla classe politica che all'apparato amministrativo dell'Ente. Come enunciato a chiare lettere dalla legge 241 del 1990 sul procedimento amministrativo, ***“l'attività amministrativa persegue i fini determinati dalla legge ed è retta da criteri di economicità, di efficacia, di pubblicità e di trasparenza”***.

*Chi governa ha una enorme responsabilità morale nei confronti della comunità che amministra.* Diventa un punto di riferimento importante per i comportamenti degli amministrati. E proprio per questo che il primo “valore” è quello di avere piena coscienza di questa responsabilità. Le motivazioni che stanno alla base della propria azione devono essere concrete, vanno **perseguiti i benefici** dal punto di vista degli interessi dei cittadini, **ispirandosi a valori di etica pubblica**, senza ricadere nella facile demagogia di prospettare un tornaconto per l'elettore o gruppi di elettori.

La *trasparenza dell'azione amministrativa* può essere ottenuta:

- comunicando il più possibile all'esterno l'attività svolta e motivando in maniera chiara le scelte effettuate;
- semplificando l'accesso agli atti amministrativi;
- facilitando la partecipazione alla gestione dei cittadini tramite strumenti a ciò deputati, quali la concertazione con le parti sociali al fine di ottenere la massima condivisione sulle decisioni da adottare.

Preme in particolare sottolineare come nel reticolo delle istituzioni che concorrono a formare il tessuto connettivo della nostra vita sociale, assuma crescente importanza la valenza di coesione sociale che esprime una vita comunitaria ricca, articolata e vissuta anche attraverso le istituzioni locali. Per ricomporre la frantumazione della società, per contrastare la crisi che colpisce in particolare le strutture burocratiche dello Stato centrale, la tendenza emergente, anche dall'ordinamento costituzionale, è quella di sviluppare il principio di sussidiarietà, sia in senso orizzontale, sia facendo rifluire il potere normativo e amministrativo verso i Comuni, le Province e le Regioni con l'obiettivo di rendere le amministrazioni più trasparenti e vicine ai cittadini e al contempo di rinsaldare quelle reti fiduciarie che innervano la vita sociale e si condensano in ragione del buon funzionamento delle istituzioni democratiche.

In questo quadro la sfida a cui sono chiamate le istituzioni è di enorme rilevanza e impone a queste un profondo ripensamento sulle ragioni fondanti della propria azione, sulla strumentazione culturale e

organizzativa e sulle risorse necessarie per raggiungere l'obiettivo, ribadendo quali sono i valori che stanno alla base dell'agire nel gestire la cosa pubblica, nell'interesse precipuo ed esclusivo del territorio e della comunità amministrata.

### **Il contesto degli Obiettivi strategici e la Comunicazione .**

In tale contesto generale dunque la Provincia di Pesaro e Urbino si accinge 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.

Va ricordato 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.

Tale metodo rimane l'obiettivo cardine dell'azione di governo di questa Amministrazione e su esso si intende proseguire specificando che le risorse umane sono lo strumento principale per la concreta realizzazione di qualunque progetto posto a fondamento della politica per il governo della Provincia nei prossimi anni.

## **VII. LE RISORSE PER LA COMUNICAZIONE E L'ASSETTO ORGANIZZATIVO**

### **La struttura.**

Per quanto riguarda la struttura dedicata alla Comunicazione, con l'adozione della nuova struttura organizzativa ( determinazione dirigenziale n.4487 del 3/12/2003 e successive modifiche) 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

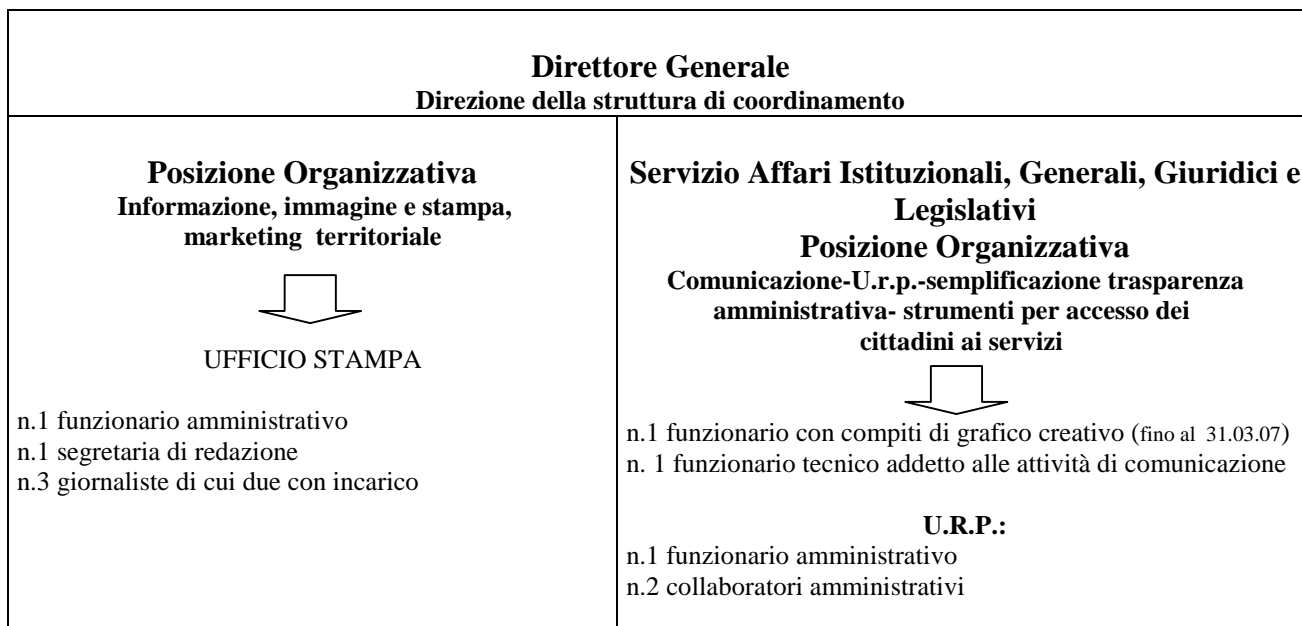
incrementare e ottimizzare la rete informativa dell'Ente, oltre a favorire il dialogo e il confronto fra tutte le componenti dell'organizzazione.

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 attuato un percorso di **formazione specifico per tutto il personale responsabile della comunicazione** allo scopo di assolvere agli obblighi di legge di cui alla Legge 150/2000.

Si è infatti conclusa nel febbraio 2007 la partecipazione di due collaboratrici attribuite alla P.O. Responsabile della Comunicazione al *Corso per Addetti alle attività di Comunicazione* della durata di 90 ore organizzato dalla ditta Partner s.r.l. di Spinetoli (AP).

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



### **Gli Sportelli ai cittadini.**

Quali strumenti di comunicazione 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 Informa Lavoro (P.I.L.)** 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 Europe Direct** 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.

In materia di semplificazione dei procedimenti amministrativi per l'insediamento delle attività produttive è operativo a cura del Servizio Urbanistica-Pianificazione territoriale lo **Sportello Unico per le attività produttive** (S.U.A.P.).

### **Le reti Intranet, Internet e la posta elettronica.**

L'Ente dispone poi di un sito **Internet** e di una rete **Intranet**. Per quanto riguarda il sito Web della Provincia, pur rappresentando allo stato attuale una realtà positiva di integrazione delle risorse informative gestita con professionalità dal Servizio Sistemi Informativi, si è deciso di prevederne la trasformazione in **Sito Portale** ([www.provincia.pu.it](http://www.provincia.pu.it)). L'evoluzione in portale ha consentito di riorganizzare le informazioni contenute nel sito, di facilitare la navigazione degli utenti, di agevolare la ricerca delle informazioni e di avviarne una gestione unitaria anche in termini di comunicazione. Nel progetto infatti il settore comunicazione è divenuto interlocutore necessario sia nella fase di organizzazione e avvio che in quella futura di coordinamento per il mantenimento e lo sviluppo del sito portale, oltretutto per la pianificazione e la organizzazione dei suoi contenuti anche grafici. Tutti i servizi presenti sul sito/portale, secondo la nuova strutturazione, possono essere utilizzati con facilità. Premesso che il portale aggrega i contenuti provenienti da tutti i sottositi dell'ente, le modalità con cui il cittadino recupera le informazioni che cerca sono di facile accesso e aggregate in base agli "Argomenti"(portali tematici) individuati e, se si tratta di informazioni che interessano in modo trasversale tutto l'ente secondo una navigazione "per temi trasversali". La grafica utilizzata è la più omogenea possibile per non disorientare il cittadino che giunge con modalità diverse alle varie "pagine".

**Il funzionario responsabile dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico cura la scelta della pubblicazione delle notizie e dei messaggi istituzionali nella sezione "In evidenza" e nella sezione "Primo piano" della Home Page provinciale** con la collaborazione tecnica del Servizio Sistemi Informativi.

Per tutta la struttura organizzativa dell'Ente si può affermare l'esistenza di una maggiore consapevolezza delle opportunità offerte dalla rete. Il mezzo internet è abitualmente riconosciuto ed utilizzato e garantisce, nel complesso, una immagine unitaria.

Anche l'uso della **posta elettronica** ha raggiunto alti livelli, divenendo ormai uno strumento abituale di comunicazione interna ed esterna.

### **Le Campagne di comunicazione.**

La Provincia realizza inoltre ogni anno numerose **pubblicazioni e campagne informative e/o promozionali** (vedi capitolo IX).

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.

### **Ulteriori forme di Comunicazione.**

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 e nelle 7 sedi dei PuntiInforma lavoro (PIL) collocati sul territorio, che contano una media complessiva altissima di persone che vi si recano giornalmente per accedere alla vasta gamma di servizi offerti:

- *Accoglienza –Informazione*: viene effettuata un'attenta analisi dei bisogni e delle aspettative dell'utente, poi indirizzato alle aree specifiche; è possibile consultare materiale informativo sempre aggiornato e siti Internet per conoscere le offerte di impiego pubblico e private, le opportunità di formazione, i profili professionali richiesti dal mercato del lavoro, il sostegno finanziario all'autoimprenditorialità, la legislazione, i contratti di lavoro e gli incentivi alle assunzioni.
- *Consulenza orientativa*: personale specializzato è a disposizione di chi ha bisogno di aiuto per costruire il proprio percorso formativo o professionale. Sono possibili colloqui individuali di consulenza orientativa, bilancio delle proprie competenze, consulenza all'avvio d'impresa. Previsti anche servizi per specifiche fasce di utenza, come lo "Sportello Donne al Lavoro", lo "Sportello immigrati", lo Sportello per l'inserimento "mirato" dei disabili.
- *Formazione*: i Centri sono in grado di presentare un'offerta formativa ampia ed articolata, sempre più orientata alle concrete esigenze delle imprese, formando "in tempo reale" le figure professionali di cui vi è una maggiore necessità e riqualificando persone già occupate.
- *Sostegno all'inserimento lavorativo*: vengono illustrate tutte le opportunità che facilitano l'ingresso nel mondo del lavoro con un servizio di assistenza e supporto verso le scelte più strategiche.
- *Incontro fra domanda e offerta*: il servizio offerto si svolge attraverso una banca dati costantemente aggiornata, facendo sì che le competenze degli aspiranti lavoratori si incontrino con le effettive esigenze delle imprese.
- *Numero Verde "840000676"* : gli operatori del contact center forniscono informazioni e un primo orientamento sui servizi offerti dalla rete job della provincia.

L'insieme di tutte le risorse sopra illustrate consente dunque di operare in un sistema a rete che s'intende perfezionare e potenziare per consentire l'accesso diretto e on line ad informazioni e servizi utili della Pubblica Amministrazione messi progressivamente a disposizione.

## VIII. 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, anche per l'anno 2007 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 XIV del presente documento. Per facilitare la presentazione e la successiva organizzazione dei dati è stata proposta ai Direttori di Area, di Servizio e ai Responsabili di Posizione Organizzativa una scheda analitica e programmatica, compilabile dagli



stessi, inerente la pianificazione delle singole azioni di comunicazione, del loro impegno economico e della compatibilità con gli obiettivi generali. I riscontri e le informazioni ottenute sono state maggiori rispetto all'anno precedente ma ancora parziali a causa di una cultura della comunicazione non ancora pienamente matura e condivisa.

Tale criticità dovrà essere superata anche con un'intensa attività di formazione che coinvolga funzionari ed operatori della Provincia, concretizzando una rete di referenti (per la comunicazione istituzionale, per le redazioni del sito Internet e della rivista, per l'Ufficio Relazioni con il Pubblico) che lavorino abitualmente insieme, parlino lo stesso linguaggio, operino per lo stesso obiettivo: migliorare l'immagine della Provincia di Pesaro e Urbino.

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 2007 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.

**Innovazione.** La comunicazione deve essere strumento per consentire lo sviluppo delle organizzazioni in grado di rendere sostenibili le politiche di innovazione.

**Tecnologia.** La relazione fra comunicazione e tecnologie governa l'ampiezza dell'audience e la qualità della comunicazione. L'Ente si trova nella condizione di dover comunicare, per la maggior parte dei casi, ad una platea così ampia e diversificata che richiede necessariamente, per essere coinvolta nei processi comunicativi, l'adozione e l'uso di tecnologie sempre più sviluppate.

**Miglioramento continuo.** La comunicazione nelle sue varie forme, soprattutto con i destinatari dei servizi e con i portatori di interesse può svolgere un ruolo essenziale per soddisfare i bisogni dei cittadini in un'ottica di miglioramento continuo (indagini di customer) .

## **IX. LA PROGETTAZIONE DELLE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE**

Posizione centrale nel programma delle Attività di comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino riveste l'impegno per la realizzazione delle Campagne di comunicazione istituzionale e di informazione.

Gli obiettivi generali delle Campagne sono:

- ✓ realizzare un'azione persuasiva, stimolando comportamenti civici positivi;
- ✓ offrire ai cittadini il più alto numero di informazioni su un determinato evento;
- ✓ rilanciare il senso di appartenenza alla comunità;
- ✓ promuovere servizi e di intervenire per identificare l'immagine dell'ente, su settori o attività
- ✓ far conoscere una decisione assunta o una nuova azione programmata.

Generalmente, nel caso di Campagne di comunicazione istituzionale, si tratta di comunicazione extra-istituzionale ovvero rivolta all'esterno dell'Ente, ma può trattarsi anche di comunicazione intra-istituzionale (verso l'interno dell'Ente) o di comunicazione inter-istituzionale (verso altre istituzioni).

La progettazione di una Campagna di comunicazione viene costruita seguendo un preciso schema operativo svolto interamente dallo staff interno del Servizio Comunicazione della provincia:

1. **Analisi dello Specifico Scenario:** ovvero descrizione dell'ambiente nel quale si deve avviare un'attività di comunicazione. Tale analisi permette di individuare le tematiche di cui tenere conto nella elaborazione della strategia di comunicazione.

2. **Individuazione dell'obiettivo** di comunicazione: ovvero analisi del risultato che si vuole ottenere attraverso tutte le azioni di comunicazione.
3. **Definizione del Target** di comunicazione: ovvero descrizione sintetica delle categorie di persone che si vogliono raggiungere con la strategia di comunicazione (stakeholders). Il pubblico può essere individuato ad esempio in base alle caratteristiche sociodemografiche.
4. **Scelta dell'azione**: ovvero pianificazione degli strumenti di comunicazione cui si intende fare ricorso e delle modalità interne od esterne con cui si intendono realizzare gli obiettivi, effettuata sulla base dei destinatari.
5. **Creazione del Messaggio Pubblicitario**: ovvero individuazione del tono e dello stile della comunicazione, dell'utilizzo dei testi, delle immagini e degli elementi tipografici.

La scelta degli strumenti di comunicazione di cui al punto 4 si orienta tra diverse opportunità tra cui:

- **le affissioni**: pubblicità esterna posta su qualsiasi supporto o mezzo pubblicitario situato in spazi aperti. Si utilizzano oltre agli appositi spazi per le affissioni anche gli arredi urbani, i mezzi pubblici ecc.
- **i depliant/cartoline invito**: stampa e diffusione di materiale grafico e descrittivo da trasmettere al target.
- **la radio e la televisione**: realizzazione e messa in onda di spot , di interviste ecc.
- **giornali**: utilizzo delle testate giornalistiche locali per la diffusione capillare di alcune tipologie di messaggi
- **conferenze stampa**: organizzate in collaborazione con l'Ufficio Stampa
- **sito istituzionale** : inserimento di news nella pagina di apertura del sito della Provincia, che rimanda alla pagina relativa all'argomento trattato
- **inoltre e-mail**: utilizzo della posta elettronica per raggiungere il target individuato
- **periodico di informazione provinciale**: a cura dell'Ufficio Stampa, è un prodotto editoriale che consente di approfondire le varie tematiche in maniera tecnica/giornalistica.
- **organizzazione di convegni/incontri pubblici** : oltre ad essere strumento di comunicazione costituisce anche un momento di aggregazione e consente di parlare dell'argomento in questione analizzandolo da diversi punti di vista.

A questo elenco possono aggiungersi altri strumenti quali le Sponsorizzazioni, la partecipazione ad iniziative di altri Enti, o quant'altro possa ritenersi opportuno al raggiungimento degli obiettivi

## **Le campagne dell'anno 2006**

### ***Campagna sulla sicurezza***

Su questi presupposti è nata la scelta di lanciare la campagna di comunicazione istituzionale “**Quando guidi. Pensa alla vita ...non ne hai un'altra**”. Voluta nel 2005 con tenacia dal Presidente Uccielli, l'iniziativa ha richiesto una ponderata elaborazione e impegnativi tempi di realizzazione, sia per la scelta dei mezzi per arrivare con forza ai cittadini sia per la delicatezza delle finalità: promuovere una guida più attenta e sicura nel rispetto generale del Codice della Strada ed invitare, specialmente i giovani, a tenere comportamenti prudenti e corretti evitando atteggiamenti esuberanti e di eccesso.

