



**La Comunicazione** pubblica, oggi parte integrante dell'azione delle Pubbliche amministrazioni, acquista rilevanza a partire dal processo di riforma degli anni novanta.

I pilastri su cui si regge questa funzione amministrativa sono:

- **Legge 150/2000** che, per la prima volta, fornisce gli strumenti per interagire con l'esterno e creare canali interni di informazione,

- **Direttiva 7 febbraio 2002** del P.C.M. Dipartimento della Funzione Pubblica che dispone: *"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"*,

- **Direttiva 24 marzo 2004** del P.C.M. Dipartimento della Funzione Pubblica sulla qualità percepita dai cittadini basata sull'ascolto e sulla partecipazione affinché i servizi erogati siano tarati sui bisogni effettivi.

**Nel 2008** l'Ufficio Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino, guidato dall'avv. Stefania Geminiani, per realizzare i principi di trasparenza, pubblicità e semplificazione, ha realizzato le attività di cui alla **Tabella 1**.



n°	Attività 2008 per la Comunicazione istituzionale
1	piano di Comunicazione 2008/09
13.300	contatti URP
2	indagine di soddisfazione dei cittadini
9	campagne di Comunicazione Istituzionale
57	eventi pubblici
6	allestimenti
250	progetti grafici per la comunicazione esterna ed interna
6	pubblicazioni editoriali
3	funzioni per il sito della provincia
7	funzioni per il Cerimoniale
2	attività per programmi TV

Tabella 1

*"La legge 150 del 2000 si colloca come un pilastro eretto a sostegno di un nuovo agire della Pubblica Amministrazione e 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 senza un dialogo continuo con i cittadini amministrare è ormai impossibile. Punto di partenza perché dalla legge bisogna muovere sapendo che ormai la qualità del rapporto fra cittadini e le amministrazioni è misurata anche dalla qualità della comunicazione di interesse generale.*

*Moltissimi sono gli strumenti che abbiamo a disposizione, da quelli più tradizionali ai nuovi media: non ci resta che usarli nella maniera giusta ricordando sempre che la relazione tra amministrazioni e cittadini è mutata in modo radicale: ai cittadini sono stati riconosciuti diritti nuovi e le amministrazioni devono sviluppare una sempre maggiore attenzione alla qualità dei servizi orientando la loro azione in funzione dei bisogni reali.*

**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."

il Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino  
**Sen. Palmiro Uccielli**

## Comunicare con l'URP

Nel **2008** l'Ufficio Relazioni con il Pubblico ha visto incrementare del **+ 3,7%** il numero dei contatti con l'utenza esterna, gestendo circa **13.380 contatti** con una media di 44 contatti al giorno.

Quasi il 40% di questi contatti riguarda la ricezione della **posta in arrivo** (da 4.515 nel 2007 a 5.170 nel 2008) registrando un incremento del **+14,5%**.

Questi andamenti positivi sono probabilmente dovuti ad una serie di fattori tra cui la sempre **maggiore legittimazione dell'URP all'attività di comunicazione e di ascolto** nei riguardi del cittadino.

Tale legittimazione ha certamente conferito una nuova spinta al difficile processo di radicamento di questo avamposto del rapporto tra servizio pubblico e utenza.

Le azioni di supporto all'utenza

hanno riguardato:

**25%** informazioni su corsi, bandi, modulistica del Servizio di Formazione professionale e dei Centri per l'Impiego della Provincia,

**18%** richiesta di atti disposti sia dall'Ente (determine, delibere, regolamenti, statuto, ecc.) che da altre Pubbliche Amministrazioni (Governò, Parlamento, Regione Marche, altre regioni ed enti locali),

**16%** notizie su attività culturali promosse dall'Ente (iniziative, mostre, pubblicazioni, ecc.),

**13%** bandi, certificazioni, informazioni generiche, modulistica del Servizio del Personale della Provincia,

**10%** contributi e sussidi concessi dall'Ente a vario titolo,

**10%** notizie su procedimenti amministrativi in ordine alla attività venatoria, ambiente, urbanistica, codice della strada,



imposte e tariffe, nonché informazioni per istanze di accesso a documenti dell'Ente, **5%** segnalazioni, numeri utili per emergenze, servizi disponibili per il Servizio Viabilità e Manutenzione strade della Provincia, **3%** informazioni su iniziative e attività di altre Amministrazioni locali.

