



PROVINCIA DI PESARO E URBINO

PIANO DI COMUNICAZIONE 2008\_09

C REAZIONI GRAFICHE  
O ORGANIZZAZIONE EVENTI  
M MOSTRE  
U UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO  
N EWS  
I NFORMAZIONI  
C ENTRO DOCUMENTAZIONE  
A LLESTIMENTI  
R ETE INTERNA PER LA COMUNICAZIONE  
E DITORIA

Parte generale

UFFICIO COMUNICAZIONE PROVINCIA



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

## **I. Parte generale**

### **Provincia di Pesaro e Urbino**

Piano di Comunicazione 2008 - 09

#### **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 Attività di comunicazione*  
*Progettazione grafica e allestimenti*

Isabella Marini  
Loredana Milito  
Stefania Poderi  
*Operatrici di front e back office Ufficio Relazioni con il Pubblico*

*Ufficio Stampa*  
Marcello Ciamaglia  
*Capo ufficio stampa*

Milena Bonaparte  
Nicoletta Giorgetti  
Giovanna Renzini  
*Giornaliste*

Adriano Gamberini  
*Fotografo*

Filippo Biagiatti  
*Videoprovincia*

Deborah Papisca  
*Segretaria di redazione*

## INDICE

<b>Introduzione</b> .....	pag. 3
<b>I Il contesto normativo</b> .....	pag. 5
<b>II La Comunicazione Pubblica parte integrante dell'azione Amministrativa</b> .....	pag. 7
<b>III La Comunicazione come strumento di innovazione per le Amministrazioni</b> ..	pag. 8
<b>IV Il ruolo della Comunicazione. Lo specifico Provincia di Pesaro ed Urbino</b> .....	pag. 10
<b>V Linee programmatiche generali</b> .....	pag.19
<b>VI Gli obiettivi strategici</b> .....	pag.20
<b>VII Le risorse per la Comunicazione e l'assetto organizzativo</b> .....	pag.28
<b>VIII Metodologia e Principi informatori del piano</b> .....	pag.32
<b>IX La progettazione delle Campagne di comunicazione istituzionale</b> .....	pag.34
<b>X Bilancio sull'attuazione del programma 2007</b> .....	pag.41
<b>XI I miglioramenti possibili</b> .....	pag.45
<b>XII Gli obiettivi e le azioni di comunicazione per gli anni 2008/09</b> .....	pag.52
XII.1 <i>Obiettivo</i> Sviluppare il sistema di comunicazione integrata.....	pag.52
XII.2 <i>Obiettivo</i> Affermare l'identità coordinata della Provincia di Pesaro e Urbino.....	pag.55
XII.3 <i>Obiettivo</i> Comunicare la propria missione e le attività svolte.....	pag.58
XII.4 <i>Obiettivo</i> Favorire il diritto alle informazioni e al loro accesso per i Cittadini e i componenti degli organi provinciali.....	pag 60
XII.5 <i>Obiettivo</i> Rafforzare i canali di informazione giornalistica.....	pag.65
XII.6 <i>Obiettivo</i> La comunicazione diretta del Presidente.....	pag.67
XII.7 <i>Obiettivo</i> Comunicare il Territorio. Promozione e Valorizzazione del Territorio della Provincia di Pesaro e Urbino.....	pag.68
XII.8 <i>Obiettivo</i> Pensare globalmente per agire in modo responsabile e	

	sostenibile localmente.....	pag.74
XII.9	<i>Obiettivo</i> Potenziare l'informazione sulle Infrastrutture e sulla Sicurezza.....	pag.76
	XII.9.1. Le infrastrutture come fattore di sviluppo.....	pag.76
	XII.9.2. Diritto alla Sicurezza, alla Legalità, alla Solidarietà.....	pag.77
XII.10	<i>Obiettivo</i> Fornire strumenti di conoscenza ai giovani al fine di accrescere le possibilità d'inserimento lavorativo e il senso della cittadinanza attiva.....	pag.80
XII.11	<i>Obiettivo</i> Riportare al centro del dibattito culturale e politico della nostra Provincia il riconoscimento del valore delle donne nella società.....	pag.84
XII.12	<i>Obiettivo</i> I cittadini protagonisti nella Terra di Raffaello e di Rossini.....	pag.87
	XII.12.1 Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino.....	pag.87
	XII.12.2 Una Provincia di Apifarfalle 2008/09.....	pag.88
	XII.12.3 Qui si vive bene, lo dicono i fatti! Festa della Longevità 2008/09.....	pag. 90
	XII.12.4 Città futura, Polis contemporanea.....	pag. 91
XII.13	<i>Obiettivo</i> Ufficio Relazioni con il Pubblico.....	pag.93
<b>XIII</b>	<b>Monitoraggio e valutazione dei risultati.....</b>	pag.97
<b>XIV</b>	<b>Tabella riepilogativa attività di comunicazione previste per il 2008.....</b>	pag.99
<b>XV.</b>	<b>Appendice normativa di riferimento... ..</b>	pag.107
<b>Allegato A :</b>	<b>Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate .....</b>	pag.110

## **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 con riferimento agli indirizzi programmatici dell'Amministrazione. Per l'anno 2008 è stata operata la scelta di pianificare le future attività di comunicazione con proiezione fino al 2009, anno di naturale scadenza del mandato politico del Presidente Palmiro Uccchielli e della sua Giunta.

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 e a confermarlo sono i dati di alcuni monitoraggi: a fine dicembre 2007 *Il Sole 24 ore* ha pubblicato la graduatoria di un'indagine sulla qualità della vita nelle Province italiane.

Dalla classifica complessiva fatta sulla base delle percezioni dei cittadini sul vivere bene nel territorio della Provincia risultiamo in elenco al 27° posto su 102 Amministrazioni interessate. Tale ricerca, condotta con criteri tecnico-scientifici misura il consenso relativamente a sei aree di indagine (Tenore di Vita, Affari e Lavoro, Servizi Ambiente Salute, Ordine Pubblico, Popolazione, Tempo Libero) . L'ottava edizione di *MonitorProvincia* (dicembre 2007), realizzato da Ekma Ricerche di Milano, ha segnalato alcune novità, soprattutto per quanto riguarda la classifica che misura il livello di soddisfazione dell'operato dei Presidenti di Provincia nonché il grado di fiducia degli amministratori intesi come soggetti istituzionali. Con soddisfazione l'operato del Presidente Uccchielli si classifica al 21° posto con un livello di soddisfazione del 57,3%

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. 247 del 11/07/2008.



**L'esperienza realizzata** nel corso degli ultimi anni dall'Amministrazione Provinciale ha dimostrato come la Provincia di Pesaro e Urbino abbia acquistato nei confronti del Territorio un ruolo di coordinamento positivo: molte opere importanti sono state realizzate proprio grazie ad una più forte capacità di vedere l'interesse del territorio come naturale ampliamento della crescita della provincia, nella logica per cui "per competere bisogna collaborare".

La Provincia di Pesaro e Urbino ha **una storia importante**, è guardata come un territorio dinamico in cui accadono eventi e si promuovono iniziative, siamo un "laboratorio di idee", di esperienze rilevanti e abbiamo dimostrato che è possibile reagire se si è in grado di proporre una strategia di crescita che vada a vantaggio di tutti, che possa attrarre nuove attività economiche e al tempo stesso rafforzare quelle esistenti.

Una maggiore ricchezza di attività sul nostro territorio significa poter disporre di maggiori risorse per migliorare la **qualità della vita dei cittadini**, ma anche della provincia nel suo insieme, fino al suo apparire all'esterno: essere più conosciuti fa parte di quei requisiti che aumentano la competitività di un territorio e che dunque lo rendono più ricco di opportunità facendo sì che coloro che lo abitano ne traggano maggiore soddisfazione, vedendo la nostra provincia come luogo ideale per lavorare, per migliorare le proprie attività, in grado di offrire servizi e risorse umane con competenze che non è facile trovare.

**La sfida finale è quindi quella di fare della Provincia di Pesaro e Urbino la provincia delle qualità:** qualità intese in senso plurale, pensando a tutti gli aspetti che danno valore al territorio, dalle grandi alle piccole cose, dalla qualità delle attività economiche alla qualità dell'ambiente, dalla qualità della vita quotidiana a quella della vita sociale.

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

## 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 avviato 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 il 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 concretizzata 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. In particolare:

- facilita la fruizione e contribuisce ad orientare le prestazioni ai reali bisogni ed esigenze della collettività;
- concorre a realizzare un modello di amministrazione "relazionale": assicura la conoscibilità dell'attività amministrativa e favorisce la partecipazione della collettività alla gestione della cosa pubblica;
- accresce l'efficienza dell'azione amministrativa e fornisce ausilio per la realizzazione dei piani, degli obiettivi di governo del territorio e della missione istituzionale dell'Ente;
- elemento trainante per lo costituisce elemento imprescindibile del sistema democratico: consente 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 di promuovere il territorio e le peculiarità locali: rappresenta un 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.

In un clima di diffidenza verso la politica, si moltiplicano poi le richieste di abolizione delle Province, giudicate da più parti "enti inutili".

Per scongiurare appunto il rischio di proclami demagogici, è necessario far comprendere il ruolo che le Province hanno e l'influenza del loro operato sulla nostra vita. Oltre alle competenze "storiche", fare le strade e mantenerle, fare le scuole superiori e adeguarle, tutelare l'ambiente, le Province ne hanno altre, rafforzatesi negli ultimi anni, che discendono dall'essere enti di

coordinamento di area vasta. Molti progetti per il territorio si possono, infatti, realizzare solo se qualcuno "mette insieme le energie e le idee" e guida il treno del cambiamento.

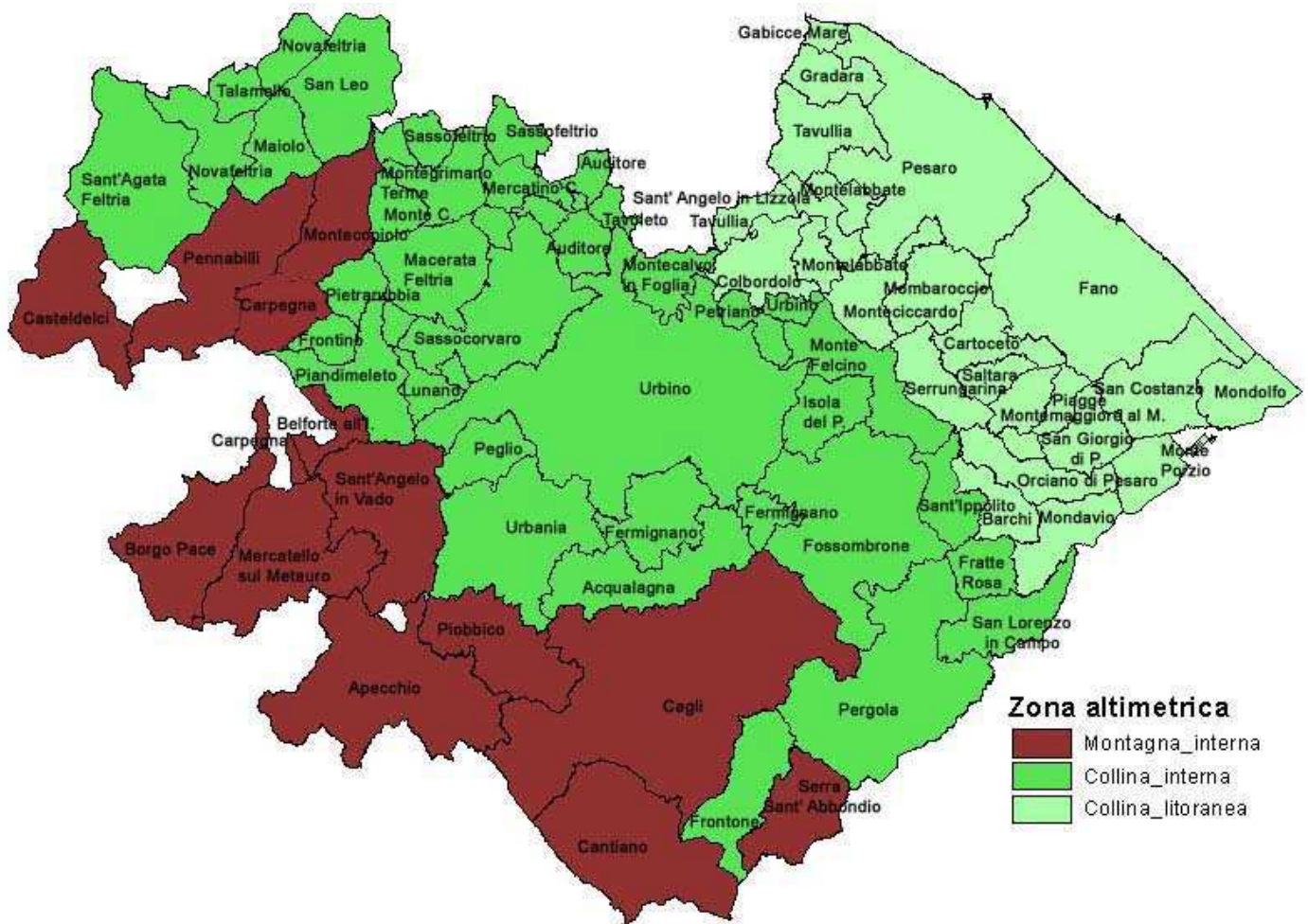
**La Provincia di Pesaro e Urbino crede nella scelta strategica di operare sulle politiche di sistema**, come peraltro nella capacità istituzionale di svolgere funzioni nuove e fondamentali per il governo del territorio. E nel corso degli anni ha interpretato questo ruolo.

Ha messo in atto la partecipazione ed il coinvolgimento di tutti gli attori del territorio, traendone la spinta per progettare in una nuova logica di confronto e condivisione che è parsa la più semplice per far comprendere quantità e qualità delle azioni svolte.

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 si estende per un'area di 2.892 Km<sup>2</sup>. costituendo la Provincia più estesa dell'intero comprensorio regionale. Secondo l'ISTAT la popolazione residente al 31/12/2006 ammontava a 370.374 abitanti, con una densità abitativa di 128 abitanti per Km<sup>2</sup>.



Il territorio è per due terzi collinare ed il resto montuoso, è attraversato da tre **fiumi principali**: Foglia, Metauro, Cesano le cui estensioni sono rispettivamente 90 km, 110 km e 62 km.

I **parchi** presenti sono: Parco Colle San Bartolo e Parco Sasso Simone-Simoncello e Monte Carpegna; la **riserva naturale** è la Riserva del Furlo.

L'articolazione amministrativa provinciale è strutturata in 67 comuni; questi comuni sono per lo più di dimensioni demografiche molto piccole. Nella provincia solo quattro comuni su 67 hanno una popolazione superiore ai 10.000 abitanti, nei quali si concentra quasi il 50% della popolazione residente.

## Analisi Socio-economica La Popolazione

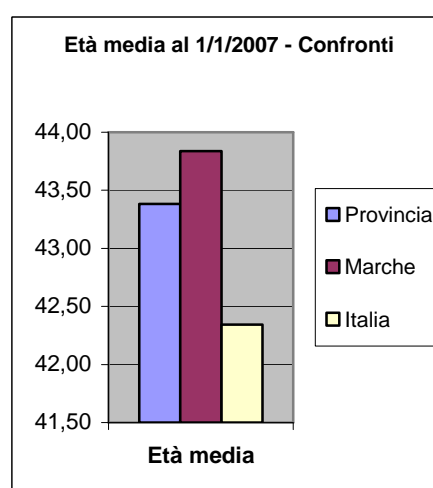
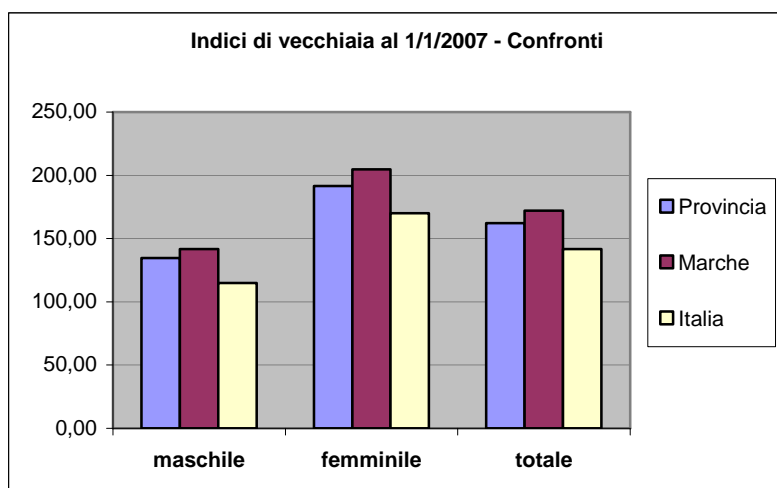
Al 1/1/2007 per ogni 100 bambini e adolescenti abbiamo circa 162 anziani (in prevalenza donne), indice superiore a quello italiano ma leggermente inferiore a quello regionale. Questo quadro è confermato dal valore dell'età media, come è possibile verificare nella tabella e nei grafici sottostanti.

Indicatori di struttura demografica	PU	Marche	Italia
<b>Indice di vecchiaia</b>			
maschile	134,52	141,65	115,01
femminile	192,62	204,64	169,96
totale	<b>162,17</b>	<b>172,13</b>	<b>141,71</b>
<b>Età media</b>	<b>43,38</b>	<b>43,84</b>	<b>42,34</b>

Fonte: ISTAT - Dati al 01/01/2007

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

**Indice di vecchiaia**: rapporto tra la popolazione residente con età oltre i 65 anni e la popolazione in età 0-14 moltiplicato 100. Indica quante persone anziane vivono nella popolazione ogni 100 giovani. **Età media**: è data dalla media delle età ponderata con l'ammontare della popolazione in ciascuna classe d'età. Misura il grado di invecchiamento della popolazione.



Fonte: ISTAT - Dati al 01/01/2007

Elaborazione Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

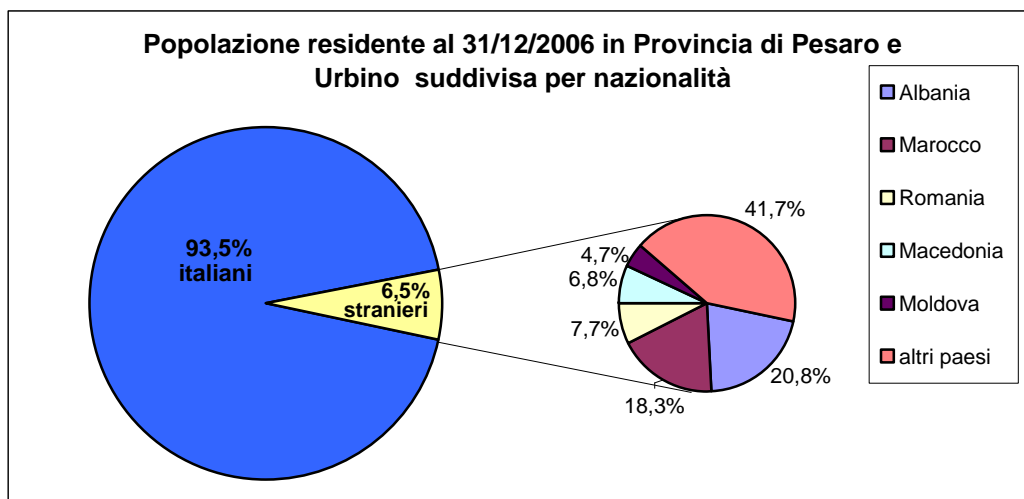


Il tasso di natalità della provincia di Pesaro e Urbino (nati vivi nel 2006 ogni 1000 abitanti) è pari al 9,4‰, valore più alto rispetto alla media regionale (9‰). Il tasso di mortalità (decessi nel 2006 ogni 1000 abitanti) è di 9,8‰, inferiore a quello delle altre 3 province marchigiane.

La popolazione nel nostro territorio si caratterizza per **una notevole longevità**, registrando al 1/1/2007 la presenza di **3.839 ultranovantenni**, pari all'1,04% di tutta la popolazione, valore elevato a confronto di quello nazionale (0,85%).

### Gli Stranieri

Risultano presenti sul territorio della Provincia di Pesaro e Urbino alla data del 31/12/2006 un totale di **24.148 cittadini stranieri**, pari al 6,52% della popolazione residente. Le comunità più numerose sono: albanese (20,8%), marocchina (18,3%), rumena (7,7%), macedone (6,8%) e moldava (4,7%). Albania, Marocco e Macedonia sono caratterizzate da una presenza prevalentemente maschile. Romania e Moldavia hanno una connotazione femminile.