Nell'anno 2006 si è scelto di aggiungere un sistema di riconoscimento a chi si comporta correttamente alla guida del proprio veicolo, un sistema di premio simbolico, magliette t-shirt, da consegnare a quegli utenti, specie giovani, che fermati durante l'attività di prevenzione e controllo da parte della Polizia Provinciale, vengano trovati in regola con tutte le norme previste dal codice della strada. Si vuole così attivare una politica informativa fondata non solo sulla sanzione dei comportamenti sbagliati ma anche sulla promozione e sul riconoscimento a chi si comporta correttamente. Per raggiungere con maggiore immediatezza il target giovani, cui la campagna è stata prevalentemente diretta, si è dunque pensato alla realizzazione di magliette t-shirt che possano con divertimento essere indossate focalizzando l'attenzione dei ragazzi sul messaggio prodotto. L'ufficio ha predisposto lo slogan e il progetto grafico con la denominazione “**Chi guida prudente è ganzo...e si cucca le fragole, chi guida pericoloso è gonzo... e si ficca in trappola**”.

Gli obiettivi dell'iniziativa che si intende confermare e proseguire anche nell'anno 2007 sono dunque di contrastare i comportamenti di guida che sono all'origine di tanti incidenti, stimolare il rispetto delle norme di circolazione come fattore primario della salvaguardia della vita ed indurre a usare i mezzi di protezione. L'immagine e lo slogan delle campagne, ideate e curate dall'ufficio comunicazione, utilizzano generalmente un messaggio consapevolizzante estremamente semplice, comune e decisamente positivo, per mostrare ed offrire uno spunto di riflessione.

### ***Campagna contro l'abbandono degli animali.***

La Legge 20 luglio 2004 n. 189 - "*Disposizioni concernenti il divieto di maltrattamento degli animali, nonché di impiego degli stessi in combattimenti clandestini o competizioni non autorizzate*" Costituisce ormai un valido ed innovativo strumento di repressione contro le violenze sugli animali, allineando l'Italia alle normative degli altri Paesi Europei. Tra i diversi temi di forte interesse sociale rientra dunque anche la promozione del riconoscimento dei diritti degli animali e la diffusione dell'educazione al rispetto di tutti gli esseri viventi. L'Assessorato alle Politiche sociali, nell'imminenza dell'estate, ha ritenuto opportuno impegnarsi direttamente per sensibilizzare ed informare la cittadinanza sul delicato tema. Lo staff interno del Servizio Comunicazione ha realizzato il progetto della Campagna denominata "**Vacanze, insieme è meglio!**". Le finalità sono state dunque

di aumento della consapevolezza delle disposizioni di legge in vigore in merito all'abbandono degli animali, riduzione del numero degli animali abbandonati, sensibilizzazione dell'opinione pubblica in merito al rispetto dei diritti degli animali. In questo caso, pur essendo il target di età molto variabile, si è scelto di rivolgersi al mondo giovanile quale traino ideale per la diffusione di un comportamento virtuoso, ritenendo che il modello di solidarietà che si intende sollecitare debba rimandare ad una atmosfera di allegria e di vitalità e non solo ai concetti di dovere e di sanzione. Si veda l'immagine realistica scelta della campagna marchigiana entro cui la naturalezza, la spontaneità e l'allegria di due ragazzi insieme ai loro animali rimandano già all'effetto concreto di una scelta positiva come quella di prendersi cura dei propri animali.

***Campagna sul Servizio Civile Volontario "Un anno da prendere al volo! I giovani nell'impegno sociale con il Servizio Civile Volontario nella Provincia di Pesaro e Urbino".***

Il 23 maggio 2006 è stato approvato dall'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile il Bando (pubblicato sulla G.U. n. 39 del 23 maggio 2006 - Serie Concorsi) per la selezione di volontari da impiegare in progetti di Servizio Civile. Tutti i 17 progetti presentati dalla Provincia di Pesaro e Urbino per l'impiego di 209 giovani volontari presso gli enti aderenti all'iniziativa sono stati approvati. Al fine di sensibilizzare ed informare i giovani sulle opportunità offerte dal Servizio Civile Nazionale, è stata lanciata una Campagna di comunicazione istituzionale ad hoc. L'Ufficio Comunicazione si è occupato di creare e veicolare un messaggio in grado di suscitare interesse verso le numerose attività che possono essere svolte nell'ambito dei servizi alla persona, nella salvaguardia dell'ambiente, del patrimonio storico e culturale, della protezione civile, della formazione e della educazione alla pace tra i popoli. La Campagna è stata articolata attraverso diversi strumenti di comunicazione integrata.

***Campagna "IN...FORMAZIONE. Giovani, formazione, lavoro . Incontri pubblici con la Provincia di Pesaro e Urbino.***

La campagna è stata promossa per illustrare le opportunità messe in campo dall'amministrazione per i giovani e le imprese nel settore della formazione e del lavoro. Si tratta di un'occasione per informare la popolazione sulle iniziative che la Provincia sta portando avanti anche grazie ai contributi del Fondo Sociale Europeo: corsi di formazione professionale gratuiti, progetti per borse lavoro e assegni di ricerca riservati a giovani laureati, tirocini formativi all'interno delle imprese, sostegno alla creazione d'impresa attraverso contributi a fondo perduto, inserimento "mirato" di persone disabili, azioni di orientamento per la scelta del percorso scolastico e professionale. La Campagna è stata articolata attraverso diversi strumenti di comunicazione integrata.

## **X. BILANCIO SULL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA 2006**

Nella definizione del Programma per il 2006 le principali attività e gli strumenti di comunicazione interna ed esterna erano stati compresi nel quadro di una strategia generale rivolta, oltre che al miglioramento dell'immagine della Provincia verso l'esterno, a far crescere il ruolo della comunicazione all'interno della organizzazione.

### **I risultati**

Il perseguimento di questi obiettivi ha previsto, da un lato, la necessità di consolidare, nei confronti dei principali *stakeholder*, cioè i pubblici di riferimento – sia interni che esterni - i canali e gli strumenti di comunicazione già esistenti e, dall'altro, di seguire, nell'attività di supporto alla realizzazione degli obiettivi strategici dell'Amministrazione, delle linee che fossero note e condivise. Per quanto concerne gli obiettivi e le azioni di comunicazione **esterna** per l'anno 2006 le attività previste dal precedente programma possono dirsi realizzate con ampio consenso e partecipazione. Tantissimi sono stati inoltre gli eventi e le iniziative che, non previsti nel piano di comunicazione perché al tempo non pianificabili, data l'incertezza dei relativi progetti e della possibilità di un loro finanziamento, poi invece si sono realizzati con successo. In merito l'Ufficio Comunicazione è stato chiamato ad elaborare idee grafiche e a coordinare l'ottimizzazione e l'efficacia delle diverse iniziative. Per citarne alcune fra le più importanti:

#### ➤ **Eventi:**

- Presentazione della Fondazione Occhialini
- Premio Urbino Press Award
- Anniversario di Gemellaggio con la Provincia di Rastatt
- Convegno in tema di protezione Civile
- Assemblea generale Unione delle Province Marchigiane
- Festa della Longevità

#### ➤ **Campagne di Comunicazione**

- Pianificazione e realizzazione campagna di prevenzione contro l'abbandono degli animali domestici nel periodo estivo "Vacanze insieme è meglio"
- Pianificazione e realizzazione campagna per la sicurezza stradale "Quando guidi...pensa alla vita" anno 2006 in collaborazione con l'Assessorato ai Trasporti
- Pianificazione e realizzazione campagna per la promozione e diffusione del bando del Servizio Civile Volontario "Un anno da prendere al volo"

#### ➤ **Celebrazioni delle annuali feste nazionali**

➤ **Allestimenti** fieristici, espositivi, convegnistici e per le ufficializzazioni delle intitolazioni:

- Stand Marche Producono
  - Mostra *Arte per la pace*
  - Festa della Polizia provinciale
  - Festa della Longevità
  - Gemellaggio Provincia di Rastatt
  - Assemblea Generale Unione Provincie Italiane Marche
  - Intitolazione *Sala G. Mari*
  - Intitolazione *Sala Levi Nathan*
  - Intitolazione *Sala Gruppi G. Angelini*
- **Arredamenti:**
- Arredamento Sala Levi Nathan
  - Arredamento Sala Gruppi G. Angelini
  - Arredamento Front Office del Centro per l'Impiego ad Urbino
  - Arredamento P.I.L. di Montelabbate
  - Arredamento Uffici Politiche giovanili Sede della Provincia in Urbino
  - Arredamento Sede Città futura di Montelabbate
  - Arredamento Uffici operativi nelle varie sedi
- **Inaugurazioni di opere:**
- Nuovi locali per nuovi servizi “La Provincia cresce” presso la sede distaccata di Urbino
  - Inaugurazione sede della Protezione Civile
  - Inaugurazione della nuova Sede del Centro per l'Impiego a Fano
  - Inaugurazione nuovo Centro per l'Impiego ad Urbino
  - Inaugurazione Sede della Città Futura di Montelabbate
- **Nuove Ideazioni grafiche**
- Logo identificativo Consiglio dei Giovani Eletti
  - Manifesto “Influenza aviaria”
  - Cerimonia 100/100 degli studenti scuole medie superiori
  - Bilancio etico e Sociale 2005
  - Protocolli di intesa vari
- **Organizzazione di incontri istituzionali con la Regione Marche, i Comuni e le Comunità Montane, con rappresentanti di Stato e di Stati Esteri** (delegazione di studenti di Wofsburg, Germania; delegazione della città di Charleroy, Belgio; Incontro con rappresentanti delegati di Keita, Niger e dello Stato del Parà, Brasile; ricevimento On. Pietro Fassino; accoglienza squadra

di calciatori statunitensi; delegazione della città di Rostov sul Don, Russia; delegazione istituzionale di Umag in Croazia; delegazione Serba; delegazione di Ebrei Kosher)

- **Inserzioni, redazionali, pagine istituzionali, pubblicitarie su riviste, periodici:**
  - II Edizione Atlante dei vini delle Marche
  - 2^ Copertina "Bell'Italia" del mese di Novembre
  - Corriere Adriatico pagina regionale per Giornata delle Marche (10 dicembre 2006)
  - "Guida per la sicurezza personale" Millennium
  - "Italia più" rivista del mese di dicembre allegata al Sole 24Ore
- **Progettazione editoriale e Piano di diffusione del Bilancio Etico Sociale 2005**
- **Iniziative interne all'amministrazione in occasione delle principali festività annuali;**
- **Imbandieramento edifici pubblici con bandiere Provincia, O.N.U, Nazionale, Europea e Regionale**
- **Telegrammi: stesura dei testi delle comunicazioni del Presidente e loro trasmissione**
- **Manifesti funebri: redazione e affissione**
- **Ricevimento di studenti classi elementari e medie per visita Sala dei Mosaici e per conoscere la struttura provinciale**
- **Ristampa e Gestione della distribuzione del volume "La nuova Provincia Bella"**
- **Realizzazione oggetti di rappresentanza: portachiavi, spille, cravatte, foulard**

## **XI. I MIGLIORAMENTI POSSIBILI**

Si possono rilevare alcuni temi per i quali progettare sette possibili fattori di miglioramento:

1. un maggiore coordinamento dell'immagine dell'Ente
2. il potenziamento dell'URP
3. il potenziamento del Centro di Documentazione
4. il miglioramento della Comunicazione interna
5. la grafica
6. gli allestimenti/arredamenti
7. la promozione di sinergie interne ed esterne

### **1. un maggiore coordinamento dell'immagine dell'Ente**

La mancanza di coordinamento e programmazione delle attività svolte e l'assenza, spesso, di una strategia unitaria.

Nel dettaglio lo stato di fatto è piuttosto articolato: vi è l'esperienza, pur esemplare, di uffici e assessorati quali il Turismo, l'Ambiente, 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.

*Nel futuro occorre porsi più spesso il problema dell'identità e riconoscibilità della Provincia da parte dei cittadini che rende necessario rivolgersi a loro con uno stile coerente e riconoscibile.*

*Le diversità e i progetti specifici devono essere innanzitutto identificati dal cittadino riconducendoli il più possibile ad uno stile definito.*

## **2. il potenziamento dell'URP**

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, pur legittimato all'attività di comunicazione e di ascolto nei riguardi del cittadino, ha continuato a soffrire il difficile processo di radicamento che lo vede avamposto strategico del rapporto tra servizio pubblico e utenza ed altresì rete fenomenale per lo scambio di informazioni e notizie per rendere efficaci le attività dell'Amministrazione. Inizialmente nato come luogo fisico -lo sportello- in cui il cittadino ha cercato risposte e informazioni e dove a volte ha potuto dare sfogo ad un reclamo, con la legge 150 è divenuto uno dei pilastri del sistema della legge: gli viene affidata l'attività di comunicazione. Questo compito prevede innanzitutto che ci sia ampio flusso e fluidità del dialogo interno all'ente: nella nostra amministrazione proprio in relazione alla **comunicazione interna** le attività previste per l'anno 2006 sono state realizzate ancora con difficoltà, dovute tutte al laborioso e spesso difficile processo di condivisione delle informazioni. Pertanto è un obiettivo fondamentale che non può dirsi totalmente raggiunto. E ancora l'Urp deve raggiungere tutti i cittadini: coloro che non vanno allo sportello e i giovani, per i quali oggi lo "sportello" più utile è Internet. Fondamentale risulta dunque la possibilità, non ancora perfettamente realizzata, di divenire davvero trasversali. Le contraddizioni e le difficoltà sono ancora tante a causa, certamente, della lentezza con cui avvengono i cambiamenti culturali all'interno dell'Amministrazione.

Per quanto riguarda inoltre l'attività di **verifica della qualità e del gradimento dei servizi erogati** nell'anno 2005 si è dato avvio ad una indagine per valutare la soddisfazione dei cittadini-utenti

relativamente al servizio offerto dall'ufficio relazioni con il pubblico. L'indagine è stata realizzata con un questionario somministrato a coloro che si sono rivolti all'URP che però è rimasto decisamente sotto applicato. Il progetto deve essere proseguito anche nell'anno 2007 per misurare e verificare il gradimento dei servizi offerti con un numero maggiore di risposte fornite. Preliminarmente, in merito a questo argomento, occorre rilevare che ogni crescita di professionalità con assunzione di nuovi compiti può avvenire solo in presenza di un gruppo di lavoro coeso e motivato in un clima organizzativo favorevole al cambiamento. Occorre quindi agire ancora di più su queste leve e prevedere una idonea formazione per le operatrici dell'URP in materia di progettazione e realizzazione di periodiche rilevazioni della qualità dei diversi servizi offerti, sulle metodologie di diffusione dei risultati delle rilevazioni di customer satisfaction e infine sulle strategie di intervento e programmi di miglioramento dei servizi erogati e delle indagini realizzate. Questa crescita è necessaria all'interno del processo di evoluzione di quelli che sono i compiti dell'URP. Sulla base di queste riflessioni per l'anno.

*Pertanto per il 2007 l'Ufficio Relazioni con il Pubblico ha redatto un **Progetto di indagine di citizen satisfaction denominato “PARLA CON NOI”** orientato a monitorare in futuro non soltanto l'URP ma qualsiasi Servizio dell'Ente. L'URP si è proposto come primo soggetto a cui applicare l'indagine di citizen satisfaction perché, per sua stessa natura, entra quotidianamente in contatto con un numero cospicuo di persone. Il Questionario, che verrà erogato all'utenza a partire da aprile 2007, è stato progettato come un vero e proprio processo di qualità da formalizzare, controllare, ottimizzare quando necessario e documentare nelle fasi di attuazione. La qualità del Progetto dipenderà dal saper comprendere le aspettative presenti e future dei nostri utenti attuali e potenziali e nel riuscire a tradurle in obiettivi e caratteristiche dell'offerta reale.*

### **3. il potenziamento del Centro di Documentazione**

Il Centro di Documentazione ha il compito di raccogliere, classificare, diffondere e archiviare il materiale giuridico-normativo .

La gestione della documentazione legislativa, amministrativa, di giurisprudenza e di dottrina è effettuata sia per l'utenza interna che esterna.

A titolo esemplificativo si elencano alcuni dei documenti messi a disposizione dal Centro di Documentazione:

- *Gazzette Ufficiali*
- *BUR (Bollettino Ufficiale Regione Marche)*
- *Rivista di giurisprudenza Il Foro amministrativo*
- *Riviste amministrative specialistiche*

Il Centro di Documentazione effettua altresì ricerche documentali sulle fonti cartacee e sugli archivi elettronici e acquisisce annualmente l'aggiornamento di diverse banche dati quali ad esempio:

- *Opere legali* edito da De Agostini
- *Repertorio di Giurisprudenza italiana* edito da UTET
- *La Corte Suprema di Cassazione* edito dalla Corte Suprema di Cassazione

Il Centro cura l'aggiornamento dei numerosi abbonamenti a periodici utilizzati dai Servizi dell'Ente che ne facciano richiesta e il loro relativo recapito ai vari Uffici.

*Per quanto riguarda il suo potenziamento si è già provveduto a dotarlo di uno spazio fisico da destinare ad **Archivio** con l'obiettivo di attivare in futuro la ricognizione e la classificazione informatica del materiale in modo da agevolare la fruizione dello stesso da parte dell'utenza sia interna che esterna.*

#### **4. il miglioramento della Comunicazione interna**

Tra gli obiettivi primari del nostro Progetto di Comunicazione Istituzionale si colloca lo **Sviluppo di un Sistema di Comunicazione Integrata** finalizzato sia al potenziamento delle azioni di raccordo e di collaborazione tra i servizi e gli organi istituzionali della Provincia oltre che a garantire la coerenza degli obiettivi di comunicazione con i fini ed i programmi generali dell'Ente.

