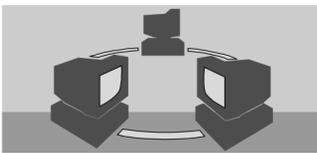


Pescara, sportello unico per il cittadino

Un solo indirizzo per gli sportelli pubblici. I primi «centri di servizi del cittadino» apriranno nei Comuni di Scafa e Penne, nella provincia di Pescara. In un solo edificio verranno riuniti gli sportelli delle Poste, Inail, Inps, Camera di commercio, Centro integrato per lo sviluppo imprenditoriale, Ufficio del territorio di Pescara, ministeri delle Finanze e del Lavoro e Provveditorato agli studi di Pescara.



Terni, c'è più Provincia su Internet

Tende sempre più a qualificarsi per la qualità e quantità di notizie il sito Internet della Provincia di Terni disponibile all'indirizzo telematico «www.Provincia.Terni.it». Le informazioni disponibili riguardano l'articolazione degli organi istituzionali, notizie sui 33 Comuni della provincia, dati su tutti i servizi dell'amministrazione, feste popolari e appuntamenti folkloristici.

qui Italia

7

A Bologna

In mostra l'informazione pubblica

Il 15 settembre prossimo si aprirà il sipario sulle più innovative realizzazioni della comunicazione della Pubblica amministrazione. Il «teatro», per il sesto anno consecutivo, sarà COM-P.A., il Salone della comunicazione pubblica e dei servizi al cittadino, promosso dall'Associazione comunicazione pubblica, con la collaborazione scientifica del Forum per la tecnologia della informazione (FTI). COM-P.A. rappresenterà una passerella per le Amministrazioni pubbliche, e non solo, per presentare il meglio delle iniziative per migliorare le relazioni con i cittadini e per rendere più semplici i rapporti con gli imprenditori o gli operatori sociali ed economici.

Il Salone è un luogo d'incontro privilegiato, un'opportunità di aggiornamento, una vetrina qualificata, in Italia e all'estero, per illustrare progetti innovativi e confrontare strategie efficaci. Non solo: COM-P.A. 1999 sarà ancora più bello, grazie ad un restyling logistico che prevede l'utilizzo dei nuovi padiglioni del quartiere fieristico di Bologna. La superficie espositiva, così, passerà dai 14.000 metri quadrati dell'anno scorso ai 20.000 di quest'anno. Il nuovo spazio sarà ancora più moderno e funzionale, organizzato e attrezzato per offrire ad espositori e visitatori di la possibilità di muoversi con facilità tra i padiglioni e gli stand.

Non mancherà una parte scientifica, che prevede come ogni anno alcuni temi protagonisti. Tra questi, la messa a punto di strategie per la comunicazione «trasversale», per alleggerire e uniformare le tecniche della comunicazione sui temi più importanti per i cittadini: l'Europa, l'ambiente, il territorio, i servizi, «contro le barriere», la salute. Ancora, si parlerà della stampa aziendale e d'impresa, dello sportello unico delle imprese, della comunicazione interna, della sicurezza, della formazione e della comunicazione «al femminile», oltre che del commercio elettronico, dei problemi informatici e delle opportunità dell'Europa, di documenti informatici come la carta d'identità e della firma digitale.

Inoltre COM-P.A. ospiterà alcuni appuntamenti d'eccezione: il quarto incontro nazionale degli operatori URUP (in collaborazione con il Dipartimento della Funzione pubblica e l'Ance Toscana); il secondo incontro sulle Reti civiche (in collaborazione con Censis, Rur, Actores e Telecities) e il secondo incontro Informagiovani (in collaborazione con il Comune di Bologna e il Comune di Modena).

586 SOCI

Associazione nata nel 1990 è il motore di Com-PA

«La Comunicazione è, di per sé, un evento pubblico»: comincia così il documento programmatico approvato il 24 novembre 1990 dai soci fondatori dell'Associazione italiana comunicazione pubblica e istituzionale, il motore di COM-P.A., il Salone della comunicazione pubblica e dei servizi al cittadino. L'Associazione è nata con lo scopo di diffondere la cultura della comunicazione, e vanta al suo interno le professionalità di più alto livello del settore. Accessibilità diffusa ai servizi e semplificazione delle norme, comunicazione interna ed esterna, modalità di interazione e confronto tra realtà italiane ed europee: sono queste le materie oggetto di riflessione e analisi da parte dell'Associazione, per individuare sempre strumenti nuovi tali da elevare gli standard attuali e consentire il salto di qualità alla Pubblica Amministrazione. All'interno di Comunicazione Pubblica lavorano commissioni tematiche con l'obiettivo di migliorare conoscenze e competenze anche in aree specifiche, dalle istituzioni all'ambiente, dalla cultura allo spettacolo, dalla sanità alla sicurezza, dall'economia allo sport. Presidente dell'Associazione è Gerardo Mombelli, segretario Alessandro Rovinetti. Comunicazione pubblica conta 586 soci ed è presente in tutte le regioni d'Italia. Le regioni che raccolgono più associati sono il Lazio, l'Emilia-Romagna, la Lombardia, la Toscana, la Sicilia e il Triveneto.