Fonte: ISTAT - Dati al 31/12/2006

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

### Turismo

Le strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere hanno fatto registrare il seguente andamento negli anni dal 2003 al 2007 :

Strutture ricettive	07/2003	06/2004	10/2005	11/2006	10/2007
Alberghi	351	346	335	328	329
Residence	11	11	11	10	10
Campeggi	23	23	23	24	24
Bed & Breakfast	51	84	110	145	175
Country Houses	20	29	44	75	80
Rifugi alpini - escursionistici	4	5	4	4	4
Agricampeggio	9	10	10	10	11
Affittacamere	63	68	61	65	68
Alloggi Agrituristici	126	140	150	190	212
Ostelli della Gioventù	8	9	9	9	8
Case per vacanze	18	20	22	26	29

Aree di sosta	27	26	25	26	25
Case per ferie	16	16	15	17	16
Centri rurali, ristoro		15	20	24	24
Camper service		9	9	9	9

Fonte: Ufficio Turismo della Provincia di Pesaro e Urbino

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

Dall'andamento del numero delle strutture ricettive si evidenzia una **riduzione degli alberghi** derivante dalla chiusura o **riconversione di alberghi** a una o due stelle ed il forte **incremento di Bed & Breakfast, Country Houses ed alloggi agrituristici**.

Il complesso delle strutture ricettive (imprese e privati) che compongono l'offerta turistica della provincia di Pesaro e Urbino, durante il 2006\* ha registrato 613.689 arrivi e 3.577.134 **presenze, in aumento rispetto al 2005** (+5,86% gli arrivi e + 3,46% le presenze). La permanenza media diminuisce leggermente assestandosi a 5,83 notti in media trascorse per ogni cliente.

Fonte: ISTAT

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

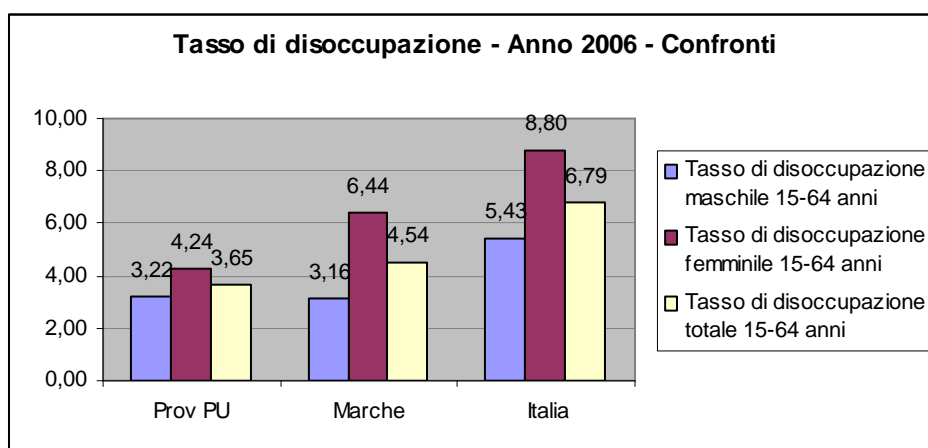
\*I dati relativi all'anno 2006 si intendono provvisori

Note: Per **arrivi** s'intende il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) nel periodo considerato. Per **presenze** s'intende il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi. La **permanenza media** è data dal rapporto tra il numero di notti trascorse (presenze) e il numero di clienti arrivati nella struttura ricettiva (arrivi).

## Mercato del lavoro

La situazione del mercato del lavoro si presenta favorevole. Il tasso di **disoccupazione**, nel 2006, cresce rispetto al 2005 passando **dal 3,1 al 3,65**, risultando però inferiore al dato regionale (4,54%) e a quello nazionale (6,79%).

Da rilevare **la poca differenza tra il tasso di disoccupazione femminile e quello maschile** (+1 punto %), rispetto ai valori decisamente maggiori del livello regionale (+3,3 punti%) e di quello nazionale (+3,4 punti %).



Fonte: ISTAT

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

L'occupazione pesarese, composta per il **73,16% da occupati dipendenti**, è concentrata per il 59,78% nei settori terziari anche se gli occupati nell'industria (38,35%) fanno registrare un valore decisamente superiore al dato nazionale.

### Quadro economico generale

Il **valore aggiunto prodotto all'interno della provincia** di Pesaro e Urbino nel 2005 è stato di 7.472 milioni di euro, circa il **23% della ricchezza prodotta nelle Marche**. I vari settori economici registrano i seguenti tassi di incidenza nella produzione del reddito: Agricoltura 1,7%, Industria 32,7% e Servizi 65,6%.



Fonte: Istituto Tagliacarne

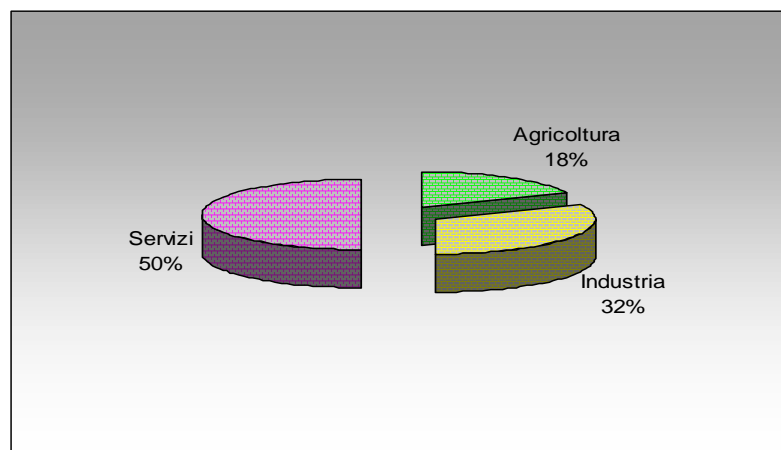
Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

Il settore dei Servizi e quello dell'Agricoltura registrano un'incidenza inferiore rispetto alle grandezze regionali, mentre superiore è l'incidenza dell'Industria, la più elevata di tutta la Regione

### Tessuto imprenditoriale

Nel 2006 il tasso di **sviluppo delle imprese** nella provincia di Pesaro e Urbino è risultato del 1%, registrando una **flessione rispetto al 2005**.

Per quanto riguarda il tessuto imprenditoriale il numero delle imprese attive nella provincia al 31/12/2006 ammontava a 39.011 così ripartite percentualmente:



Fonte: MOVIMPRESE

Elaborazioni: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

Definizioni relative ai macrosettori

Agricoltura: sezioni Ateco A,B

Industria: sezioni Ateco C,D,E,F

Servizi: sezioni Ateco G,H,I,J,K,L,M,N,O,P

Le **imprese femminili** al 31 dicembre 2006 erano 8.811 con un **incremento** di 108 unità rispetto allo stesso periodo del 2005. La densità imprenditoriale femminile è di 23,79 imprese ogni 1.000 abitanti, valore lievemente inferiore a quello regionale (24,64).

## Reddito e consumi

Il reddito disponibile è costituito dal reddito primario lordo (es. reddito da lavoro, dai capitali ecc.) più i trasferimenti derivanti dalle prestazioni sociali.

Nella Provincia di Pesaro e Urbino il reddito disponibile per residente nel 2004 ammontava a € 15.690 rispetto ad una media della Regione Marche di € 16.309.

I consumi delle famiglie residenti (pro-capite) nella Provincia di Pesaro e Urbino nel 2004 ammontavano a € 14.820 rispetto ad una media della Regione Marche di € 14.684.<sup>1</sup>

Fonte: Istituto Tagliacarne

Elaborazione: Ufficio 2.3.1.3 Gestione Banche Dati - Statistica e Sistema Informativo Territoriale

<sup>1</sup> Le notizie e i dati soprariportati sono stati elaborati e forniti dall'Ufficio Gestione Banche Dati, Statistica e Sistema Informativo Territoriale. Responsabile dott.ssa Paola D'Andrea.

## V. LINEE PROGRAMMATICHE GENERALI

L'Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino ha visto riconfermare per il secondo mandato amministrativo, che avrà termine nell'anno 2009, 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 gli obiettivi principali, le tematiche più pregnanti, le priorità e le azioni concrete che ispireranno l'azione di governo nel prossimo quinquennio. Il documento fissa con grande chiarezza il principio cardine che ispirerà l'azione di governo fino al 2009 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"**, 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 secondo le seguenti **dieci principali direttrici**:

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

Un programma che, in occasione dell'approvazione del Bilancio Annuale e Pluriennale, è stato ulteriormente concentrato attorno ad alcuni **obiettivi strategici** da cui muovono i Progetti pianificati dall'amministrazione che costituiscono un **riferimento essenziale** per la predisposizione **del Piano di Comunicazione**.

## VI. GLI OBIETTIVI STRATEGICI

Si tratta per definizione di quegli obiettivi che rispondono alle scelte discrezionali di indirizzo politico che accompagnano le scelte di carattere organizzativo e strutturale:

- **sostenibilità**
- **giovani**
- **donne**
- **sicurezza**
- **qualità della vita**
- **bilancio etico sociale**

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**. Fra questi progetti rientra il tema dell'**Energia** che

è stato opportunamente scelto per affiancare, con un percorso consultativo-partecipativo, la redazione del Programma Energetico Provinciale. Discutere e progettare sul tema energetico in riferimento al territorio provinciale consente:

- l'analisi delle implicazioni ambientali, tecniche, normative e gestionali su risorse strategiche;
- la crescita di consapevolezza sulle ricadute di processi produttivi, servizi di mobilità, comportamenti e stili di vita dei cittadini;
- la riflessione sugli ambiti di intervento in settori chiave come quello dei trasporti;
- la partecipazione degli attori pubblici e privati ad introdurre innovazione tra gli strumenti e gli ambiti gestionali delle risorse energetiche.

In tale contesto l'anno 2008 e il 2009 rappresenteranno 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 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:**

**Le politiche giovanili saranno sempre di più centrali per le Province italiane** è l'idea-forza del Presidente Uccelli sostenuta con entusiasmo anche nella sua qualifica di Responsabile nazionale per l'Unione delle Province Italiane (UPI) delle Politiche Giovanili.

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 ritiene che occuparsi di giovani sia **trasversale** perché significa seguire le questioni legate all'**istruzione**, alla **formazione**, al **lavoro** e mettere dunque 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 giovani 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 di 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.

Tante altre le azioni per le politiche giovanili: con i progetti di **Democrazia Digitale** ci siamo avvicinati al mondo della scuola, al mondo delle giovani generazioni cercando di semplificare e di



coinvolgere - con un linguaggio che unisce l'efficacia della multimedialità alla semplificazione del glossario amministrativo - i cittadini di domani; laboratori e iniziative di grande spessore ci vedono coinvolti e partecipi in strategie che favoriscono il confronto e il dialogo continuo tra l'istituzione provincia e le nuove generazioni.

➤ **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 qualificano il lavoro femminile.

Lavorare in rete è una modalità che appartiene alle donne: per questo motivo la Provincia promuove a livello istituzionale le relazioni tra amministratrici, donne delle associazioni di categoria e donne dei diversi movimenti. Lo strumento per coordinare e promuovere tutte queste azioni è la realizzazione di un portale quale strumento formativo/informativo accessibile via internet **[www.laprovinciadelledonne.it](http://www.laprovinciadelledonne.it)** .

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; Sicurezza alimentare; 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 è il tema della **sicurezza sulle strade**. Dall'anno 2005 si è dato corso con successo alla progettazione di una campagna ad hoc che si è ripetuta ogni anno con modulazioni diverse. Il progetto ha visto la Provincia di Pesaro e Urbino fortemente impegnata in un programma di sensibilizzazione ed informazione dei cittadini, specialmente giovani, sul tema della sicurezza stradale e dell'abuso di comportamenti scorretti che, pur essendo regole 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:**

La Provincia, come sopra già accennato, ha scelto di dare vita ad un **Piano di promozione**

**della salute per una vita di qualità.** 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. Ora occorre che lo sviluppo non sia soltanto quantitativo, ma anche "QUALITATIVO": basato sul rispetto dell'ambiente, sul benessere della popolazione, su migliori condizioni di vita e di lavoro, su una maggiore sicurezza delle strade, sulla tutela della salute.

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.** Ogni 10 anni in Italia raddoppia il numero delle persone che raggiungono i cento anni d'età. Il segreto che assicura una vecchiaia serena sembra consistere in una vita sana, attiva, ricca di interessi e di affetti, una sana e bilanciata alimentazione, quindi buone abitudini di vita e condizioni socio-economiche e familiari ottimali. L'importanza del fattore territoriale ed economico risulta dunque fondamentale. 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 più di 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:**

Già dall'anno 2006 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 quante risorse umane e finanziarie ha potuto disporre e come le ha utilizzate nei molteplici settori di competenza, ma anche dei risultati che ha ottenuto con il loro impiego, con una particolare attenzione alle esigenze e agli **interessi** dei cittadini. **La novità** di maggiore rilievo del documento prodotto quest'anno è data dalla lettura dei dati e delle informazioni raccolte ed elaborate anche con **una visione di genere** finalizzata a leggere con un nuovo punto di vista la realtà territoriale e a riconoscere al contempo le differenti esigenze tra donne e uomini.

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. **La trasparenza** è 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.

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

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.

In tale contesto generale dunque la Provincia di Pesaro e Urbino si accinge a realizzare il **Piano di Comunicazione 2008/2009**, non solo quale **strumento previsto 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 determina dir. 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 specifica** per tutto il personale responsabile della comunicazione allo scopo di assolvere agli obblighi di legge di cui alla Legge 150/2000 (nel febbraio 2007 si è conclusa la partecipazione di due collaboratrici al *Corso per Addetti alle attività di Comunicazione* della durata di 90 ore ed entro il 2008 si concluderà il *Corso di design grafico* per la responsabile della Progettazione grafica). Allo stato attuale la **struttura di coordinamento** con funzioni di programmazione, indirizzo e raccordo delle attività di Comunicazione pubblica è così composta



### Gli Sportelli ai cittadini

Nell'ambito delle sedi del Centro per l'impiego e la formazione rispettivamente di Pesaro, Fano e Urbino (Job) sono presenti gli **Sportelli informativi di settore** e in altri comuni dell'entroterra operano numerosi **Punti Informa Lavoro (P.I.L.)** strategici nell'ottica di avvicinare l'Amministrazione al cittadino, 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.

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.).

Verrà presentata inoltre la rete degli otto **Sportelli Informadonna** che permetteranno di accedere ad informazioni e servizi da vari luoghi del territorio provinciale.

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

L’Ente dispone 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

informativa 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, oltreché 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. **Il portale aggrega diversi portali tematici provinciali e i vari siti dell'ente**, e le modalità con cui il cittadino recupera le informazioni sono semplificate dall'aggregazione dei dati secondo argomenti specifici. 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.

**L'interattività** è il vantaggio più grande di Internet che sempre più è lo strumento per promuovere l'accesso dei cittadini ai progetti decisionali della pubblica Amministrazione. Non trascuriamo i mezzi di informazione tradizionali, Radio, TV, stampa per favorire l'accesso all'informazione di tutte le categorie ma per stringere sempre di più il rapporto di fiducia e trasparenza tra Istituzione e Cittadino è fondamentale aprire un'ulteriore finestra di confronto e dialogo con chi vuol entrare nella istituzione Provincia per capire bene che cosa si fa e come lo si fa. Questo alla base del progetto di avviare un sistema di comunicazione video [www.video.provincia.pu.it](http://www.video.provincia.pu.it) che raggiungerà i cittadini tramite Internet e nello stesso tempo renderà accessibili a tutti sul portale i video prodotti dalla Provincia nel corso di questi anni. Il portale **dell'informazione video** della Provincia di Pesaro e Urbino al fine di ottimizzare le risorse e ridurre i costi di avvio, utilizza le soluzioni tecnologiche esistenti e le risorse umane presenti nelle strutture che istituzionalmente si occupano di comunicazione: l'attività di Comunicazione Istituzionale e quella che si occupa della gestione della comunicazione di tipo giornalistico.

Per comunicare meglio e di più, con i progetti di **Democrazia Digitale** ci siamo avvicinati al mondo della scuola, al mondo delle giovani generazioni cercando di semplificare e di coinvolgere - con un linguaggio che ha unito l'efficacia della multimedialità alla semplificazione del glossario amministrativo - i cittadini di domani. I ragazzi hanno reagito benissimo e il buon numero degli accessi ci fanno ben sperare per il futuro e, soprattutto, ci incoraggiano nel proseguire su una strada che riteniamo giusta e democratica. La sfida ulteriore è che la **partecipazione democratica on line** diventi uno strumento da utilizzare concretamente: poter essere partecipi e quindi non "subire" il mezzo di informazione, come ad esempio avviene per i giornali, la radio,



la tv. Anche i **forum di discussione** vanno potenziati, ampliati e considerati come vere community dove interagire con il cittadino. E' una grande occasione da maneggiare con cura. L'obiettivo e' realizzare una democrazia davvero capace di integrare i nuovi strumenti dell'informazione e comunicazione all'interno di percorsi di mediazione e rappresentanza delle istituzioni. Al centro di questo contesto deve sempre esserci il cittadino, che da fruitore ed utilizzatore di pubblici servizi diviene protagonista, personalmente partecipe della cosa pubblica. Ci aspettiamo proprio lo sviluppo di questa partecipazione, migliorando il servizio e permettendo all'utente di personalizzare la propria consultazione con finestre "a tema", approfondendo così gli argomenti ed i relativi pareri su quanto di più interessa.

C'è ancora - in una fascia ampia della nostra popolazione - una sorta di prevenzione, quasi timore nell'accedere all'utilizzo di questi servizi. Ed è qui che entra in gioco il ruolo, doveroso, delle Istituzioni: **dobbiamo portare Internet e i nuovi mezzi di comunicazione in genere, tra la gente**. La struttura tecnica preposta alla gestione di queste attività prevede la responsabilità di progetto in capo al dirigente del Sistema Informativo e Statistico in qualità di coordinamento generale, mentre le P.O. Informazione, immagine e stampa - Marketing territoriale e Comunicazione - Ufficio relazioni con il pubblico (U.R.P.) si occuperanno rispettivamente degli aspetti informativi e degli aspetti comunicativi.

Per tutta la struttura organizzativa dell'Ente infine si può affermare l'esistenza di una maggiore consapevolezza delle **opportunità offerte dalla rete**: internet è abitualmente riconosciuto ed utilizzato e garantisce, nel complesso, una immagine unitaria. Anche l'uso della **posta elettronica** ha raggiunto alti livelli di utilizzo 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** a cui è dedicato il successivo 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.

L'insieme di tutte le risorse sopra illustrate consente dunque di operare in un **sistema a rete** che consente l'accesso sia diretto che on line alle informazioni e ai servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione.

## VIII. METODOLOGIA e 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 periodo, 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. La comunicazione è un processo e ciò evidenzia come il **mix degli strumenti**, dei prodotti di cui tale processo farà uso dovrà essere per definizione integrato, sia con processi interni, sia con destinatari esterni, sia con le risorse a disposizione.

Descrivendo dunque il programma operativo, anche per il futuro 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 capitolo. 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.** Per superare tale criticità nel 2007 è stata creata una *Rete interna dei referenti per la comunicazione* denominata **Passaparola** che permetta ai suoi componenti di

lavorare abitualmente insieme e parlare lo stesso linguaggio in vista di un obiettivo comune: migliorare la comunicazione interna ed esterna della Provincia di Pesaro e Urbino.

**I principi** che guidano le attività di comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino definiscono 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 2008-09 sono:

**Gradualità** ovvero la razionalizzazione delle risorse economiche e professionali per far crescere un polo per la comunicazione specializzato e sempre più qualificato che renda prassi ordinaria il coordinamento tra: si tratta di un *percorso lento di trasformazione culturale* verso il miglioramento e l'implementazione continua degli strumenti di comunicazione.

**Coerenza** ovvero l'insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati dalla Provincia per offrire un'immagine unitaria, sia all'interno che all'esterno dell'Ente, e costituire *un'identità condivisa* e facilmente riconoscibile.

**Integrazione** ovvero il *coordinamento di tutte le attività* di informazione e integrate in una strategia di comunicazione unitaria.

