**DIRETTIVA SULLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE DELLE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI.**

*A tutti i Ministeri*
*- Uffici di Gabinetto*
*- Uffici per le Relazioni con il Pubblico*
*- Uffici Stampa*

*Alle aziende ed amministrazioni autonome dello Stato*

*A tutti gli enti pubblici non economici*

*Al Consiglio di Stato*
*- Segretariato Generale*

*Alla Corte dei conti*
*- Segretariato Generale*

*All'Avvocatura generale dello Stato*
*- Segretariato Generale*

*Agli Uffici centrali del bilancio*

*A tutte le Province*

*A tutti i Comuni*

*Alle Camere di Commercio, industria, artigianato e agricoltura*

*Alla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione*

*Al Formez*

*All'A.R.A.N.*

e, per conoscenza:

*Alla Presidenza della Repubblica*
*- Segretariato generale*

*Alla Presidenza del Consiglio dei Ministri*
*- Segretariato generale*

*All'A.N.C.I.*

*All'U.P.I.*

*All'U.N.C.E.M.*

**IL MINISTRO**

**VISTA** la legge 23 agosto 1988, n.400, recante “Disciplina dell’attività di Governo e ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri”;

**VISTO** il decreto legislativo 30 marzo 2001, n.165, recante “Norme generali sull’ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche”;

**VISTA** la legge 7 giugno 2000, n.150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"**;**

**VISTO** il decreto del Presidente della Repubblica del 21 settembre 2001, n.422, recante “Regolamento per l’individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e comunicazione e disciplina degli interventi formativi”;

**VISTO** il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 9 agosto 2001, recante “Delega di funzioni del Presidente del Consiglio dei Ministri in materia di funzione pubblica e di coordinamento dei Servizi di informazione e sicurezza al Ministro senza portafoglio on. dott. Franco Frattini”;

**VISTO** il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 31 ottobre 2001, recante “Struttura di missione per la comunicazione e informazione ai cittadini”;

**VISTA** la direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica del 13 dicembre2001, sulla Formazione e la valorizzazione del personale delle pubbliche amministrazioni

**EMANA LA PRESENTE DIRETTIVA**

PREMESSA

Con l’entrata in vigore della legge del 7 giugno 2000 n.150, e l’emanazione del Regolamento di attuazione del 21 settembre 2001 n. 422, le pubbliche amministrazioni dispongono di un nuovo indispensabile strumento per sviluppare le loro relazioni con i cittadini, potenziare e armonizzare i flussi di informazioni al loro interno e concorrere ad affermare il diritto dei cittadini ad un'efficace comunicazione.

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

Lo sviluppo delle attività legate alla comunicazione di impresa e alla pubblicità, in grado di determinare scelte organizzative e strategiche che influiscono positivamente sulla visibilità e sull’immagine aziendale e che coinvolgono trasversalmente tutto il processo produttivo, attraverso azioni di comunicazione interna, hanno accompagnato nel nostro Paese il percorso e la crescita delle imprese del settore privato e, recentemente, anche di alcune pubbliche amministrazioni.

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

FINALITA' E AMBITO DI APPLICAZIONE

Con questa direttiva il Dipartimento della Funzione Pubblica, in linea con la volontà del Governo di attuare un radicale processo di cambiamento della pubblica amministrazione, fornisce alle amministrazioni pubbliche, di cui all'art. 1 comma 2 del Dpr 21 settembre 2001, n.422, gli indirizzi di coordinamento, organizzazione e monitoraggio delle strutture, degli strumenti e delle attività previste dalla normativa in materia di informazione e comunicazione pubblica.

La direttiva si propone di contribuire al perseguimento, da parte delle pubbliche amministrazioni**,** delle seguenti finalità:

- sviluppo di una coerente politica di comunicazione integrata con i cittadini e le imprese;
- gestione professionale e sistematica dei rapporti con tutti gli organi di informazione (mass media tradizionali e nuovi);
- realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna incentrato sull'intenso utilizzo di tecnologie informatiche e banche dati, sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per creare tra gli operatori del settore pubblico senso di appartenenza alla funzione svolta, pieno coinvolgimento nel processo di cambiamento e condivisione nelle rinnovate missioni istituzionali delle pubbliche amministrazioni ;
- formazione e valorizzazione del personale impegnato nelle attività di informazione e comunicazione;
- ottimizzazione, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, dell'impiego delle risorse finanziarie.