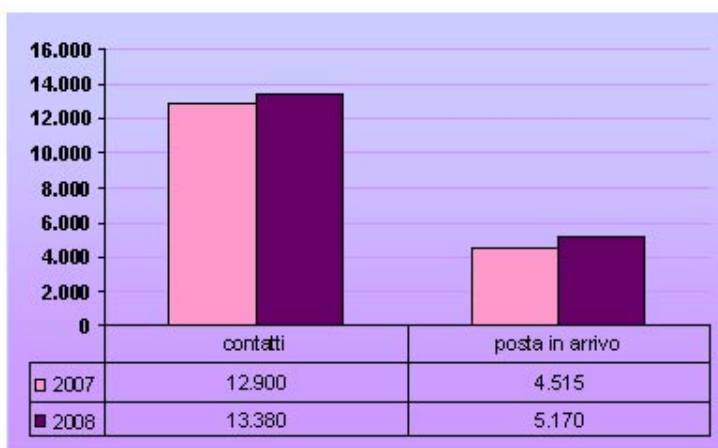
### La rilevazione della qualità

Se oggi i cittadini sanno che l'URP garantisce l'accesso alle informazioni, ai procedimenti ed ai servizi dell'Ente, **meno conosciuta è la sua funzione di verifica della qualità dei servizi** erogati e del gradimento degli stessi da parte degli utenti.

Nel 2008 la provincia di Pesaro e Urbino ha elaborato i risultati dell'**indagine di soddisfazione dei cittadini** sull'attività dell'URP svolta nel 2007, denominata **Parla con noi**: i risultati, decisamente positivi, sono stati riepilogati in un **Documento finale 2007** che propone anche le possibili azioni di miglioramento.

Il **questionario**, progettato per consentire l'utilizzo da parte di tutti i Servizi dell'Ente, richiede opinioni facilmente rilevabili dal cittadino anche dopo un solo contatto.

Inoltre è stata attivata l'indagine di soddisfazione dei cittadini sull'attività dell'URP svolta nel 2008. Nei mesi tra aprile e novembre 2008 sono stati somministrati 175 questionari (circa il 2% dell'affluenza relativa al periodo di riferimento) le cui conclusioni verranno rese pubbliche entro marzo 2009.



## Comunicare con gli spazi: le Sale provinciali

Partendo dal presupposto che la nostra Amministrazione **comunica anche attraverso gli spazi** (da quelli maggiormente operativi come gli uffici aperti al pubblico, a quelli più rappresentativi quali le Sale istituzionali) sono state potenziate le attività di allestimento e di concessione delle Sale provinciali.

E' l'incremento della richiesta di utilizzo di queste ultime che ha fatto nascere la necessità di pubblicare nel portale Internet della Provincia un apposito spazio denominato **Prenotazione Sale**. Sono quindi on-line **informazioni tecniche** quali la capienza e le caratteristiche, **informazioni amministrative** quali il Regolamento per l'utilizzo, la modulistica e il Tariffario di concessione per le richieste provenienti dall'esterno e, a breve, anche il **Calendario degli eventi** programmati, utile sia per pubblicizzare le iniziative che per la prenotazione anticipata degli spazi.



Per quanto riguarda l'utilizzo da parte di esterni, le Sale sono state concesse **nel 78% dei casi gratuitamente**, nel 12% dei casi dietro pagamento parziale (50%), mentre per il restante 10% dei casi dietro pagamento intero.

**Le iniziative esterne** vedono invece un peso del 64% per i temi d'attualità e problemi concreti, del 24% per le iniziative sindacali e politiche, 8% culturali e 4% sociali.

Il numero rilevante di iniziative svolte nelle Sale provinciali è dovuto a diversi fattori: le sedi sono prestigiose e dispongono di attrezzatura e assistenza tecnica, la loro ubicazione è centrale alla città e facilmente accessibile il servizio si contraddistingue per accoglienza e disponibilità. L'Amministrazione ha puntato sull'ottimizzazione di queste caratteristiche recependo i suggerimenti dell'utenza attraverso il **Questionario di soddisfazione dell'utenza** consegnato agli organizzatori alla fine dell'evento.

L'ufficio Gestione Sale è diretto dal dott. Massimo Grandicelli ed è gestito da Marina Campanelli.



**Nel 2008** l'Amministrazione provinciale ha ricevuto **1.243 richieste di utilizzo** delle proprie Sale con una media mensile di circa 103, una punta massima a novembre (152) e minima ad agosto (7).

