



PROVINCIA DI ISERNIA

*PIANO
DI COMUNICAZIONE 2004*

UFFICIO RELAZIONI ESTERNE DELLA PROVINCIA DI ISERNIA
CON ANNESSO UFFICIO STAMPA

PREMESSA

Riferimenti normativi

La legge 7 giugno 2000, n. 150, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, ha disciplinato le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

Successivamente è stato emanato il regolamento d'attuazione 21 settembre 2001, n. 422, per consentire alle pubbliche Amministrazioni di disporre di un nuovo strumento indispensabile per sviluppare le loro relazioni con i cittadini, potenziare e armonizzare i flussi d'informazione al loro interno e concorrere ad affermare il diritto dei cittadini ad un'efficace comunicazione.

La comunicazione, così come concepita dalla nuova legge, cessa di essere un segmento aggiuntivo e residuale dell'azione delle pubbliche amministrazioni, e ne diviene parte integrante, così come accade da decenni alle imprese che agiscono nel mercato dei prodotti e dei servizi.

Inoltre è stata emanata una direttiva sulle attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, adottata lo scorso 6 febbraio 2002 dal Dipartimento della Funzione Pubblica, nella quale individua gli indirizzi di coordinamento, organizzazione e monitoraggio delle strutture, degli strumenti e delle attività previste dalla vigente normativa in materia di informazione e comunicazione pubblica. Le attività d'informazione e comunicazione, pertanto, svolte dalle pubbliche amministrazioni, sono chiamate oggi, ai sensi della richiamata legge 150/2000 a fare un salto di qualità.

Rinnovamento della comunicazione pubblica

In una pubblica amministrazione, che ha cessato di essere autoreferenziale per aprirsi a un nuovo rapporto con i cittadini e con l'esterno, il rinnovamento dei processi di comunicazione e informazione è un passaggio obbligato che consente

di soddisfare la crescente domanda da parte dei cittadini di servizi pubblici efficienti.

Per questo motivo l'Amministrazione Provinciale, avvalendosi della struttura Ufficio relazioni esterne, con annesso Ufficio stampa, intende operare, anche per il 2004, avvalendosi di nuove tecniche strategiche della comunicazione, di singole iniziative per migliorare il servizio e di scelta oculata dei mezzi di diffusione. Si cercherà nel nuovo anno di garantire un'informazione trasparente, pubblicizzare e consentire l'accesso ai servizi promuovendo nuove relazioni con i cittadini, ottimizzare l'efficienza e l'efficacia dei prodotti-servizi attraverso il miglioramento del sistema di comunicazione interna. Da rilevare che nel corso del 2003 la Provincia di Isernia ha riscosso diverse presenze sui media nazionali e locali. E' stata infatti presente sulle principali riviste specializzate e di settore con interviste al Presidente, con servizi mirati sulle principali attività svolte. Il presidente della Provincia Mauro è risultato ai primi posti tra i 102 presidenti di provincia d'Italia riconosciuti dai propri cittadini sulla base dell'indice di fiducia e di visibilità. (Inchiesta Datamedia Ricerche). Nel corso del 2003 sono stati emessi un centinaio di comunicati stampa, sono state organizzate diverse conferenze stampa, dibattiti e incontri. L'attività della Provincia è stata spesso al centro dell'attenzione di tutti i mass media operanti sul territorio regionale. E' stato inoltre istituito il sito della Provincia con lanci quotidiani delle news a cura dell'ufficio stampa. Molte le iniziative di grosso spessore portate avanti nel corso del 2003. Tra queste segnaliamo:

Il progetto di programma per il sistema moda, con un articolo pubblicato sulla rivista dell'Unione delle Province d'Italia;

l'organizzazione di "Argentina day" dedicata alla immigrazione e alla emigrazione con un programma realizzato e trasmesso sulle TV locali molisane in diretta con l'Argentina "Isernia chiama Buenos Aires";

uno speciale pubblicato sulla rivista "Italia Turistica" di 10 pagine;

la giornata del volontariato e il diritto alla vita con la partecipazione di tutte le associazioni operanti sul territorio provinciale;

