

Delibera n. 114 del 04.11.2011

Visto per la conferma dei pareri di regolarità tecnica e contabile, ai sensi dell'art. 49, co.1° del d.lgs. 267/00

Il Responsabile del Settore

Il Dirigente del Settore Finanziario

Il presente verbale è stato approvato e sottoscritto nei modi di legge

IL SEGRETARIO GENERALE

IL PRESIDENTE

Il sottoscritto Vice-Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio,

ATTESTA

- che copia conforme della presente deliberazione è in pubblicazione all'albo pretorio della Provincia per quindici giorni consecutivi dal 7 NOV. 2011 al 22 NOV. 2011 ex art. 124, comma 1, del d.lgs.18/08/2000, n. 267;
- che è trasmessa in elenco con foglio n. in data ai sigg. capigruppo consiliari ex art. 125, del d.lgs.18/08/2000, n. 267.

Andria, - 7 NOV. 2011

Il Vice-Segretario Generale

dott.ssa Anna Lisa CAMPOSEO



La presente deliberazione è dichiarata esecutiva:

Andria, - 4 NOV. 2011

Il Vice-Segretario Generale

dott.ssa Anna Lisa CAMPOSEO



Per collazione

PROVINCIA di BARLETTA - ANDRIA - TRANI

ORIGINALE DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA PROVINCIALE

N. 114 DEL 04.11.2011

OGGETTO: LINEE GUIDA DI INDIRIZZO PER LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DEI SETTORI DELLA PROVINCIA BARLETTA ANDRIA TRANI - PIANO DI COMUNICAZIONE 2011 - 2012

L'anno duemila ~~undici~~ addì 04 del mese di NOVEMBRE
nel Palazzo della Provincia, a seguito di convocazione, si è riunita la Giunta Provinciale. Per la trattazione dell'argomento in oggetto risultano presenti o assenti:

- | | | | |
|----|-----------|------------|-------------------|
| 1. | VENTOLA | FRANCESCO | - Presidente |
| 2. | GIORGINO | NICOLA | - Vice Presidente |
| 3. | DI MARZIO | GIUSEPPE | - Assessore |
| 4. | CEFOLA | GENNARO | - " |
| 5. | CAMERO | POMPEO | - " |
| 6. | CAMPANA | DOMENICO | - " |
| 7. | SPINA | ANTONIA | - " |
| 8. | LOMBARDI | CARMELINDA | - " |
| 9. | DAMIANI | DARIO | - " |

Presente	Assente
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
	X
X	

Assume la Presidenza il PRESIDENTE VENTOLA

Partecipa alla seduta il Segretario Generale, dott.ssa Maria DE FILIPPO

Previa istruttoria del Settore 1 Affari Generali, Organi Istituzionali, Contratti ed Espropriazioni della Provincia di Barletta - Andria - Trani, conclusasi con il parere favorevole di regolarità tecnico-amministrativa, espresso dal Dirigente del medesimo settore, ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. n. 267/2000 e su relazione del Presidente:

PREMESSO che

- La Legge n. 150/2000, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", attuando il principio del diritto all'informazione del cittadino costituzionalmente garantito, disciplina le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni consolidando la funzione di comunicazione pubblica, frutto di un *exursus storico* che ha visto l'affermarsi - dalla fine degli anni '80 - del concetto di comunicazione pubblica come risorsa strategica della pubblica amministrazione;
- Secondo le disposizioni ed i principi rinvenibili nella richiamata legge, la comunicazione pubblica diventa parte integrante dell'azione delle amministrazioni in quanto indicatore della qualità dei rapporti tra cittadini ed amministrazioni nonché strumento di innovazione per le amministrazioni;
- Il Presidente del Consiglio dei Ministri, con direttiva del 27 settembre 2000, ha dettato indirizzi sul programma delle iniziative di formazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato;
- Con Decreto del Presidente della Repubblica n. 403 del 21 settembre 2001, è stato emanato il regolamento sui criteri per l'individuazione dei soggetti professionali storni da invitare alle procedure di selezione per realizzare comunicazioni istituzionali a carattere pubblicitario;
- Il Ministro della Funzione Pubblica, con direttiva del 7 febbraio 2002, ha fornito alle amministrazioni pubbliche gli indirizzi di coordinamento, organizzazione e monitoraggio delle strutture, degli strumenti e delle attività previste dalla normativa in materia di informazione e comunicazione pubblica;
- In tale quadro normativo, il D.lgs. n. 177/2005 (Testo Unico Radiotelevisivo), all'art. 41, comma 1, ha stabilito che: *"le somme che le amministrazioni pubbliche o gli enti pubblici anche economici destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15 per cento a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione Europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici"*;
- Alla stregua di siffatti principi, nell'ambito territoriale della Provincia Barletta di Andria Trani, la comunicazione deve rivestire, pertanto, un ruolo di primo piano nella costruzione di una buona immagine, di una efficace informazione ai mezzi di comunicazione di massa, di una efficiente comunicazione interna e di una valida comunicazione rivolta ai cittadini;