**Programmazione** ovvero l'organizzazione delle varie iniziative 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** affinché tutte le attività comunicative e informative contribuiscano 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** perché 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** in quanto 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** affinché la comunicazione sia strumento per consentire lo sviluppo delle organizzazioni in grado di rendere sostenibili le politiche di innovazione.

**Tecnologia** dato che 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** perché 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:

- *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.
- *Individuazione dell'obiettivo* di comunicazione: ovvero analisi del risultato che si vuole ottenere attraverso tutte le azioni di comunicazione.
- *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.
- *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.
- *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** ovvero la 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** cioè la stampa e diffusione di materiale grafico e descrittivo da trasmettere al target.
- **la radio e la televisione** tramite la realizzazione e messa in onda di spot, interviste ecc.
- **i giornali** ovvero l'utilizzo delle testate giornalistiche locali per la diffusione capillare di alcune tipologie di messaggi
- **le conferenze stampa** organizzate in collaborazione con l'Ufficio Stampa
- **l'inoltro e-mail** per raggiungere il target individuato
- **il periodico di informazione provinciale** a cura dell'Ufficio Stampa, essendo un prodotto editoriale che consente di approfondire le varie tematiche in maniera tecnica/giornalistica
- **l'organizzazione di convegni/incontri pubblici** che 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
- **la rete internet e i portali provinciali** che consentono di fornire un reale servizio all'utenza veicolando notizie e idee con una comunicazione rapida ed integrata
- **il sito istituzionale** attraverso l'inserimento di news nella Home page della Provincia, che rimanda alla pagina relativa all'argomento trattato
- **la comunicazione video** cioè il nuovo progetto *Videoprovincia* costituito dalla diffusione di registrazioni audiovisive dei momenti significativi della vita istituzionale, per rendere quanto più ampia possibile la partecipazione pubblica alla vita delle sue Istituzioni
- **gli spazi** considerato che oggi la Provincia di Pesaro e Urbino comunica anche per mezzo dei suoi spazi pubblici sia per lo svolgimento delle funzioni istituzionali democratiche che per l'incontro e l'ascolto della cittadinanza
- **gli allestimenti** studiati e realizzati per dare un aspetto omogeneo, coerente e coordinato dell'Ente nell'intento di rendere più forte, più visibile, più memorizzabile l'immagine della Provincia di Pesaro e Urbino e valorizzarne l'*identità*, garantendo uno *stile uniforme, riconoscibile, immediato e percepibile* dal cittadino
- **la partecipazione a Fiere, Saloni e Stand** da quelli più rappresentativi a quelli maggiormente operativi quali gli uffici, gli sportelli i diversi front-office e i desk aperti al pubblico in occasione dei diversi appuntamenti per la promozione dell'Ente
- **la comunicazione visuale (slides) per la presentazione al pubblico** con la tecnica e lo stile della visualizzazione per la presentazione dei dati ed informazioni si comunica di più, più efficacemente e in modo più diretto

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 di comunicazione.

## Le campagne dell'anno 2007

### ➤ Campagna di comunicazione istituzionale **Qui si vive bene...lo dicono i fatti**

E' stata programmata per confermare il rinnovato rapporto tra Pubblica Amministrazione e cittadini, con la finalità principale di realizzare una comunicazione trasparente e completa dell'**operato dell'Ente in questi anni (1999/2007)**, attraverso dati e immagini (slides) che descrivono le azioni realizzate e gli obiettivi raggiunti con il consenso dei cittadini, delle associazioni, delle imprese e degli operatori nel settore pubblico. La campagna è stata presentata e lanciata il 9 febbraio 2007 a Villa Caprile dove tutti gli assessori e i dirigenti della Provincia si sono riuniti per fare il punto sulle azioni realizzate e per ridefinire gli obiettivi futuri. Sono stati poi organizzati una serie di incontri pubblici sul territorio in un percorso itinerante in diversi luoghi del territorio provinciale e in occasione di eventi diversi. Il fine è stato quello della concertazione e del confronto in sintonia con il ruolo e le competenze dei territori e delle autonomie locali.

Tra le azioni annunciate presentando la Campagna era prevista anche la realizzazione di un **prodotto editoriale** nel quale fossero riassunte e descritte le azioni concrete realizzate dai diversi assessorati nel periodo 1999/2007. Il **volume** intitolato "**...lo dicono i fatti**", presentato presso la Sala del Consiglio Provinciale "W. Pierangeli" è semplice nella struttura quanto ricco di contenuti. La pubblicazione illustra i progetti realizzati, quelli in fase di attuazione e quelli realizzabili nell'immediato futuro: **una ricognizione dei risultati raggiunti in otto anni di mandato amministrativo che abbiamo voluto riassumere in una pubblicazione facile da consultare che parlasse attraverso dati e immagini capaci di rendere trasparente il nostro operato.** Infatti le *immagini, gli slogan e i testi* sono stati studiati con l'intento comunicativo di contribuire ad accrescere la percezione da parte dei cittadini della provincia e a farne conoscere i compiti e le attività. Un volume *di 400 pagine, in carta riciclata, in cui si fa il punto, settore per settore, sull'operato della Provincia che* mostra la nuova Provincia europea, di qualità, che ha agito su tre pilastri fondamentali: lo sviluppo ecosostenibile, i giovani e le donne, quali risorse strategiche per il futuro del nostro territorio e di tutti i cittadini. Si sottolinea la collaborazione con il Servizio Sistema Informativo e Statistico, insieme al quale è stato realizzato il progetto della pubblicazione ovvero l'acquisizione e l'elaborazione redazionale dei dati, il montaggio, la scelta di parte del materiale fotografico, la cura e la progettazione grafica-editoriale. Si evidenzia ancora il **reperimento esterno dell'intero finanziamento** atto a coprire tutte le spese di stampa. **Con risorse esclusivamente interne** dunque l'Ufficio Comunicazione ha curato e coordinato tutta la Campagna, la diffusione della stessa e la pubblicazione editoriale.

➤ Campagna **“Una Provincia di Apifarfalle” La Provincia di Pesaro e Urbino celebra chi ha contribuito a costruire una comunità laboriosa, colta e solidale**

La campagna annuale intende ufficializzare e 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 dell'intera comunità, sia a livello nazionale che internazionale, in campo civile, culturale, artistico, scientifico, sportivo e sociale. La scelta di dar vita ad una specifica campagna trae origine dal nuovo rapporto, peraltro già in parte instaurato, con il cittadino che mette al centro l'uomo e ne premia i valori, sia quelli legati alla produzione ed al raggiungimento dei risultati, sia quelli etici ed estetici che ispirano le sue azioni. Lo strumento di comunicazione prescelto è un **Premio** a titolo di riconoscimento simbolico a persone che si sono particolarmente distinte per aver contribuito allo sviluppo economico e sociale della provincia. Obiettivo è l'ufficializzazione dei meriti acquisiti da coloro che hanno saputo valorizzare le proprie vocazioni in modo articolato nell'ambito del complessivo contesto provinciale e che dunque con la propria attività hanno favorito il programma di sviluppo e contribuito all'attuazione degli obiettivi della programmazione provinciale in campo scientifico, tecnologico, culturale, sociale, sportivo, professionale, economico, territoriale, ambientale. Si segnala durante la **IV edizione** della cerimonia **i soggetti premiati sono stati 125.**

➤ Campagna di comunicazione **Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino**

Nel perseguimento degli obiettivi fissati nel Piano di Sviluppo Ecosostenibile e nel suo aggiornamento fino al 2009, l'Ente ha dato prosecuzione alla campagna, *ideata nell'anno 2005*, 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 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 collabori al progetto non solo nella veste di dipendente funzionale ma anche in quella di promotore qualificato di idee innovative. La campagna di comunicazione ha realizzato uno strumento organizzativo e di comunicazione a disposizione di tutti i cittadini per l'espressione e la discussione delle loro idee.

**Nel 2007** sono stati organizzati due eventi a Montecchio (11 giugno; 20 luglio) adottando un preciso modulo organizzativo per invitare la cittadinanza (inviti stampati, manifesti, locandine, call-center, e-mail indirizzate, comunicati stampa) e per rendere interessanti gli argomenti trattati (proiezione di slides e brevi filmati).

Si è trattato di nuove tappe per illustrare l'attività svolta nella zona dell'Unione Pian del Bruscolo (Colbordolo, Monteciccardo, Montelabbate, Sant'Angelo in Lizzola e Tavullia), un distretto produttivo con industrie leader a livello internazionale e una popolazione di circa 30.000 abitanti che si avvia a diventare la terza città della provincia. E' *“La città futura tra Pesaro e Urbino - Ieri, oggi, domani”* che dovrà nascere a Pian del Bruscolo, lungo la vallata del fiume Foglia, dalla fusione dei suoi 5 Comuni. Una sorta di luogo ideale rispettoso dei valori ambientali, sociali e

culturali del nostro territorio. Il secondo appuntamento del 20 luglio ha avuto come tema quello dei giovani neo professionisti partecipanti al "*Laboratorio strategico della città futura*" che progettano la *città futura* di Pian del Bruscolo, affiancando gli amministratori nello studio di strategie e interventi. Sul palco i giovani, in platea i sindaci, gli assessori, i consiglieri, i cinque Comuni e l'Unione Pian del Bruscolo e la cittadinanza ad ascoltare. Su uno schermo gigante sono scorse le immagini di come sarà la *città futura* di 30.000 abitanti. Durante le serate si è potuto visitare un itinerario con gli elaborati dei ragazzi e i percorsi didattici realizzati dalla scuola elementare di Montecchio. Entrambe le iniziative hanno ottenuto successo e risposta di pubblico quale riuscito momento 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.

➤ **Campagna DE.CI.DI. di farti ascoltare dalla Provincia**

La Provincia di Pesaro e Urbino ha aderito alla campagna di comunicazione promossa dalla Provincia di Genova denominata DE.CI.DI., acronimo scelto per il progetto di **Democrazia e Cittadinanza Digitale** volto a promuovere la partecipazione attiva dei cittadini ai processi decisionali dell'Amministrazione, con l'obiettivo principale del futuro impiego e ascolto delle informazioni scaturite dalle votazioni digitali per orientare realmente le scelte di governo locale. E' stato infatti offerto ad un campione di persone la possibilità di esprimersi su un argomento specifico attraverso l'utilizzo delle tecnologie informatiche. Come campione di cittadini sono stati scelti i **giovani** residenti nel territorio provinciale di età compresa fra i **18** e i **27 anni** per esprimere il loro parere sul tema delle Politiche Giovanili. Coloro che si sono registrati hanno *votato due volte*, compilando un Documento di Partecipazione. Nell'intervallo tra le due votazioni ogni votante ha potuto accedere all'area dedicata del portale per partecipare alla fase di informazione dei contenuti oggetto del Documento di Partecipazione. L'Ufficio Comunicazione ha curato tutta la campagna, la progettazione grafica della *cartolina, dei pendoli informativi affissi negli autobus e del manifesto* per la diffusione dell'iniziativa, ha collaborato alla realizzazione del sito **www.decidi.it**, alla predisposizione di **slide illustrative** e ha contribuito al coinvolgimento delle scuole superiori e dei giovani del servizio civile volontario.

➤ **Campagne di comunicazione istituzionale Servizio Civile Volontario I giovani INSIEME nell'impegno sociale 1° e 2° bando**

Il 12 giugno 2007 è stato approvato dall'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile il primo Bando per la selezione di volontari da impiegare in progetti di Servizio Civile. Sono stati approvati **16 progetti**, presentati dalla Provincia di Pesaro e Urbino, per l'impiego di **201 giovani volontari** presso gli enti aderenti all'iniziativa. Il 31 agosto 2007 è stato approvato il secondo Bando: approvati **2 ulteriori progetti** per l'impiego di **36 giovani volontari** presso **18 Comuni** della Provincia. Al fine di sensibilizzare e informare i giovani sulle opportunità offerte dal Servizio Civile Nazionale, nell'ambito dei progetti presentati dalla Provincia, sono state lanciate due campagne



di comunicazione istituzionale. 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, della rete provinciale delle biblioteche, della tutela dei parchi e della protezione civile scegliendo in occasione dell'uscita del secondo bando di non creare e veicolare un nuovo messaggio in grado di suscitare interesse verso le nuove offerte, ritenendo invece di confermare le scelte grafiche operate per la prima campagna evidenziando solo l'elemento della **novità**. Le Campagne sono stata articolate attraverso diversi strumenti di comunicazione integrata: **manifesti e affissioni** presenti in tutti i Comuni del territorio provinciale, in particolare presso i nodi di transito ritenuti particolarmente incisivi, con cartellonistica mobile lungo le strade provinciali di maggior traffico per permettere ai conducenti dei veicoli di incontrare ripetutamente lo stesso messaggio, presso gli spazi pubblici di affissione, sugli autobus di linea urbana ed extraurbana e nei diversi punti di informazione e di aggregazione giovanile, **spot radio-televisivi e campagna stampa** con ricorso alle maggiori testate quotidiane e radio a diffusione locale. Tali strumenti sono stati prescelti per la loro duttilità, velocità e forza penetrativa unitamente a conferenze e comunicati stampa, **materiale informativo** (depliant informativi, volantini, pendoli) distribuito presso gli URP, i Centri per l'Impiego, le Scuole superiori, i Comuni e tutti gli altri uffici di informazione territoriali.

➤ **Campagna di Comunicazione Istituzionale Concorso di progettazione La libertà si fa SPAZIO**

La Provincia di Pesaro e Urbino e il Comune di Pesaro hanno deciso di bandire un *Concorso di progettazione in due gradi* per un'area del centro storico di Pesaro della dimensione complessiva di mq 13.849, oggetto del Piano Particolareggiato dell' ex Carcere Minorile. Uno spazio dalle ampie proporzioni e dalle potenzialità smisurate, ragionando in termini urbanistici e architettonici, che tornerà a schiudersi alla città e, soprattutto, ai cittadini. Al fine di far conoscere l'iniziativa e di dare la più ampia diffusione al bando di concorso è stata progettata una specifica campagna informativa, proprio per sottolineare la volontà da parte delle due Amministrazioni coinvolte (Provincia e Comune di Pesaro), di trasformare un luogo nato per la reclusione e l'isolamento in uno spazio di aggregazione rivolto al territorio, alla città e soprattutto ai giovani. La campagna ha previsto i seguenti *strumenti di comunicazione integrata*: **organi di informazione locali e regionali** per la diffusione dell'iniziativa e del bando Conferenze stampa e comunicati stampa inviati agli organi di informazione regionale e locale, **riviste specializzate**: n. 2 inserzioni per la diffusione del bando all'interno di due principali riviste specializzate italiane, **grandi affissioni** di pubblicità esterna posta su supporto situato in spazi aperti (6mt. x 3 mt.) nelle tre città a maggiore densità abitativa oltre alla realizzazione di un **telo pvc** da posizionare sul muro esterno dell'ex carcere, realizzazione e diffusione di **manifesti** distribuiti nel territorio provinciale e nazionale per la divulgazione dell'iniziativa, **brochure tecnica** per la diffusione del bando si è prevista la stampa di un documento tecnico composto da circa 16 facciate, **depliant** per la diffusione dell'iniziativa e del bando, **internet** data

l'ampiezza del suo raggio d'intervento unitamente al basso costo di utilizzo e all'evidenza pubblica europea del Bando.

➤ **Campagna sulla Sicurezza Stradale Quando guidi. Pensa alla vita ...non ne hai un'altra**

Il progetto della campagna per l'anno 2007 è stato realizzato con strumenti diversi secondo modalità e tempi di esecuzione distinti. Infatti, oltre a ripetere la campagna di sensibilizzazione ed informazione degli anni 2005 - 2006 denominata *Quando guidi. Pensa alla vita...non ne hai un'altra!* (manifesti ed affissioni, spot radiofonici, slogan e immagini realizzati direttamente dall'Ufficio Comunicazione della Provincia), quale messaggio informativo e azione preventiva/repressiva contro i trasgressori, si è voluto aggiungere un sistema di riconoscimento, a chi si comporta correttamente alla guida del proprio veicolo. Un sistema di premio simbolico, buoni sconto e omaggi offerti da alcuni esercenti che hanno aderito grazie ad una collaborazione con **Confcommercio** e **Confesercenti**, da consegnare a quegli utenti, specie giovani, in regola con tutte le norme previste dal codice della strada. Si è voluto 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. Sono stati realizzati **pieghevoli della campagna e tessere**, Per raggiungere con maggiore immediatezza il target giovani, cui la campagna è prevalentemente diretta, si è dunque pensato alla realizzazione un progetto grafico e degli slogan che potessero focalizzare l'attenzione degli stessi sul messaggio prodotto. Si sono pertanto predisposti **nuovi slogan** associati alla grafica che oltre al concetto della premialità tendono a sensibilizzare i giovani contro l'abuso di alcol e per la moderazione della velocità: **Fatti un regalo! Viaggia sicuro - VELOCI?.....Si ma di cervello! - NON fare il pieno!** L'immagine e lo slogan delle campagne hanno utilizzato un messaggio consapevolizzante estremamente semplice, comune e decisamente positivo, per mostrare ed offrire uno spunto di riflessione.

## X. BILANCIO SULL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA 2007

Nella definizione del Programma per il 2007 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 2007 le attività previste nel piano di Comunicazione 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 (descritte e illustrate al Sito [www.comunicazione.provincia.pu.it](http://www.comunicazione.provincia.pu.it)):

#### ➤ **Eventi**

- **Stella d'oro** al merito sportivo a Claudio Costa
- **Porte aperte** sui beni architettonici recuperati dalla Provincia
- Giornate commemorative del Prof. **Aldo J.B. Brilli Cattarini**
- **Italia: si può fare di più**
- **Salute mentale**-Persona e comunità
- Strada **pedemontana** Sassoferrato-Cagli
- **La terra ha bisogno di te** Incontriamoci per sostenerla
- **Avvocati e Magistrati** Quale riforma della giustizia per i cittadini?
- **100/100** La Provincia premia i giovani
- **Le terracotte Youwarou**
- **Il territorio come bene culturale e risorsa economica**
- 30° anniversario Clinica Mobile
- Incontro tra la Giunta Provinciale e la Giunta Regionale
- 4 incontri sul Sistema della **Cooperazione** nazionale
- **Sport Day** 2007

- Fare il punto. **Museo**
- Festa della Polizia Provinciale. **Felici di darvi + sicurezza**
- **Maioliche del duca**
- Quale futuro per il tifo organizzato
- Il ruolo dell'Italia e dell'Europa nella **Nato**
- Inaugurazione anno per i **diritti umani**
- Volume **Ruote sull'acqua**
- Salone Urbanpromo 2007 a Venezia (collaborazione)
- **Festa della Longevità** anno 2007
- Volume Il mal di schiena di Babbo Natale

#### ➤ **Celebrazioni feste nazionali**

- Giorno della Memoria
- Giorno del Ricordo
- Festa della donna
- Giornata mondiale del Gioco
- Festa della Repubblica
- Settimana provinciale della Pace
- Giornata dell'Unità Nazionale e Festa delle Forze Armate
- Natale 2007

#### ➤ **Allestimenti**

- Cerimonia "**Stella d'Oro**" al Dottor Costa presso il Salone Metaurense Prefettura
- Incontro "**Qui si vive bene..**" presso la Galleria degli stucchi a Villa Caprile
- Intitolazione a **Giuseppe Angelini** della Sala dei Gruppi Consiliari
- Intitolazione del **Centro Ricerche Floristiche** ad "Aldo J.B. Brilli-Cattarini"
- **Stand per il SAMP** a Pesaro
- Convegno "**La Terra ha bisogno di te. Incontriamoci per sostenerla**" a Fano
- **Mostra terrecotte Youwarou** a Fiorenzuola e Fratterosa
- **Stand Festa dell'Unità** a Pesaro
- **Festa della Polizia provinciale**
- **Stand Onda su Onda.** 1° Salone dei cibi dei paesi e delle regioni del mare Adriatico a Pesaro
- **Festa della Longevità**
- Progetto identità **sede Cral**
- **Assemblee pubbliche** sul territorio del Presidente

#### ➤ **Arredamenti**

- **Sala Valerio Volpini** Viale Gramsci 7, Pesaro

- **Sala Gruppi Giuseppe Angelini** Viale Gramsci 4, Pesaro
- **Uffici Formazione Professionale** piano terra dell' Ex Bramante a Pesaro
- **Front Office e Uffici Formazione** a Palazzo Mochi Zamperoli Cagli
- **Ufficio Capo di Gabinetto**
- **Arredamento Uffici operativi nelle varie sedi:** Segreteria del Direttore Generale, Uffici Pubblica Istruzione