In tale contesto la **Comunicazione interna diviene essenziale.**

La comunicazione interna è un processo complesso di comunicazione, utilizzata per la diffusione di informazioni, comunicati, dati, compiti all'interno di un'organizzazione, perché destinata al pubblico interno, sia dipendente sia collaboratori. Si pone come complementare e funzionale alla comunicazione esterna ma da essa si distingue perché essa è veicolo principale per condividere qualsiasi tipo di messaggio, sia informativo che funzionale, da parte del pubblico interno all'ente. La circolazione del flusso di informazioni è convogliata in una rete strutturata di canali di divulgazione, in modo che sia facilmente fruibile e riconoscibile, sia per essere consultata che per essere alimentata.

Infatti il quadro normativo attuale è decisamente orientato ad un sempre maggiore incremento dei flussi comunicativi anche interni: abbiamo ormai tra i nostri doveri lo scambio di informazioni non solo con i cittadini ma anche con l'interno del nostro Ente.

Per essere il più possibile efficace, la rete di comunicazione interna e la produzione di contenuti deve essere precedentemente pianificata e coordinata in modo da raggiungere un maggior grado di coordinamento delle funzioni della comunicazione. Solitamente, la gestione della comunicazione

interna è affidata ad un servizio specifico, nel caso degli enti pubblici più grandi, oppure gestito da un solo ufficio, spesso lo stesso URP.

Attualmente l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico, oltre ad essere promotore delle reti di rapporti con l'esterno, è il principale catalizzatore dei processi di comunicazione con l'interno ma è necessario che la comunicazione diventi una cultura diffusa.

I vantaggi offerti da un buon sistema di comunicazione interna sono molteplici per tutte le organizzazioni moderne, anche per le più piccole: non si può confinare alla sola "pausa caffè" la comunicazione all'interno dell'ente. Invece un circuito interno di questo tipo può rispondere alla soddisfazione di diverse tipologie di esigenze. Innanzitutto, condividere il maggior numero di informazioni e dati permette all'ente di raggiungere livelli di **efficienza** ed **efficacia** molto alti, con l'effetto positivo di raggiungere gli obiettivi prefissati in modo meno dispendioso. Indirettamente, essere al corrente delle attività intraprese dall'ente, anche solo a livello superficiale, aumenta il senso di **appartenenza** all'azienda, con un effetto positivo sul clima interno ed il benessere organizzativo. Questo riflesso della comunicazione interna si verifica a prescindere dalla natura dei messaggi diffusi: un'organizzazione che dialoga con i propri dipendenti trasmette un senso di attenzione ed importanza nei confronti del capitale umano. Grazie ad un sistema di comunicazione interna si può arrivare a rafforzare il senso di appartenenza e partecipazione all'ente utilizzandolo nella diffusione e promozione di quegli aspetti che riguardano direttamente la *vision* dell'ente.

Il circuito di comunicazione interna si presta quindi ad usi diversi, i quali si concretizzano in effetti benefici sui **risultati** e sull'**ambiente** interno dell'ente se gestito in maniera efficace.

*Pertanto nel 2007 si renderà operante la **Rete interna dei referenti della Comunicazione** quale efficace strumento per la diffusione di una vera e propria cultura della comunicazione: una struttura reticolare che avrà il compito di trasmettere all'URP e all'Ufficio Comunicazione le tematiche che hanno rilievo sotto l'aspetto relazionale e comunicativo.*

*La Rete costituirà una sorta di presidio strategico della comunicazione interna orientato alla condivisione di saperi ed esperienze e si riunirà in incontri periodici per definire le azioni volte a creare flussi comunicativi stabili e reciproci.*

*I referenti della comunicazione dovranno essere operatori motivati che, all'interno delle singole Unità Operative, hanno il compito di comunicare alle redazioni URP le informazioni da immettere nella banca dati o gli aggiornamenti delle stesse.*

## **5. la grafica**

La comunicazione per essere efficace deve risultare chiara e percepibile in tempi rapidi, soprattutto quando si tratti di **diffondere messaggi** la cui costruzione non può essere lasciata al caso o a trattazioni episodiche.

Quando i messaggi devono essere trasposti in immagini, siano esse cartacee o diffusibili attraverso le varie modalità visuali (web, cd rom, dvd, ecc.) occorre provvedere anche alla loro elaborazione.

Non sfugge come oggi, in un maturo sistema di comunicazione (anche istituzionale che sempre di più si avvalga di sistemi multimediali, come nel nostro caso) si debbano compiere scelte di professionalità che di norma trovano nella ormai ampia platea di agenzie e studi che si occupano del settore i loro terminali convenzionali.

Il ricorso a tale adito però, per quanto ci riguarda, ha posto e pone tutt'ora alcune difficoltà. Anzitutto l'esigenza di sobbarcarsi un onere finanziario il quale, trattandosi di prestazioni specialistiche, è sempre rilevante e andrebbe a tradursi in una minore disponibilità di risorse per altri servizi erogati dall'Amministrazione.

In secondo luogo, ma non per importanza, non può sottovalutarsi il requisito della tempestività. Ogni rilevante provvedimento adottato dall'Ente va trasferito all'esterno in tempi brevi se non immediati, cosa che trova un ostacolo non da poco nel sistema delle procedure a cui deve attenersi una pubblica amministrazione nell'affidare lo svolgimento di una prestazione.

L'Ufficio Comunicazione si è dotato da tempo di un esperto in comunicazione grafica con il ruolo di "**grafico creativo**". Tale figura, presente fino al 31 marzo 2007, ha consentito di consolidare la buona prassi di una progettazione grafica interna del messaggio comunicativo.

*Si intende proseguire con questa attività avvalendosi delle risorse già presenti nella struttura e utilizzando le competenze acquisite anche come strumento per filtrare ogni proposta di messaggio proveniente da studi esterni per assicurare un controllo della qualità e della coerenza dell'immagine dell'Ente Provincia in qualità di organizzatore, patrocinatore o collaboratore dell'evento o iniziativa promossa.*

## **6. gli allestimenti/arredamenti**

L'Ufficio Comunicazione, ritenendo che oggi l'Amministrazione comunica anche con i suoi spazi, da quelli più rappresentativi in occasione degli Eventi, a quelli maggiormente operativi quali gli Uffici aperti al pubblico, si è dotato della figura di un Architetto formato in comunicazione e in grafica.

*Sarà quindi possibile potenziare l'attività di **allestimento** degli spazi che ospitano gli Eventi organizzati sia dal Servizio Comunicazione che da altri Servizi dell'Ente.*

*Si prevede altresì di poter fornire indicazioni in ordine alle soluzioni architettoniche e tecniche per l'arredamento degli Uffici che ne facciano richiesta dando priorità a quelli aperti al pubblico. Si*

*potrà anche collaborare con altri Servizi dell'Ente alla costruzione di **ambienti di lavoro più identificabili nelle loro funzioni e più coordinati nell'immagine** offerta al cittadino.*

*Infine, per i Servizi che ne facciano richiesta, si allestiranno **Esposizioni d'arte** temporanee negli spazi istituzionali e si avvierà il Progetto " **L'ARTE E' IN formazione**" per la valorizzazione delle sedi del Servizio Formazione Professionale.*

## **7. la promozione di sinergie interne ed esterne**

Emblematico in questo caso è il **progetto DE.CI.DI.**, coordinato dall'Ufficio Statistica e volto a promuovere la partecipazione dei cittadini ai processi decisionali della Pubblica Amministrazione attraverso l'utilizzo delle Tecnologie informatiche.

L'Ufficio Comunicazione dell'Ente è stato chiamato a collaborare alla diffusione dell'iniziativa che ha l'obiettivo di stimolare la partecipazione attiva dei giovani cittadini residenti tra i 18 e i 27 anni.

A tale scopo, pur realizzando internamente la Campagna di comunicazione, d'accordo con l'Ufficio Statistica della Provincia, si è scelto di non ricorrere solo ai tradizionali strumenti di comunicazione ma di cercare delle sinergie interne ed esterne.

Il Servizio Formazione professionale della Provincia e l'Ufficio Europe Direct provinciale si sono resi disponibili all'utilizzo dei loro uffici per agevolare la partecipazione dei giovani al progetto, così come gli Uffici Informagiovani dei Comuni e alcune biblioteche .

Sarà attivato un proficuo rapporto di cooperazione con le Scuole superiori ed è già stato identificato, quale partner di progetto, il Consiglio dei Giovani eletti della Provincia.

Inoltre per la diffusione e la realizzazione del progetto sono state coordinate le date salienti di DE.CI.DI. con le date di un altro grande evento rivolto allo stesso target giovanile che viene organizzato annualmente dell'Ufficio Politiche giovanili della Provincia.

Infine per la diffusione dell'iniziativa ci si avvarrà di ulteriori occasioni di incontro con il target giovanile già programmate da altri Servizi dell'Ente.

*Il confronto con gli altri Servizi dell'Ente e con le altre Istituzioni presenti sul territorio merita di essere potenziato in quanto si rivela utilissimo ed efficace dimostrando che il ruolo della Comunicazione è anche quello di contribuire a rafforzare uno spirito di efficace collaborazione interna ed esterna.*

## **XII. GLI OBIETTIVI E LE AZIONI DI COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2007**

### ***XII.1. Obiettivo: “Sviluppare il sistema di comunicazione integrata”***

E' questo l'obiettivo propedeutico ad ogni altra azione di comunicazione ed informazione realizzata dall'Ente e viene quindi riproposto anche per il prossimo anno.

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

In tale contesto la comunicazione interna diviene essenziale e si pone come complementare e funzionale alla comunicazione esterna ma da essa si distingue perché è veicolo principale per condividere qualsiasi tipo di messaggio, sia informativo che funzionale, da parte del pubblico interno all'ente. La circolazione del flusso di informazioni è convogliata in una rete strutturata di canali di divulgazione, in modo che sia facilmente fruibile e riconoscibile, sia per essere consultata che per essere alimentata.

Una Rete interna dei referenti per la Comunicazione costituisce un efficace strumento per la diffusione di questa nuova cultura: una struttura reticolare che avrà il compito di trasmettere all'URP e all'Ufficio Comunicazione le tematiche che hanno rilievo sotto l'aspetto relazionale e comunicativo. arrivare a rafforzare il senso di appartenenza e partecipazione all'ente utilizzandolo nella diffusione e promozione di quegli aspetti che riguardano direttamente la *vision* dell'ente.

Il circuito di comunicazione interna si presta quindi ad usi diversi, i quali si concretizzano in effetti benefici sui **risultati** e sull'**ambiente** interno dell'ente se gestito in maniera efficace.

### **Gli strumenti**

#### **Rete interna dei referenti per la Comunicazione**

Per garantire il coordinamento delle attività di informazione e comunicazione di tutto l'Ente è stata prevista la creazione di una Rete di referenti per la 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 informativa dell'URP, per l'implementazione del sito istituzionale e per ogni altro genere di comunicazione.

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.

Da una prima fase "spontanea" di organizzazione della Rete dei referenti per la Comunicazione, nell'anno 2007 sarà invece formalizzata la struttura della Rete con la determinazione dei suoi componenti e con la creazione di un logo identificativo del progetto denominato "**Passaparola.**"

Verranno organizzati incontri tra i responsabili dell'Ufficio Comunicazione e dell'URP e i referenti per la Comunicazione che consentiranno lo scambio di informazioni e la definizione delle azioni volte a creare flussi comunicativi stabili e reciproci.

### **Rete dei responsabili degli U.R.P. dei Comuni della Provincia di Pesaro e Urbino**

E' questo lo strumento finalizzato ad avviare una proficua e reciproca collaborazione con gli analoghi uffici URP della provincia. La funzione di comunicazione per sua stessa natura necessita di sinergie e noi crediamo che sia possibile attivarle anche attraverso alcune semplici forme di collaborazione con le analoghe strutture distribuite sul territorio cui è stata presentata la struttura e le attività dell'ufficio comunicazione.

### **Centro di Documentazione**

Il Centro di Documentazione ha il compito di raccogliere, classificare, diffondere e archiviare materiale giuridico-normativo (*Gazzette Ufficiali, BUR - Bollettino Ufficiale Regione Marche, Il Foro amministrativo e altre riviste amministrative specialistiche ecc.*) sia per l'utenza interna che esterna.

Il Centro di Documentazione effettua altresì ricerche documentali sulle fonti cartacee e sugli archivi elettronici e acquisisce annualmente l'aggiornamento di diverse banche dati quali ad esempio *Opere legali* edito da De Agostini, il *Repertorio di Giurisprudenza italiana* edito da UTET, *La Corte Suprema di Cassazione* edito dalla Corte Suprema di Cassazione.

Il Centro cura l'aggiornamento dei numerosi abbonamenti a periodici utilizzati dai Servizi dell'Ente che ne facciano richiesta e il loro relativo recapito ai vari Uffici.

Si prevede di attivare in futuro la ricognizione e la classificazione informatica del materiale disponibile in modo da agevolare la fruizione dello stesso da parte dell'utenza sia interna che esterna.

### **Rete internet ed intranet**

Con questa tecnologia da una parte 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; dall'altra si consente un rapido scambio di informazioni anche all'interno dell'ente stesso.

### **I destinatari**

Cittadini, Organi istituzionali della Provincia, Dirigenti e Dipendenti provinciali.



## ***XII.2. Obiettivo “Affermare l’identità coordinata della Provincia di Pesaro e Urbino”***

Anche nell’anno 2007 è necessario operare per raggiungere un sempre maggiore 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**

#### **Stemma ufficiale e intestati**

Sarà data prosecuzione al progetto di rendere 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) e per singoli progetti a rilevanza interna ed esterna.

#### **Intitolazione Sale provinciali**

L’Amministrazione dispone di spazi di proprietà che per tipologia di edilizia, struttura, di allocazione e di arredo sono ritenuti idonei a divenire luoghi deputati allo svolgimento delle funzioni istituzionali democratiche, all’incontro, all’elaborazione e all’ascolto.

Proseguendo questo orientamento è volontà dell’Ente dedicare alcuni spazi delle sedi istituzionali della Provincia alla memoria di cittadini che siano stati un esempio di vita e d’impegno pubblico della nostra storia locale o che abbiano dato identità e immagine al territorio della nostra provincia e pertanto intitolare:

- **la Sala dei Gruppi Consiliari all’onorevole “Giuseppe Angelini”**, personalità pesarese di grande esempio per quanti vogliono impegnarsi a fare vincere gli ideali di pace e di progresso civile e sociale, morto a Pesaro l’8 gennaio 2007 a quasi 87 anni, Sindaco di Novafeltria, Parlamentare per due legislature, Consigliere Provinciale per molte legislature e nel 1970 Vicepresidente dell’Amministrazione Provinciale;
- **il Centro Ricerche Floristiche**, specializzato nello studio e nella ricerca botanica, a **“Aldo J.B. Brilli Cattarini”**, scomparso nel luglio del 2006, uomo di scienza e illustre botanico,

stimato ricercatore sia a livello italiano che internazionale, ricordato per il suo impegno profuso, con impareggiabile modestia e sincera umiltà, allo studio della botanica, della geografia, della geologia e zoologia. In concomitanza la Provincia di Pesaro e Urbino , in collaborazione con la comunità scientifica nazionale, promuove, in suo onore, un Convegno sulle ricerche floristiche nell'Appennino, cui il professore scomparso ha dedicato gran parte della sua vita.

Si prevede l'organizzazione di cerimonie di ufficializzazione dell'intitolazione delle suddette sale di proprietà della Provincia con l'apposizione di targhe identificative.

### **Gli allestimenti e gli arredamenti**

Partendo dalla premessa che l'Amministrazione comunica anche con i suoi spazi, da quelli più rappresentativi in occasione degli Eventi, a quelli maggiormente operativi quali gli Uffici aperti al pubblico l'Ufficio Comunicazione si è dotato della figura di un Architetto formato in comunicazione e in grafica. Sarà quindi possibile potenziare l'attività di **allestimento** degli spazi che ospitano gli Eventi organizzati sia dal Servizio Comunicazione che da altri Servizi dell'Ente. Si prevede altresì di poter fornire indicazioni in ordine alle soluzioni architettoniche e tecniche per l'arredamento degli Uffici che ne facciano richiesta dando priorità a quelli aperti al pubblico, partecipando con altri Servizi dell'Ente alla costruzione di ambienti di lavoro più identificabili nelle loro funzioni e più coordinati nell'immagine offerta al cittadino.

### **Sistema di segnaletica esterna ed interna presso la Sede dell'Amministrazione**

E' previsto l'aggiornamento continuo della segnaletica esterna ed interna allocata all'ingresso, nei vari piani della Sede, e nelle Sedi distaccate al fine di indirizzare l'utenza che si reca presso l'Amministrazione e di rafforzare l'immagine coordinata e l'identità definita e riconoscibile della Provincia.

### **Sito Internet**

Si conferma la scelta imprescindibile di unitarietà del sito Internet della Provincia che nel contesto del progetto di trasformazione in portale prevede, anche alla luce della più recente normativa di riferimento, una più agevole fruizione dei suoi contenuti ed una maggiore interattività. In particolare l'intervento è 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.

La responsabile dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico cura la scelta della pubblicazione delle notizie e dei messaggi istituzionali nella sezione "In evidenza" e nella sezione "Primo piano" della Home Page provinciale che in seguito viene realizzata tecnicamente dal Servizio Sistemi Informativi.

## **I destinatari**

Cittadini, Amministratori locali, Imprese, Professionisti.

### **XII.3. Obiettivo “Comunicare la propria missione e le attività svolte”**

Le amministrazioni locali, dopo la riforma del 1993, vengono elette in modo diretto sulla base di un programma e rimangono in carica per quattro anni. E' del tutto conseguente immaginare che nel corso del mandato documentino quello che fanno e siano orientate a descrivere ai principali interlocutori e ai cittadini, fonti e destinatari delle proprie attività, le azioni effettuate e i risultati extracontabili ottenuti nel corso dei singoli esercizi di bilancio.