Ben **1.025 iniziative**, pari al 72% del totale, hanno riguardato avvenimenti interni dell'Ente, mentre le restanti 218 sono iniziative esterne provenienti da Enti pubblici, Associazioni e privati.

**L'analisi delle iniziative in base alla loro tipologia** mostra che queste hanno riguardato per il 59% temi d'attualità e problemi concreti, per il 25% iniziative di partiti e sindacati, per l'11% iniziative culturali e per il 6% tematiche sociali.

Per **le iniziative interne** (ovvero richieste dai vari Servizi dell'Ente) hanno prevalso quelle di partiti e sindacati (33%) e d'attualità (32%) seguite da eventi culturali (22%) e sociali (14%).



## Le Campagne di comunicazione istituzionale

La realizzazione delle Campagne di comunicazione istituzionale e di informazione riveste una posizione centrale nel programma delle attività di comunicazione della Provincia.

Gli obiettivi generali delle Campagne sono realizzare un'azione persuasiva stimolando comportamenti civici positivi, offrire ai cittadini il più alto numero di informazioni su di un determinato evento, rilanciare il senso di appartenenza alla comunità e far conoscere una decisione assunta o una nuova azione programmata.

Nel 2008 sono state realizzate 9 Campagne di comunicazione:

### CITTÀ FUTURA, POLIS CONTEMPORANEA

La Città futura è a Pian del Bruscolo ed è stata progettata dai 15 ragazzi del Laboratorio strategico della Città futura che hanno predisposto i primi elaborati della piccola

### SERVIZIO CIVILE NAZIONALE 2008

realizzata per sensibilizzare e informare i giovani sulle opportunità offerte dal Servizio Civile nazionale.

### UNA PROVINCIA DI APIFARFALLE 2008

è annuale e intende riconoscere pubblicamente i meriti di uomini e donne che, con il proprio talento e creatività, hanno saputo favorire la crescita e la conoscenza del territorio provinciale, esaltando l'immagine della nostra comunità anche a livello internazionale.

### NON LASCIARE CHE LA STRADA TI SEGNI

estate 2008 premiata dal COMPA - Salone Europeo della Comunicazione Pubblica.

Rivolta in particolare ai giovani e, per la prima volta, ideata proprio dai giovani: l'autrice è una studentessa di 19 anni diplomata all'Istituto d'Arte Mengaroni di Pesaro.

delle risorse naturali e dell'utilizzo di energie rinnovabili.

### IL DESTINO NON C'ENTRA LA SICUREZZA SUL LAVORO DIPENDE DA TUTTI NOI

per la sicurezza nei luoghi di lavoro. Si è tentato di sollecitare comportamenti più responsabili e informati e ridurre il preconcetto secondo cui l'incidente sul lavoro è una fatalità inevitabile.



### VIVA LA LIBERTÀ E LA DEMOCRAZIA

per la diffusione dei principi della Costituzione volta a realizzare soprattutto tra i giovani una piena e diffusa identificazione nei principi della Costituzione italiana.

### GRAFICA E ALLESTIMENTI

Nel 2008 l'Ufficio Comunicazione della Provincia ha realizzato internamente (e quindi in condizioni di massima economia) una media di 250 progetti grafici a supporto sia delle Campagne di comunicazione istituzionale che delle diverse iniziative organizzate dall'Ente. L'ufficio si avvale dell'arch. Fernanda Marotti che svolge il ruolo di grafico creativo per la progettazione dei diversi strumenti di comunicazione e per la verifica di ogni proposta grafica esterna necessaria ad assicurare l'immagine coordinata dell'Ente.

Nel 2008 l'Ufficio Comunicazione ha curato 6 allestimenti tra stand espositivi, mostre, eventi di comunicazione, spazi istituzionali e uffici.



metropoli di 30.000 abitanti che dovrà nascere dalla fusione di Colbordolo, Monteciccardo, Montelabbate, Sant'Angelo in Lizzola e Tavullia.

### BUONI CASA PER LE GIOVANI COPPIE

realizzata per informare gli interessati sulle modalità di presentazione delle domande per accedere ai contributi per l'acquisto della prima casa a favore delle giovani coppie.

### NON LASCIARE CHE LA STRADA TI SEGNI MEGLIO UN FILM

autunno-inverno 2008 per dare prosecuzione alla Campagna estiva di sensibilizzazione per la sicurezza stradale.

Il nuovo slogan Meglio un film promuove il cinema come luogo sicuro di svago e divertimento.

### ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI

per la promozione del risparmio energetico, dell'uso razionale