#### ➤ **Inaugurazioni**

- nuova sede Formazione e Lavoro **Palazzo Mochi Zamperoli**
- **Piagge** - presentazione di due tele restaurate
- Inaugurazione affresco realizzato da **Agrà** - Natale Patrizi **Racconto Rurale**
- Progetto Archivio Albani

#### ➤ **Organizzazione di incontri istituzionali** con la Regione Marche, i Comuni e le Comunità Montane, con rappresentanti di Stato e di Stati Esteri

- 10° Gemellaggio con la Provincia di Rastatt
- delegazione del Brasile
- delegazione del Giappone
- delegazione della Svezia
- delegazione della Repubblica Moldavia
- Ricevimento con il Presidente dell'Associazione Lauretana marchigiani d'America (ALMA) delegazione del Niger
- delegazione della regione di Rostov sul Don

#### ➤ **Inserzioni** redazionali, pagine istituzionali, pubblicitarie su riviste, periodici:

- Vademecum Marche 2007
- Manifesto *no alle Biomasse*
- Anniversario Europa 50°
- Opuscolo Festa del Porto 2007
- Calendario caccia
- Filo diretto con la Provincia

#### ➤ **Cura e aggiornamento delle sezioni *Primo piano* e *In evidenza* della Home page** Valutazione richieste esterne e loro posizionamento

#### ➤ **Regolamentazione, cura e gestione del cerimoniale provinciale.** Premi di rappresentanza e doni per competenze di Pubbliche Relazioni

#### ➤ **Progettazione editoriale e Piano di diffusione del Bilancio Etico** Sociale e di Genere 2006

- **Progettazione editoriale aggiornamento** (febbraio 2007) volume *La Giunta e il Consiglio della Regione Marche: composizione e numeri utili*
- **Progettazione editoriale** aggiornamento (febbraio 2007) volume *Le Giunte e i Consigli dei Comuni, delle Comunità Montane, delle Unioni dei Comuni della Provincia di Pesaro e Urbino*
- **Indagini di Qualità e gradimento**
  - Questionario Progetto **DECIDI**
  - Questionario di soddisfazione Ufficio Relazioni con il Pubblico **Parla con noi**
  - Questionario di valutazione **Bilancio Etico sociale** e di Genere anno 2006
- **Collaborazione e coordinamento con Consiglio dei Giovani Eletti**
- **Iniziative interne** all'amministrazione in occasione delle principali **festività annuali e ricorrenze**
- **Imbandieramento** edifici pubblici con bandiere Provincia, O.N.U, Nazionale, Europea e Regionale o degli ospiti stranieri in visita
- **Telegrammi** stesura e trasmissione delle comunicazioni del Presidente
- **Manifesti funebri istituzionali** redazione e affissione
- **Ricevimento di studenti** di classi elementari e medie
- **Segnaletica – Carte intestate– Cornici**  
Progettazione e realizzazione di segnaletica esterna ed interna (fuoriporta) ed i carte intestate. Realizzazione e collocazione cornici
- **Progettazione e realizzazione oggetti di rappresentanza** Svuota tasche in cuoio, distintivi da giacca con logo della Provincia
- **Coordinamento e organizzazione**
  - ospitalità e accoglienza delegazioni nazionali ed internazionali
  - missioni del Presidente all'estero per funzioni di rappresentanza
  - partecipazione e collaborazione a convegni, fiere, inaugurazioni, allestimenti, eventi vari, pubbliche iniziative, ecc. realizzate dall'Ente o da esso patrocinate

## **XI. I MIGLIORAMENTI POSSIBILI**

Si possono rilevare alcuni temi per i quali progettare otto 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 progettazione grafica**
- 6. gli allestimenti/arredamenti**
- 7. la promozione di sinergie interne ed esterne**
- 8. la formazione degli addetti alla comunicazione**

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

La mancanza di coordinamento e programmazione delle attività svolte deriva spesso dall'assenza 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 e con maggior forza 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 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.**

Nel 2007 è stata **potenziata la qualità e quantità delle informazioni** in entrata e in uscita, attraverso un più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e di nuovi percorsi di condivisione con i servizi e assessorati dell'ente. L'Ufficio ha fornito anche via internet risposte personalizzate a richieste di indicazioni, segnalazioni e reclami, oltre a rappresentare il luogo fisico d'informazione, consultazione, ascolto e dialogo con l'utenza. Altrettanto importante è stata l'attività di **back office**, il "dietro le quinte" che l'Ufficio, situato al piano terra del palazzo della Provincia, svolge quotidianamente anche a vantaggio dei dipendenti dell'ente. Il dato generale è che i **contatti sono aumentati del 31,6%**: tra le richieste: corsi, bandi, modulistica ma anche informazioni sulle attività dell'ente, su contributi, sussidi e procedimenti amministrativi. Infatti ben **12.900 persone** si sono rivolte all'Ufficio relazioni con il pubblico (Urp) della Provincia, con una media di **43 contatti al giorno**, per richiedere informazioni sull'organizzazione dell'ente e sui suoi servizi, consultare documenti amministrativi, leggi e regolamenti, ottenere materiale informativo sulle funzioni e le iniziative della Provincia e tanto altro ancora. Il dato, che evidenzia un forte aumento dei contatti **rispetto al 2006 (+31,6%)**, emerge dal Report sull'attività dell'Ufficio per l'anno 2007. Analizzando le richieste di informazioni dei cittadini, per il **25%** hanno riguardato corsi, bandi e modulistica relativi alla formazione professionale e ai Centri per l'impiego, per il **20%** atti dell'ente (determine, delibere, regolamenti, statuto) ed altre pubbliche amministrazioni (Governo, Parlamento, Regione ecc.), per il **15%** attività culturali promosse dalla Provincia (iniziative, mostre, pubblicazioni), per il **10%** contributi e sussidi concessi a vario titolo (attività produttive, sportive, assistenza sociale, promozione turistica, valorizzazione del territorio da parte di Comuni e Comunità montane), altro **10%** informazioni per ricerche storiche, tesi di laurea ecc., 5% procedimenti amministrativi su attività venatoria, ambiente, codice della strada, canone per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche.

"Valutare i mezzi di informazione e di ascolto utilizzati abitualmente dai cittadini – ha evidenziato il presidente della Provincia **Palmiro Uccielli** – è il primo atto da compiere per migliorare costantemente il servizio. La gestione efficace del contatto con gli utenti rientra infatti in una scelta più generale di strategie e di valori che l'amministrazione intende trasmettere attraverso ogni sua struttura".

Per l'anno 2008/2009 si intende dare prosecuzione al **progetto di rilevazione dei dati di affluenza** e della sua formulazione in statistiche con lo scopo di fornire un quadro attendibile e verificabile dell'affluenza dei cittadini all'Ufficio Relazioni con il Pubblico per una valutazione idonea a migliorare in futuro il servizio.

Per la realizzazione dei compiti istituzionali dell'urp presupposto è 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 2007 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 nel 2007 è stato redatto un **Progetto di indagine di citizen satisfaction denominato PARLA CON NOI** orientato a monitorare l'urp che, per sua stessa natura, entra quotidianamente in contatto con un numero cospicuo di persone. Il Questionario è stato erogato all'utenza a partire dal mese di aprile 2007 ed 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 sta nel saper leggere e comprendere le aspettative presenti e future dei nostri utenti attuali e potenziali e nel riuscire a tradurle in obiettivi e caratteristiche dell'offerta reale. **Il progetto deve essere proseguito anche nell'anno 2008/09 per misurare e verificare il gradimento dei servizi offerti con un numero sempre maggiore di risposte fornite. Si prevede di rendere disponibile il questionario anche sul sito.** In merito a questo argomento, occorre ribadire 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.

### **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 degli 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.

Nell'anno 2007 si è resa 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 ha il compito di trasmettere all'URP e all'Ufficio Comunicazione le tematiche che hanno rilievo sotto l'aspetto relazionale e comunicativo.

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

I referenti della comunicazione devono 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. **Pertanto per l'anno 2008/2009 si ritiene di dover rafforzare questo fenomenale strumento la cui crescita è necessaria all'interno del processo di miglioramento della comunicazione interna e delle funzioni trasversali che l'Urp ha quali compiti d'istituto.**

## **5. la progettazione grafica**

La comunicazione per essere efficace deve risultare chiara e percepibile in tempi rapidi, soprattutto quando si tratta di **elaborare messaggi attraverso immagini** la cui costruzione non può essere lasciata al caso o a trattazioni episodiche. Oggi, in un maturo sistema di comunicazione istituzionale che sempre più si avvale di sistemi multimediali, si devono compiere scelte di professionalità che generalmente si rivolgono ad agenzie e studi esterni .

L'Ufficio Comunicazione si è **impegnato intensamente affinché la parte grafica della Comunicazione pubblica fosse svolta quanto più possibile con le risorse interne dell'Ente**. Infatti il ricorso a soluzioni esterne porrebbe notevoli difficoltà: innanzitutto l'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, per il requisito della tempestività. Infatti molto spesso i

provvedimenti adottati dall'Ente vanno trasferiti 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.

Per questo l'Ufficio Comunicazione si è dotato da tempo di una **risorsa interna esperta in comunicazione grafica con il ruolo di grafico creativo**. Tale figura ha consentito di consolidare la buona prassi di una progettazione grafica interna del messaggio comunicativo.

Tale risorsa ha altresì il compito, ancora purtroppo sottovalutato, di **verifica** delle eventuali proposte grafiche provenienti da studi esterni **per assicurare un controllo della qualità e della coerenza dell'immagine** dell'Ente Provincia in qualità di organizzatore, patrocinatore o collaboratore di numerosi eventi e iniziative.

## 6. gli allestimenti e gli arredamenti

L'Ufficio Comunicazione ritiene che **l'Amministrazione comunica anche attraverso i suoi spazi**: da quelli più rappresentativi in occasione dei vari eventi, a quelli maggiormente operativi quali gli Uffici aperti al pubblico.

Attualmente l'Ufficio dispone della figura di **un architetto** formato in comunicazione e in grafica, già precedentemente impiegata dall'Ente per **l'arredamento coordinato di spazi destinati ai giovani** (sede Europe direct, sede della Città futura, Centro per l'impiego di Pesaro e vari Punti informa lavoro) e per **l'allestimento di luoghi istituzionali** quali la Sala gruppi o la Sala Angelini.

Grazie alla presenza di questa risorsa interna dedicata **potranno essere dunque potenziate** le attività di arredamento e allestimento di 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 a **soluzioni tra di loro coerenti per l'arredamento degli Uffici** che ne facciano richiesta (dando priorità a quelli aperti al pubblico).

Infine, per i Servizi che ne facciano richiesta, si allestiranno **esposizioni d'arte** temporanee e **mostre** negli spazi istituzionali o esterni.

## 7. la promozione di sinergie interne ed esterne

Emblematico in questo caso è stato 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 aveva 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 .

E' stato attivato un proficuo rapporto di cooperazione con le Scuole superiori ed identificato, quale partner di progetto, il Consiglio dei Giovani eletti della Provincia, avvalendosi inoltre di ulteriori occasioni di incontro organizzate con il target giovanile.

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.**

### **9. la formazione degli addetti alla comunicazione**

Il felice e armonico concorso di energie che abbiamo impiegato in questi anni dice molto sulla qualità che intendiamo raggiungere o che in ogni caso riteniamo essere uno dei principali obiettivi della nostra posizione organizzativa. In questo quadro lo sviluppo delle capacità e cognizioni tecniche, il sapere informatico, il rapporto competente con il mondo della multimedialità non sono un semplice ossequio alla moda ma il riconoscimento dell'impossibilità di prescindere da un nuovo e più forte rapporto con gli strumenti e saperi comunicativi che costituiscono un'importante connotato della modernità e dell'ovvio sviluppo di competenze di coloro che operano nella comunicazione pubblica.

La sfida è proprio questa: unire diversi ambiti di studio e delineare dunque un piano formativo robusto che prepari a nuove conoscenze e competenze profondamente trasformate dall'evoluzione dei mezzi di comunicazione e centrate sulle pratiche comunicative.

Il gruppo comunicazione è motivato ma va ancor più incoraggiato nel contesto quotidiano di un rapporto e confronto vivace e mai scontato.

## XII. GLI OBIETTIVI E LE AZIONI DI COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2008/09

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

E' questo per noi l'obiettivo propedeutico ad ogni altra azione di comunicazione ed informazione realizzata dall'Ente e viene quindi riproposto in visione sistemica.

**Per comunicazione integrata si intende l'integrazione dei diversi strumenti di comunicazione e dei vari tipi di comunicazione in modo da perfezionare le varie azioni moltiplicandone l'efficacia in una dimensione di pubblica utilità.**

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.

La **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.

Si intende arrivare a rafforzare il senso di appartenenza e partecipazione all'ente per utilizzarlo 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 della Rete di referenti per la Comunicazione.

Presso ogni Direzione e assessorato **è stato individuato un referente** con il compito di fornire al Servizio Comunicazione 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 sono 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. E' stato creato 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 ([www.provincia.pu.it](http://www.provincia.pu.it)).

➤ **Comunicazione video Videprovincia**

Il portale della Informazione video della Provincia di Pesaro e Urbino. Il nuovo progetto che mette a disposizione del cittadino un ulteriore strumento di comunicazione, costituito dalla **diffusione di registrazioni audiovisive** dei momenti significativi della vita istituzionale, per rendere quanto più ampia possibile la partecipazione pubblica alla vita delle sue istituzioni.

**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 negli anni 2008/9 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.

#### **➤ Inaugurazioni e 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 dare prosecuzione al progetto di dedicare alcuni spazi delle sedi istituzionali della Provincia per finalità specificatamente istituzionali e 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 della Costituzione Italiana**, nuova sede del consiglio provinciale dei giovani eletti presso Via Largo Moro nel Palazzo della Provincia.

- la **Sala Riunioni** posta al civico n.7 di Via Gramsci a "**Valerio Volpini**", personalità fanese di grande esempio e protagonista della vita culturale e politica italiana, scrittore e giornalista che fu anche Direttore dell'Osservatore Romano, partigiano e Consigliere regionale delle Marche per la Democrazia Cristiana dal 1970 al 1975, scomparso l'11 gennaio 2000, ricordando l'impegno con cui ha messo a disposizione la propria vita per la crescita civile e democratica del nostro territorio.

- **Sala della Comunicazione**, individuata nella attuale sala dei Mosaici all'interno della sede

centrale e collegata al progetto del Portale dell'Informazione "Video Provincia". Si organizzeranno incontri con la stampa e sarà collocata una postazione per il montaggio audio e video e per l'archiviazione del materiale video prodotto

Si prevede l'organizzazione di cerimonie inaugurazione e di ufficializzazione delle intitolazioni e inaugurazioni con l'apposizione di targhe identificative e commemorative.

**- il Cortile interno della Sede principale della Provincia**, progetto di intervento edilizio ancora in corso di definizione.

### ➤ **Il Cerimoniale**

L'Ufficio comunicazione organizza le **partecipazioni ufficiali** a manifestazioni pubbliche; cura i rapporti con e tra gli **organi istituzionali** comunali, provinciali, regionali e statali, provvede all'organizzazione delle **manifestazioni pubbliche**, sia di tabella (feste nazionali o civiche, ricorrenze religiose), sia straordinarie, disciplinandole secondo le regole del protocollo cerimoniale e delle precedenze, per conferire loro il decoro istituzionale; cura la corretta esposizione delle **bandiere** e delle **insegne provinciali**, secondo le norme di legge; cura le pubblicazioni provinciali; interviene nelle varie occasioni per momenti di cultura locale, si occupa delle inserzioni pubblicitarie, della divulgazione dell'attività amministrativa e in collaborazione con l'Ufficio Stampa della **testimonianza fotografica e video degli eventi**; cura i **premi di rappresentanza e doni** in occasione di incontri o visite, per ragioni di cortesia ufficiale e per gesto di gratitudine verso chi ha offerto l'ospitalità.

### ➤ **Gli allestimenti e gli arredi**

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 e le Sale aperti al pubblico, l'Ufficio Comunicazione 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 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.

### ➤ **Portale Internet**

Si conferma la scelta imprescindibile di unitarietà del Portale web della Provincia che prevede, anche alla luce della più recente normativa di riferimento, una più agevole fruizione dei suoi contenuti ed una maggiore interattività. In particolare vanno evidenziate la bella veste grafica e i valori stilistici ( pulizia, rigore, essenzialità ), che ha reso 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 realizzata tecnicamente in collaborazione con il Servizio Sistemi Informativi.

#### **I destinatari**

Cittadini, Istituzioni.

### **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 e di Genere**

Già dall'anno 2006 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 quante risorse umane e finanziarie ha potuto disporre e come le ha utilizzate nei molteplici settori di competenza, ma anche dei risultati che ha ottenuto con il loro impiego, con una particolare attenzione alle esigenze e agli interessi dei cittadini.. **La novità** di maggiore rilievo del documento prodotto nell'anno 2007 è stata data dalla lettura dei dati e delle informazioni raccolte ed elaborate anche con **una visione di genere** finalizzata a leggere con un nuovo punto di vista la realtà territoriale e a riconoscere al contempo le differenti esigenze tra donne e uomini. 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.

Si prevede di dare prosecuzione alla realizzazione di questo modello di rendicontazione 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.

### **Progettazione editoriale e Diffusione del Bilancio Etico Sociale e di Genere**

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 alle informazioni e al loro accesso per i Cittadini e i componenti degli organi provinciali**

Nell'era dell'informazione la Provincia di Pesaro e Urbino conferma questo obiettivo per aiutare i cittadini a conoscere i problemi, le iniziative, l'evoluzione del nostro territorio. Infatti quando c'è più informazione c'è più cultura, più partecipazione, più interesse nei confronti della vita sociale. L'Amministrazione 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.

L'analisi quantitativa dell'affluenza degli utenti e della loro distribuzione nel corso dei mesi ci può aiutare a leggere le esigenze dei cittadini e a programmare le modalità di risposta, evidenziare le eventuali criticità e le aree di maggior interesse. Ha inoltre una importante ricaduta in termini di miglioramento dell'organizzazione sulle quali l'Amministrazione costruisce la propria offerta di servizi. Per questo si è scelto di fornire **Report annuali** dell'attività dell'Urp, al fine di valutare e correggere le informazioni fornite, quelle richieste e le modalità di erogazione delle stesse.

### **Gli strumenti:**

#### **➤ Back e Front-office U.R.P**

Rappresenta il punto di contatto privilegiato tra l'Amministrazione e la collettività amministrata. Predispose 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.

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.

#### ➤ **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.

#### ➤ **Comunicati e conferenze stampa**

Per rendere l'informazione il più possibile corretta, completa, tempestiva e accessibile.

#### ➤ **VideoProvincia. Il portale della Informazione video della Provincia di Pesaro e Urbino**

La modalità di comunicazione tramite il portale provinciale [www.video.provincia.pu.it](http://www.video.provincia.pu.it) prevede la messa in rete di una serie di filmati che siano accedibili mediante un portale dedicato all'erogazione dei filmati video. **Questa nuova iniziativa permette di avviare un sistema di comunicazione video che raggiunge i cittadini tramite Internet nello stesso tempo rende fruibile sul portale tutti i video prodotti dalla Provincia nel corso di questi anni.**

In questa fase di avvio è improprio parlare di WEB TV, poiché una struttura di questo tipo richiede la presenza di personale tecnico e di soluzioni tecniche ad oggi non presenti all'interno dell'amministrazione ( redazione di video giornalisti, operatori specializzati, regista, studio di ripresa etc ), ciò non contrasta con la possibilità di iniziare a produrre le prime interviste o i primi servizi video secondo una logica di valorizzazione delle risorse umane e tecniche, già presenti nell'ente. E' indubbio che questo lavoro che si andrà a realizzare è propedeutico anche alla realizzazione di una futura *WEB TV* o di una più immediata *TV ON DEMAND* che potrà trovare collocazione all'interno del sito istituzionale dell'Ente. Per l'organizzazione delle informazioni

video si ritiene fondamentale, una volta avviato il progetto, una produzione costante del materiale trasmissibile che fornisca aggiornamenti in tempo reale. I filmati, che potranno essere visti dalla componente del portale provinciale dedicato alla gestione della comunicazione video, saranno organizzati nel seguente modo:

1. **NEWS** – In questa sezione trovano posto tutti i tipi di filmato, presenti anche in archivio, ordinati con il solo criterio della data di emissione in rete;
2. **IN EVIDENZA** – in un banner sul sito della Provincia viene evidenziato il filmato che si ritiene in quel momento di maggiore interesse;
3. **ARCHIVIO** – vengono ordinati i filmati suddivisi tematicamente (si ritiene che si possa adottare un criterio corrispondente a quello dei servizi provinciali) e per data di produzione;
4. **CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE** – vengono inseriti i filmati e le campagne istituzionali promossi dall'Ente.