Lo strumento deputato è il *Bilancio Sociale* che negli Enti locali è al centro di un vivace dibattito politico, istituzionale e culturale, sulle sue modalità di realizzazione quale processo di nuova rendicontazione più attento alle esigenze di comunicazione e di partecipazione dei cittadini.

I cittadini hanno diritto di sapere e di conoscere quanto realizzato e il valore creato attraverso la sua attività, poiché chiamati a votare e legittimare l'operatività delle Giunte locali.

Anche la Provincia di Pesaro e Urbino ha scelto di adottare questo strumento per la comunicazione al pubblico della missione della Provincia e delle attività svolte, definendo gli obiettivi e le azioni in coerenza con le sue funzioni istituzionali e verificando ex post l'efficacia e l'efficienza delle azioni svolte. La scelta operata è prima di tutto un fatto culturale, orientato a coinvolgere tutta la struttura dell'ente, compreso il vertice politico, ma è anche uno strumento potente di comunicazione capace di colmare il gap di informazione, pur esistente, tra la domanda di informazione e l'offerta di comunicazione. Allo stesso tempo è un efficace strumento gestionale, in grado di allineare gli obiettivi programmatici agli strumenti di rendicontazione e di misurare la performance complessiva in un'ottica quali-quantitativa.

## **Gli strumenti**

### **Bilancio Etico Sociale**

Si prevede di dare prosecuzione alla realizzazione di questo modello di rendicontazione (riferito all'anno 2006) sulle quantità e qualità di relazione tra la Provincia e i suoi interlocutori di riferimento (stakeholder) volto a fornire un quadro omogeneo e trasparente sulla interdipendenza fra fattori economici e fattori sociali derivanti dalle scelte dell'ente

### **Bilancio di genere**

Si prevede di integrare il Bilancio sociale con il Bilancio di genere che considera l'impatto sulle cittadine e sui cittadini delle politiche e delle azioni della Provincia, partendo dal presupposto che esse non siano neutre. L'analisi del bilancio in una ottica di genere, infatti, consente l'applicazione di

una *strategia finalizzata al raggiungimento delle pari opportunità ovvero volta ad evidenziare e diminuire le differenze di impatto che politiche, a prima vista neutrali in termini di parità tra i sessi, hanno per donne e uomini* e di favorire sia il perseguimento di politiche pubbliche caratterizzate da equità, efficienza, trasparenza, sia il superamento delle disparità tra i sessi in relazione a distribuzione e gestione delle risorse economiche, poteri, salute, istruzione e formazione. Strategica è la progettazione degli interventi nell'ottica di genere perché generano processi che, in quanto mirati a realizzare l'effettiva distribuzione delle spese e delle entrate fra uomini e donne, attraverso la pianificazione e la valutazione delle modalità di attenzione e risposta ai bisogni della popolazione di entrambi i generi, conferiscono ai bilanci pubblici maggior equilibrio e chiarezza, nell'identificazione dei destinatari.

### **Report intermedio del mandato amministrativo**

Sarà realizzato con strumenti e risorse esclusivamente interne e collegato ad una campagna di comunicazione del prodotto sul territorio provinciale con l'obiettivo di utilizzare questo strumento per dare luce a due aspetti fondamentali: com'è stato realizzato il programma iniziale con riferimento agli indirizzi politici del primo mandato 1999-2004 riconfermato per il periodo 2004-2009 e come sono cambiati i servizi e le prestazioni erogate dall'ente per effetto della gestione di quest'Amministrazione. Si tratta di render conto al territorio di come i programmi posti all'inizio del mandato amministrativo si siano tradotti - o si stiano traducendo - in azioni, e del loro stato di avanzamento, di come si siano modificati i risultati nei settori strategici per effetto della politica di quest'amministrazione.

### **Diffusione del Bilancio Etico Sociale, del Bilancio di genere e del Report intermedio del mandato amministrativo**

Si prevede di curare l'*impostazione grafica ed editoriale* allineandola con le scelte di immagine e identità individuate dall'Amministrazione, di coordinare la *distribuzione delle pubblicazioni* coinvolgendo direttamente l'URP e gli altri sportelli informativi, di organizzare la *presentazione del lavoro alla struttura interna* (Direttori, Dirigenti, Posizioni Organizzative, Capiufficio con cui si sono condivise le finalità e il processo di elaborazione iniziale) e *agli organi di stampa* con riunioni dedicate in cui vengono presentati e discussi i risultati.

Si prevede altresì di organizzare *Conferenze, Comunicati stampa e incontri con i cittadini sul territorio* provinciale divulgando i prodotti elaborati presso la comunità locale.

Infine i lavori saranno pubblicati integralmente sul *Sito Internet* e sulle pagine HTMLM dedicate.

### **I destinatari**

Cittadini, Enti Locali, Personale interno.

#### ***XII.4. Obiettivo “Favorire il diritto di accesso alle informazioni per i cittadini e i componenti degli organi provinciali”***

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino ha proceduto nel corso degli anni precedenti ad un pregevole intervento di revisione e semplificazione dei procedimenti amministrativi e ha introdotto programmi informatici che hanno reso più accessibili gli atti pubblici: delibere di Giunta e di Consiglio sono direttamente consultabili sul sito Internet istituzionale, mentre le determinazioni dirigenziali sono consultabili attraverso la rete interna rivolgendosi all'U.R.P.

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 finalizzate al miglioramento dei rapporti tra pubblica amministrazione e cittadini dell'entroterra, è da segnalare l'attività della sede distaccata dell'Amministrazione Provinciale nella città di Urbino. Il progetto, il cui obiettivo è stato 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 si intende altresì proseguire, 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 raggiungersi 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**

##### **Back e Front-office U.R.P**

Rappresenta il punto di contatto privilegiato tra l'Amministrazione e la collettività amministrata. Predisporre i moduli e gli altri materiali anche di carattere informativo, riguardanti il diritto di accesso; fornisce le informazioni per la compilazione e presentazione delle richieste di accesso; indica i costi di riproduzione e spedizione, nonché l'ammontare di imposte di bollo e di diritto di ricerca e di misura. Nel 2007 sarà potenziata la qualità e quantità di informazioni attraverso un più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e percorsi di condivisione con i servizi, gli assessorati, con gli sportelli e i punti informativi lavoro, con la sede di Urbino.

##### **Indagine di customer satisfaction**

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. Sarà realizzato un modello di rilevazione applicabile ad ogni servizio con il quale si prevede di realizzare indagini volte 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.

### **Centro di Documentazione**

Il Centro di Documentazione ha il compito di raccogliere, classificare, diffondere e archiviare materiale giuridico-normativo (*Gazzette Ufficiali, BUR - Bollettino Ufficiale Regione Marche, Il Foro amministrativo e altre riviste amministrative specialistiche ecc.*) sia per l'utenza interna che esterna.

Il Centro di Documentazione effettua altresì ricerche documentali sulle fonti cartacee e sugli archivi elettronici e acquisisce annualmente l'aggiornamento di diverse banche dati quali ad esempio *Opere legali* edito da De Agostini, il *Repertorio di Giurisprudenza italiana* edito da UTET, *La Corte Suprema di Cassazione* edito dalla Corte Suprema di Cassazione.

Il Centro cura l'aggiornamento dei numerosi abbonamenti a periodici utilizzati dai Servizi dell'Ente che ne facciano richiesta e il loro relativo recapito ai vari Uffici.

Si prevede di attivare in futuro la ricognizione e la classificazione informatica del materiale disponibile in modo da agevolare la fruizione dello stesso da parte dell'utenza sia interna che esterna.

### **Progetto DE.CI.DI.**

Il progetto è volto a promuovere l'accesso dei cittadini ai processi decisionali della Pubblica Amministrazione attraverso l'utilizzo delle Tecnologie informatiche.

La Provincia ha scelto come campione i giovani residenti nel territorio provinciale di età compresa fra **i 18 i 27 anni** che potranno esprimere il loro parere sul tema delle Politiche giovanili. Il duplice obiettivo è quello di far partecipare attivamente i giovani al dibattito pubblico andando ad incidere realmente nelle decisioni del governo locale.

### **Messaggistica Informativa Sms**

Una amministrazione attenta alle esigenze della propria collettività ed orientata ad offrire servizi in coerenza con le necessità e i bisogni da essa espressi, deve poter sondare gli interessi dei propri cittadini per calibrare le iniziative e i progetti che sono in corso di realizzazione o che intende costruire. Si è previsto di predisporre una modulistica da distribuire con l'intento di raccogliere le spontanee adesioni dei partecipanti e cittadini in merito alla fornitura dei loro dati anagrafici, indirizzi, recapiti e interessi personali sui diversi settori di operatività dell'Ente, per poterli inserire negli indirizzari e data-base dell'Amministrazione con l'intento di raccogliere le spontanee adesioni e interessi ad attività specifiche dell'Ente, convegni, seminari, eventi culturali, di promozione del

territorio e della Provincia in senso lato. La Provincia si configurerà come soggetto distributore del servizio, per il tramite di una infrastruttura informatica necessaria all'implementazione del servizio sms che consenta l'invio di messaggi e la gestione delle liste di numeri dei futuri utilizzatori.

### **Sede di Urbino**

La sede distaccata dell'Amministrazione ha visto sviluppare di molto l'affluenza dei suoi cittadini, in parte utenti, in parte soggetti ricevuti dagli organi provinciali presenti con regolarità in loco ed in parte soggetti partecipanti ai numerosi incontri, conferenze stampa, riunioni e lezioni svoltesi nella sala riunioni intitolata nell'anno 2006 ad "Erivo Ferri". La sede dell'Amministrazione Provinciale nella città di Urbino sulla centralissima Piazza della Repubblica si colloca nell'ambito delle scelte finalizzate al miglioramento dei rapporti tra pubblica amministrazione e cittadini del Montefeltro e delle aree interne ed espressione altresì dei fondamentali principi di trasparenza, efficienza, produttività e tempestività cui devono ispirarsi le pubbliche amministrazioni.

*Il potenziamento delle sede Provinciale feltresca* è dunque finalizzato non solo ad incrementare il ruolo e la rappresentatività della stessa, ma altresì a migliorare ulteriormente la qualità e quantità dei servizi erogati ed il soddisfacimento delle esigenze dell'utenza anche attraverso l'attivazione di un punto di informazione sulle politiche urbanistiche e la difesa del suolo ed ancora la presenza del Centro Europe Direct – Carrefour Marche - dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" per le politiche comunitarie e la divulgazione della cultura europea.

Una rinnovata attenzione è soprattutto rivolta ai giovani, valutata la forte vocazione di Urbino quale città universitaria, cuore pulsante delle politiche giovanili. In tal senso nella nuova sede trova altresì spazio l'attività di informazioni rivolte ai giovani ed al loro rapporto con l'Europa, intensificando così la collaborazione tra la Provincia, il Comune di Urbino, l'Università ducale e l'ERSU con la presenza di operatori di tutti i soggetti coinvolti: i nuovi locali sono il luogo dove i giovani si incontrano, incontrano i formatori, elaborano progetti. Si è aggiunto così un nuovo ufficio allo sportello situato presso i locali dell'ERSU strettamente legato al Centro per l'impiego e formazione di Urbino. E' stato pertanto creato un centro specializzato adeguato alle accresciute necessità dei giovani utenti rinnovando e migliorando il pluriennale partenariato tra i vari enti sulla gestione del servizio Informagiovani.

Per l'anno 2007 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.

### **Sito Internet**

La home page 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, Enti Locali, Amministratori, Associazioni, Categorie sociali.

### ***XII.5. Obiettivo “Rafforzare i canali di informazione giornalistica”***

Il dialogo tra la Provincia e i cittadini avviene in parte 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, avvalendosi anche della Posizione Organizzativa Comunicazione – U.R.P. 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 con l'obiettivo di potenziare 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.

Tale attività è svolta da uno staff di 3 giornaliste di cui due con incarico, un fotografo ed una segreteria di redazione. In tal senso per gli Enti Locali comunicare con il sistema dei media deve diventare ancor più una funzione esercitata quotidianamente, una routine e non un aspetto eccezionale. Inoltre poiché l'azione di informazione e divulgazione istituzionale deve anche contribuire ad ampliare la conoscenza che i cittadini hanno della provincia in generale, quale ente costituzionalmente riconosciuto con i suoi compiti ed ambiti di attività, si ritiene di privilegiare lo strumento delle radio e televisioni, non solo locali ma anche di regioni confinanti, perché considerati strategici per l'immediatezza dei messaggi e delle informazioni fornite.

Valutate dunque le prospettive e le progettualità che la struttura di coordinamento è in grado di affrontare, sembra ipotizzabile una distribuzione di competenze tali da compensare tutte le direzioni cui deve orientarsi una pubblica amministrazione che pone la comunicazione fra i primi obiettivi del suo agire.

## **Gli strumenti**



### **Comunicati stampa**

Sono predisposti con chiarezza, semplicità e comprensibilità e inoltrati agli organi di informazione a livello provinciale, regionale e, se necessario, nazionale. Sono inoltre sempre consultabili sul sito.

### **Conferenze stampa**

Sono di fondamentale importanza per l'efficacia delle iniziative che vengono presentate. L'ufficio gestisce l'intero iter delle conferenze.

### **Rivista**

Edizione 2007 della rivista periodica "La Provincia di Pesaro e Urbino", diffusa in 136.000 copie a tutte le famiglie del territorio e ai 12.000 cittadini della provincia residenti all'estero.

### **Internet**

Aggiornamento quotidiano delle notizie.

### **Editoria**

Opuscoli, depliant e pubblicazioni varie legate alle iniziative dell'Amministrazione.

### **I destinatari**

Cittadini, Organi di informazione.

## ***XII.6 Obiettivo "La comunicazione diretta del Presidente"***

L'intera attività dell'Ufficio Comunicazione contempla, nelle sue diverse articolazioni, strumenti ad hoc per la figura del Presidente della Provincia con l'obiettivo di affinare, qualificare e specializzare il rapporto con i cittadini. Il progetto ricomprende un vasto complesso di iniziative, imperniate essenzialmente sull'utilizzo di un mix di strumenti di comunicazione di massa e sulle presenze sul territorio del Presidente. Al centro del progetto c'è la gestione e la cura dell'immagine della Provincia di Pesaro e Urbino ispirata all'idea fondamentale che l'immagine del suo Presidente, che la rappresenta ed è stato eletto direttamente dai cittadini, non è importante solo ai fini del giudizio sul suo operato ma incide sulla percezione che i cittadini hanno della istituzione Provincia e delle dinamiche di crescita della realtà locale. Parlare dell'immagine del Presidente vuol dire individuare le scelte strategiche su cui si è puntato. Il primo fattore è dato dalla fedeltà alle caratteristiche personali e umane del Presidente: chi è, come opera, come si comporta.

### **Gli strumenti**

#### **Organi di informazione**

Si prevedono presenze del Presidente in televisione, radio, dirette televisive e radiofoniche perché strategiche per l'immediatezza dei messaggi e delle informazioni fornite.

### **Dialogo diretto**

Interviste in diretta su radio e televisioni, lettere, incontri sul territorio, incontri con i settori della società civile rappresentata

### **Incontri sul territorio**

E' uno strumento privilegiato perché orientato all'incontro e alla partecipazione dei cittadini.

### **Sito internet**

Il sito è una grande piazza virtuale in cui i cittadini possono incontrare l'ente e il suo Presidente, scrivere loro, conoscere le attività e le idee su singoli temi e argomenti. Il nuovo portale consente una maggiore interattività, un più tempestivo aggiornamento, più agilità e semplicità.

### **I destinatari**

Cittadini.

## ***XII.7. Obiettivo “Comunicare il Territorio. Progetto di Promozione e Valorizzazione del Territorio della Provincia di Pesaro e Urbino”***

L'accresciuta mobilità interna di capitali e di persone hanno determinato una più accesa competizione fra i territori, con un rilancio del ruolo rappresentativo delle città e una maggiore attenzione alla qualità dei servizi offerti, in un'ottica sia di promozione integrata delle eccellenze che di attrazione degli investimenti. In tale prospettiva, il marketing e la promozione del territorio si pongono come strumento di valorizzazione delle risorse contenute in un determinato ambito geografico e socioculturale, puntando ad aumentare la capacità di attrazione dello stesso nei confronti di settori sempre più larghi di produttori ma anche di consumatori. Negli anni, a fianco degli indicatori di natura economica, di ordine quantitativo, si sono affiancati quelli di ordine “qualitativo” in grado di rilevare i livelli di “qualità della vita” (in termini di presenza dei servizi culturali e ricreativi, offerta turistica, conservazione del paesaggio e del patrimonio storico, qualità dell'ambiente, infrastrutture, qualità architettonica, mobilità, ecc.), e di promuovere la qualità delle produzioni in particolare artigianali, artistiche, paesaggistiche e agroalimentari. In molti casi sono proprio tali elementi che concorrono oggi a marcare la differenza tra i territori e assicurarne il “successo”. La Provincia di Pesaro e Urbino intende dunque puntare sulla capacità di attrazione e competitività dei singoli territori, sulla promozione delle produzioni tipiche locali anche disegnando nuove forme di collaborazione e di alleanze tra territori, distretti produttivi, industrie e singole imprese (pubblico-privato). Si intende individuare una serie di interventi mirati e di particolare efficacia per trasmettere l'immagine esterna della Provincia di Pesaro – Urbino a fini turistici, economici e istituzionali promuovendo le potenzialità presenti e facendo emergere un quadro incisivo di territorio che rafforzi

l'immagine complessiva della provincia intesa come risorsa per il sistema impresa, per la cultura, per il sociale, per il cittadino in genere, non solo nella dimensione locale ma anche in quella nazionale ed internazionale. Occorre dunque pianificare l'obiettivo realizzando strategie individuate in:

- Istituzione di una nuova politica turistica. Anche sul versante turistico l'ospite-turista che vuole venire nella nostra provincia cerca l'eccellenza in termini di emozione, esperienza, unicità.
- Veicolare il concetto della “*Nuova Provincia Bella*” per offrire un valido biglietto da visita di questa provincia che sia in grado il più possibile di far comprendere la complessità di questo territorio che offre il fascino dei luoghi, della storia, della cultura e dell'arte ed emerge altresì quale realtà rilevante sul piano economico dovuta ai vari settori imprenditoriali ed artigianali del mobile, della cantieristica, del tessile e dell'artigianato.
- Rappresentare con più efficacia i testimonial d'eccezione in ambito culturale e artistico che sono *Raffaello e Rossini*, un binomio perfetto che rappresenta il primo Urbino e l'arte, l'altro Pesaro e la musica. Entrambi hanno contribuito con la loro fama nel mondo a dare prestigio alle nostro territorio considerato che Urbino, patrimonio mondiale dell'UNESCO, fonda la propria identità proprio sull'arte e l'Università e che Pesaro, anche grazie al Rossini Opera Festival, ogni anno ospita visitatori da tutto il mondo.
- A ciò si aggiungano i testimoni contemporanei noti nel contesto sportivo internazionale: *Valentino Rossi* di Tavullia che, con la sua storia giovane ma già costellata di primati, rappresenta la sintesi dei valori del proprio successo e cioè l'attitudine alla sfida e al cambiamento. La sua affermazione come persona, oltrechè come campione mondiale di motociclismo, deriva infatti da uno straordinario mix di determinazione, talento, preparazione tecnica, voglia di arrivare e di migliorarsi continuamente, con la passione, l'umanità e la spontaneità che lo rendono unico, popolare e vicino alla gente; *Filippo Magnini* anche lui nato nella nostra provincia ed appena ventitreenne divenuto campione mondiale di nuoto, simbolo della tenacia, della fatica sportiva per raggiungere un sogno, della prepotenza fisica costruita con rinunce, allenamenti duri e disciplina ferrea, in definitiva il ragazzo italiano ideale.