Questa direttiva, pertanto, richiama e impegna la responsabilità dei vertici delle amministrazioni pubbliche all'applicazione della legge n.150/2000 e alla definizione di strutture e risorse necessarie per:

- progettare e realizzare attività di informazione e comunicazione destinate ai cittadini e alle imprese;
- procedere ad una rinnovata ingegneria dei processi di comunicazione interna e adeguare i flussi di informazione a supporto dell'attività degli uffici che svolgono attività di informazione e comunicazione, e il loro coordinamento, già individuati dalla legge 150/2000;
- produrre e fornire informazioni, promuovere eventi che, tenendo conto dei tempi e dei criteri che regolamentano il sistema dei media, possano tradursi in notizie per i mass media tradizionali e nuovi – come i giornali on-line - e altri mezzi di diffusione di notizie di interesse pubblico.La direttiva, inoltre, pone all'attenzione dei dirigenti degli Uffici stampa e degli Urp, così come delle analoghe strutture previste dalla legge 150/2000, la ricerca dell'efficienza e dell'efficacia nei processi di produzione della comunicazione, quale obiettivo della loro attività.

1. GLI OBIETTIVI

Le pubbliche amministrazioni, attraverso gli Uffici Stampa, i Portavoce egli Urp e le analoghe strutture, devono:

1) garantire un'informazione trasparente ed esauriente sul loro operato,

2) pubblicizzare e consentire l'accesso ai servizi promovendo nuove relazioni con i cittadini,

3) ottimizzare l'efficienza e l'efficacia dei prodotti-servizi attraverso un adeguato sistema di comunicazione interna.

Per consentire il pieno raggiungimento di questi obiettivi, le pubbliche amministrazioni devono:

1) dare avvio e sviluppo alle strutture deputate alla realizzazione delle attività di informazione, Portavoce e Ufficio Stampa, e di comunicazione, Ufficio per le Relazioni con il Pubblico,
2) promuoverne il pieno raccordo operativo sotto forma di coordinamento e attraverso una adeguata struttura organizzativa.
Inoltre, nella creazione dei nuovi profili professionali e delle nuove forme di organizzazione del lavoro pubblico e della sua comunicazione interna, deve essere favorita la definizione di adeguati interventi formativi e di aggiornamento che promuovano operatori dell'informazione e comunicazione competenti e motivati.
Il Dipartimento della Funzione Pubblica, con la collaborazione delle associazioni professionali del mondo dell'informazione, della comunicazione e delle relazioni pubbliche, realizzerà un sistema di monitoraggio dell'applicazione della legge n.150/2000 anche in vista di una programmazione di successivi interventi e direttive che avranno come obiettivo di rendere il settore coerente con la dimensione europea.

## 2. TIPOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

La legge n.150/2000 indica quali figure capaci di realizzare le attività di informazione e comunicazione nell'amministrazione pubblica il Portavoce e l'Ufficio Stampa, da un lato, e l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico e analoghe strutture, dall'altro.
I due segmenti di attività individuati sono importanti, ma non singolarmente esaustivi della funzione di comunicazione la cui complessità si esprime sia attraverso la previsione di differenti tipologie professionali, sia attraverso attività che non si esauriscono nel *front-office* o nei rapporti con i media.
La comunicazione interna e la produzione di messaggi complessi verso l'esterno rappresentano momenti differenti della stessa funzione di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, e pertanto richiedono un coordinamento che ne governi, con efficacia, le interazioni e le sinergie.
Questa dimensione complessiva e integrata della comunicazione non può essere dimenticata né sottovalutata nell'attuazione della legge del 7 giugno2000 n.150.
Nello svolgimento delle attività di comunicazione e informazione, così come nella costruzione degli assetti organizzativi delle loro strutture, le amministrazioni devono, inoltre, considerare centrali e decisivi gli strumenti interattivi della comunicazione *on line* (Internet-intranet). I processi organizzativi devono, conseguentemente, essere ridisegnati in relazione all'esigenza di sviluppare modalità interattive di comunicazione interna ed interistituzionale nei confronti dei cittadini.
Una buona comunicazione interna, fondata su di un'ampia circolazione delle informazioni sulle attività ed i processi lavorativi, e il pieno coinvolgimento del personale nei progetti di cambiamento organizzativo,consente di costruire al meglio l'identità di un'amministrazione, favorisce la crescita di un senso di appartenenza positivo alla dimensione del lavoro pubblico e contribuisce a porre su nuove basi l'immagine della sfera pubblica.