#### ➤ **Pubblicazioni informative**

E' lo strumento editoriale atto a fornire informazioni generali e specifiche su tematiche complesse che peraltro necessitano anche di particolare azione di sensibilizzazione. Per questo l'Ufficio Comunicazione dedica loro particolare cura e attenzione anche per quanto riguarda il contenuto comunicativo e lo stile grafico di rappresentazione (es.promuovere un uso efficiente e razionale dell'energia rinnovabile, report di attività ecc..).

#### ➤ **Progetti di e-democracy**

La democrazia digitale diventa sempre più la vera frontiera capace di accorciare le distanze fra cittadini e amministrazioni locali perché capace di attivare processi di coinvolgimento che consentano ai cittadini di essere informati in modo approfondito e di partecipare, in modo che le decisioni possano scaturire da un contesto di costante confronto. **Fondamentale in questo senso è stata l'esperienza del progetto DE.CI.DI.** cui si è partecipato nell'anno 2007. Ci siamo avvicinati al mondo della scuola, al mondo delle giovani generazioni cercando di semplificare e di coinvolgere - con un linguaggio che ha unito l'efficacia della multimedialità alla semplificazione del glossario amministrativo - i cittadini di domani. I ragazzi hanno reagito benissimo e il buon numero degli accessi ci fanno ben sperare per il futuro e, soprattutto, ci incoraggiano nel proseguire su una strada che riteniamo giusta e democratica. La sfida ulteriore è che la partecipazione democratica on line diventi uno strumento da utilizzare concretamente, uno degli strumenti di conoscenza: ovvero il poter essere partecipi e quindi non "subire" il mezzo di informazione, come ad esempio avviene per i giornali, la radio, la tv. La Provincia ha scelto come campione i giovani residenti nel territorio provinciale di età compresa fra i 18 i 27 anni che hanno espresso il loro parere sul tema delle Politiche Giovanili.



### ➤ **Messaggistica Informativa SMSTRADE**

**La viabilità della Provincia a portata di telefonino.** Consente di ricevere in automatico informazioni gratuite via sms sulla situazione delle strade provinciali, conoscendo in tempo reale la presenza d'interruzioni della circolazione. Inoltrando un messaggio telefonico con il testo **250STRADE SI** al numero di cellulare **320 20 43 040** (il costo di questo messaggio è a carico del richiedente) è possibile ricevere in risposta le informazioni necessarie a muoversi rapidamente e in sicurezza sul territorio, pianificando il tragitto che si intende percorrere con la propria auto. Il sistema trasmette, in automatico, dalle 6,00 alle 22,00 di ogni giorno, a tutti gli iscritti un messaggio SMS di allarme predisposto dal Servizio Viabilità. L'aggiornamento continuo nelle 24 ore delle notizie ed il relativo approfondimento viene pubblicato nel sito web provinciale citato. Si intende proseguire questo progetto che la Provincia ha compiuto verso l'innalzamento complessivo della qualità della vita di tutti i cittadini e della cultura della mobilità.

### ➤ **La 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 gli anni 2008 e 2009 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. Si continuerà ad estendere a più livelli la valorizzazione del patrimonio della città di Urbino, intensificandone la dimensione europea e internazionale. Nel mese di maggio sono in programma il Meeting internazionale sulle Politiche Giovanili, che darà voce alle idee dei ragazzi, e il Premio "Urbino Press Award" evento volto a rafforzare il legame di tutta la provincia con gli Stati Uniti d'America , per le sue ripercussioni virtuose nel turismo e nell'economia.

➤ **Campagne di comunicazione**

Saranno progettate e realizzate per offrire ai cittadini il più alto numero di informazioni su un determinato evento o opportunità.

➤ **Portale Web**

Il Portale della Provincia e la sua 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. Si prevede di puntare sul rafforzamento della cura e attenzione della sezione "In Primo Piano", "In evidenza", "News" e "Comunicati Stampa".

**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.

Questo obiettivo è fondamentale per aprire un'ulteriore finestra di confronto e dialogo con chi vuol entrare nella istituzione Provincia per capire bene che cosa si fa e come lo si fa. Perciò si è deciso di avviare un sistema di comunicazione video [www.video.provincia.pu.it](http://www.video.provincia.pu.it) che raggiungerà i cittadini tramite Internet e nello stesso tempo renderà accessibili a tutti sul portale i video prodotti dalla Provincia nel corso di questi anni. Il portale **dell'informazione video** della Provincia di Pesaro e Urbino al fine di ottimizzare le risorse e ridurre i costi di avvio, utilizza le soluzioni tecnologiche esistenti e le risorse umane presenti nelle strutture che istituzionalmente si occupano di comunicazione: l'attività di comunicazione istituzionale e quella che si occupa della gestione della comunicazione di tipo giornalistico.

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.

### ➤ **Informazioni video Progetto Video Provincia**

Del progetto abbiamo ampiamente parlato. Nello specifico di questo obiettivo sono previste diverse modalità di erogazione delle riprese video in funzione del tipo di comunicazione che si rende necessario effettuare. Per la comunicazione a televisioni locali, data la lontananza geografica dalla nostra provincia delle emittenti televisive che si trovano principalmente nel sud delle Marche e nella vicina Romagna, si ha un limite oggettivo alla possibilità di presenza di troupe televisive alle iniziative di interesse della Amministrazione. Analogamente a quanto realizzato per la fornitura di fotografie alle redazioni dei giornali sui principali eventi che coinvolgono le attività dell'Ente, l'Ufficio Stampa sta avviando analogo servizio per le redazioni televisive. In sostanza si tratta di riprendere in maniera autonoma con apparecchiature professionali eventi vari e manifestazioni e poi distribuire il materiale cosiddetto "grezzo" alle singole emittenti. Il materiale fornito, circa 4/5 minuti, sarà composto da immagini di vario genere sempre relative all'evento da coprire e da interviste realizzate dai giornalisti dell'Ufficio Stampa. Il materiale verrà fornito su Dvd e distribuito tramite corriere espresso.

La struttura tecnica preposta alla gestione di questa attività prevede la responsabilità di progetto in capo al Dirigente del Sistema Informativo e Statistico in qualità di coordinamento generale, mentre **le P.O. Informazione, immagine e stampa - Marketing territoriale** e Comunicazione - Ufficio relazioni con il pubblico (U.R.P.) si occuperanno rispettivamente degli aspetti informativi e degli aspetti comunicativi.

### ➤ **Rivista**

"La Provincia di Pesaro e Urbino", rivista periodica diffusa in 136.000 copie a tutte le famiglie del territorio e ai 12.000 cittadini della provincia residenti all'estero. E' in attesa di reperire adeguate risorse finanziarie.

### ➤ **Portale Internet**

Nella home page aggiornamento quotidiano della trasmissione delle notizie e comunicati.

### ➤ **Editoriali, fotoreport, videoriprese**

Attività legate alle diverse 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 con la cittadinanza, incontri con i settori della società civile rappresentata, presenza e ricevimento dei cittadini presso la sede di Pesaro, la sede decentrata di Urbino e la sede del centro per l'impiego di Fano.

#### ➤ **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 e sarà implementato dalle informazioni video fruibili da tutti i Cittadini tramite Internet.

### **I destinatari**

Cittadini.

## **XII.7 Obiettivo Comunicare il Territorio. 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 e 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, oltreché 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.

Saranno attivati progetti volti a qualificare l'ospitalità, comunicare le bellezze architettoniche e artistiche in correlazione stretta con le eccellenze agroalimentari, riscoprire gli antichi borghi, valorizzare le tante e diverse forme di turismo: religioso, termale, archeologico, naturalistico, sportivo, artistico, culturale e scolastico.

**Accenno a parte merita la promozione e la valorizzazione delle tipicità locali.** E' un obiettivo di ulteriore fondamentale importanza per la valorizzazione e promozione delle peculiarità tipiche dell'intero territorio provinciale, 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 si collega all'obiettivo di favorire la crescita economica e la compatibilità ambientale dell'agricoltura del nostro territorio fondandola sull'importanza e il ruolo delle imprese agricole. Infatti la presenza di produzioni di qualità e di eccellenza, della certificazione e della tracciabilità dei prodotti, garantisce sicurezza alimentare e dà ordine alla programmazione di una efficace politica agricola del territorio in coerenza con le realtà storico-culturali-paesaggistiche dell'intera Provincia.

## **“Conoscere, valorizzare e recuperare il patrimonio storico, ideale e culturale del nostro territorio”.**

Tra i progetti di valore strategico, individuati nel Piano di sviluppo ecosostenibile, assume una primaria importanza il progetto denominato **“La Provincia dei cento borghi”**, che si propone di contribuire a promuovere lo sviluppo sostenibile e di qualità del nostro territorio attraverso la valorizzazione della ricca presenza di beni culturali, storico-artistici, archeologici, architettonici, demotnoantropologici e urbanistici, a cominciare dai contesti omogenei rappresentati dai piccoli e piccolissimi centri e nuclei urbani.

Per fare questo è necessario passare attraverso la riscoperta, la promozione e la valorizzazione degli angoli più caratteristici dei nostri paesi e delle nostre città e nello stesso tempo dei beni storico-artistici nascosti; significa dare il là ad un recupero dei valori identitari e rivitalizzare la consapevolezza di ciò che è stato fatto e dell'esistente; significa dare un segnale di inversione di rotta per la rinascita dei centri tramite la valorizzazione della storia, della cultura, delle tradizioni, del patrimonio sociale ed economico-artigianale-produttivo: da un punto di vista abitativo, del lavoro artigianale, della produzione e commercializzazione dei prodotti tipici, dei servizi e dell'offerta culturali, per una migliore qualità della vita in termini di aggregazione, di consapevolezza comunitaria, di identità storico-territoriale.

Si prevede di promuovere un' azione culturale e di comunicazione che privilegi, anche in campo urbanistico, i temi del recupero del patrimonio edilizio esistente rispetto a quelli dell'espansione e del consumo del territorio. I soggetti che vivono sul territorio della provincia (i cittadini, le istituzioni, le professioni, le imprese, il credito) sono chiamati a lavorare unitariamente per questi obiettivi strategici, portando ciascuno il proprio specifico contributo ad una nuova fase di sviluppo qualitativo che non è affatto disgiunto dalle esigenze di crescita economica della provincia. Crescita che intendiamo radicare in modo più solido a beni e valori permanenti che sono nostri e peculiari e che sta a tutti noi conservare e far fruttare al meglio.

### **Gli strumenti:**

#### **➤ Sistema Turistico Locale**

Organizzazione unitaria e sistema a rete, collaborazione e protagonismo pubblico-privato, con sistema a rete e trasversale a molti assessorati.

#### **➤ Ufficio di informazione e accoglienza turistica**

Con sistema a rete offrirà informazioni su eventi e proposte turistiche ma diverrà attraverso azioni mirate soggetto per l'**accoglienza** e “strumento” di marketing, protagonista di concreti momenti di promozione (**coupon invito/segналibro** coordinato con il materiale divulgativo già esistente, conservabile ed utile ad agevolare la reperibilità dell'ufficio; degustazioni presso l'Ufficio turismo di prodotti tipici locali con i turisti ospiti).



### ➤ **Giro d'Italia, due tappe nella provincia di Pesaro e Urbino**

Il territorio della provincia di Pesaro e Urbino sarà interessato da ben due tappe della 91esima edizione del "Giro d'Italia": dal 18 al 21 maggio 2008 il grande evento sportivo del **Giro d'Italia** sarà protagonista nella provincia di Pesaro e Urbino ,terra di Raffaello e di Rossini. *Il 20 maggio la cronometro individuale Pesaro – Urbino, il 21 maggio la Urbania -Cesena.* Nel complesso, saranno ben 104 i chilometri della provincia interessati dall'evento, per un totale di 14 Comuni. Tra arrivi, presenze e riposi, il Giro d'Italia sarà nel territorio per ben tre giorni, con circa 2000 persone in coda alla carovana rosa, di cui oltre 200 giornalisti. La **tappa Pesaro – Urbino** è stata ribattezzata come **tappa "Raffaello-Rossini"** in onore ai due grandi del territorio, mentre l'Urbania – Cesena è stata chiamata "tappa Pantani", poiché toccherà le strade che il grande campione percorreva quando si allenava.

### ➤ **Convegni**

Organizzazione e partecipazione ad eventi a tema

### ➤ **Partecipazione a programmi televisivi su rete nazionale**

Rai, trasmissione Sereno Variabile, sarà girata una puntata sul nostro territorio. Il conduttore della fortunata trasmissione Osvaldo Bevilacqua sarà con i suoi collaboratori nelle nostre terre per registrare una puntata che avrà quale argomento i luoghi inediti e caratteristici del nostro territorio.

Siamo stati contattati anche dalla redazione Rai Due per accompagnare il regista di una nuova trasmissione dal titolo "Viaggiando e mangiando" in un percorso che coniuga insieme territorio ed eccellenza culinaria.

### ➤ **Pubblicazioni**

Nell'ambito del **Progetto Centoborghi** , la Provincia di Pesaro e Urbino organizza per il periodo **giugno-luglio, presso il parco di Villa Caprile di Pesaro**, la presentazione della **collana "Centoborghi"**. Si tratta di nove volumi racchiusi in apposito cofanetto per i tipi della Metauro Edizioni , in cui Daniele Sacco, su incarico dell'Amministrazione Provinciale ha tratteggiato per suggestioni e atmosfere i lineamenti storici, antropologici e identitari dei piccoli borghi della Provincia. borghi presi in considerazione sono piccoli insediamenti che in molti casi, con la scomparsa dell'economia e della civiltà contadina, hanno perso gran parte delle loro prerogative secolari , per l'abbandono dei residenti e per il deterioramento del patrimonio edilizio. La serata del 28 giugno vuole essere l'occasione per la loro riscoperta.

### ➤ **Concorso il Borgo Dei Tuoi Sogni 2008**

Il quotidiano "Il Resto del Carlino" dal 25 marzo al 10 giugno, pubblicherà un'**apposito tagliando** che consente di segnalare il **borgo preferito** fra un lista di 40 borghi tra i più significativi della Provincia. I tagliandi dovranno essere spediti (o consegnati) presso la Provincia

in busta chiusa. L'ufficio con la collaborazione de Il Resto del Carlino provvederà a esaminare e conteggiare i tagliandi e a dichiarare il "Borgo dei miei sogni 2008". Il borgo prescelto verrà segnalato con appositi cartelli stradali e all'amministrazione comunale di competenza spetteranno 10.000 euro a titolo di compartecipazione alle spese per la realizzazione di un restauro nel borgo in questione. Tale intervento sarà realizzato in accordo con l'Assessorato delegato al "Progetto Centoborghi " e dovrà essere completato nell'arco di sei mesi a decorrere dal 1° luglio 2008. Trascorso tale termine il contributo passerà al successivo borgo della graduatoria stilata dai lettori. Fra coloro che avranno spedito i tagliandi verranno attribuiti riconoscimenti consistenti in pubblicazioni varie, edite o curate dalla Provincia a: - chi ha indicato la motivazione ritenuta più pertinente o suggestiva da un punto di vista culturale ed emozionale; - chi ha inviato il maggior numero di tagliandi; - chi, indipendentemente dall'indicazione espressa, risulterà residente nel comune più lontano dal borgo dichiarato "Borgo dei miei sogni 2008".

#### ➤ **DVD**

Sempre nel contesto del "Progetto Centoborghi" e della tutela del patrimonio storico del nostro territorio, l'Ufficio beni storici, artistici, archeologici ha condotto una specifica azione tesa alla ricognizione e alla valorizzazione dei *mulini idraulici* nella provincia di Pesaro e Urbino. Sarà realizzato un dvd dal titolo "**Mulini, uomini e macine della provincia di Pesaro e Urbino**" con cui si vuole raccogliere una serie di testimonianze dirette di alcuni anziani mugnai e di alcuni studiosi, documentando così vicende umane e sociali, tecnologie e fonti energetiche di una civiltà ancor viva fino a 50 anni fa ma che oggi risulta ormai quasi del tutto cancellata. Il documentario intende fissare e valorizzare la memoria e l'immagine di un mondo rimasto sostanzialmente invariato per secoli e che nel breve volgere di qualche decennio la modernità ha relegato ai margini dei processi produttivi, spazzando via, però, valori umani e sociali ancora oggi validi e necessari. L'occasione sarà importante per valorizzare il territorio e le caratteristiche dei paesi dove i mugnai vivevano e vivono.

#### ➤ **Conferenze, comunicati stampa, editoriali su riviste specializzate, inserzioni pubblicitarie**

#### ➤ **Partecipazione a Fiere Nazionali ed Internazionali**

Presenza e allestimento di stand di promozione ed esposizione di prodotti turistici con degustazione di tipicità locali.

#### ➤ **Sito Internet**

[www.turismo.pesarourbino.it](http://www.turismo.pesarourbino.it) [www.ilrestodelcarlino.quotidiano.net.centoborghi](http://www.ilrestodelcarlino.quotidiano.net.centoborghi)

Particolare è l'attenzione che sarà dedicata alla promozione turistica e al progetto "Vota il borgo dei tuoi sogni"

**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, Imprese, Credito bancario.

## **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 confronti e promuovere eventi 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.

In questi ultimi decenni, la necessità di diminuire le emissioni di gas serra nell'atmosfera, hanno portato le principali istituzioni a dotarsi di strumenti atti a favorire uno sviluppo sostenibile dell'ambiente. Gli obiettivi posti dal Protocollo di Kyoto hanno evidenziato come la ricerca, la promozione, lo sviluppo e il maggior utilizzo di **forme energetiche rinnovabili**, sia determinante nel contenere tali emissioni.

Un ruolo importante, in questo contesto, viene anche dalla capacità degli Enti Locali nel saper interpretare le complessità del proprio territorio, al fine di promuovere un uso efficiente e razionale dell'energia rinnovabile, anche attraverso un'**informazione** che, oltre a sensibilizzare, contribuisca a far conoscere le opportunità economiche che questo settore può offrire alle imprese, ai liberi professionisti e a tutta la popolazione.

Investire sull'energia "pulita" significa determinare la **qualità della vita**, per la nostra stessa esistenza. La Provincia di Pesaro e Urbino a tal fine nell'anno 2007, ha attivato un Ufficio Energia - Fonti Rinnovabili proprio per venire incontro alle innumerevoli richieste, da parte di enti pubblici, professionisti e singoli cittadini, di maggior informazione e conoscenza di un settore nuovo e strategico come quello dell'energia rinnovabile.

Tutti i fenomeni che accadono intorno a noi comportano trasformazioni di energia e tutte le attività, umane o naturali, richiedono energia in forma e quantità adeguate.

Ogni settore della vita moderna è fortemente condizionato dalla disponibilità continua e sicura di energia. Da essa dipendono benessere e qualità della vita dei cittadini e del loro territorio.

Il forte aumento della richiesta di energia e il peggioramento della situazione ambientale e climatica del pianeta hanno portato alla luce il problema energetico.

### **Gli Strumenti:**

#### **➤ Campagna sociale**

Sarà ideata una campagna per promuovere: il **Risparmio Energetico**, l'uso razionale di Energia e lo sfruttamento di Risorse Energetiche rinnovabili e pulite; **la produzione di energia da fonti pulite e rinnovabili**: sole, terra, vento e acqua sono le fonti energetiche naturali e rinnovabili che possiamo utilizzare e trasformare per risparmiare. Sarà realizzato inoltre un **Decalogo del risparmio energetico** con consigli mirati rivolti a tutti i cittadini.

➤ **Iniziativa convegnoistica**

Sarà promosso un convegno con un taglio diretto a realizzare incontri tematici e culturali con l'intento di unire ambiente e cultura.