## **Gli strumenti**

### **Organizzazione unitaria e sistema a rete**

Collaborazione e protagonismo pubblico-privato. Saranno coinvolti gli Assessorati Cultura, Turismo e Agricoltura della Provincia.

### **Particolare cura nel coordinamento dell'immagine dell'Ente**

### **Promozione e valorizzazione delle tipicità locali**

E' uno strumento di ulteriore fondamentale importanza per 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. Questo processo di recupero dei prodotti tipici, del patrimonio rurale e storico ed altresì l'obiettivo di favorire la crescita economica e la compatibilità ambientale dell'agricoltura del nostro territorio, si pone fra l'altro alla base del "Piano Agricolo Provinciale" che individua, fra l'altro, carenze e debolezze nonché eccellenze e potenzialità del sistema produttivo agricolo provinciale; l'incidenza dell'evoluzione del quadro normativo in materia di riferimento Comunitario, Nazionale, Regionale e della programmazione di settore; l'importanza e il ruolo delle imprese agricole; la presenza di produzioni di qualità ed eccellenza, della certificazione e della tracciabilità dei prodotti, oltre alla loro sicurezza alimentare e a quant'altro in ordine alla programmazione di una efficace politica agricola del territorio in coerenza con le realtà storico-culturali-paesaggistiche di questa Provincia.

### **Realizzazione di editoriali su riviste specializzate**

#### **Programma televisivo su rete nazionale**

Denominato "Viaggi e...viaggi" in onda Rai Due-Rai Notte. Si tratta di una partecipazione alla produzione televisiva della 3a edizione del programma, scritto e condotto dal giornalista Antonello Romano, già autore e conduttore di programmi del palinsesto notturno della seconda Rete della RAI. Il programma ha un palinsesto con frequenza settimanale nella fascia oraria compresa tra le ore 630 e le ore 730 mattutine e prevede una replica di ciascuna puntata nella fascia oraria del palinsesto notturno. Lo *share medio* del programma è stato per l'edizione passata del 7/8 % con punte anche dell'11%. Il *target* di riferimento è costituito da persone di età adulta, senza diversa incidenza di sesso, in possesso di un titolo di studio di scuola superiore e/o universitario. Saranno realizzate n.2 puntate con la caratteristica di documentari monografici della durata complessiva di 25 minuti e interamente dedicate all'illustrazione di un viaggio ideale compiuto da una troupe televisiva attraverso la Provincia di Pesaro e Urbino che ha avviato con successo **progetti di riqualificazione** e di

salvaguardia del **patrimonio ambientale, artistico e storico culturale**, come del **patrimonio forestale**, e che ha dedicato e dedicherà, buona parte delle risorse economiche e finanziarie disponibili, allo studio ed alla **realizzazione di processi innovativi** necessari ad assicurare ai cittadini della provincia una migliore qualità della vita.

Durante il periodo delle riprese televisive, sarà necessario che il personale della troupe della Rai sia affiancato da un incaricato dell'Amministrazione o da una guida turistica.

Al termine della produzione sarà fornita una *copia* in formato **DVD** di ciascun documentario trasmesso.

#### **Realizzazione spot e video-documentario**

#### **Organizzazione e partecipazione ad eventi a tema**

#### **Pianificazione conferenze e comunicati stampa**

#### **Realizzazione video e cd**

**Partecipazione a Fiere Nazionali ed Internazionali** anche con la presenza e l'allestimento di stand espositivi di prodotti turistici e degustazione di tipicità locali.

#### **Sito Internet**

Particolare è l'attenzione da dedicare alla promozione turistica

#### **I destinatari**

Cittadini, Imprese, Enti Locali, Operatori di settore

#### **Collaborazioni istituzionali**

Regione Marche; Comuni; Università degli Studi di Urbino; Camera di Commercio; Fondazioni; Associazioni di Categoria.

### ***XII.8. Obiettivo “Pensare globalmente per agire in modo responsabile e sostenibile localmente”***

Occorre affrontare quelle che sono alcune delle emergenze ambientali, dalla Provincia classificate secondo la “teoria dei quattro elementi primari della natura”: *cambiamento climatico* - aria, *energia* - fuoco, *pianificazione del territorio* - terra e *gestione insostenibile della risorsa idrica* - acqua.

Si intende organizzare un convegno dal titolo “*La Terra ha bisogno di te, incontriamoci per sostenerla*” per promuovere un evento in cui l'ambiente e la cultura si fondono insieme per trasmettere un comune messaggio: dobbiamo continuare ad affrontare i problemi ambientali che coinvolgono tutte le Organizzazioni, da quelle internazionali a quelle locali, e i cui riflessi si

ripercuotono sui territori con la responsabilità di chi li amministra. Personaggi di rilievo del mondo scientifico verranno invitati così come poeti e giornalisti del settore.

## **Gli Strumenti**

### ***Iniziativa convegno***

Sarà promosso un convegno con un taglio diretto a prevedere alcune giornate di incontri tematici e culturali con l'intento di unire ambiente e cultura con il comune intento della salvaguardia del patrimonio ambientale e artistico culturale del nostro territorio.

### **Organizzazione eventi collaterali a tema**

### **Pianificazione conferenze e comunicati stampa**

### **Sito Internet**

## **I destinatari**

Cittadini

## **Collaborazioni istituzionali**

Comune di Fano, Associazioni Ambientaliste

## **XII.9. Obiettivo “Potenziare l'informazione sulle Infrastrutture e sulla Sicurezza.”**

### **XII.9.1. “Le Infrastrutture come fattore di sviluppo”**

Le infrastrutture e più in particolare la questione della viabilità stradale sono importanti per l'ormai irrinunciabile mobilità della nostra economia e della nostra società, oltre ad essere un buon biglietto da visita per una provincia con un forte richiamo turistico. Infatti elevare la qualità della vita delle comunità locali significa anche aumentare l'efficienza dei servizi pubblici, dell'infrastrutturazione, dei livelli di mobilità ed accessibilità delle nostre città e delle aree interne, elevando la fluidità del sistema viario e dei suoi livelli di sicurezza. Lo sviluppo di un territorio, dal punto di vista economico, turistico, culturale necessita di un sistema di infrastrutture coerenti e funzionali. La Provincia intende promuovere azioni di consultazione e confronto aprendo un dialogo significativo con i cittadini, le imprese, le associazioni e le istituzioni locali per informarli sulla progettazione e realizzazione degli interventi significativi per il miglioramento della mobilità e per le scelte infrastrutturali future che consentiranno lo sviluppo sostenibile di un piano complessivo di interventi per una integrazione reale della costa con le aree interne.

## **Gli strumenti**

### **Incontri sul territorio**

Si prevedono incontri pubblici con le cittadinanze su tutto il territorio.

### **Campagne informative**

Sono previste per garantire il massimo livello di informazione.

## **I destinatari**

Cittadini, Enti locali, Imprese, Associazioni

## **Collaborazioni istituzionali**

Enti locali, Istituzioni locali

### **XII.9.2. “Diritto alla Sicurezza, alla Legalità, alla Solidarietà”**

Occorre riconoscere che la sicurezza dei cittadini ed il poter vivere in comunità sicure rappresenta un bene primario. La Provincia di Pesaro e Urbino, sulla base di tale indiscutibile assunto, ritiene che anche un armonico sviluppo del territorio dipenda dai livelli di legalità e sicurezza che l'insieme delle istituzioni riesce a garantire, come del resto che la vivibilità del territorio e l'impegno attivo contro l'emarginazione sociale contribuiscano a questo risultato. La risposta non è unicamente quella della repressione, ma quella della prevenzione, della educazione civica dei cittadini e dell'impegno al recupero delle situazioni a maggior rischio. I cittadini devono poter sentire il territorio come patrimonio proprio e vicine le forze istituzionalmente preposte alla tutela della sicurezza. Il livello di legalità lo si costruisce a partire dal buon rapporto quotidiano con le regole del vivere civile. In questo c'è un compito dell'amministrazione provinciale che con le sue iniziative può realizzare un forte sostegno per la sicurezza e la vivibilità del territorio.

La costituzione del corpo unico di Polizia provinciale rappresenta dunque un forte salto di qualità delle capacità operative sul territorio, atto a garantire un' aumento della percezione di sicurezza dei cittadini.

Nel contempo occorre sviluppare le iniziative educative sui temi della *sicurezza*, a partire da quella *stradale*.

La situazione di questo territorio infatti non va affatto sottovalutata e necessita dunque di interventi urgenti al fine di dare risposte concrete. E' necessario lavorare tutti insieme, forze sociali, politiche, economiche ed autonomie locali per garantire sicurezza e legalità ai nostri cittadini.

## **Gli strumenti**

### **Corpo di Polizia e Festa della Polizia Provinciale**

Il corpo e il servizio di polizia provinciale hanno assunto un ruolo sempre più importante a seguito del processo di trasferimento di nuove funzioni amministrative trasferite agli enti locali, costituendo per tutta la collettività un sicuro presidio a tutela della legalità. Questa Amministrazione, in coordinamento con le politiche perseguite in ambito nazionale dall'UPI, ha scelto di investire nell'organizzazione della polizia locale e di assecondare il processo di rafforzamento delle polizie locali, valorizzando la loro specificità e unificando le strutture di vigilanza, al fine di garantire il buon

andamento e l'imparzialità dell'amministrazione. Nell'anno 2005 si è ufficializzata la Festa della Polizia Provinciale. Si sottolinea altresì che il nostro Corpo è stato il primo ad essere costituito nella Regione Marche.

### **Campagna informativa e di Comunicazione istituzionale sulla sicurezza stradale**

Si prevede di ripetere e potenziare la campagna istituzionale già promossa nell'anno 2005 "*Quando guidi. Pensa alla vita...non ne hai un'altra*", un progetto di sensibilizzazione ed informazione dei cittadini, specialmente giovani, sul tema della sicurezza stradale che, pur essendo una regola di vita che tutti devono rispettare sempre, nel periodo estivo, delle vacanze, assume ancor più valore dato l'alto tasso d'incidentalità stradale. L'iniziativa ha richiesto una ponderata elaborazione e impegnativi tempi di ideazione sia per la scelta dei mezzi per arrivare con forza ai cittadini sia per la delicatezza delle finalità: promuovere una guida più attenta e sicura nel rispetto generale del Codice della Strada ed invitare, specialmente i giovani, a tenere comportamenti prudenti e corretti evitando atteggiamenti esuberanti e di eccesso. Gli obiettivi sono dunque contrastare i comportamenti di guida che sono all'origine di tanti incidenti, stimolare il rispetto delle norme di circolazione come fattore primario della salvaguardia della vita ed indurre a usare i mezzi di protezione. Il progetto di campagna prevede i mezzi dell'*affissione in spazi diversi* (istituzionali, pubblici, luoghi di ritrovo dei giovani, pensiline delle fermate degli autobus), della *pubblicità dinamica su mezzi pubblici, dei sequenziali sulle strade provinciali, degli spot radio*. L'articolazione mediatica della campagna sarà fatta in step successivi per consentire di essere mantenuta nel corso di alcuni mesi ed assicurare una capillare diffusione per far sì che il messaggio non rimanga episodico ma divenga penetrante e possa restare debitamente memorizzato.

Considerata la valenza istituzionale della campagna e la sua importanza sociale, strumento rilevate sarà anche la collaborazione delle televisioni e della stampa nel fornire l'informazione e la circolazione del messaggio.

### **Manifesti e affissioni**

La campagna sarà diffusa con manifesti presenti nelle città del territorio provinciale ed in particolare presso i nodi di transito ritenuti particolarmente incisivi, con una cartellonistica mobile lungo le strade provinciali che inviti i conducenti dei veicoli ad abituarsi ad incontrare sempre lo stesso messaggio sulla strada, mentre viene percorsa, negli spazi pubblici di affissione e sugli autobus urbani ed extraurbani, nei diversi punti di informazione e ritrovo;

### **Spot radio/campagna stampa**

la pianificazione stampa prevede il ricorso a spot radiofonici, scegliendo appunto la radio per la sua duttilità, velocità e forza penetrativa, oltre che alle maggiori testate quotidiane a diffusione locale attraverso conferenze e comunicati stampa.



## **Comunicati stampa e conferenze stampa**

### **I destinatari**

Cittadini

### ***XII.10. Obiettivo “Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino”. Campagna di comunicazione istituzionale anno 2007***

Nel perseguimento degli obiettivi fissati nel Piano di Sviluppo Ecosostenibile e nel suo aggiornamento fino al 2009, è intenzione dell'Ente dare prosecuzione nell'ottica della continuità alla campagna promossa lo scorso anno per il coinvolgimento dei cittadini a ricercare ed elaborare nuove idee per il futuro della Provincia di Pesaro e Urbino e della sua collettività. Il progetto intende realizzare con il contributo di idee e proposte di tutti i cittadini, un'importante strumento di sviluppo locale necessario a caratterizzare sempre più la Provincia come un'Istituzione aperta all'ascolto e al confronto, in un processo circolare di interazione costruito tra la gente e con la gente. Il progetto denominato “*Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino*” è stato presentato alla struttura dipendente e ai collaboratori esterni dell'Ente, al fine di raccogliere una loro spontanea adesione per costituire una struttura interna che potesse collaborare al progetto. E' stato poi ideato e realizzato un logo accattivante e attivati canali diversi di comunicazione con l'ente per ascoltare le proposte, i suggerimenti, le idee appunto, dei cittadini e trasformarle in progetti concreti per lo sviluppo e il benessere della collettività. Non un luogo ideale dove coltivare illusioni, ma uno strumento ben definito che contribuisca allo sviluppo del territorio, muovendosi su binari già percorsi da questa Provincia: l'ascolto, il dialogo, il confronto diretto con i cittadini. La campagna 2007 prevede dunque di dare prosecuzione all'obiettivo di realizzare uno strumento organizzativo e di comunicazione a disposizione di tutti i cittadini per l'espressione e la discussione delle loro idee e per l'organizzazione di eventi, momenti di dialogo e confronto sulle idee, le nuove storie ed esperienze di vita che stanno cambiando il mondo di cui siamo spettatori spesso impotenti e di cui possiamo diventare protagonisti attivi.

### **Gli strumenti**

#### **Lay out**

Per stimolare la creazione di nuove idee, per la loro discussione, per le occasioni di incontro si è scelto di utilizzare degli spazi di proprietà dell'Amministrazione che, per la loro tipologia di allocazione e di arredo, sono ritenuti maggiormente idonei a divenire luoghi deputati all'incontro,

all'elaborazione e all'ascolto quali le salette del cittadino " Giuseppe Mari", " Sara Levi Nathan", "Giuseppe Angelini a Pesaro ed "Erivo Ferri" in Urbino.

### **Mezzi telematici**

Si è scelto di dotare il Forum di strumenti di comunicazione e dialogo in rete: sito, forum, newsgroup, posta elettronica, oltre ai mezzi tradizionali (fax, telefono), privilegiando in ogni modo il colloquio diretto se strumento preferito dal cittadino.

### **Manifesti e affissioni**

La campagna sarà diffusa con manifesti presenti nelle città del territorio provinciale dove si terranno gli eventi, nei diversi punti di informazione e ritrovo per ottimizzare la conoscenza dell'*immagine grafica* (una particolare illustrazione del fisico Albert Einstein con cui si identifica il "Forum").

### **Call Center**

Diverse indagini realizzate da società di sondaggi anche a livello nazionale hanno rilevato che i cittadini sentono con forza la necessità di essere informati sulle attività della Pubblica Amministrazione. Si è pensato quindi di istituire un Call Center, del resto già utilizzato dalla Provincia in altre occasioni, che con risorse esclusivamente interne riesce tempestivamente, con un costo più basso rispetto a qualunque altra forma di comunicazione, a raggiungere i cittadini.