La proposta

Un'adeguata informazione per avviare processi di partecipazione. Occorre superare gli schemi dell'immagine e della propaganda per realizzare un servizio che porti dal silenzio alla trasparenza.

Fra istituzioni e cittadini c'è di mezzo la comunicazione

ALESSANDRO ROVINETTI - segretario generale dell'Associazione comunicazione pubblica e istituzionale

LA COMUNICAZIONE NODO FONDAMENTALE NEI RAPPORTI FRA ENTI LOCALI E SOCIETÀ. SIGNIFICA FAR DIALOGARE AMMINISTRAZIONI E CITTADINI, APRIRE LE ISTITUZIONI ALLA GENTE

La comunicazione e gli Enti locali Se comunicare non è una banale trasmissione di notizie o peggio, una serie di avvertenze e imposizioni diffuse dall'alto, bensì un tentativo di aprire un dialogo e un confronto tra le Istituzioni e i cittadini, allora gli Enti locali rappresentano l'osservatorio privilegiato per capire se e come la Pubblica amministrazione comunica.

Da sempre, infatti, sono queste le Istituzioni più vicine ai cittadini e dal 1990, a partire dalla legge 142, sono impegnate in grandi processi di semplificazione amministrativa, trasparenza delle procedure, miglioramento della qualità e dell'efficacia dei servizi. Un insieme di azioni che, grazie alla comunicazione, possono avviare reali processi di partecipazione e di cambiamento di logore macchine amministra-

tive e di un modo di gestire la cosa pubblica farraginoso e antieconomico.

Oggi non basta più una comunicazione che si limiti ad informare, è necessario far capire, attivare un rapporto alla pari, interagire con le diverse Istituzioni. È indispensabile una comunicazione che si faccia sempre più servizio, che superi gli schemi della propaganda e dell'immagine e che sia utile ai cittadini e, allo stesso tempo, alle Amministrazioni.

Regioni, Provincie, Comuni e con loro tutte le altre Autonomie che hanno nel territorio la loro ragione d'essere più profonda e la loro missione fondamentale, non possono più permettersi di considerare la comunicazione secondo vecchie logiche e schemi anacronistici. Questo vuol dire che le Istituzioni locali più e meglio di ogni altro Ente pubblico possono favorire e consolidare l'affermarsi di una nuova comunicazione. Attenta alla realtà, puntuale sui problemi, capace di essere autorevole perché in grado di rispondere alle esigenze dei cittadini e pronta ad elaborare e costruire nuovi strumenti e nuove professioni.

O si farà presto, proprio partendo dalla realtà locale, o inevitabilmente la comunicazione pubblica finirà tra gli scaffali delle biblioteche universitarie o negli angusti

recessi degli incontri fra gli addetti ai lavori.

Comunicare, infatti, vuol dire Enti Locali che intendono cambiare le proprie regole interne, i rapporti con le altre Amministrazioni e con i cittadini. Vuol dire, di conseguenza, rimettere in discussione parti notevoli delle organizzazioni, ripensare assetti e modalità di lavoro, semplificare norme e procedure, migliorare la qualità e l'efficienza dei servizi, riconoscere nuove professionalità, aprire un dialogo alla pari con i cittadini.

Si può dunque affermare che più il sistema pubblico è vicino alla gente, più eroga «prodotti» (casa, scuola, sanità, cultura) più forte è il suo bisogno di comunicare. Al contrario, più prevale una concezione burocratica, più si gestiscono passivamente norme e adempimenti, più si controllano i metodi anziché i risultati, meno forte è il bisogno di comunicare.

Comunicare dunque come segnale per un percorso coerente che porti ciascun Ente dal silenzio al dialogo, dalla propaganda all'informazione, dal segreto alla trasparenza, dal particolare (il mio Comune) al generale (la nostra amministrazione), dalla contrapposizione tra uffici e Enti alla collaborazione, dall'accogliimento di un

diritto (quello all'informazione) all'erogazione di un servizio.