➤ **Corso di Formazione**

"Energia da fonti rinnovabili e risparmio energetico" sarà il titolo del corso organizzato dalla Provincia nell'ambito delle attività di promozione e informazione previste dal "Programma energetico provinciale", a cui parteciperanno dipendenti degli enti locali e tecnici del settore pubblico e privato operanti nei campi dell'energia, ambiente, edilizia e urbanistica.

➤ **Pubblicazione informativa**

Sarà pubblicato il **Vademecum delle procedure autorizzative**. Con l'applicazione del protocollo di Kyoto oggi diventano prioritari gli sforzi e le iniziative di promozione e sviluppo della produzione di energia da fonti rinnovabili. A causa della molteplicità delle recenti normative comunitarie, nazionali e regionali, vi sono state però numerose difficoltà interpretative e applicative, con ostacoli e rallentamenti nello svolgimento delle procedure di autorizzazione. Il vademecum avrà lo scopo di indicare le principali competenze tra Regione e Provincia al fine di rendere più immediato e diretto il procedimento per il rilascio dell'autorizzazione alla costruzione a all'esercizio degli impianti di produzione di energia da fonte rinnovabile.

➤ **Pianificazione conferenze e comunicati stampa**

➤ **Sito Internet**

**I destinatari**

Cittadini

**Collaborazioni istituzionali**

Regione Marche, Enti Locali

## **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 sul territorio.

##### ➤ **Campagna di Comunicazione**

Prevista per garantire il massimo livello di informazione. **"Non fare il singolo, usa il mezzo pubblico"** sarà lo slogan della campagna di comunicazione legata ai servizi di trasporto urbano ed extraurbano che percorrono in lungo e in largo la provincia. L'obiettivo è di incentivare l'uso del mezzo pubblico e dare informazioni utili per i cittadini che viaggiano in bus sintetizzate in messaggi e immagini accattivanti che faranno la loro comparsa su manifesti, totem, cartelloni, inserzioni pubblicitarie. Corse mirate e collegamenti flessibili, orari adattati alle esigenze dell'utente, comodità e sicurezza.

##### ➤ **Incontro tematico**

*"Responsabilmente... mi muovo"*. È l'impegno e il titolo slogan della *"Giornata provinciale sulla sicurezza stradale"* che verrà organizzata verso la fine di maggio e nel corso della quale sarà prevista la premiazione dei progetti delle scuole della provincia che hanno partecipato al concorso "100 idee sulla mobilità responsabile".

#### **I destinatari**

Cittadini, Enti locali, Imprese, Associazioni

#### **Collaborazioni istituzionali**

Enti locali, Istituzioni locali, Scuole.

## **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, sui luoghi di lavoro, personale e alimentare**.

La situazione di questo territorio infatti non va affatto sottovalutata e necessità 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 e mobilità responsabile anno 2008/2009**

Nel corso dell'anno 2007, la Provincia di Pesaro e Urbino ha coordinato un tavolo di lavoro sulla sicurezza stradale rivolto alle azioni di natura preventiva e sociale. I lavori hanno visto l'ampia partecipazione delle rappresentanze sociali, compresa l'istituzione scolastica, e sono giunti a definire un programma condiviso di interventi il cui target prioritario di riferimento sono i ragazzi in età scolastica e i giovani guidatori. Sulla base di queste premesse si intende realizzare il progetto **"100 idee sulla mobilità responsabile"** che prevede la **"Giornata della Sicurezza"**, una giornata sulla sicurezza stradale, organizzata in primavera per aprire una finestra di particolare attenzione sul tema della mobilità responsabile; **un concorso per le scuole della provincia** per progetti elaborati dagli studenti con il linguaggio dei giovani per la sensibilizzazione sul tema della **sicurezza stradale**, al fine poi di utilizzarli come elaborati grafici per la **consueta campagna estiva di comunicazione** in cui sia veicolato il messaggio ideato direttamente dai giovani. Si prevede dunque di **potenziare** la campagna istituzionale già promossa nell'anno 2005 *"Quando guidi. Pensa alla vita...non ne hai un'altra"*, divenuta un leit motiv, 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), *dei sequenziali sulle strade provinciali, degli spot radio e TV*. 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 rilevante sarà anche la collaborazione delle televisioni e della stampa nel fornire l'informazione e la circolazione del messaggio. Si prevede di fare anche **una campagna invernale** da diffondere nei cinema della provincia. **Manifesti e affissioni:** la campagna sarà diffusa con manifesti di grande formato (6x3) 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, nei diversi punti di informazione e ritrovo. **Inserzioni pubblicitarie su quotidiani; Spot radio e Tv/campagna stampa:** la



pianificazione stampa prevede il ricorso ad inserzioni su quotidiani nelle maggiori testate a diffusione locale, conferenze e comunicati stampa; a spot radiofonici e televisivi, scegliendo appunto tali mezzi per la loro duttilità, velocità e forza penetrativa. **Realizzazione T-shirt in taglie** assortite con l'immagine utilizzata per la campagna da donare a coloro che saranno fermati dalla polizia sulle strade e trovati in regola con le norme stradali.

#### ➤ **Corsi di guida sicura**

Nel contesto del percorso di sensibilizzazione sui problemi della sicurezza e sui rischi degli incidenti stradali, sarà realizzata un'azione mirata per la **sicurezza in sella agli scooter** per gli studenti delle scuole superiori quale attività complementare al conseguimento del patentino del ciclomotore o per i ragazzi delle classi di V<sup>^</sup> già in possesso della patente di guida per le autovetture. Infatti la normativa vigente ha manifestato un limite cui talvolta ha sopperito l'iniziativa degli enti locali attraverso l'organizzazione di corsi di guida sicura. Il patentino viene infatti consegnato ai ragazzi dopo il superamento di un quiz teorico, senza alcuna prova pratica. Può accadere quindi che i giovani si mettano alla guida del ciclomotore privi delle più elementari conoscenze meccaniche e tecniche del mezzo, dei comportamenti e delle azioni necessarie durante la guida, soprattutto in situazioni di emergenza.

#### ➤ **SMStrade La viabilità della Provincia a portata di telefonino**

Per ricevere in automatico informazioni gratuite via sms sulla situazione delle strade provinciali, conoscendo in tempo reale la presenza d'interruzioni della circolazione. Inoltrando un messaggio telefonico con il testo **250STRADE SI** al numero di cellulare **320 20 43 040** (il costo di questo messaggio è a carico del richiedente) sarà possibile ricevere in risposta le informazioni necessarie a muoversi rapidamente e in sicurezza sul territorio, pianificando il tragitto che si intende percorrere con la propria auto. Il sistema trasmetterà, in automatico, dalle 6,00 alle 22,00 di ogni giorno, a tutti gli iscritti un messaggio.

#### ➤ **Campagna istituzionale sulla Sicurezza nei luoghi di lavoro 2008/2009**

Occorre sensibilizzare il più ampio numero di persone in merito alla necessità di osservare le norme di sicurezza sui luoghi di lavoro. Sarà realizzato una attento progetto, dato il target molto ampio e differenziato per fasce d'età, indirizzando la campagna verso un carattere rassicurante che solleciti comportamenti responsabili ed informati. Obiettivo di comunicazione prescelto è la riduzione del preconcetto secondo cui l'incidente sul lavoro è una fatalità inevitabile. La campagna sarà articolata sul biennio e prevede manifesti e convegno tematici.

#### ➤ **Comunicati stampa e conferenze stampa**

##### **I destinatari**

Cittadini

**Collaborazioni istituzionali** Istituzioni scolastiche, Forze di Polizia, Sindacati dei lavoratori

## **XII.10 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 convegni**

*"II meeting internazionale sulle politiche giovanili":*

Il 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. Il Meeting 2008 sarà ancor più centrato proprio sulla cittadinanza attiva e la partecipazione consapevole dei giovani e ancor più nello specifico sui linguaggi, i metodi e gli strumenti che consentono di stimolare e far crescere l'impegno contrastando l'indifferenza civica. Si svolgerà ad Urbino dal 14 al 16 maggio 2008.

*"Laboratorio di aggiornamento sulle politiche giovanili":*

Con identico obiettivo sarà avviato un nuovo progetto per migliorare il dialogo fra giovani e istituzioni, per sostenere il tessuto associativo locale, per preparare e formare i decisori politici e gli addetti alle politiche giovanili e soprattutto per la costruzione di una rete di soggetti che, a livello locale e nazionale, possa confrontarsi e condividere metodi, strumenti e linguaggi che diano concretezza alle politiche di promozione della cittadinanza e partecipazione attiva dei giovani.

#### **➤ Bando per progetti sulla cittadinanza attiva e la partecipazione dei giovani**

Nell'estate 2008 la Provincia lancerà un concorso di idee tra i giovani. Ci saranno in palio da 2.500 a 5.000 euro a disposizione dei gruppi di ragazzi che presenteranno il progetto e l'iniziativa più convincente per sviluppare la "partecipazione consapevole" e la "cittadinanza attiva". Il concorso vuole fare emergere e sostenere economicamente gli interventi delle associazioni

impegnate nel territorio, per ascoltare la loro voce e valorizzare le iniziative spontanee che danno un contributo prezioso alla nostra azione amministrativa.

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

Si è deciso di dar vita a questo 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 è 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.

Il Consiglio dei giovani partecipa alla vita dell'amministrazione, realizza progetti mirati, eventi su tematiche rilevanti per i giovani, collabora alla diffusione di campagne istituzionali dell'ente. Sarà realizzata **La Carta Giovani**, una carta speciale per tutti i giovani sotto i 26 anni, che offre vantaggi e sconti in vari settori: cultura, trasporti, sport ecc., dando anche diritto a sconti in tutta Europa in 100.000 Punti Convenzionati.

#### ➤ **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 e campagne informative**

Sarà data prosecuzione alla serie di **appuntamenti pubblici** sul territorio per offrire ai giovani l'opportunità di confrontarsi e di conoscere i servizi offerti dal Servizio Formazione e Lavoro e alle possibilità di accesso ai Fondi Europei. 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.

#### ➤ **Servizio Civile Nazionale**

La Provincia è Ente capofila di 1^ classe proponente i progetti da ammettere a bando per il Servizio Civile Nazionale, per la selezione di giovani destinati ad operare nel territorio provinciale sotto il coordinamento della Provincia. Deve dunque assicurare adeguata pubblicità al bando

appena esso viene approvato a livello nazionale adottando idonei strumenti di pubblicizzazione e lanciando una Campagna di comunicazione istituzionale con la finalità di sensibilizzare e informare i giovani sulle opportunità offerte dal Servizio Civile Nazionale, nell'ambito dei progetti presentati dalla Provincia.

Le Attività di informazione e diffusione realizzate a cura dell'Ufficio per il Servizio Civile e dell'Ufficio Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino prevedono l'utilizzo delle seguenti modalità di comunicazione:

- Pubblicazione del Progetto e del bando sul Sito Internet della Provincia di Pesaro e Urbino <http://www.serviziocivile.provincia.ps.it> e sui Siti Internet dei Comuni sedi di attuazione di progetto
- Newsletters
- Distribuzione e stampa del materiale informativo distribuito presso gli Uffici Relazioni con il Pubblico della Provincia di Pesaro e Urbino, i Comuni coinvolti dal Progetto e tutti gli altri uffici di informazione territoriali;
- Campagna pubblicitaria in decordinamica su autobus (circuito urbano ed extraurbano) su paline e pensiline fermata autobus
- Campagna pubblicitaria su manifesti affissi su tutto il territorio provinciale; Poster 6 metri x 3; Totem nelle Piazze; Sequenziali sulle strade provinciali
- Comunicati e conferenze stampa; Campagna pubblicitaria su riviste e quotidiani
- Spot su radio, televisioni e Spot on line Videoprovincia
- Contact center

#### ➤ **Cerimonia dei 100/100**

Si terranno l'edizione 2008 e 2009 ad Urbino nell'Aula Magna del nuovo Magistero dell'Università degli Studi "Carlo Bo", consueto appuntamento promosso dalla Provincia per festeggiare i nostri giovani che hanno concluso con il massimo dei voti la scuola superiore. La scelta grafica è orientata ad enfatizzare la presenza di un prestigioso nome nel panorama culturale e scientifico che affiancherà la cerimonia dando ad essa particolare significato. Agli studenti sarà consegnato un dono che in modo semplice testimoni l'orgoglio della Provincia.

#### ➤ **E-democracy. Con la rete per accorciare la distanza tra cittadini e amministrazione locale.**

Il progetto è volto a promuovere la partecipazione dei cittadini ai processi decisionali della Pubblica Amministrazione attraverso l'utilizzo delle Tecnologie informatiche (l'anno 2007 ha visto la partecipazione al progetto De.Ci.Di. Democrazia e Cittadinanza Digitale di cui sarà realizzato un documento finale di sintesi degli obiettivi, delle azioni realizzate, dei risultati ottenuti e della loro traduzione in obiettivi specifici).

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 quale ulteriore azione per avvicinare i giovani alla partecipazione e alle Istituzioni. La scommessa dell'e-democracy è quella di riuscire ad accorciare la distanza che separa i cittadini-elettori dai loro rappresentanti. Un'esigenza che in questo momento è particolarmente sentita dall'opinione pubblica. L'esigenza di tale avvicinamento non è solo motivata dal timore delle derive autoreferenziali, ma anche dalla constatazione pratica che i processi inclusivi possono portare a decisioni più sagge ed efficaci, in quanto basate su una maggiore consapevolezza. Quest'ultima deriverebbe proprio dalla possibilità di esprimersi, da parte di tutti coloro che hanno un qualche interesse nella decisione da prendere ed 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, Unione Province d'Italia, Università, Istituti scolastici, Pogas del Ministero delle politiche giovanili e attività sportive

## **XII.11** 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 quinta 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 quinta 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. Nella nuova edizione è inserito anche un progetto pilota che coinvolge tre istituti superiori per affrontare l'esigenza delle bstewsse scuole di affrontare una tematica alla base del pensiero della differenza: la consapevolezza, femminile e maschile, del differente sentire emozionale e fisico. "*Perle. Per le donne che cambiano. Il divenire della differenza.*"

Si prevede di realizzare nell'anno 2009 la nuova edizione della rassegna dedicata a tutte le donne che che ieri, oggi, e domani hanno fatto, fanno e faranno la differenza. Grande è stato il successo della prima edizione.

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 nel 2007 è nata 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 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**

E' un progetto di introduzione della prospettiva di genere e di revisione del sistema di sviluppo del personale. 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.

➤ **Il Portale la provinciadelledonne**

Si inserisce quale strumento volto a promuovere le pari opportunità, il riconoscimento e l'affermazione dell'identità di genere e la valorizzazione delle risorse femminili. Pensato come un "magazine" formativo/informativo accessibile via internet e capace di rendere visibili richieste e bisogni delle donne, il portale è in grado di fornire un reale servizio all'utenza veicolando molteplici notizie con una comunicazione rapida ed integrata. Strutturato in aree tematiche, offre una sintesi dei servizi e opportunità sul territorio nel campo della formazione, del lavoro, della salute, ma anche in ambito sociale e culturale, con un vasto repertorio di indirizzi, recapiti utili per migliorare le opportunità di scelta delle cittadine.

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

Progetto europeo **Azioni di conciliazione lavoro e vita familiare** si propone in sintesi di intervenire in un quadro articolato di azioni sul territorio con l'obiettivo generale della conciliazione vita-lavoro di donne- lavoratrici madri e uomini lavoratori-padri; migliorare quantitativamente e qualitativamente l'offerta di servizi pubblici e privati di supporto alla cura di bambini; diversificare le prestazioni lavorative; coordinare sperimentare nuove soluzioni di mobilità casa-lavoro-servizi.

➤ **Protocollo d'intesa e istituzione di tavolo di lavoro**

Per la definizione di strategie e azioni d'intervento in materia di contrasto e di prevenzione della violenza nei confronti delle donne

➤ **Conferenze stampa e comunicati; inserzioni su stampa locale e nazionale**

➤ **Internet**

➤ **Collaborazioni Istituzionali**

Istituzioni e Enti Locali, consigliera di Parità Provinciale, Organizzazioni Sindacali, Associazioni di Categoria

**I destinatari:**

Cittadini, Scuole superiori, Associazioni giovanili e femminili.



## **XII.12** Obiettivo **I Cittadini protagonisti nella terra di Raffaello e Rossini**

Questo obiettivo generale trova ragione in una serie di campagne di comunicazione promosse negli anni scorsi e proseguite con cadenza annuale. Si è ritenuto di includerle in un unico punto perché volute, nate, e proseguite nel tempo con lo scopo di dare ai cittadini la possibilità di interagire e partecipare alla costruzione di una Provincia sempre più vicina, democratica, proiettata verso il mondo e unita nella sua diversità culturale. I sott'obiettivi che seguono infatti sono tutti accomunati dalla finalità specifica di avvicinare tra loro le persone appartenenti alle comunità locali di tutta la Provincia perché possano condividere e scambiare esperienze e valori, sviluppare il senso di appartenenza al territorio e operare per costruire un futuro da protagonisti. Due città Pesaro e Urbino, una sola provincia. E ora anche un **"viale"** simbolo di questa unione che parla di antiche memorie, longevità e felicità. Dedicare e intitolare cioè a **"Raffaello e Rossini"** la strada che collega Pesaro e Urbino. L'antica strada dei Duchi, da sempre trait d'union delle due città co-capoluogo, sarà costellata da mille ginestre messe a dimora e, insieme alla denominazione ufficiale, faranno bella mostra anche alcuni cartelli turistici con su scritto **"Una provincia a tutta vita"** per indicare la longevità del territorio e la felicità di chi ci vive. Il tutto accompagnato dall'invito **"Vieni a trovarci"**.

### **XII.12.1 Forum delle idee per i cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino**

E' intenzione dell'Ente dare prosecuzione, nell'ottica della continuità, alla campagna promossa nel 2005 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. Le campagne 2008 e 2009 prevedono 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 , "Valerio Volpini" 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 piazze, le rocche, i castelli, i teatri.

### **> Conferenze stampa e comunicati**

## **I destinatari**

Cittadini.

## **XII.12.2 Una Provincia di Apifarfalle Anno 2008 e 2009**

In collaborazione con l'ufficio di Presidenza è prevista l'organizzazione della prossime edizioni V e VI 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.

##### **➤ Albo d'Onore**

In un libro onorario vengono iscritti i nomi dei cittadini onorati, il motivo dell'onorificenza e la data del conferimento. Il libro onorario è conservato dall'ufficio di presidenza provinciale.

➤ **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.12.3      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.

**Gli strumenti:**

➤ **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 e aggiornati 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

**XII.1.4 Città futura, polis contemporanea**

E' una campagna sul territorio nata da una tappa del Forum delle Idee. La "**città futura**" di **Pian del Bruscolo** studiata e progettata da 15 ragazzi del "Laboratorio strategico della città futura", il gruppo di giovani professionisti che affiancano gli amministratori nello studio di strategie e interventi per l'unificazione, che hanno presentato i primi elaborati della piccola metropoli di 30.000 abitanti che dovrà nascere dalla "fusione" di Colbordolo, Monteciccardo, Montelabbate, Sant'Angelo in Lizzola e Tavullia. La città c'è già nella collaborazione tra le istituzioni, nella voglia di lavorare insieme, nei servizi associati, nell'entusiasmo di questi giovani che stanno dando un aiuto prezioso.