CONSIDERATO che

- La comunicazione istituzionale è uno strumento strategico, anche e soprattutto in vista del miglioramento organizzativo in quanto, da un lato, aiuta a semplificare le procedure e a costruire un dialogo efficace con gli interlocutori esterni, dall'altro, costituisce una risorsa determinante in grado di razionalizzare l'attività degli uffici, aiutandoli a lavorare in modo più coordinato ed efficiente;

RIA-TRA

- la realizzazione di un sistema integrato di comunicazione a livello provinciale, costituisce uno strumento attraverso cui costruire un linguaggio condiviso, comprensibile ed univoco nei confronti degli interlocutori esterni, ponendo al centro del suo operato la comunicazione pubblica nella sua strategicità, sia nelle sue applicazioni e modalità verso l'esterno, i cittadini e gli stakeholders, sia nell'organizzazione interna, fra le strutture, i servizi e le istituzioni;
- in tale prospettiva, deve essere valorizzata ed attuata la comunicazione esterna e, precisamente:
 - a) la comunicazione di certezza, attraverso cui veicolare all'esterno le attività decisorie della pubblica amministrazione;
 - b) la comunicazione di servizio, al fine di poter comunicare i compiti assunti;
 - c) la comunicazione di cittadinanza, mirante ad incidere sui comportamenti dei cittadini.
- Rilievo centrale assume, altresì, la comunicazione interna, rappresentando uno strumento fondamentale per la realizzazione dell'efficacia e dell'efficienza dell'intera azione amministrativa sul presupposto in base al quale *"non può esserci una buona comunicazione laddove la p.a. non applica i principi di efficienza, efficacia, imparzialità e trasparenza"*;



RILEVATO che

Gli strumenti attraverso cui attuare la comunicazione dell'Amministrazione provinciale sia interna che esterna, sono così individuabili:

- a) Informazione ai mezzi di comunicazione di massa;
 - b) Comunicazione esterna rivolta ai cittadini;
 - c) Comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente;
- L'Amministrazione provinciale può esplicare le attività di informazione e comunicazione attraverso:
 - a) la pubblicità;
 - b) le affissioni;
 - c) l'organizzazione di manifestazioni;
 - d) la partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi.
 - In tale ambito, oltre alle strategie e tecniche di *problem solving*, elemento fondamentale dell'approccio strategico della comunicazione istituzionale è l'utilizzo deliberato e consapevole della comunicazione persuasoria, veicolo principale per produrre cambiamenti ed effetti positivi (risoluzione di problemi o raggiungimento di obiettivi) nella realtà organizzativa provinciale;
 - In una funzione di strategia istituzionale la Provincia di Barletta Andria Trani, deve adottare una logica conversazionale attraverso i nuovi media orientando la comunicazione alla formazione di agire pubblico;
 - il territorio provinciale presenta un vasto numero di mezzi di informazione e comunicazione, un patrimonio che contribuisce alla ricchezza del dibattito pubblico e della democrazia;
 - il sistema dei media è fortemente eterogeneo, sia per le caratteristiche e per la natura dei mezzi, sia per la loro dislocazione territoriale;

- i cittadini della Provincia, sia nelle vesti di fruitori che di investitori, mostrano un forte interesse per i mezzi di informazione, considerando, in particolare, l'importante presenza di televisioni, quotidiani e riviste;

- sono conferma della vivacità del settore la proliferazione di esperienze e di mezzi di comunicazione di ultima generazione, come le web tv ed i network telematici, che puntano l'obiettivo su un tipo di informazione a carattere fortemente locale, il più delle volte prettamente cittadino;