Da questa impostazione discendono leggi e norme, strutture come gli U.R.P. e gli Sportelli polifunzionali, nuove tecnologie come le reti civiche e i sistemi elettronici self-service, nuove professioni come il comunicatore pubblico. Anche le cifre confermano questa linea di sviluppo. Nel 1996 la Pubblica amministrazione ha investito in attività diverse di comunicazione oltre 1.500 miliardi; nel 1997 gli U.R.P. erano presenti nel 18% delle Amministrazioni centrali e locali. Nel 1998 le città digitali, secondo un'indagine del Censis, sono raddoppiate, superando la quota di 500.

Tutto questo si muove in un contesto strategico ed organizzativo che ogni anno trova il momento più alto nel dibattito scientifico e nelle realizzazioni presenti a COM-P.A., il Salone della comunicazione pubblica e dei servizi al cittadino.

Un appuntamento irrinunciabile per chi voglia verificare quanto sinora fatto e per chi intenda misurarsi con le nuove frontiere che la comunicazione si accinge ad esplorare per accelerare l'innovazione degli Enti Locali nella prospettiva di un profondo rinnovamento delle nostre città e del Paese.

TUTTE LE CIFRE DEL COM-PA

Un nuovo spazio più moderno e fruibile per i visitatori. Gli espositori potranno partecipare anche a due premi: «Diritto all'informazione» e «Premio del cittadino». Temi principali per i cittadini: l'Europa, l'ambiente, il territorio, i servizi, la salute

- La SUPERFICIE è passata dai 14 mila metri quadrati dell'anno scorso agli attuali 20 mila
- Dal 1994 gli ESPOSITORI sono aumentati da 90 a 180
- I CONVEGNI da 16 a 42
- I VISITATORI da 3 mila a 15 mila



Al Salone

Uno spazio dedicato al non profit

Come far comunicare tra loro in modo efficace il mondo del Terzo settore, le Pubbliche amministrazioni e i cittadini che usufruiscono dei servizi? E questa la domanda a cui cercherà di dare risposta lo «Spazio Non-Profit» all'interno del Salone della comunicazione pubblica e dei servizi al cittadino. L'esigenza di una sezione espositiva che faccia da ponte tra Amministrazioni e mondo del non profit, fatto di cooperative sociali, associazioni e fondazioni, era emersa nelle scorse edizioni del Salone. Quest'anno la richiesta è stata messa in pratica, destinando parte del COM-P.A. al mondo del volontariato. «Il problema è che la galassia del terzo settore è costituita di tanti soggetti - spiega Flavia Franzoni dell'Iress, l'Istituto regionale emiliano-romagnolo per i servizi sociali e sanitari, che cura il coordinamento scientifico dello Spazio non-profit - spesso molto diversi tra loro: dalla piccola associazione di mamme che gestisce un giardino pubblico, alle grandi cooperative sociali che gestiscono in convenzione «pezzi» importanti dei servizi e hanno alcuni tratti della grande azienda. Insomma, cooperative, associazioni, fondazioni, costituiscono un mondo variegato che fornisce agli Enti Locali e ai cittadini una moltitudine di servizi. Però la cosa più difficile da comunicare è proprio la complessità di questo mondo».

Per questo uno dei grandi temi della sezione sarà la ricerca di un metodo per aiutare gli Enti locali ad orientarsi nel magma delle associazioni di volontariato insieme con i Centri servizi provinciali. Con un convegno e una serie di seminari saranno analizzate le forme di collaborazione già attive e le esperienze da attuare. Tra le cose già realizzate che saranno illustrate al Salone, il progetto «Telemaco», messo a punto dal Centro servizi per il volontariato di Bologna. Si tratta di una rete di collegamento tra Enti Locali ed Associazioni di volontariato che consente agli uni e agli altri di dialogare e scambiarsi informazioni e documenti sulle varie iniziative.

All'interno della comunicazione tra il mondo del Terzo settore e Amministrazioni, si discuterà anche dell'utilizzo del «bilancio sociale» come strumento di comunicazione del valore aggiunto fornito ai servizi svolti. Quando sarà utilizzato diffusamente, il bilancio sociale diverrà un punto di riferimento per gli Enti locali per programmare i servizi ai cittadini.

GARE • BILANCI • ASTE • APPALTI

LA LEGGE È UGUALE PER TUTTI.

(SU L'UNITÀ PERÒ COSTA MENO)

Se la pubblicità è un obbligo per legge, il risparmio è un diritto. Con l'Unità potete acquistare spazi per gare, bilanci, aste ed appalti (legge n°67/87 e D.L.vo n°402 del 20/10/98) ad un prezzo decisamente promozionale, certi di essere letti dalle persone che contano. Il prestigio di una grande visibilità alla portata di tutti gli Enti e Ministeri.

Per informazioni e preventivi telefonare allo 06 • 69996414 o allo 02 • 80232239

Quotidiano di politica, economia e cultura
l'Unità