### **Eventi**

E' prevista la realizzazione di eventi a tema

### **Percorsi tematici**

Si prevede un percorso itinerante dove organizzare gli eventi, gli incontri, i seminari di approfondimento che avranno come cornice alcuni tra i luoghi più suggestivi dei nostri comuni, le rocche, i castelli, i teatri.

### **Conferenze stampa e comunicati**

### **I destinatari**

Cittadini.

## **XII.11. 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.

L'obiettivo che si persegue con tenacia è quello di proporre ai giovani momenti ed occasioni di conoscenza e crescita per consentire loro di diventare cittadini consapevoli e capaci di affrontare il mondo con strumenti critici adeguati. In tal senso renderli consapevoli dei valori culturali e civili su cui si fonda l'Europa, farli sentire attivamente cittadini europei, lottare per abbattere le barriere che dividono i popoli respingendo ogni forma di discriminazione. In tale contesto si è concepito anche il progetto appositamente pensato per portare i ragazzi alla conoscenza della cultura di genere generale, competenze e talenti.

## **Gli strumenti**

### **Organizzazione convegno**

*“II meeting internazionale delle politiche giovanili”.*

Il 3° meeting nasce dall'esigenza di porre i giovani al centro dell'attenzione e di considerarli come la più grande risorsa del presente e del futuro. Dare attuazione alla partecipazione, alla cittadinanza attiva, all'impegno e al protagonismo dei giovani, come principi fondamentali trasversali a tutti i settori dell'azione politica, a livello nazionale così come a quello locale, affinché ci sia una ricaduta sulle vite dei giovani. Con il Meeting si vuole chiudere un percorso di concertazione per presentare una proposta di legge largamente condivisa al nuovo Governo. Il Meeting si svolgerà ad Urbino dal 9 al 12 maggio 2007. Quest'anno il filo conduttore sarà una riflessione ad ampio raggio legata ai temi della cittadinanza attiva e della partecipazione dei giovani nei processi decisionali.

### **Consiglio Provinciale dei Giovani eletti**

Si è deciso di dar vita a questo nuovo organo composto da ragazzi e ragazze di età compresa tra i 18 ed i 30 anni al fine di ottimizzare le condizioni istituzionali di partecipazione degli stessi alla vita provinciale. Si consente così ai giovani di questa provincia di partecipare attivamente alla progettazione e realizzazione degli obiettivi strategici per il nostro territorio, impegnandoli nella vita politico-amministrativa dell'ente. Da un lato si permette ai giovani di fornire un fattivo contributo di idee e proposte utili per il governo della comunità provinciale e dall'altro, si vuole offrire loro nuovo entusiasmo e nuova vitalità. Il Consiglio Provinciale dei Giovani eletti sarà il luogo dell'elaborazione di una logica politica pensata con e per i giovani per prendere parte in modo significativo ai cambiamenti sociali e culturali di questa provincia ed esserne protagonisti.

### **Servizio Mobilità Giovanile Europea**

Il progetto continuerà a fornire attraverso la presentazione e la realizzazione di progetti a valere sui finanziamenti dell'Unione Europea, una gamma completa di opportunità di formazione/lavoro in Europa (programma Leonardo da Vinci), di crescita multiculturale (scambi giovanili), di volontariato europeo sia in entrata che in accoglienza.

### **Incontri pubblici sul territorio**

Sarà data prosecuzione alla serie di appuntamenti pubblici sul territorio per offrire ai giovani la possibilità di conoscere e di accedere alle varie opportunità offerte dal Fondo Sociale Europeo, tra cui borse lavoro e assegni di ricerca per giovani laureati, iniziative di orientamento allo studio e al lavoro, bandi per la creazione di nuove attività imprenditoriali, tirocini formativi nelle imprese, qualificazione delle risorse umane, assistenza tecnica e formazione professionale completamente gratuita. Nonostante nel territorio provinciale vi sia un tasso di disoccupazione relativamente basso rispetto alla media nazionale, l'impegno dell'amministrazione è quello di riuscire a far entrare nel mercato del lavoro soprattutto i diplomati e laureati, in particolare donne, che nel nostro territorio trovano maggiori difficoltà", con l'obiettivo di offrire sempre maggiori opportunità di ingresso nel mondo del lavoro, così come di aiutare lo sviluppo di nuove attività imprenditoriali.

### **Cerimonia dei 100/100**

Si terrà anche quest'anno ad Urbino nell'Aula Magna del nuovo Magistero dell'Università degli Studi "Carlo Bo" il consueto appuntamento promosso dalla Provincia per festeggiare i nostri giovani che hanno concluso con il massimo dei voti la scuola superiore. Nell'anno 2006 Ospite d'eccezione alla cerimonia di premiazione degli studenti, ben 237, è stato il Premio Nobel per la Letteratura Dario Fo, da oltre 40 anni autore, attore, regista e scenografo. Agli studenti sarà consegnata una medaglia in metallo argentato con l'immagine di Raffaello e Rossini, due grandi della nostra provincia.

### **Progetto DE.CI.DI.**

Il progetto è volto a promuovere la partecipazione dei cittadini ai processi decisionali della Pubblica Amministrazione attraverso l'utilizzo delle Tecnologie informatiche.

La Provincia ha scelto come campione i giovani residenti nel territorio provinciale di età compresa fra **i 18 i 27 anni** che potranno esprimere il loro parere sul tema delle Politiche giovanili. Il duplice obiettivo è quello di far partecipare attivamente i giovani al dibattito pubblico in cui da sempre cerchiamo di coinvolgerli e farli sentire ascoltati attivando subito dopo azioni concrete: infatti tutte le opinioni raccolte verranno elaborate scientificamente e avranno un peso durante la scelta delle politiche future dell'Amministrazione provinciale andando ad incidere realmente nelle decisioni del governo locale. L'azione ha il sostegno da parte della Scuola ed è un ulteriore esempio di come avvicinare i giovani alla partecipazione e alle Istituzioni è certamente utile per la formazione dei nostri futuri cittadini attivi.

### **Conferenze stampa e comunicati**

Stampa locale, nazionale e specialistica.

### **Internet**

Aggiornamento con le iniziative e i contenuti sopra descritti.

## **I destinatari**

Cittadini, Giovani, Scuole superiori e Associazioni giovanili.

## **Collaborazioni istituzionali**

Comuni della Provincia

## **Sponsorizzazioni**

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

## ***XII.12. Obiettivo “Riportare al centro del dibattito culturale e politico della nostra Provincia il riconoscimento del valore delle donne nella società”***

Affrontare le politiche per le donne significa, innanzitutto, porre l'attenzione sul valore culturale della differenza di genere: un valore che la società civile deve saper ascoltare, conoscere e valutare. Un sistema sociale equilibrato e giusto deve tener conto necessariamente sia del pensiero maschile che di quello femminile se vuole rispondere adeguatamente alle esigenze e alle aspirazioni di tutti e far emergere equamente, nell'organizzazione generale, competenze e talenti.

## **Gli strumenti**

### **manifestazioni/convegni/eventi**

Si prevede l'organizzazione di manifestazioni quali *“Le modelle Antiche donne & Contemporanee. Percorsi di genealogia femminile”* che giunta alla sua quarta edizione 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, la loro intelligenza e capacità hanno ricoperto nei secoli un ruolo fondamentale per la crescita e lo sviluppo della nostra società e della nostra cultura. Anche la quarta edizione, propone incontri con protagoniste contemporanee nell'ambito di svariate discipline, in un dialogo ideale con donne del passato, loro ideali modelle femminili nella vita e nella professione.

### ***“Perle. Per le donne che cambiano. Il divenire della differenza.”***

Rassegna dedicata a tutte le donne che ieri, oggi, e domani hanno fatto, fanno e faranno la differenza. Nella Storia, moltissime donne hanno avuto il merito di “fare la differenza”, determinando profondi e positivi cambiamenti nel modo di pensare e di vivere della società. La nostra cultura contemporanea sembra, però, ancora ostaggio di vecchi pregiudizi e non adeguata ad accogliere e promuovere una civiltà *inclusiva delle differenze*. Occorrono nuovi approcci culturali e nuovi strumenti per trasformare il *disvalore della disparità nel valore della molteplicità*. Per questo nasce PERLE: *per promuovere e*

*diffondere l'idea che la valorizzazione delle differenze(a partire da quella tra uomo e donna) e la conquista della parità, sono garanzia di diritti fondamentali e di democrazia.*

Perle antiche, perle nuove, perle rare (ma anche perle... false) e perline (le giovanissime!), saranno le protagoniste di questa rassegna che vuole presentare donne speciali; donne diversissime tra loro per età, per provenienza, per formazione, ma che hanno in comune il valore di fare, ciascuna a suo modo, **la Differenza** nella società, nella politica, nell'arte, nell'economia, nella cultura, nella scienza. Donne di successo o donne totalmente ignote, ma che vale la pena di incontrare e di conoscere. Sono invitate a partecipare alla rassegna anche tutte le Istituzioni, le associazioni femminili, i gruppi di movimento, i coordinamenti all'interno delle istituzioni, le cooperative, le parti sociali, le imprese, i centri femministi, le testate giornalistiche, le case editrici, le librerie del territorio nazionale che possono essere presenti con le loro proposte e progetti. La rassegna presenta, inoltre, le varie iniziative che la Provincia di Pesaro e Urbino ha dedicato e dedica alle donne, prevedendo durante i 4 giorni di svolgimento l'alternarsi di tavole rotonde, dibattiti, incontri con donne di illustre rappresentanza della nostra realtà contemporanea, concerti, mostre e tanto altro.

#### **Laboratori collettivi/Corsi di formazione che riguardano i processi di innovazione**

**Progetto Donne e Leadership** collegato al progetto di Cantieri del Ministero della Funzione Pubblica. Il progetto di introduzione della prospettiva di genere e di revisione del sistema di sviluppo del personale rappresenta una delle azioni positive avviate all'interno del piano triennale. Si organizzeranno laboratori collettivi di apprendimento organizzativo e coaching individuale a supporto della realizzazione dei piani di sviluppo e laddove si verificano le condizioni necessarie, si trasmetterà l'intera esperienza ad altri Enti Pubblici e Aziende Private.

#### **Realizzazione Portale delle Donne e valorizzazione delle reti/protocollo d'intesa/ corsi di formazione**

Si intende sollecitare una cultura della condivisione delle attività e delle informazioni rivolte alle donne riunendo in un unico ambito informativo, le informazioni e le opportunità presenti nel territorio riguardanti le donne. Il progetto che ha preso il via nel 2005 e che ha portato all'elaborazione anche grafica, oltrechè contenutistica del portale, prevederà la messa in formazione di tutti i referenti di ogni associazione e la conseguente proposta di attivazione di un corso di formazione ad essi rivolto per il corretto trasferimento e aggiornamento delle informazioni sul portale.

#### **Giornate seminari/corsi di formazione/convegno**

Progetto europeo di formazione sulla sostenibilità dal titolo **“Per un nuovo paradigma di sviluppo sostenibile: applicazione nel contesto scolastico”**. Il progetto è rivolto ai docenti delle scuole medie e superiori e tratta come argomento il tema della sostenibilità quale dimensione interdisciplinare dell'insegnamento. Educare i giovani attraverso la formazione dei loro educatori, ai temi della

sostenibilità delle aree urbane visti attraverso la qualità della vita della donna intesa come indicatore di sviluppo di una società.

### **Realizzazione video e dvd**

### **Conferenze stampa e comunicati**

### **Stampa locale e nazionale**

### **Internet**

### **I destinatari**

Cittadini, Scuole superiori, Associazioni giovanili e femminili.

## **XII.13. Obiettivo “Ufficio Relazioni con il Pubblico”**

L'attività dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico è indirizzata ai cittadini singoli ed associati e rappresenta il punto di contatto privilegiato tra l'Amministrazione e la collettività amministrata. La sua legittimazione all'attività di comunicazione e di ascolto nei riguardi del cittadino ha conferito nuova spinta al difficile processo di radicamento di questo avamposto strategico del rapporto tra servizio pubblico e utenza. E' ancora necessario potenziare la qualità e quantità di informazioni attraverso un più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e dei percorsi di condivisione con i servizi e gli assessorati. Si intende proseguire verso il miglioramento degli standard di erogazione dei servizi garantendo rapidità, facilità e certezza delle informazioni, nel contempo sviluppando una maggiore visibilità del servizio che lo renda facilmente riconoscibile ed accessibile.

### **Gli strumenti**

#### **Front Office e Back Office**

Si possono individuare due zone d'ufficio: un front office a contatto con il pubblico e un back office dove invece si rielaborano e controllano le informazioni messe a disposizione. Il rapporto tra queste due sezioni dell'ufficio è comunque caratterizzato da una comunicazione bidirezionale; si ritiene di ottimizzare tale complementarietà al fine di consolidare la struttura nel suo insieme nei confronti degli altri uffici/referenti e del cittadino/utente.

L'Ufficio si propone di migliorare la conoscenza dei servizi e delle opportunità offerte dall'Ente ai diversi pubblici di riferimento (cittadini, comuni, associazioni). Attraverso lo sportello sono rese disponibili e maggiormente accessibili le informazioni di base sui vari Servizi, la modulistica, le informazioni sugli Uffici competenti e la normativa.

Il Servizio è il luogo fisico di informazione, consultazione, ascolto e dialogo con l'utenza, *riceve la posta consegnata manualmente*, cura la *distribuzione delle pubblicazioni* edite o patrocinate dall'Ente, provvede al *rilascio di documentazione* elaborata dai diversi Uffici provinciali (nulla-osta, certificati

ecc.). Infine fornisce anche via internet risposte personalizzate a richieste di informazioni, segnalazioni o reclami.

Nel 2007 si propone di porre l'attenzione ad un ulteriore miglioramento della qualità e dei tempi di risposta.

### **Indagini di citizen satisfaction**

La Provincia di Pesaro e Urbino, sempre attenta alla logica della qualità, trasparenza ed efficienza dei servizi che offre ad un cittadino consapevole dei suoi diritti e delle sue aspettative, ha intenzione di effettuare, in collaborazione con gli altri Uffici interessati a misurare il livello di gradimento dei servizi resi, un riscontro (feedback) sulle attività dell'Ente in termini di analisi della soddisfazione del cittadino (citizen satisfaction).

La verifica della qualità e della funzionalità dei servizi (sia rivolti ai cittadini che agli uffici) è un compito istituzionale dell'URP, ma è anche e soprattutto un modo per individuare eventuali criticità e apportare le modifiche necessarie a rendere i servizi stessi più aderenti alle aspettative dell'utenza.

Nell'anno 2005 si è dato avvio ad una indagine per valutare la soddisfazione dei cittadini-utenti relativamente al servizio offerto dall'ufficio realizzando un questionario da somministrare a coloro che si rivolgono all'URP.

Per il 2007 l'Ufficio Relazioni con il Pubblico ha redatto un **Progetto di indagine di citizen satisfaction denominato “PARLA CON NOI”** orientato a monitorare in futuro non soltanto l'URP ma qualsiasi Servizio dell'Ente. L'URP si è proposto come primo soggetto a cui applicare l'indagine di citizen satisfaction perché, per sua stessa natura, entra quotidianamente in contatto con un numero cospicuo di persone. Il Questionario verrà erogato all'utenza a partire da aprile 2007.

### **Rete interna dei referenti per la Comunicazione**

Per garantire il coordinamento delle attività di informazione e comunicazione di tutto l'Ente è stata prevista la creazione di una Rete di referenti per la 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 informativa dell'U.R.P., per l'implementazione del sito istituzionale e per ogni altro genere di comunicazione.

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.

Da una prima fase “spontanea” di organizzazione della Rete dei referenti per la Comunicazione, nell'anno 2007 sarà invece formalizzata la struttura della Rete con la determinazione dei suoi componenti e con la creazione di un logo identificativo del progetto denominato **“Passaparola.”**



Verranno organizzati incontri tra i responsabili dell'Ufficio Comunicazione e dell'URP e i referenti per la Comunicazione che consentiranno lo scambio di informazioni e la definizione delle azioni volte a creare flussi comunicativi stabili e reciproci.

#### **Centro di Documentazione:**

Il Centro di Documentazione ha il compito di raccogliere, classificare, diffondere e archiviare materiale giuridico-normativo (*Gazzette Ufficiali, BUR - Bollettino Ufficiale Regione Marche, Il Foro amministrativo e altre riviste amministrative specialistiche ecc.*) sia per l'utenza interna che esterna.

Il Centro di Documentazione effettua altresì ricerche documentali sulle fonti cartacee e sugli archivi elettronici e acquisisce annualmente l'aggiornamento di diverse banche dati quali ad esempio *Opere legali* edito da De Agostini, il *Repertorio di Giurisprudenza italiana* edito da UTET, *La Corte Suprema di Cassazione* edito dalla Corte Suprema di Cassazione.

Il Centro cura l'aggiornamento dei numerosi abbonamenti a periodici utilizzati dai Servizi dell'Ente che ne facciano richiesta e il loro relativo recapito ai vari Uffici.

Si prevede di attivare in futuro la ricognizione e la classificazione informatica del materiale disponibile in modo da agevolare la fruizione dello stesso da parte dell'utenza sia interna che esterna.

#### **Internet ed Intranet**

Si prevede di collaborare con il Ced al coordinamento del nuovo portale ai fini di una sua più utile fruizione per diffondere ancora più un modello di comunicazione relazionale ed interattivo in cui è il cittadino/cliente a decidere i modi e i tempi con cui entrare in contatto con l'amministrazione. E' necessario prevedere la stessa collaborazione anche per il sito intranet.

#### **Call center**

E' previsto in circostanza di campagne istituzionali.

#### **I destinatari**

Cittadini.

### **XII.14. Obiettivo “ Conferimento di onorificenze a cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino e loro valorizzazione”.**

#### **XII.14.1 “Una Provincia di Apifarfalle” Anno 2007**

E' prevista l'organizzazione della quarta edizione dell'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 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 si colloca nell'ambito degli interventi atti a realizzare concretamente l'idea di coesione sociale orientata altresì alle nuove generazioni.