ATTESO che

- Al fine di rafforzare l'immagine univoca della Provincia, per trasmettere ai cittadini, agli operatori e alle Amministrazioni un'immagine integrata ed omogenea facilmente riconoscibile e fruizione delle informazioni, delle comunicazioni e delle policy provinciali è necessario attuare una strategia articolata nei seguenti punti:
 - a) Definizione di una strategia globale e coordinata delle azioni;
 - b) Rafforzamento del sistema unitario di identità visiva attraverso l'adozione di una immagine e di una simbologia uniforme e riconoscibile (azione di corporate identity), per fornire un'immagine integrata;
 - c) Concertazione dei programmi di comunicazione con l'intero apparato provinciale.
- Si rende, inoltre, necessario organizzare ed assicurare il coordinamento delle fonti di informazione esistenti a livello provinciale per garantire sia una migliore informazione e comunicazione delle attività all'esterno ed all'interno dell'Amministrazione sia una partecipazione più attiva dei cittadini alle scelte dell'istituzione;
- È, altresì, necessario migliorare il dialogo e l'ascolto diretto del vertice politico e amministrativo con i cittadini mediante variegati strumenti, dai questionari di rilevazione somministrati direttamente o tramite il portale provinciale dell'URP, o con sondaggi mirati mediante:
 - a) Ottimizzazione e potenziamento dei canali d'interazione già utilizzati per la comunicazione interna, per facilitare ed accelerare il flusso delle informazioni tra il centro ed il territorio,
 - b) Miglioramento della comunicazione, attraverso un sistema integrato di reti e di sportelli (fisici o virtuali) destinati al pubblico;
 - c) Predisposizione di azioni e programmi di comunicazione in favore dei non - vedenti;
 - d) Ottimizzazione della qualità e della quantità dei servizi on-line per i cittadini, in particolare del sito istituzionale web e della rete degli altri siti istituzionali;
 - e) Ottimizzazione della tv fruibile dal web (web tv);
 - f) Potenziamento degli strumenti e dei processi per garantire la trasparenza, l'accessibilità dell'informazione e la semplificazione del linguaggio attraverso l'utilizzo della gestione documentale (pubblicazione di determine e delibere, utilizzo del protocollo informatico);
- È necessario investire in comunicazione a sostegno della promozione della Provincia Barletta Andria Trani, delle sue policy e del territorio, sulla base di un approccio di partecipazione integrata, attraverso la valorizzazione di campagne di comunicazione, eventi e servizi realizzati anche con l'uso delle più moderne

RIA - TRANI

tecnologie, per rafforzare lo stretto rapporto di complementarietà e sinergia tra comunicazione ed informazione, promozione, innovazione tecnologica e realtà economica del territorio.

- È, inoltre, indispensabile valorizzare i progetti realizzati, le opere concluse, i servizi innovativi offerti, con la messa in evidenza degli equilibri ottimali fra risorse utilizzate e qualità prodotta mediante:

- a) Organizzazione di campagne di comunicazione e di eventi di rilevanza regionale e provinciale, importante veicolo per l'informazione, per la promozione, per consolidare i rapporti con il territorio, con i cittadini e per incentivare la fruizione dei servizi;
- b) Partecipazione alle più significative manifestazioni fieristiche presenti sul territorio nazionale ed internazionale volte a sensibilizzare, attraverso i progetti più innovativi, un pubblico differenziato e di settore ed a creare un importante momento di incontro tra le realtà territoriali, gli enti locali, i settori delle imprese ed il privato;
- c) Maggiore visibilità delle attività attraverso i media;
- d) Sinergie operative con altri servizi, altri enti locali ed associazioni rappresentative;



Tra gli obiettivi vi è anche quello della valorizzazione delle persone e dei protagonisti delle scelte politico amministrative e strategiche dell'Ente, a favore della crescita del territorio nonché della valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi formativi per una migliore e più efficace comunicazione interna ed esterna, facilitando lo scambio di *best practice* per i servizi forniti al cittadino, attraverso:

- a) Attivazione di percorsi formativi interni per il migliore utilizzo e valorizzazione delle risorse umane;
- b) Riqualficazione del personale dell'amministrazione in tema di comunicazione e *mission* istituzionale.

RILEVATO che

- Si rende necessaria la predisposizione del piano della comunicazione 2011 - 2012 della Provincia di Barletta Andria Trani, quale strumento di programmazione e gestione delle azioni di comunicazione di cui possa avvalersi l'Ente per attuare le proprie politiche secondo gli indirizzi strategici e programmatici di cui sopra;
- che detto piano deve essere finalizzato alla comunicazione di tutte le azioni e/o interventi previsti dall'Ente nel suo complesso, comprensivo, altresì, della programmazione degli interventi e/o progetti di comunicazione interna dell'Ente;
- l'articolazione del suddetto piano seguirà le fasi metodologiche come di seguito individuate:
 - a) la progettazione strategica: fase che prevede, in primo luogo, l'individuazione degli obiettivi strategici e di comunicazione stabiliti dall'Amministrazione provinciale secondo le linee di indirizzo di cui ai considerando. In secondo luogo, si avvierà la riflessione sul contesto interno ed esterno su cui agiscono le

politiche dell'Ente, sui soggetti coinvolti e sui possibili destinatari delle azioni di comunicazione previste;