Suggerimenti, spunti progettuali, idee guida, attese, sogni che hanno messo una marcia in più all'intera operazione. Quattro le linee guida: il "**progetto fiume**" per il risanamento e la valorizzazione del Foglia; il "**progetto ascolto**" legato alla partecipazione dei cittadini; il "**progetto servizi**" per il rilancio delle infrastrutture in vista della grande città; e il "**progetto comunicazione**" che punta sul plastico multimediale interattivo simile a quello realizzato dal Comune di Roma per il suo Prg. L'obiettivo è quello di approfondire il dibattito e il confronto su grandi temi che coinvolgono quel territorio:

- lo sviluppo della **Mobilità e delle Infrastrutture** delle realtà comunali della Bassa Val Foglia;
- dare un **ruolo centrale alle donne**, nel lavoro, nella politica, nella società: conciliare i tempi di vita con quelli del lavoro significa ripensare alla città più a misura di uomini e donne (servizi, viabilità, spazi di aggregazione verde urbano, sicurezza e partecipazione);
- confrontarsi sulla **qualità dell'agricoltura, del turismo e sulla qualità della vita che ne discende**, quali fattori strategici di sviluppo. Non si tratta più solo di garantire un valore in sé per i nostri agricoltori, i turisti ed i cittadini residenti ma di assicurare un fattore primario di competitività al nostro territorio agendo su tutti i punti strategici che lo qualificano: l'importanza e il ruolo delle imprese agricole, il sostegno alle nuove culture di

consumo, gli incentivi alle imprese ad investire in qualità e genuinità del prodotto, la valorizzazione delle produzioni tipiche del nostro territorio 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;

- nella crescente competizione internazionale l'economia del territorio della Provincia di Pesaro e Urbino sta dando buona prova della sua capacità di affrontare le sfide del mercato. Forte è il contributo di competitività che fornisce il settore metalmeccanico, il settore moda, il legno-arredo oltre ad altri importanti distretti. In questi nuovi scenari è giocoforza porre attenzione alle strutture produttive più grandi e a quelle piccolo-medio imprenditoriali ed artigianali che insistono sulla nostra Provincia. Un'opportunità che i sistemi locali, a partire dai soggetti imprenditoriali (con la mobilitazione di tutte le altre componenti, sociali ed istituzionali) stanno dimostrando di saper affrontare. Dal lato delle istituzioni di governo territoriali, la Provincia, insieme ai Comuni, intende continuare a sviluppare il forte ruolo di concertazione e coordinamento fra gli attori dello sviluppo intrapreso in questi anni e rendere più incisivi i rapporti con la Regione nell'elaborazione e programmazione delle politiche economiche e industriali, per far maturare scelte che possano mobilitare maggiormente e far convergere, coordinandole, tutte le risorse e potenzialità specifiche di ogni territorio e sistema produttivo locale.

#### **Gli strumenti:**

- **Incontri sul territorio**

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

- **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 alla promozione degli incontri e argomenti trattati dell'evento

#### **I destinatari**

Cittadini dell'Unione di Pian del Bruscolo

#### **Collaborazioni istituzionali**

Enti Locali

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

Preme evidenziare il lavoro di coordinamento e programmazione realizzato.

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. **Per l'anno 2008/2009 si intende dare prosecuzione al progetto di rilevazione dei dati** e della sua formulazione in statistiche con lo scopo di fornire un quadro attendibile e verificabile **dell'affluenza dei cittadini all'Ufficio Relazioni con il Pubblico** per una valutazione idonea a migliorare in futuro il servizio.

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. E' stato studiato un modello di rilevazione applicato all'Urp con il quale si prevede di continuare a realizzare indagini, attraverso la somministrazione di un questionario ad hoc, volte a verificare l'immagine che i cittadini hanno dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, primo punto di contatto tra la Provincia e il cittadino. I risultati sono poi utilizzati per meglio rispondere alle esigenze dei cittadini e per una correzione nelle relazioni con tutta la collettività amministrata. **Il progetto deve essere proseguito anche nell'anno 2008/09** per misurare e verificare il gradimento dei servizi offerti con un numero sempre maggiore di risposte fornite. Si prevede di rendere disponibile il questionario anche sul sito.

### **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 2008 e 2009 si propone di porre l'attenzione ad un ulteriore **miglioramento della qualità** e dei tempi di risposta.

#### ➤ **Report annuale Urp**

La rilevazione dei dati e la sua formulazione in percentuali ha lo scopo di fornire un quadro attendibile e verificabile dell'affluenza dei cittadini all'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

**Valutare i mezzi di informazione e di ascolto utilizzati abitualmente è il primo atto da compiere per migliorare in futuro il servizio.**

Tuttavia preme evidenziare che la gestione efficace del contatto con l'utenza non dipende solo da modelli standardizzati ma fa parte di **una scelta più generale di strategie e di valori** che l'Amministrazione intende trasmettere attraverso ogni struttura dell'Ente e in particolar modo con l'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

Il report annuale è dunque il mezzo scelto con cui a posteriori si verifica l'efficacia del rapporto e della gestione con i cittadini in rapporto alla loro esigenza di informazione. E infatti lo strumento di **rilevazione dei dati** e della formulazione in percentuale dell'**affluenza dei cittadini all'URP** per verificarne i **contatti annuali** e **le tematiche** effettuando quantificazioni di dettaglio e analisi comparative tali da rappresentare l'esigenza informativa della cittadinanza. Consente di applicare correttivi ed azioni mirate al miglioramento del servizio in futuro.

#### ➤ **Parla con noi - Indagine Sulla Soddisfazione Dei Cittadini**

Ormai tutti sanno che l'Ufficio Relazioni con il Pubblico garantisce l'accesso dei cittadini alle informazioni, ai procedimenti ed ai servizi dell'Ente e favorisce l'accesso alle informazioni delle altre pubbliche amministrazioni. Meno conosciuta è la sua **funzione di verifica della qualità dei servizi** e del gradimento degli stessi da parte degli utenti per l'adeguamento della qualità delle prestazioni offerte rispetto alle prestazioni attese, anche tramite l'adozione di procedure dirette alla gestione delle segnalazioni, proposte e reclami dei cittadini. Il lavoro dell'**Urp è quindi strettamente collegato all'ascolto** dei cittadini e alla gestione dei suggerimenti e dei reclami provenienti da essi stimolando la partecipazione civica all'attività dell'amministrazione. Nel 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.

Sotto ponendosi per primo ad una indagine di soddisfazione dell'utenza l'Ufficio Urp ha dimostrato di credere realmente nel valore dell'ascolto e nel proprio ruolo di promotore del



miglioramento. L'indagine è **uno strumento concreto** per monitorare e migliorare la qualità del proprio lavoro e per trarre **conclusioni e proposte di possibili azioni di miglioramento**. Per **l'anno 2008** si prevede di ripetere l'indagine di soddisfazione dell'utenza implementandola con alcune azioni di miglioramento che tuttavia ne consentano la **confrontabilità con i dati rilevati nel 2007**. Occorre tenere presente che nel **2007** il numero dei contatti effettuati dal personale dell'Urp è aumentato del **+31,6%** (n° 12.900 utenti rispetto ai 9.800 del 2006). I 122 questionari somministrati nel 2007 corrispondono ad una percentuale pari al **1,8%** dell'utenza stimata nello stesso periodo del 2006 (n° 6533 contatti in 8 mesi, su 9.800 totali). Tale percentuale (1,8% sul numero dei contatti) è sufficientemente **significativa dal punto di vista statistico** e costituirà il campione di riferimento anche per l'indagine del 2008. Pertanto per il **2008** si propone la somministrazione diretta di un campione di **155 questionari** pari al **1,8%** dell'utenza stimata nello stesso periodo del 2007 (n° 8600 contatti in 8 mesi, su 12.900 totali) somministrazione diretta per un periodo analogo a quello dell'anno 2007 (aprile-novembre) concentrato **in 4 settimane**, ciascuna nei mesi di aprile, giugno, settembre e novembre. Al fine di migliorare ulteriormente il metodo di rilevazione sistematica della qualità percepita dai cittadini proponiamo inoltre la **pubblicazione del Documento finale** e la sua diffusione, attraverso Internet e gli Uffici della Provincia, per segnalare il ruolo svolto dall'Urp e i servizi offerti la sperimentazione di un periodo di **somministrazione on line** del Questionario attraverso il sito Internet della Provincia.

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 promuovere agli altri Uffici interessati a misurare il livello di gradimento dei servizi resi questo strumento che rappresenta un efficace riscontro (feedback) sulle attività dell'Ente in termini di analisi della soddisfazione del cittadino (citizen satisfaction).

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

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 è stato 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 sono 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.

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 e attivato in circostanza di campagne istituzionali.

### ➤ **Cerimoniale**

L'ufficio collabora alle funzioni di cura del cerimoniale in occasione di **incontri o visite, inaugurazioni e intitolazioni, di ricevimento di delegazioni o gruppi di studenti, di doni di rappresentanza**. Provvede alla stesura e trasmissione di **Telegrammi del Presidente**; cura e aggiorna la **home del portale provinciale** nella posizione "Primo Piano" e "In evidenza" del sito Web con valutazione delle richieste di inserimento di esterni all'Amministrazione e degli altri uffici interni ; partecipa allo svolgimento di competenze di **Pubbliche Relazioni**.

### **I destinatari:**

Cittadini.

### **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 evidenziate 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, 30/05/2008

Il Responsabile Comunicazione e U.R.P.

Avv. Stefania Geminiani

**Il Direttore-Segretario Generale**

**Dott. Roberto Rondina**

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

**Dott. Andrea Pacchiarotti**

**XIV TABELLA RIEPILOGATIVA ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE PREVISTE  
PER L'ANNO 2008**

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

**Tempistica:**

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

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni Istituzionali</b>	<b>Costi</b>
<b>Affermare l'identità coordinata della Provincia</b>	<b>Stemma ufficiale e intestati</b>  <b>Inaugurazioni e Intitolazioni</b>  <b>Cerimoniale</b>  <b>Allestimenti/arredamenti</b>  <b>Sistema di segnaletica interna ed esterna</b>  <b>Portale Internet</b>	<b>Cittadini</b>  <b>Istituzioni</b>	<b>Non previste</b>	<b>Oneri ordinari</b>

**Tempistica**

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

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni</b>	<b>Costi</b>
------------------	------------------	--------------------	-----------------------	--------------

			<b>Istituzionali</b>	
<b>Comunicare la propria missione e le attività svolte</b>	<b>Bilancio Etico Sociale e di genere</b>	<b>Cittadini</b> <b>Enti Locali</b> <b>Personale Interno</b>	<b>Non previste</b>	<b>Oneri ordinari</b>

**Tempistica**

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

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni Istituzionali</b>	<b>Costi</b>
<b>Favorire il diritto alle informazioni e al loro accesso</b>	<b>Back e Front-office – URP</b> <b>Centro di Documentazione</b> <b>Comunicati e conferenze stampa</b> <b>Videoprovincia</b> <b>Pubblicazioni informative</b> <b>Progetti e-democracy</b> <b>SMStrade</b> <b>Sede di Urbino</b> <b>Campagne di comunicazione</b> <b>Portale web</b>	<b>Cittadini</b> <b>Enti Locali</b> <b>Amministratori</b> <b>Associazioni</b> <b>Categorie sociali</b>	<b>Non previste</b>	<b>Oneri ordinari</b>

**Tempistica**

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

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni Istituzionali</b>	<b>Costi</b>
<b>Rafforzare i canali d'informazione giornalistica</b>	<b>Comunicati stampa</b> <b>Conferenze stampa</b> <b>Videoprovincia</b>	<b>Cittadini</b> <b>Organi informazione</b>	<b>Non previste</b>	<b>Non ancora definiti</b>

	<b>Rivista</b> <b>Portale Internet</b> <b>Editoriali/fotoreport, videoriprese</b>			
--	---	--	--	--

**Tempistica**

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

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

**Tempistica**

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

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni Istituzionali</b>	<b>Costi</b>
<b>Comunicare il territorio. Promozione e Valorizzazione del territorio della Provincia di Pesaro e Urbino</b>	<b>Sistema turistico locale</b> <b>Ufficio Informazione e accoglienza turistica</b> <b>Giro d'Italia</b> <b>Convegni</b> <b>Partecipazione a programmi televisivi/nazionali</b> <b>Pubblicazioni</b> <b>Concorso</b> <b>DVD</b> <b>Conferenze/comunicati stampa/editoriali</b>	<b>Cittadini</b> <b>Imprese</b> <b>Enti Locali</b> <b>Operatori di settore</b>	<b>Regione Marche</b> <b>Comuni</b> <b>Università</b> <b>Camera Commercio</b> <b>Fondazioni</b> <b>Asso.ni Categoria</b> <b>Imprese</b> <b>Credito Bancario</b>	<b>Budget assegnato ai diversi Assessorati coinvolti</b>

	<b>Partecipazione Fiere nazionali/internazionali</b>			
	<b>Sito Internet</b>			

#### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
<b>Programma RAI 2</b>			<b>RAI2/RAInotte/ Giro 'Italia/DVD</b>		<b>Concorso</b>		<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>Pensare globalmente per agire in modo responsabile e sostenibile localmente</b>	<b>Campagna sociale</b>  <b>Iniziativa convegnistica</b>  <b>Corso di formazione</b>  <b>Pubblicazione</b>  <b>Pianificazione conferenze e comunicati stampa</b>  <b>Sito Internet</b>	<b>Cittadini</b>	<b>Regione Marche</b>  <b>Enti Locali</b>	<b>Bilancio Serv. Ambiente</b>  <b>Fondi Europei</b>

#### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
		<b>Convegno</b>  <b>Corso</b>  <b>Pubblicazione</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>Campagna sociale</b>			<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>Potenziare l'informazione sulle infrastrutture e sulla sicurezza:</b>				
Le infrastrutture come fattore di sviluppo	<b>Incontri sul territorio</b>  <b>Campagna di comunicazione</b>  <b>Incontro tematico</b>	<b>Cittadini</b>  <b>Enti Locali</b>  <b>Imprese</b>  <b>Associazioni</b>	<b>Enti Locali</b>  <b>Istituzioni Locali</b>  <b>Scuole</b>	<b>Non ancora preventivabili</b>



Diritto alla Sicurezza, alla Legalità, alla Solidarietà	<b>Corpo di Polizia e Festa della Polizia Provinciale</b>	Cittadini	<b>Istituzioni scolastiche</b>	<b>€ 5.000,00</b> (cap. 300/10 dal budget Comunicazione)	
	<b>Campagne sicurezza</b>		<b>Forze di Polizia</b>	<b>€ 15.000,00</b> (Servizio Trasporti)	
	<b>Corsi Guida sicura</b>		<b>Sindacati dei lavoratori</b>		Budget Assessorato Formazione e Lavoro
	<b>SMStrade</b>				
	<b>Campagna sicurezza sui luoghi di lavoro</b>				
<b>Comunicati e conferenze stampa</b>					

#### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
x	x	x	x	x	<b>Campagna Sicurezza stradale e Sicurezza sui luoghi di lavoro</b>					<b>Festa Polizia</b>	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>	<b>Meeting Internazionale delle politiche giovanili</b> <b>Bando Concorso</b> <b>Consiglio Giovani eletti</b> <b>Servizio Mobilità giovanile Europea</b> <b>Incontri pubblici</b> <b>Campagna informativa</b> <b>Servizio Civile Nazionale</b> <b>Cerimonia dei 100/100</b> <b>E-democracy</b> <b>Conferenze/Comunicati Stampa</b>	<b>Cittadini</b> <b>Giovani</b> <b>Scuole superiori</b> <b>Associazioni giovanili</b>	<b>Comuni della Provincia</b> <b>UPI</b> <b>Università</b> <b>Scuole</b> <b>POGAS</b>	<b>Budget Ass.to Pol.giov.</b> <b>100/100: budget Serv. Istr. Pubblica</b> <b>E-democracy: finanziamenti europei</b>

	Internet			
--	----------	--	--	--

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
x	x	x	x	Meeting Convegno	Campagna Servizio Civile Nazionale	Cerimonia 100/100	Bando	x	x	x	x

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
Riportare al centro del dibattito culturale e politico della nostra Provincia il riconoscimento del valore delle donne nella società	Manifestazioni/ convegni/eventi  Laboratori collettivi/ corsi di formazione  Portale delle donne  Seminari/corsi di formazione/convegno  Protocollo d'intesa e tavolo di lavoro  Conferenze stampa e comunicati/Stampa locale e nazionale  Internet	Cittadini  Scuole superiori  Associazioni giovanili e femminili	Non previste	Budget Ass.to Pari opp.

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
x	Le Modelle		x	x	x	x	x	x	x	x	x

Obiettivo	Strumenti	Destinatari	Collaborazioni Istituzionali	Costi
<b>I Cittadini protagonisti nella Terra di Raffaello e di Rossini:</b>				
Forum delle idee per i Cittadini della Provincia di Pesaro e Urbino	<b>Lay out</b>  <b>Mezzi telematici</b>  <b>Manifesti e affissioni</b>  <b>Call center</b>  <b>Eventi</b>  <b>Percorsi</b>	Cittadini		cap. 300/9

	<b>tematici</b> <b>Comunicati e conferenze stampa</b>			
Una Provincia di Apifarfalle 2008	<b>Comitato d'onore e ristretto</b> <b>Evento</b> <b>Trofeo e attestati</b> <b>Albo d'onore</b> <b>Conferenza stampa</b> <b>Internet</b>	<b>Cittadini</b>	<b>Associazioni di categoria e sindacali</b> <b>C.C.I.A.A.</b> <b>Ordini Professionali</b> <b>Enti Locali</b> <b>Università</b>	<b>€ 4.500,00</b> (cap. 300/8)
Qui si vive bene, lo dicono i fatti!  Festa della Longevità	<b>Evento</b> <b>Ufficio Statistica</b> <b>Conferenze e comunicati stampa</b> <b>Sito Internet</b>	<b>Cittadini</b> <b>Anziani</b>	<b>Enti locali</b>	<b>Budget Uff. Comunicazione</b>
Città futura, Polis contemporanea	<b>Incontri sul territorio</b> <b>Conferenze e comunicati stampa</b> <b>Sito Internet</b>	<b>Cittadini dell'Unione dei Comuni di Pian del Bruscolo</b>	<b>Enti locali</b>	<b>Budget Uff. Comunicazione</b>

### Tempistica

Gen	Feb	Marz	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
<b>Forum idee</b>	<b>Forum idee</b>  <b>Città futura</b>	<b>Città futura</b>	x	<b>Apifarfalle</b>  <b>Città futura</b>	x	<b>Città futura</b>	x	x	<b>Città futura</b>	x	<b>Festa longevità</b>

<b>Obiettivo</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Destinatari</b>	<b>Collaborazioni Istituzionali</b>	<b>Costi</b>
<b>Ufficio Relazioni con il Pubblico</b>	<b>Front e Back office</b>  <b>Report annuale URP</b>	<b>Cittadini</b>	<b>Non previste</b>	<b>Oneri ordinari</b>

	<b>Indagine di soddisfazione dei cittadini</b>  <b>Rete interna dei referenti per la Comunicazione</b>  <b>Centro di Documentazione</b>  <b>Internet- intranet</b>  <b>Call center</b>  <b>Cerimoniale</b>			
--	--	--	--	--

**Tempistica**

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

## **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.

**arch. Fernanda Marotti**



# Comuni CARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

**la libertà  
si fa SPAZIO**

Provincia di Pesaro e Urbino | Comuni di Pesaro

idee per trasformare  
luoghi dell'isolamento  
in spazi per la società

**area ex carcere minorile di Pesaro**  
CONCORSO DI PROGETTAZIONE  
in due gradi - 1° Proposta di idee - 2° Progetto preliminare  
per la progettazione del Parco pubblico, di edifici con  
destinazione residenziale e terziaria e trasformazione della  
ex chiesa di S. Maria degli Angeli  
**giugno - settembre 2007**  
info: [www.provincia.pu.it](http://www.provincia.pu.it)  
[www.comune.pesaro.pu.it](http://www.comune.pesaro.pu.it) tel. 0721/387465

Modulo per la domanda  
e informazioni  
presso il  
Comune di residenza

**BUONI CASA PER LE GIOVANI COPPIE**

Regione Marche

Provincia di Pesaro e Urbino

"In arrivo 3.918.000 euro a fondo perduto riservati alle giovani coppie per l'acquisto della prima casa."

Sen. Palmiro Uccioli  
Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino

Giuseppe Lucarini  
Assessore Edilizia Pubblica

**Giro d'Italia**  
dal 18 al 21 maggio 2008  
il grande evento  
sportivo sarà  
protagonista nella  
Provincia di Pesaro  
e Urbino terra di  
Raiffaello  
e di Rossini

vivi il giro d'Italia nella provincia di Pesaro e Urbino!  
[www.turismo.pesarourbino.it](http://www.turismo.pesarourbino.it) / numero verde 800563800

Provincia di Pesaro e Urbino  
TURISMO

grafica Ufficio comunicazione provincia

**c'è un anno  
da non  
perdere**

con il Servizio Civile.

Se hai un'età compresa tra i 18 e i 28 anni partecipa al Bando per la selezione di 130 giovani da impegnare nei Comuni della Provincia di Pesaro e Urbino nell'ambito della Rete provinciale dei Musei e delle Biblioteche, dell'Ambiente e dei Servizi alla persona.