Nella stessa scelta del nome attribuito al premio si è voluto mettere in luce il carattere doppio, economico e spirituale, dei valori premiati, usando un linguaggio non istituzionale, venato di simpatia: note a tutti sono infatti la laboriosità dell'ape e l'attitudine al volo della farfalla inteso come sforzo al raggiungimento di obiettivi sempre più alti, entrambe caratteristiche che contraddistinguono le genti della provincia di Pesaro e Urbino ed il suo territorio.

In tal senso si legge la particolare menzione che si è scelta di dedicare a coloro 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: *“La Provincia di Pesaro e Urbino celebra chi ha contribuito a costruire una comunità laboriosa, colta e solidale”*.

## **Gli strumenti**

### **Comitato d'onore e Comitato ristretto**

Trattandosi di riconoscimento istituzionale costituito dalla 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 che, sulla base delle candidature segnalate, provvedono alla scelta dei premiati.

### **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 Provinciale nel mese di Aprile.

### **Trofeo e attestati**

E' prevista la personalizzazione del conferimento con la creazione di un trofeo destinato a durare nel tempo che, legandosi al nome delle “apifarfalle”, ne diventi il simbolo, oltre a rappresentare un qualche motivo specifico che caratterizzi la stessa Provincia di Pesaro e Urbino.

### **Conferenza stampa**

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

## **Internet**

L'evento è descritto minuziosamente nel sito, dove è altresì reperibile il regolamento, l'elenco dei premiati delle precedenti edizioni e le immagini fotografiche di ogni singolo premiato.

## **I destinatari**

Cittadini

## **Collaborazioni istituzionali**

Associazioni di categoria e sindacali, Camera di Commercio, Ordini Professionali, Enti Locali, Università.

## **XII.14.2     “*Qui si vive bene, lo dicono i fatti!*” – Festa della Longevità**

L'Amministrazione intende promuovere e realizzare progetti dedicati interamente ai nostri cittadini più anziani di età compresa fra i 90 e 100 anni quale preziosa opportunità per realizzare un'azione di sostegno e di valorizzazione persuasiva e di stimolo verso comportamenti civici positivi nei confronti del ruolo dell'anziano nella famiglia e nella società. Il fine di valorizzare gli anziani come risorsa della provincia, di affrontare specifiche problematiche di carattere sociale, di valorizzare la loro aggregazione riducendo i rischi di isolamento ed emarginazione è infatti un importante obiettivo che questa Amministrazione intende affrontare con il contributo dei Comuni e degli altri Enti Locali. Poiché il progetto coinvolge tutta la nostra comunità provinciale si ritiene che la proposta in oggetto possieda un indubbio valore di promozione sociale per valorizzare gli anziani e far crescere il loro ruolo nella società.

### **Evento di comunicazione**

Tutti gli ultranovantenni che vivono nella nostra provincia sono invitati a partecipare alla “Festa della longevità” a loro dedicata per ricevere i rallegramenti da parte di tutto il territorio e il ringraziamento per aver portato la nostra provincia ai primi posti in Italia per lunghezza della vita.

In occasione della cerimonia verrà distribuito ai presenti un attestato di partecipazione e di ringraziamento

### **Ufficio Statistica**

In collaborazione con l'ufficio di Presidenza nella persona della Dott.ssa Lucia Busca saranno censiti tutti gli ultranovantenni residenti nel territorio provinciale.

### **Conferenze e comunicati stampa**

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

### **Sito Internet**

Sarà dato ampio spazio anche alle immagini fotografiche dell'evento

### **I destinatari**

Cittadini Anziani

### **Collaborazioni istituzionali**

Enti Locali

### **XIII. 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 2007);
- ✓ 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 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, 13/04/2007

**Il Direttore-Segretario Generale**

**Dott. Roberto Rondina**

**Il Dirigente Servizio 0.1 Affari Istituzionali,  
Generali, Giuridici e Legislativi**

**Dott. Andrea Pacchiarotti**

**Il Responsabile Comunicazione e U.R.P.**

**Avv. Stefania Geminiani**

**XIV. TABELLA RIEPILOGATIVA ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE  
PREVISTE PER L'ANNO 2007**

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Sviluppare il sistema di comunicazione integrata	Rete interna dei referenti per la Comunicazione  Rete dei responsabili degli URP  Centro di Documentazione  Internet/intranet	Cittadini Organi Istituzionali Dirigenti Dipendenti	Non previste	Oneri ordinari

**Tempistica:**

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Affermare l'identità coordinata della Provincia	Stemma ufficiale e intestati  Intitolazione Sale provinciali  Allestimenti/arredamenti  Sistema di segnaletica interna ed esterna  Sito Internet	Cittadini Amm.ri locali Imprese Professionisti	Non previste	Oneri ordinari

**Tempistica**

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Comunicare la propria missione e le attività svolte	Bilancio Etico Sociale  Bilancio di genere  Report intermedio	Cittadini Personale Interno Enti Locali	Non previste	Oneri ordinari

	<b>del mandato amministrativo</b>  <b>Diffusione del Bilancio Etico Sociale, del Bilancio di genere e del Report intermedio di mandato</b>			
--	--	--	--	--

### 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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Favorire il diritto di accesso alle informazioni	Back e Front-office – URP  Indagine customer satisfaction  Centro di Documentazione  Progetto DE.CLDI.  Messaggistica informativa SMS  Sede di Urbino  Sito Internet	Cittadini Enti Locali Amministratori Associazioni Categorie sociali	Non previste	Oneri ordinari

### 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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Rafforzare i canali d'informazione giornalistica	Comunicati stampa Conferenze stampa Rivista Internet Editoria	Cittadini Organi informazione	Non previste	Non ancora definiti



## Tempistica

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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
La comunicazione diretta del Presidente	Organi informazione Dialogo diretto Incontri sul territorio Sito internet	Cittadini	Non previste	Oneri ordinari

## 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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
“Comunicare il territorio. Progetto di Promozione e Valorizzazione del territorio della Provincia di Pesaro e Urbino”	Organizzazione unitaria e sistema a rete Immagine dell’Ente Promozione e valorizzazione delle tipicità locali Realizzazione di speciali editoriali Programma televisivo su rete nazionale Realizzazione spot e video documentari Organizzazione e partecipazione ad eventi a tema Pianificazione conferenze e comunicati stampa Realizzazione video	Cittadini Imprese Enti Locali Operatori di settore	Regione Marche Comuni Università Camera Commercio Fondazioni Asso.ni Categoria	Budget assegnato ai diversi assessorati

	CD			
	Fiere Naz.li/Intern.			
	Sito Internet			

### Tempistica

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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Pensare globalmente per agire in modo responsabile e sostenibile localmente	Iniziativa convegno  Organizzazione eventi collaterali a tema  Pianificazione conferenze e comunicati stampa  Sito Internet	Cittadini	Comune di Fano Associazioni ambientaliste	Bilancio Serv. Amb.

### Tempistica

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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Potenziare l'informazione sulle infrastrutture e sulla sicurezza:  <i>•“Le infrastrutture come fattore di sviluppo”</i>	Incontri sul territorio  Campagne informative	Cittadini Enti Locali Imprese Associazioni	Enti Locali Istituzioni Locali	Non ancora preventivabili
<i>•“Diritto alla Sicurezza, alla Legalità, alla Solidarietà”</i>	Corpo di Polizia e Festa della Polizia Provinciale  Campagna informativa e di comunicazione istituzionale sulla sicurezza stradale	Cittadini		<b>€ 5.000,00</b> <b>(cap. 300/10)</b>

	<b>Manifesti e affissione</b>  <b>Spot radio/Campagna stampa</b>  <b>Comunicati stampa e conferenze stampa</b>			
--	--	--	--	--

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
				X	Campagna Sicurezza stradale					Festa Polizia	X

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>“Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino”.</b> <b>Campagna di comunicazione istituzionale 2007</b>	Lay out Mezzi telematici Manifesti e affissioni Call center Eventi Percorsi tematici Conferenze stampa e comunicati	Cittadini	Non previste	<b>€ 3.000,00</b> <b>(cap. 300/09)</b>

### Tempistica

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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>Fornire strumenti di conoscenza ai giovani al fine di accrescere le possibilità di inserimento lavorativo e il senso della cittadinanza attiva</b>	Convegno 3° Meeting Internazionale delle politiche giovanili Consiglio Giovani eletti Servizio Mobilità giovanile Europea Incontri pubblici Cerimonia dei 100/100	Cittadini Giovani Scuole superiori Ass.ni giovanili	Comuni della Provincia	Budget Ass.to Pol.giov. 100/100: budget Serv. Istr. Pubblica DE.CI.DI: finanziamento europeo

	<b>Progetto DE.CI.DI.</b> <b>Conferenze/Comunicati</b> <b>Stampa</b> <b>Internet</b>			
--	---	--	--	--

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		<b>X</b>	<b>X</b>	Meeting DE.CI.DI	<b>X</b>	cerimonia 100/100	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>“Riportare al centro del dibattito culturale e politico della nostra Provincia il riconoscimento del valore delle donne nella società”</b>	<b>Manifestazioni/ convegni/eventi</b>  <b>Laboratori collettivi/ corsi di formazione sui processi di innovazione</b>  <b>Realizzazione Portale delle donne e valorizzazione delle reti/Protocollo d'intesa/Corsi di formazione</b>  <b>Giornate seminariali/corsi di formazione/convegno</b>  <b>Realizzazione video e DVD</b>  <b>Conferenze stampa e comunicati</b>  <b>Stampa locale e nazionale</b>  <b>Internet</b>	<b>Cittadini, Scuole superiori, Associazioni giovanili e femminili</b>	<b>Non previste</b>	<b>Budget Ass.to Pari opp.</b>

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
<b>X</b>	Le Modelle	<b>X</b>	<b>X</b>		Le Perle	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
“Ufficio Relazioni con il Pubblico”	Front e Back office Indagini di citizen satisfaction Rete interna dei referenti per la Comunicazione Centro di Documentazione Internet-intranet Call center	Cittadini	Non previste	Oneri ordinari

### 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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>Conferimento di onorificenze a cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino e loro valorizzazione:</b> <i>•“Una Provincia di Apifarfalle” Edizione 2007</i>	Comitato d'onore/ristretto Evento di comunicazione Trofeo e attestati Conferenza stampa Internet	Cittadini	Ass.ni di categoria Ass.ni sindacali C.C.I.A.A. Ordini Professionali Enti Locali Università	<b>€ 4.500,00</b> <b>(cap. 300/8)</b>
<i>•“Qui si vive bene, lo dicono i fatti!”- Festa della Longevità</i>	Evento comunicazione di Ufficio statistica Conferenze e comunicati stampa Sito Internet	Cittadini Anziani	Enti locali	Budget Uff. Comun.

### Tempistica

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

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
“Iniziative di comunicazione dei singoli Servizi”	Vedi parte II Piano di Comunicazione 2007 “Iniziative di comunicazione dei singoli Servizi”			

**Tempistica**

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
Vedi parte II P.di C.											

## XV. LA NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- [\*\*Direttiva del 19 dicembre 2006\*\*](#) – Per una Pubblica Amministrazione di qualità
- [\*\*Direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica, ottobre 2005\*\*](#)  
Direttiva sulla semplificazione del linguaggio della Pubblica Amministrazione
- [\*\*Direttiva 2005/35 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 7 settembre 2005\*\*](#)  
Relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali
- [\*\*Direttiva dei Ministri per l'Innovazione e le Tecnologie e della Funzione Pubblica del 27 luglio 2005\*\*](#)  
Direttiva per la qualità dei servizi on line e la misurazione della soddisfazione degli utenti
- [\*\*Decreto del Ministro dell'Innovazione e le Tecnologie 8 luglio 2005\*\*](#)  
Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici
- [\*\*Decreto legislativo 7 marzo 2005 n. 82\*\*](#)  
Codice dell'Amministrazione Digitale
- [\*\*D.P.R. 1 Marzo 2005 , n. 75\*\*](#)  
Regolamento di attuazione della legge 9 gennaio 2004, n. 4, per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici
- [\*\*Decreto legislativo 28 febbraio 2005, n. 42\*\*](#)  
Istituzione del sistema pubblico di connettività e della rete internazionale della Pubblica Amministrazione, a norma dell'articolo 10, della legge 29 luglio 2003, n. 229
- [\*\*Legge 11 Febbraio 2005 , n. 15\*\*](#)  
Modifiche ed integrazioni alla legge 7 agosto 1990, n. 241, concernenti norme generali sull'azione amministrativa
- [\*\*D.P.R. 11 Febbraio 2005 , n. 68\*\*](#)  
Regolamento recante disposizioni per l'utilizzo della posta elettronica certificata, a norma dell'articolo 27 della legge 16 gennaio 2003, n. 3
- [\*\*Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 9 febbraio 2005\*\*](#)  
Misure finalizzate all'attuazione nelle pubbliche amministrazioni delle disposizioni contenute nel decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante Codice in materia di protezione dei dati personali, con particolare riguardo alla gestione delle risorse umane
- [\*\*Direttiva del Ministro dell'Innovazione e Tecnologie del 4 gennaio 2005\*\*](#)  
Linee guida in materia di digitalizzazione dell'Amministrazione
- [\*\*Direttiva dei Ministri della Funzione Pubblica e dell'Innovazione e Tecnologie del 6 agosto 2004\*\*](#)  
Direttiva in materia di progetti formativi in modalità e-learning nelle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 24 marzo 2004\*\*](#)  
Misure finalizzate al miglioramento del benessere organizzativo nelle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 24 marzo 2004\*\*](#)  
Direttiva sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini
- [\*\*Legge 9 gennaio 2004, n. 4\*\*](#)  
Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici
- [\*\*Direttiva dei Ministri dell'Innovazione e della Funzione Pubblica del 27 novembre 2003\*\*](#)  
Direttiva per l'impiego della posta elettronica nelle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Decreto del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie del 14 ottobre 2003\*\*](#)  
Approvazione delle linee guida per l'adozione del protocollo informatico e per il trattamento informatico dei procedimenti amministrativi
- [\*\*D.P.R. 30 giugno 2003, n. 196\*\*](#)  
Codice in materia di protezione dei dati personali

- [\*\*D.P.R. 7 aprile 2003, n. 137\*\*](#)  
Regolamento recante disposizioni di coordinamento in materia di firme elettroniche a norma dell'articolo 13 del D.Lgs 23 gennaio 2002, n. 10
- [\*\*Direttiva P.C.M. 30 maggio 2002\*\*](#)  
Conoscenza e l'uso del dominio internet ".gov.it" e l'efficace interazione del portale nazionale "italia.gov.it" con le pubbliche amministrazioni e le loro diramazioni territoriali
- [\*\*Decreto del Ministro della Funzione Pubblica 8 maggio 2002\*\*](#)  
Istituzione della Commissione per la valutazione delle attività di formazione, prevista dalla Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica 7 febbraio 2002
- [\*\*Direttiva P.C.M. 7 febbraio 2002\*\*](#)  
Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica 13 dicembre 2001\*\*](#)  
Formazione e valorizzazione del personale delle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Decreto P.C.M. 31 ottobre 2001\*\*](#)  
Istituzione, presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della funzione pubblica, di una struttura di missione, ai sensi dell'art. 7, comma 4, del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303
- [\*\*Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3\*\*](#)  
Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione
- [\*\*D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422\*\*](#)  
Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi
- [\*\*D.P.R. 21 settembre 2001, n. 403\*\*](#)  
Regolamento sui criteri per l'individuazione dei soggetti professionali esterni da invitare alle procedure di selezione per realizzare comunicazioni istituzionali a carattere pubblicitario
- [\*\*Circolare 13 marzo 2001, n. 3\*\*](#)  
Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Legge 7 marzo 2001, n. 62\*\*](#)  
Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416
- [\*\*D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445\*\*](#)  
Testo unico delle disposizioni di legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa
- [\*\*Direttiva P.C.M. 27 settembre 2000\*\*](#)  
Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato
- [\*\*Decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267\*\*](#)  
Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli Enti locali
- [\*\*Legge 7 giugno 2000, n. 150\*\*](#)  
Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni
- [\*\*Legge 3 agosto 1999, n. 265\*\*](#)  
Disposizioni in materia di autonomia e ordinamento, nonché modifiche alla legge 8 giugno 1990, n. 142
- [\*\*Decreto legislativo 11 maggio 1999, n. 135\*\*](#)  
Disposizioni integrative della Legge 31 dicembre 1996, n. 676, sul trattamento dei dati sensibili da parte dei soggetti pubblici
- [\*\*Legge 8 marzo 1999, n. 50\*\*](#)  
Delegificazione e testi unici di norme concernenti procedimenti amministrativi - legge di semplificazione 1998



- [\*\*Decreto del Presidente della Repubblica 20 ottobre 1998, n. 403\*\*](#)  
Regolamento di attuazione degli articoli 1, 2 e 3 della Legge 15 maggio 1997, n. 127, in materia di semplificazione delle certificazioni amministrative
- [\*\*Legge 30 luglio 1998, n. 281\*\*](#)  
Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti
- [\*\*Legge 16 giugno 1998, n. 191\*\*](#)  
Modifiche ed integrazioni alle leggi 15 marzo 1997, n. 59, e 15 maggio 1997, n. 127, nonché norme in materia di formazione del personale dipendente e di lavoro a distanza nelle pubbliche amministrazioni. Disposizioni in materia di edilizia scolastica
- [\*\*Decreto del Presidente della Repubblica 10 novembre 1997, n. 513\*\*](#)  
Regolamento recante criteri e modalità per la formazione, l'archiviazione e la trasmissione di documenti con strumenti informatici e telematici, a norma dell'articolo 15, comma 2, della legge 15 marzo 1997, n.59.
- [\*\*Legge 15 maggio 1997, n. 127\*\*](#)  
Misure urgenti per lo snellimento dell'attività amministrativa e dei procedimenti di decisione e di controllo
- [\*\*Legge 15 marzo 1997, n. 59\*\*](#)  
Delega al Governo per il conferimento di funzioni e compiti alle regioni ed enti locali, per la riforma della Pubblica Amministrazione e per la semplificazione amministrativa
- [\*\*Legge 31 dicembre 1996, n. 676\*\*](#)  
Delega al Governo in materia di tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali
- [\*\*Legge 31 dicembre 1996, n. 675\*\*](#)  
Tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali
- [\*\*Legge 11 luglio 1995, n.273\*\*](#)  
Misure urgenti per la semplificazione dei procedimenti amministrativi e per il miglioramento dell'efficienza delle pubbliche amministrazioni
- [\*\*Direttiva P.C.M. 11 ottobre 1994\*\*](#)  
Direttiva sui principi per l'istituzione ed il funzionamento degli uffici per le relazioni con il pubblico
- [\*\*Circolare del Ministro della Funzione Pubblica 27 aprile 1993, n. 17/93\*\*](#)  
Art. 12 del Decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29. Istituzione dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico e disciplina delle attività di comunicazione di pubblica utilità
- [\*\*Decreto Legislativo 3 febbraio 1993, n. 29\*\*](#)  
Razionalizzazione dell'organizzazione delle amministrazioni pubbliche e revisione della disciplina in materia di pubblico impiego, a norma dell'articolo 2 della legge 23 ottobre 1992, n. 421
- [\*\*Legge 7 agosto 1990, n. 241\*\*](#)  
Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi
- [\*\*Legge 8 giugno 1990, n. 142\*\*](#)  
Ordinamento delle autonomie locali
- [\*\*Costituzione della Repubblica Italiana\*\*](#)



## La Comunicazione visiva e la grafica creativa

Non può sfuggire d'attenzione come in un moderno sistema di comunicazione, importanza sempre più rilevante sia rivestita dal messaggio visivo, sia quando esso debba essere affidato a veicoli cartacei sia quando venga trasmesso in formato digitale attraverso media informativi (web, internet, televisione, audiovisivi, proiezioni).