- b) la progettazione operativa: fase che consiste nell'effettiva traduzione degli obiettivi strategici individuati in strumenti di comunicazione per la realizzazione del piano;
- c) l'implementazione: fase finalizzata alla concreta realizzazione e gestione del piano stesso secondo le modalità ed i tempi stabiliti durante la progettazione;
- d) la valutazione: fase di verifica dei risultati ottenuti, degli effetti generati sul contesto in cui i è agito e delle eventuali discrepanze tra questi e gli obiettivi prefissati;

- Sotto il profilo della governance, con deliberazione di Giunta provinciale n. 99 del 30.09.2011 è stato assegnato al Dirigente del Settore Affari Generali, Organi Costituzionali, Contratti ed Espropriazioni, l'obiettivo afferente la realizzazione di *"un sistema di flussi di comunicazione interni ed esterni che, partendo dall'ascolto, elabori informazioni trasparenti ed esaurienti dell'azione dell'Ente, pubblicizzi l'accesso ai servizi e supporti l'immagine della Provincia"*, e che al medesimo Dirigente sono già state assegnate risorse finanziarie, messe a disposizione del piano di comunicazione e delle attività di promozione provinciale;

RITENUTO

- di dover procedere, per le ragioni suddette, a fornire gli indirizzi - come innanzi esplicitati - per la predisposizione del Piano della Comunicazione dell'Ente, il quale dovrà proseguire lungo il percorso della trasparenza, multicanalità, pluristrumentalità e ripetizione dei messaggi chiave, e dovrà avere come categorie di riferimento:
 - a) L'amministrazione provinciale;
 - b) Le istituzioni (i Comuni e gli altri Enti pubblici di riferimento);
 - c) I media (Agenzie di stampa, quotidiani di informazione, nazionali e locali, periodici di informazione culturale, periodici specializzati, radio e TV nazionali e locali, media on - line);
 - d) Gli operatori, gli stakeholders, gli opinio leaders (scuola e Università italiane e straniere, Enti di formazione, Associazioni, soggetti pubblici e privati);
 - e) Cittadini.

RILEVATO che

- Il redigendo Piano della Comunicazione dovrà garantire la razionalizzazione dell' "immagine coordinata" della Provincia, necessaria per uniformare da un punto di vista economico, sociale, ambientale e culturale una Provincia con una forte identità, connotata da una forte connotazione territoriale locale e nazionale.
- Invero, l'identità visiva della Provincia è uno strumento per il consolidamento di un corretto rapporto con il contesto interno ed esterno, nella convinzione che già a partire dall'immagine offerta possono essere comunicati stile, affidabilità, indirizzi di sviluppo capacità innovativa;

- Attraverso il Piano della Comunicazione si dovrà rinnovare e potenziare in positivo la percezione dell'immagine della provincia nei confronti dei cittadini, per generare identificazione e senso di appartenenza;

ATTESA la competenza della Giunta Provinciale a deliberare in relazione al combinato disposto degli artt. 42 e 48 del D.L.gs. 18/8/2000, n. 267;

LA GIUNTA PROVINCIALE

Udita la relazione del Presidente e condivisa la proposta;

Visto il D. Lgs. n. 267/2000 e ss.mm.ii.;

Visto il parere favorevole di regolarità tecnico-amministrativa, espresso dal Dirigente del Settore 1 Affari Generali, Organi Istituzionali, Contratti ed Espropriazioni della Provincia di Barletta - Andria - Trani, ai sensi dell'art. 49, comma 1, del D. Lgs. n. 267/2000;

Preso atto che trattandosi di mero atto di indirizzo il presente provvedimento non comporta impegno di spesa e pertanto non necessita del parere di regolarità contabile;

Ad unanimità di voti espressi nei modi di legge

DELIBERA

1. Di fornire al Dirigente del Settore 1 Affari Generali, Organi Istituzionali, Contratti ed Espropriazioni, gli indirizzi di carattere programmatico e strategico come esplicitati in narrativa, quale parte integrante del presente deliberato, ai fini della predisposizione del Piano della Comunicazione 2011 - 2012 della Provincia Barletta Andria Trani;

Con successiva, separata votazione, la Giunta ad unanimità di votanti, delibera di dare al presente provvedimento esecutività immediata, ai sensi dell'art. 134, comma 4 del D. Lgs.vo n. 267/2000.