La manifestazione “Cinema d’autore”, una rassegna cinematografica che ha previsto la proiezione di cortometraggi d’autore in tutti e 52 i comuni della Provincia;

la mostra di fotografie del noto fotografo di origine molisana Frank Monaco “Obiettivo sull’anima”;

il progetto “Musica italiana”, un itinerario musicale dal XVIII al XXI secolo;

la costituzione di un consorzio tra enti locali e operatori di settore per la valorizzazione del tartufo;

il patrocinio di grosse manifestazioni tra cui l’Eddie Lang Jazz festival di Monteroduni, la sagra del Tartufo a S. Pietro Avellana, il Rodeo pentro a Montenero Valcocchiara, il giro ciclistico nazionale femminile con due tappe che hanno interessato il territorio provinciale e la Gran Fondo di ciclismo Alto Molise a cui hanno partecipato circa 700 cicloamatori giunti da tutta Italia;

il Piano Integrato Territoriale al quale hanno aderito 52 Comuni e associazioni di categoria con un articolo pubblicato da “Le Province”;

rassegna “Teatro e solidarietà” in collaborazione con la Federazione Italiana Teatro Amatori;

una giornata di studi dedicata alle risorse idriche, nell’anno internazionale dell’acqua proclamato dall’Assemblea Generale delle nazioni Unite a cui hanno partecipato rappresentanti di 13 Province;

Convegno su “L’integrazione lavorativa delle persone diversamente abili, da obbligo a risorsa” con inaugurazione del laboratorio la “Fabbrica delle idee” ideato e progettato per la realizzazione e la successiva commercializzazione di manufatti in ceramica realizzati da persone diversamente abili.

Finalità da conseguire

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle attività amministrative e facilitarne l'applicazione;
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine dell'Amministrazione Provinciale di Isernia in Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale e internazionale, attraverso lanci su quotidiani, riviste specializzate e TV locali;
- g) organizzare conferenze, incontri ed eventi stampa.

Obiettivi per l'anno 2004 dell'Ufficio Stampa

- 1) migliorare il rapporto diretto e immediato con le varie testate giornalistiche operanti sul territorio grazie all'uso di nuove tecnologie. E' stata superata la difficoltà dell'invio di comunicati e lanci a mezzo fax. L'istituzione del sito Web e l'uso di nuovi strumenti informatici, l'uso della posta elettronica ha consentito di avere un contatto più rapido ed efficiente con le varie redazioni giornalistiche. Con i requisiti della chiarezza, semplicità e sinteticità si è garantita la correttezza dell'informazione. Questo obiettivo è stato perseguito grazie all'utilizzo di nuovi strumenti informatici messi a disposizione dall'Amministrazione Provinciale.
- 2) Valutare la possibilità di editare un trimestrale della Provincia così come avviene in altre parti d'Italia, con notizie riguardanti l'attività istituzionale

dell'Ente, allo scopo di conseguire le finalità di comunicazione, appena evidenziate ;

- 3) Una collaborazione costante e continua con coloro che curano il sito Web della Provincia in modo da rendere efficace il messaggio istituzionale rivolto all'esterno;
- 4) Acquisizione di nuove strategie comunicative e strumenti idonei, con una logica che veda la comunicazione non solo come un diritto o un servizio ma come un nuovo modo di organizzare gli apparati, semplificare le procedure, migliorare la qualità e l'efficienza delle prestazioni.

Obiettivo finale

La migliore implementazione dell'approccio strategico prefigurato dalla Direttiva del Dipartimento della Funzione Pubblica si ritiene non possa prescindere dalla sua incardinazione nei processi di definizione degli obiettivi di gestione e di programmazione delle attività per il prossimo futuro. Per cui si chiede una dovuta attenzione ai problemi legati al piano di comunicazione dell'ente Provincia non solo da parte dei vertici della struttura ma, e soprattutto, da parte dei referenti politici.

La riforma della Pubblica Amministrazione, il federalismo e il rafforzamento dei livelli locali di governo, l'attuazione del principio di sussidiarietà e il conseguente nuovo orizzonte delle missioni delle amministrazioni, possono realizzarsi solo con il consenso dei cittadini e delle imprese, degli operatori del settore pubblico, da coinvolgere attraverso opportuni e adeguati processi di relazione e comunicazione.

Previsione economica per l'attuazione del Piano

Per le attività programmate per l'anno 2004 si invita l'Amministrazione Provinciale 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.