Proprio per il suo aspetto di suggestione diretta e immediata, la comunicazione visiva ha bisogno di essere supportata da format di qualità e di chiara espressione.

Per questo è fondamentale che sia espressa attraverso modelli di grafica creativa basata su accertati livelli di professionalità ed esperienza tanto più quando essa, come nel nostro caso, debba finalizzarsi alla diffusione di contenuti di pubblica utilità.

Si è voluto perciò concludere il presente Piano di Comunicazione allegando alcuni esempi di messaggi visivi realizzati nel più recente corso di questa esperienza di settore.

Tali progetti hanno interessato lo studio dei loghi, l'elaborazione di manifesti, brochures, pieghevoli, inserzioni e ogni altra forma di stampato, nonché la loro veicolazione attraverso internet.

## Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARE

**4**  **novembre 2006**  
 è la ricorrenza che celebra la memoria comune degli italiani, il loro spirito di indipendenza e di libertà, la sofferta conquista della democrazia e della pace. Il Risorgimento, la lotta per l'unità d'Italia, l'ideale di patria libera hanno posto le fondamenta da cui sono nate una Nazione nuova e la sua Costituzione. Il contributo delle Forze Armate, fedeli custodi delle nostre tradizioni di civiltà e solidarietà, è stato determinante per la storia della Nazione. Al loro valore e sacrificio va la grata riconoscenza di tutto il popolo italiano per quanto hanno dato e per quanto ancor oggi danno in Italia e nelle missioni nel mondo per difendere i valori universali della Libertà, della Pace e della Democrazia.

Dott. Luigi Riccio Prefetto di Pesaro e Urbino.  
 Sen. Palmiro Ucciardi Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino.

**AR  
AR  
TE**

 per la pace

**Vacanze,  
insieme è meglio!**

Provincia di Pesaro e Urbino

L'abbandono degli animali è vietato dalla coscienza e dalla legge

 **Provincia di Pesaro e Urbino**  
**Bilancio Etico Sociale 2005**

Risorse e investimenti  
per una crescita condivisa



## Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARe

**Inaugurazione del Centro per l'Impiego, l'Orientamento e la Formazione a Palazzo Palazzi**

Provincia di Pesaro e Urbino  
 Palumbo Lombardi  
 Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino  
 Stefano Legnani  
 Sindaco di Pesaro  
 Massimo Cichetti  
 Presidente della Commissione Professionisti e Pubblici per il Lavoro della Provincia di Pesaro e Urbino  
 Ugo Marchi  
 Assessore alla Cultura, Architetture, Patrimonio e Turismo della Regione Marche  
 Roberto Stivaldi  
 Responsabile Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale

La città è viva e continua a partecipare



Provincia di Pesaro e Urbino | Regione Marche | Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale | Unione Comuni Pian del Bruscolo

Provincia di Pesaro e Urbino  
 Unione Comuni  
 Pian del Bruscolo

I giovani studiano il territorio per uno sviluppo ed un'economia sostenibili



Laboratorio strategico della  
**Città Futura**

Provincia di Pesaro e Urbino  
 Comune di Pesaro  
 Locali Comunali Provinciali  
 Pesaro e Urbino  
 Associazione Culturale "La Musa" Pesaro

**Stella d'oro al merito sportivo a Claudio Costa. Un medico, un mito!**  
 Pesaro 9/11 gennaio 2007

**dottorcosta**



Un'occasione preziosa per ricordare il grande sportivo di Pesaro e Urbino, il medico Claudio Costa, che ha lasciato un'eredità di grande valore sportivo e culturale.

**Mercoledì 9 gennaio, Pesaro**  
 Ore 19.00: Cerimonia di premiazione a Palazzo Palazzi, Sala Consiliare. Ingresso libero.

**Mercoledì 9 gennaio, Pesaro**  
 Ore 20.00: Concerto di musica classica a Palazzo Palazzi, Sala Consiliare. Ingresso libero.

**Mercoledì 9 gennaio, Pesaro**  
 Ore 21.00: Concerto di musica classica a Palazzo Palazzi, Sala Consiliare. Ingresso libero.

**Mercoledì 9 gennaio, Pesaro**  
 Ore 22.00: Concerto di musica classica a Palazzo Palazzi, Sala Consiliare. Ingresso libero.

Provincia di Pesaro e Urbino | Comune di Pesaro | Locali Comunali Provinciali Pesaro e Urbino | Associazione Culturale "La Musa" Pesaro

Nel settimo anniversario della sua costituzione

**Festa del Corpo della Polizia Provinciale**

Pesaro 11 novembre 2006  
 Sede di Pesaro, Villa Farnaghi  
 ore 10,30

Provincia di Pesaro e Urbino



La Polizia provinciale di Pesaro e Urbino  
**Cordialmente**  
 al servizio dei cittadini



## Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
cARe  
uni  
re

**La città futura tra Pesaro e Urbino**

Lungi ideale, rispetto, del valore ambientale, sociale e culturale che nascerà a Pesaro e Urbino, lungo la valle del fiume Foglia

**Montecchio**

**Reservato pubblico**  
martedì 28 luglio 2006  
ore 21.00  
Piazza della Repubblica

**FORUM delle IDEE**



**Consiglio Provinciale dei Giovani Eletti**

Provincia di Pesaro e Urbino

**IN...FORMAZIONE**  
giovani, formazione, lavoro

Incontri pubblici  
con la Provincia di Pesaro e Urbino  
Interviene il Presidente Sen. Palmiro Uccielli

Urbino, 19 ottobre 2006 ore 21.00  
Piazza San Francesco (vicino al teatro Sisto Terzetti, Colonna Ruffalesi)

Provincia di Pesaro e Urbino

**Consiglio Provinciale dei Giovani Eletti**

**Incontro - dibattito**  
**Il Consiglio dei Giovani eletti incontra i candidati alle elezioni universitarie**

Lunedì 27 novembre 2006 ore 16.30  
Aula B1, Facoltà Economica  
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"  
Via Saffi, Urbino

ore 16.30  
Inizio di lavoro

Prof. Leo Sacchi, Rettore della Università degli Studi di Urbino, Palazzo Cosulich, Preside della Provincia di Pesaro Urbino  
Prof. Massimo Lombardi, Rettore dell'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"  
Prof. Massimo Lombardi, Professore Universitario degli Studi di Urbino "Carlo Bo"  
Prof. Carlo Baccarelli, Presidente dell'UNIV di Urbino  
Dott. Fulvio Scaramoni, Presidente del Consiglio di Università

**Moderatori**  
Dott. Gabriele Costantini, giornalista

ore 17.00  
**DEBATE UNIVERSITARIO**  
I candidati all'UNIV dell'Università degli Studi di Urbino  
"Carlo Bo"  
Lunedì 27 novembre 2006 ore 16.30

**DEBATE UNIVERSITARIO**  
Membri del Consiglio di Università  
Rappresentanti dei docenti  
Rappresentanti di studenti universitari

ore 18.00  
**CONCLUSIONI**

Una giornata di  
Montecchio, Urbino  
Provincia di Pesaro e Urbino  
Cava di Urbino

Info e contatti  
tel. 0747/200000  
Web: [www.provincia.pesaro.it](http://www.provincia.pesaro.it)  
e-mail: [comunicazione@provincia.pesaro.it](mailto:comunicazione@provincia.pesaro.it)

Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARe

**Provincia di Pesaro e Urbino, la Provincia dove si vive più a lungo in Italia**

**FESTA DELLA LONGEVITA'**



**INVITO**

grafica: p. p. / ufficio comunicazione pesaro



PROVINCIA DI PESARO E URBINO  
TERRA DI RAFFAELLO E ROSSINI

Provincia di Pesaro e Urbino  
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"

Urbino, lunedì 31 luglio 2006  
Aula Magna di Magistero ore 10,30

**Cerimonia dei diplomati con 100/100**  
anno scolastico 2005/2006

Provincia di Pesaro e Urbino

**Una terra da scoprire "La Provincia Bella di Pesaro e Urbino", uno scrigno di tesori artistici, naturalistici, enogastronomici e tante seduzioni per lo svago e il divertimento. Non perdere l'occasione per conoscerla e vivere una vacanza da raccontare agli amici. Provincia di Pesaro e Urbino, terra d'incanti tra mare e monti, terra di Raffaello e Rossini.**

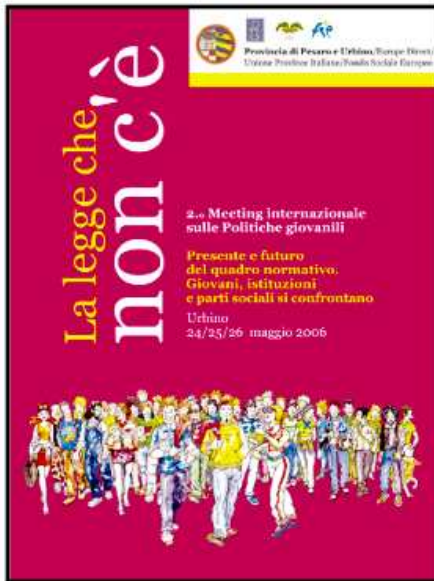
Numero Verde **800-563800**  
www.turismo.pesarourbino.it  
info@turismo.pesarourbino.it



grafica: p. p. / ufficio comunicazione pesaro

## Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
CARe




Provincia di Pesaro e Urbino, Europe Direct, Unione Provincie Italiane/Fondo Sociale Europeo

**La legge che c'è non c'è**

2.<sup>a</sup> Meeting internazionale sulle Politiche giovanili

Presente e futuro del quadro normativo. Giovani, istituzioni e parti sociali si confrontano

Urbino  
24/25/26 maggio 2006




Provincia di Pesaro e Urbino, Regione Marche, Comune di Macerata, Comune di Serra Sapea, Montecosaro, Ternano, Comune di Montecosaro, Associazione AME e ANCE, Unione UE, CNR, CIA

**Marcinelle**  
1956-2006  
AU COEUR DU CADRE

**Perticara**  
27 ottobre 2006 ore 9.30  
Sala Convegni Sulpur Museo Storico Minerario

Convegno  
**A 50 anni da Marcinelle:**  
cos'è cambiato in Europa in tema di sicurezza sul lavoro

Con il contributo di



Provincia di Pesaro e Urbino

**Porte aperte**  
sui beni architettonici recuperati dalla Provincia

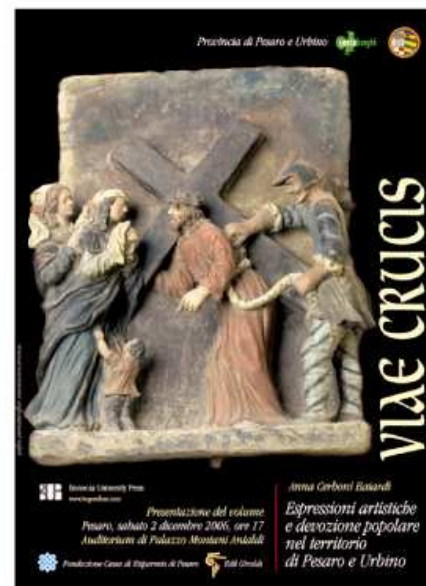
Cerimonia di inaugurazione e presentazione ufficiale del restauro di:

**Palazzo Mochi Zamperoli**

Cagli, venerdì 2 marzo 2007, ore 17

Luca  
Raimondo Papi Sindaco di Cagli  
Sen. Roberto Quattrini Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino  
Ugo Marzi Spazio Presidente della Regione Marche

I. Gualandri - www.urbino.it



Provincia di Pesaro e Urbino

**VIAE CRUCIS**

Presentazione del volume  
Pesaro, sabato 2 dicembre 2006, ore 17  
Auditorium di Palazzo Montani Andolà

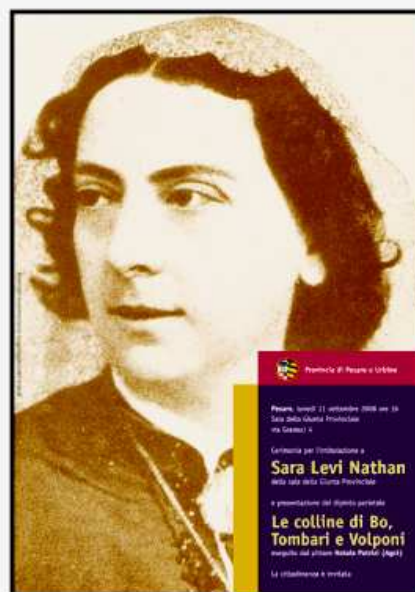
Anna Carbone Bassardi  
*Espressioni artistiche  
e devozione popolare  
nel territorio  
di Pesaro e Urbino*

Provincia di Pesaro e Urbino  
Fondazione Casa di Riposo di Pesaro  
Tutti Urbino



Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARe





Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARe

**Chi guida prudente  
E' GANZO**  
... e si cucca le fragole



**Chi guida pericoloso  
E' GONZO**  
... e si ficca in trappola








Provincia di Pesaro e Urbino  
Servizio Civile

**Un anno da prendere al volo!**

**Cosa ti offre il Servizio Civile Volontario**

**Durata:** 1 anno per 30 ore settimanali di servizio

**Compensazione mensile:** 433,80 euro

**Accesso ai Crediti Formativi**

**Riconoscimento ai fini assicurativi e previdenziali**

**I giovani nell'impegno sociale con il Servizio Civile Volontario nella provincia di Pesaro e Urbino**

Se hai un'età compresa tra i 18 e i 28 anni partecipi entro il 31 gennaio 2010 al bando per la selezione di 200 volontari di impegno negli enti locali della provincia nell'ambito dei servizi alla persona, della cura, della protezione della biodiversità, della tutela del paesaggio e della valorizzazione del patrimonio.

Per informazioni o per iscrizioni vai su [www.serviziocivile.it](http://www.serviziocivile.it) o vai al sito [www.provincia.pesaro-urbino.it](http://www.provincia.pesaro-urbino.it)





Provincia di Pesaro e Urbino

**La Provincia cresce...  
...a Urbino e nel Montefeltro**

**Inaugurazione di nuovi locali per nuovi servizi**

Urbino - sabato 12 aprile 2010 - ore 10,30  
Piazza della Repubblica 1

**Partecipano:** Sindaco  
Vice Sindaco  
Assessori  
Consiglieri Provinciali  
Rappresentanti della Provincia  
Rappresentanti della Regione Marche  
Rappresentanti della Provincia di Pesaro e Urbino  
Rappresentanti della Provincia di Foligno  
Rappresentanti della Provincia di Terni  
Rappresentanti della Provincia di Arezzo  
Rappresentanti della Provincia di Grosseto  
Rappresentanti della Provincia di Livorno  
Rappresentanti della Provincia di Pisa  
Rappresentanti della Provincia di Siena  
Rappresentanti della Provincia di Prato  
Rappresentanti della Provincia di Pistoia  
Rappresentanti della Provincia di Lucca  
Rappresentanti della Provincia di Carrara  
Rappresentanti della Provincia di Massa Carrara  
Rappresentanti della Provincia di Reggio Emilia  
Rappresentanti della Provincia di Modena  
Rappresentanti della Provincia di Parma  
Rappresentanti della Provincia di Piacenza  
Rappresentanti della Provincia di Mantova  
Rappresentanti della Provincia di Verona  
Rappresentanti della Provincia di Padova  
Rappresentanti della Provincia di Treviso  
Rappresentanti della Provincia di Belluno  
Rappresentanti della Provincia di Udine  
Rappresentanti della Provincia di Pordenone  
Rappresentanti della Provincia di Gorizia  
Rappresentanti della Provincia di Trieste



Alcuni esempi di comunicazione visiva realizzata

Com  
uni  
cARe