**cosa ti offre il Servizio Civile?**  
- stipendio di 500 euro al mese  
- vitto e alloggio  
- assicurazione sanitaria  
- assicurazione infortuni  
- assicurazione infortunio  
- assicurazione infortunio  
- assicurazione infortunio

**Le domande vanno presentate entro e non oltre le ore 14,00 del 7 luglio 2008**

Il Bando e il modulo per la domanda sono consultabili presso i Comuni e l'Ufficio Relazioni con il Pubblico della Provincia e sono scaricabili dal sito:  
[www.serviziocivile.provincia.pu.it](http://www.serviziocivile.provincia.pu.it)  
per informazioni 0721 / 359308 - 500

Provincia di Pesaro e Urbino  
SERVIZIO CIVILE NAZIONALE

# Comuni CARE

## Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

Provincia di Pesaro e Urbino

**ENERGIA RINNOVABILE  
VADEMECUM**  
DELLE PROCEDURE AUTORIZZATIVE

Provincia di Pesaro e Urbino

**2008** 30 gennaio  
20 febbraio  
12 marzo

**CORSO  
ENERGIA DA  
FONTI  
RINNOVABILI  
& RISPARMIO  
ENERGETICO**

**Mercoledì 12 marzo**  
ore 9:00 - 13:00  
**Risparmio energetico e bioarchitettura.**  
Analisi dei progetti secondo il Protocollo Itaca, Energy manager

Saluto  
**Dott. Sauro Capponi**  
Assessore alle Attività e Beni Ambientali della Provincia di Pesaro e Urbino

Innovazione e conservazione dei luoghi: l'uso di nuove tecnologie in relazione alle problematiche legate alla conservazione dell'identità dei luoghi  
**Arch. Maurizio Baroli**  
Dirigente del Servizio Urbanistica - Pianificazione territoriale della Provincia di Pesaro e Urbino

La sostenibilità energetica degli edifici: progetti nel territorio provinciale  
**Arch. Michele Pietropolo**  
Libero professionista

Le iniziative regionali per la sostenibilità degli edifici  
**Arch. Silvia Catalino**  
Dirigente Area protette, protocollo di Kyoto, riqualificazione urbana della Regione Marche

Il ruolo dell'energy manager nella Pubblica Amministrazione  
**Ing. Sirio Pinzaglia**  
Libero professionista

**Info** Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino  
Servizio Energia - Sviluppo Fonti Rinnovabili -  
Dott.ssa Elisa Gramaglia tel.0721/359.961  
fax.0721/359.964 e-mail:gramaglia@provincia.ps.it

Provincia di Pesaro e Urbino  
Gest. Agricolt. Transnazionali Organismi

**PROGETTO GAS A.T.O.**

Provincia di Pesaro e Urbino

**Perché risparmiare energia?**

perché tutte le attività richiedono energia in forma e quantità adeguate. Ogni settore della vita moderna è fortemente condizionato dalla disponibilità continua e sicura di energia. Da essa dipendono benessere e qualità della vita dei cittadini e del loro territorio. Il forte aumento della richiesta di energia e il peggioramento della situazione ambientale e climatica del pianeta hanno portato alla luce il problema energetico

per migliorare la qualità dell'ambiente riducendo l'inquinamento: l'Italia è entrata a far parte dei Paesi industrializzati che hanno sottoscritto il Protocollo di Kyoto che prevede una riduzione delle emissioni di elementi inquinanti (biossido di carbonio e altri 5 gas serra) prodotte dall'utilizzo di fonti fossili. Il nostro Paese, inoltre, deve rispettare le normative dell'Unione Europea

per diminuire la nostra dipendenza per l'approvvigionamento di energia dall'estero, incentivando la produzione nazionale e, di conseguenza, favorendo l'occupazione in un settore in continuo sviluppo

"Il risparmio energetico può essere ottenuto sia modificando le nostre abitudini, in modo che ci siano meno sprechi, sia utilizzando tecnologie sostenibili dal punto di vista ambientale. La Provincia di Pesaro e Urbino promuove il risparmio energetico, l'uso razionale delle risorse naturali e l'utilizzo di energie rinnovabili."

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

**info per incentivi e agevolazioni fiscali**

www.enea.it - <http://efficienzaenergetica.acs.enea.it>  
Ufficio Energia - Sviluppo Fonti Rinnovabili della Provincia di Pesaro e Urbino  
www.energia.provincia.ps.it infoenergia@provincia.ps.it  
tel. 0721.359.961/962/964 - fax 0721.359.964

Provincia di Pesaro e Urbino

**energia da fonti rinnovabili**

**SOLE TERRA VENTO e ACQUA**

**IMPIANTI FOTOVOLTAICI**  
sono sistemi in grado di trasformare l'energia solare in energia elettrica.

**IMPIANTI GEOTERMICI**  
sono sistemi che, attraverso una pompa di calore, sfruttano la temperatura della terra per riscaldare gli ambienti.

**IMPIANTI SOLARI TERMICI**  
sono sistemi in grado di utilizzare l'energia solare per la produzione di acqua calda sanitaria, per il riscaldamento e per uso industriale.

**IMPIANTI A BIOMASSE**  
sono sistemi che sfruttano la combustione di sostanze di origine animale e vegetale, non fossili, per produrre energia termica ed elettrica.

**IMPIANTI EOLICI**  
sono sistemi che sfruttano l'energia del vento per produrre energia elettrica. Sono costituiti da aerogeneratori che trasformano l'energia cinetica del vento in energia meccanica e, infine, quest'ultima in energia elettrica.

**CENTRALI IDROELETTRICHE**  
sono sistemi che sfruttano la potenza dell'acqua di fiumi e di laghi, convertendola in energia elettrica.

**info per incentivi e agevolazioni fiscali**

www.enea.it - <http://efficienzaenergetica.acs.enea.it>  
Ufficio Energia - Sviluppo Fonti Rinnovabili della Provincia di Pesaro e Urbino  
www.energia.provincia.ps.it infoenergia@provincia.ps.it tel. 0721.359.961/962/964 - fax 0721.359.964

"Il risparmio energetico può essere ottenuto sia modificando le nostre abitudini, in modo che ci siano meno sprechi, sia utilizzando tecnologie sostenibili dal punto di vista ambientale. Le energie rinnovabili sono fonti energetiche naturali che possiamo trasformare e utilizzare per risparmiare e proteggere l'ambiente. La Provincia di Pesaro e Urbino promuove il risparmio energetico, l'uso razionale delle risorse naturali e l'utilizzo di energie rinnovabili."

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

Com  
uni  
cARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

con il sostegno di Enzo Iacchetti!

**ARTE**  
per la pace

**PESARO 18 - 28 marzo**  
Sala Laurana, Palazzo Ducale  
Piazza del Popolo  
Inaugurazione mostra 18 marzo ore 17.30  
orario tutti i giorni 10.30/12.30 - 16.00/19.00  
Ingresso libero

**&**

**NOVAFELTRIA 15 - 28 marzo**  
Biblioteca Comunale via A. Saffi 79  
Inaugurazione mostra 15 marzo ore 17.30  
orario dal lunedì al venerdì 09.00/13.00  
martedì, mercoledì e giovedì 15.00/18.30  
Ingresso libero

**2008**

Provincia di Pesaro e Urbino

Provincia di Pesaro e Urbino

**Bilancio Etico Sociale e di Genere 2006**

Risorse e investimenti per una crescita condivisa

Provincia di Pesaro e Urbino

**PARLA CON NOI**

anno 2007 - DOCUMENTO FINALE

INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DEI CITTADINI  
URP - UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

Provincia di Pesaro e Urbino

Provincia di Pesaro e Urbino

Quaderno 1 - Anno Scolastico e Formativo 2006/07

**Annuario**

del sistema dell'istruzione e della formazione professionale della Provincia di Pesaro e Urbino

Assessorato alla Pubblica Istruzione  
Assessorato alla Formazione e alle Politiche Attive per il Lavoro  
Centro Studi e Documentazione a supporto del sistema dell'Istruzione e della Formazione professionale

# Comuni cAReuni

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate



**Provincia di Pesaro e Urbino** **REGIONE MARCHE**  
Assessorato Viabilità  
Porto di Ancona  
Ufficio del Territorio  
Pianificazione Territoriale ed Urbanistica  
Porto di Ancona

**Strada pedemontana Sassoferrato - Cagli**  
Presentazione del progetto preliminare

interverranno

**sen. Palmiro Uccielli**  
Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino

**Domenico Papi**  
Sindaco del Comune di Cagli

**Loredana Pistelli**  
Assessore Regionale alle Infrastrutture e Viabilità

**Giuseppe Lucarini**  
Assessore Provinciale alle Opere pubbliche, Trasporti, Edilizia pubblica e scolastica, viabilità

**Gino Traversini**  
Presidente della Comunità Montana Catria e Nerone

**20 giugno 2007** ore 16,00  
Sala del Ridotto del Teatro comunale di Cagli

La cittadinanza è invitata a partecipare all'incontro pubblico per la presentazione del progetto della tratta Serrantina di Sassoferrato- Cagli della Pedemontana

il progetto sarà illustrato dai tecnici progettisti

Assessorato provinciale Opere pubbliche, Trasporti, Edilizia pubblica e scolastica, Viabilità

**6 luglio 2007** ore 17,00  
Sala W. Pierangeli Pesaro, Via Gramsci 4

**Avvocati e Magistrati quale riforma della giustizia per i cittadini?**

**INCONTRO DIBATTITO**

info: 0721 - 359341 / 498

la cittadinanza è invitata a partecipare

**Cerimonia di premiazione dei diplomati con 100/100 anno scolastico 2006-2007**

**100/100**  
la Provincia premia i giovani

interverrà alla premiazione **Barbara Ensoli**  
Direttore del Centro nazionale AIDS, Istituto Superiore di Sanità

**Aula Magna**  
Campus Scientifico Sogesta  
Facoltà di Scienze e Tecnologie

**Urbino 24** ore 10,30  
luglio 2007

**il territorio come bene culturale e risorsa economica**

**5 ottobre 2007**

**Provincia di Pesaro e Urbino**  
Progetto Centoborgi

# Comuni CARE

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

Provincia di Pesaro e Urbino  
Comune di Pesaro

## Settimana Provinciale della Pace

**1 ottobre ore 16.00**  
Consiglio Comunale  
Sala del Consiglio Comunale  
Pesaro del Popolo - Pesaro

**3 ottobre ore 16.30**  
Incontro delle Associazioni di promozione sociale  
Sala del Consiglio Provinciale  
Viale Gramsci 4 - Pesaro

**3 ottobre ore 21.00**  
Incontro della cittadinanza in Piazza della Pace

**4 ottobre ore 9.30**  
Incontro degli studenti in Piazza della Pace  
Aula Magna di Vittorio Veneto - Anzola  
Piazza Venezia - Anzola

**6 ottobre ore 9.30**  
Consiglio Provinciale  
Sala del Consiglio W. Pierangeli  
Viale Gramsci 4 - Pesaro

**7 ottobre**  
Messa per la pace  
Parrocchia S. Antonio

**tutti i diritti umani per tutti**

### 1-7 ottobre 2007

Info: [www.cooperazione.gov.it](http://www.cooperazione.gov.it)  
Info: [info@cooperazione.gov.it](mailto:info@cooperazione.gov.it)  
Tel. 0723. 8883 - 0723. 949391 - 888. 702872

Provincia di Pesaro e Urbino  
AGCI COOPERATIVE

## cooperati a

un'impresa possibile  
Urbino

**25 ottobre**

**Urbino ore 16.30**  
Sede della Provincia  
Piazza della Repubblica

**2007**

**Turismo e cultura**

La Cooperazione per la crescita e la promozione del territorio in preparazione della 2ª Conferenza Provinciale della Cooperazione

Provincia di Pesaro e Urbino  
Associazione Italiana Culturali - Editoria

## Fare il punto

1 e 11 / 2007

**Museo**  
Pesaro, Viale Gramsci 4  
Sala del Consiglio  
W. Pierangeli ore 16.30

**15 Standard e qualità**  
novembre 2007

**22 Rete virtuale**  
novembre 2007

grafica ufficioculturalecooperativa

**17 novembre 2007**  
Pesaro, ore 10.30  
Sala Adele Bei  
Viale Gramsci 4

## Festa della Polizia Provinciale

**più felici di darvi sicurezza!**

Provincia di Pesaro e Urbino

Com  
uni  
cARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

**4 novembre**  
Giornata dell' Unità nazionale  
e Festa delle Forze Armate

„l'anniversario della fine di una guerra per augurare la fine di tutte le guerre...“

**1918** **4 novembre 1918**  
l'esercito italiano poneva fine alla prima guerra mondiale. L'anniversario è l'occasione per ricordare i caduti di tutte le guerre il cui sacrificio per l'indipendenza e per la libertà ha posto le basi per i moderni ideali di patria e di democrazia.

**2007** **4 novembre 2007**  
come ogni anno si celebrano i valori dell'unità nazionale e della solidarietà tra tutte le nazioni del mondo esprimendo stima e affetto alle nostre Forze Armate impegnate nella difesa dei diritti umani e della pace.

Dot. Luigi Riccio  
Prefetto di Pesaro e Urbino

Sen. Palmiro Uccielli  
Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino

URBINO PRESS AWARD

Comune di Urbino Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" Camera di Commercio Pesaro e Urbino Aspis 2000

Urbino, 9 maggio 2007 ore 16.00  
Aula magna della Facoltà di Economia  
Palazzo Battiferri, Via Saffi 42

**Italia: si può fare di più**

La Provincia di Pesaro e Urbino e l'Ambasciatore degli Stati Uniti d'America in Italia presentano l'iniziativa "Partnership For Growth" a sostegno della crescita economica italiana

**2 giugno 2007**

È il 61° anniversario della fondazione della Repubblica Italiana sorta dalla Resistenza per difendere i valori della libertà, della pace, della giustizia e della democrazia.

Questi valori sono il patrimonio in cui si identifica l'Italia Repubblicana e ancora oggi costituiscono la linfa vitale per la nostra Nazione.

In nome di quanti hanno sacrificato la gioventù e spesso anche la vita per riconquistare la libertà del nostro Paese onoriamo ogni giorno questi valori ed educiamo le nuove generazioni a mantenere il clima di serena convivenza necessario per proseguire nel cammino delle conquiste sociali, civili e materiali e per creare maggiori prospettive di sviluppo per l'intera Comunità.

Viva la Repubblica! Viva l'Italia!

Luigi Riccio  
Prefetto di Pesaro e Urbino

Palmiro Uccielli  
Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino

**BENVENUTO!**

4 marzo 2008

Provincia di Pesaro e Urbino Comune di Urbino Comune di Pesaro

Le istituzioni e la popolazione salutano il Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano

# Comuni CARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

Provincia di Pesaro e Urbino  
Assessorato Beni storici, artistici, archeologici  
Progetto Centoborghi

presentazione del documentario  
**mulini e macchine**  
a cura di  
Sofidea Vitali Rosati

**Pesaro**, ore 17,00  
Sala del Consiglio Provinciale  
W. Pierangeli, Viale Gramsci 4

**17** maggio 2008

Zona di Commercio Pesaro Urbino  
Terra di Beni e Cultura

**IL CITTADINO AL CENTRO DEL SISTEMA**  
la Salute e la Qualità della vita come priorità e come diritto fondamentale

incontro pubblico

04 aprile 2008  
ore 18,00

Pesaro, Viale Gramsci 4 - Sala Consiglio Provinciale W. Pierangeli

Regione Marche  
Ristorante alla volta  
Tribunale per i diritti del malato  
Provincia di Pesaro e Urbino

AGCI  
CONFEOPERATIVE  
Legicoop

Provincia di Pesaro e Urbino

**9 MAGGIO 2008**  
**2° Conferenza Provinciale**  
Sala del Consiglio Provinciale W. Pierangeli  
Pesaro, Viale Gramsci 4

**cooperati a**  
un'impresa possibile!

**ore 18,00**  
**relatori:**  
Sen. Palmiro Uccioli  
Presidente della Provincia di Pesaro e Urbino  
Luca Carletti  
Sindaco di Pesaro

**interventi:**  
Massimo Galazzi  
Assessore provinciale alla Cooperazione  
Franco Allenzano  
per le centrali cooperative  
La cooperazione nella provincia di Pesaro e Urbino  
Fabrizio Luciani  
La cooperazione nella provincia di Pesaro e Urbino  
Piero Marcolli  
Assessore regionale alla Cooperazione  
Alberto Drudi  
Presidente della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Pesaro e Urbino

**ribatte:**  
Gian Maria Bassica  
Presidente Regione Marche  
Ivano Barbentini  
Presidente A.C.I.  
Alleanza Cooperative Internazionali

**ore 19,30 - Sala Anna Belli**  
presentazioni della mostra  
Un secolo di cooperazione:  
immagini dalla provincia

Provincia di Pesaro e Urbino

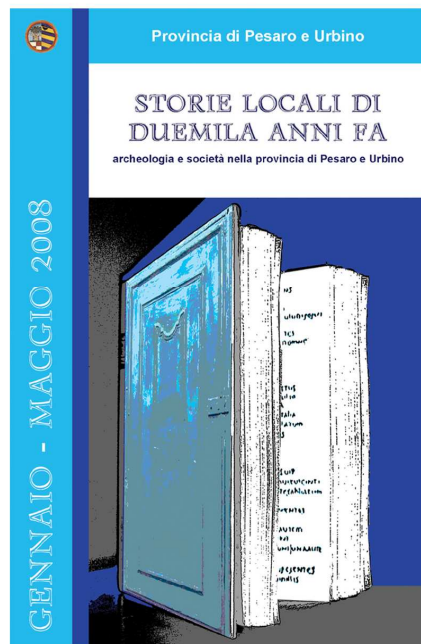
**la cittadinanza è invitata**

Protagonista della vita culturale e politica italiana, scrittore, giornalista, Direttore dell'Ossevatore Romano, partigiano, Consigliere regionale delle Marche per la Democrazia Cristiana (1970 / 75)

**14** marzo 2008  
ore 17,00  
**Cerimonia di Intitolazione a Valerio Volpini**  
della Sala Stenioni di Viale Gramsci n° 7 a Pesaro

# Comuni CARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate





# Comuni cAReUni

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate

Provincia di Pesaro e Urbino | Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" | Facoltà di Scienze Politiche | Comune di Urbino | unipesa

## il ruolo dell'Italia e dell'Europa nella NATO

Intervista S.E. Stefano Stefanini  
Rappresentante Permanente d'Italia presso il Consiglio Atlantico

**26 novembre 2007**

Urbino ore 15.00  
Aula Magna Facoltà di Scienze Politiche  
Piazza Gherardi 4

nell'occasione anteprima del Progetto  
**La memoria degli over 90: vite, storie e destini della nostra terra**

# Festa della

La terra di Pesaro e Urbino è quella dove si vive più a lungo in Italia (fonte ISTAT)

Provincia di Pesaro e Urbino

**15 dicembre 2007**

Il Presidente della Provincia Sen. Palmiro Uccelli sarà lieto di festeggiare tutti gli ultranovantenni che vivono nel territorio provinciale

# longevità

Pesaro ore 11.00  
Istituto Sordomuto S. Maria  
Strada delle Marche 1

# 2007 sport day 8/11

## Crescere sportivamente

FORUM PROVINCIALE SUL VALORE DELLO SPORT

Provincia di Pesaro e Urbino

**8 novembre 2007**  
Pesaro, Viale Gramsci 4  
Sala Adele Bel ore 10 - 18

# mid

## maioliche del duca

Maioleche del duca è una banca dati online della provincia di Pesaro e Urbino, a cura del Duca di Urbino e del Comune di Pesaro, che raccoglie informazioni relative a maioliche, tegole e frammenti del patrimonio dei Musei Civici di Pesaro, della Galleria Nazionale delle Marche e Casa Natale di Raffaello a Urbino, nei Paesi Civici di Palazzo Ursino e del Museo Civico di Palazzo Malatestiano a Fano.

Informazioni 0721 - 387292  
www.maiolecheiduca.it  
www.provincia.pesaro.it

**20 novembre 2007**

Maioleche del duca  
presentazione della banca dati online per la ceramica dei musei di Pesaro, Fano, Urbino, Urbiana  
Sala del Consiglio Provinciale W. Pierangeli  
Pesaro, Viale Gramsci n° 4 - ore 16.30

Provincia di Pesaro e Urbino | Soprintendenza al Patrimonio Storico, Artistico ed Etnoantropologico delle Marche - Urbino | Regione Marche | Comune di Pesaro

Com  
uni  
cARe

Alcuni esempi di progettazioni grafiche realizzate



Banche dati Statistica



Sistema informativo territoriale



marche  
multiservizi