## 3. MODALITÀ OPERATIVE: IL COORDINAMENTO DEGLISTRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Le amministrazioni devono assicurare il raccordo operativo tra i segmenti di comunicazione attivati, il Portavoce, l'Ufficio stampa e l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico e le analoghe strutture, devono prevedere forme organizzative di coordinamento delle loro attività per massimizzare l'utilizzo delle risorse umane ed economiche,

e creare sinergie ed integrazione tra le azioni di comunicazione per contribuire a rendere efficaci e soddisfacenti le relazioni con i cittadini.
Ciascuna amministrazione, quindi, potrà istituire al proprio interno una struttura di coordinamento, costituita dal direttore dell'Urp e delle analoghe strutture ove esistenti, dal direttore dell'Ufficio Stampa e dal Portavoce se presente all'interno dell'amministrazione.
La struttura di coordinamento ha funzioni di programmazione, indirizzo e raccordo delle attività da realizzare.
Alla struttura di coordinamento spetta il compito di presentare al Vertice dell'amministrazione, entro il 30 novembre di ogni anno, il Piano di Comunicazione.
Il progetto deve contenere:
- la definizione degli obiettivi e della strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, on line,pubblicitaria etc);
- la descrizione delle singole azioni con l'indicazione dei tempi di realizzazione (calendarizzazione per fasi);
- la scelta dei mezzi di diffusione e il budget;
- la pianificazione delle attività di monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni (sia in itinere al progetto sia ex post).

## 3.1 LA STRUTTURA DI MISSIONE PER L'INFORMAZIONE E LACOMUNICAZIONE CON I CITTADINI.

Per soddisfare l'esigenza di raccordo operativo e d'integrazione tra le strutture di informazione e comunicazione previste della legge del 7 giugno2000 n.150 il Dipartimento della Funzione Pubblica ha attivato un'apposita"Struttura di missione", con l'incarico di:
1) integrare le proprie attività di comunicazione ed informazione(Ufficio stampa. Urp, sito web) coordinandole con l'ufficio del Portavoce;
2) supportare le amministrazioni nell'attuazione delle norme per sviluppare e sperimentare azioni e progetti di comunicazione pubblica integrata.
La struttura di missione ha l'obiettivo di garantire l'attuazione della legge del 7 giugno 2000 n.150, di monitorare l'attivazione di strutture di comunicazione integrata presso le amministrazioni, nonché di fornire consulenza alle amministrazioni anche per l'attività di formazione,limitatamente al settore della comunicazione.
Presso la struttura, inoltre, operano gruppi di lavoro specializzati sull'applicazione della legge e sull'uso di un linguaggio chiaro e comprensibile da parte delle amministrazioni.

## 4. FUNZIONI DEGLI ORGANI DELL'INFORMAZIONE E DELLACOMUNICAZIONE

Un moderno sviluppo dell'informazione e della comunicazione richiede un decisivo impegni delle amministrazioni.
Particolare attenzione deve essere posta ai compiti che la legge affida agli Urp, attraverso la realizzazione delle Reti civiche e del sito Internet della pubblica amministrazione, nella loro funzione di relazione verso l'esterno.
Essi svolgono infatti compiti di informazione, di garanzia di accesso ai servizi, di ascolto delle esigenze degli utenti, di promozione dell'innovazione e della semplificazione, nonché di verifica della soddisfazione del cittadino rispetto all'erogazione dei servizi stessi.

In questo contesto, gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico e le analoghe strutture devono poter ricorrere a procedure di comunicazione interna codificate ed efficaci per divenire il terminale di destinazione di atti e documenti che consentano sollecite ed esaurienti risposte alle richieste dei cittadini. Nei casi più complessi, gli Urp devono poter disporre della documentazione utile alla soddisfazione dell'utente entro un tempo ragionevole,comunque predeterminato dalle amministrazioni di appartenenza che individueranno, del pari, le sanzioni in caso di inadempienza o di ritardo nella risposta.
Al fine di rendere gli Urp strumenti del cambiamento interno della pubblica amministrazione, attraverso una funzione di marketing istituzionale e di verifica della soddisfazione del cittadino rispetto all'erogazione dei servizi, è opportuno che essi siano in grado di progettare e sviluppare azioni di studio e ricerca attraverso risorse umane in possesso delle competenze necessarie.
L'incarico di gestione delle Reti Civiche, assegnato dalla legge n.150/2000agli Urp, e del sito Internet, è destinato ad espandere la dimensione di questi uffici da semplice sportello di informazione al cittadino a terminali di banche dati. Gli Urp devono pertanto essere in grado di svolgere più funzioni e di corrispondere ad una domanda differenziata di servizi da parte del cittadino.
La stessa legge n.150/2000 attribuisce all'Ufficio stampa, prioritariamente,la gestione dell'informazione in collegamento con gli organi di informazione mezzo stampa, radiofonici, televisivi ed *on line*.
In particolare l'Ufficio stampa, coordinato da un direttore di servizio, si occupa:
- della redazione di comunicati riguardanti sia l'attività dell'amministrazione e del suo vertice istituzionale sia quella di informazione, promozione, lancio dei servizi;- dell'organizzazione di conferenze, incontri ed eventi stampa;
- della realizzazione di una rassegna stampa quotidiana o periodica,anche attraverso strumenti informatici;
- del coordinamento e della realizzazione della newsletter istituzionale e di altri prodotti editoriali.
Nelle amministrazioni locali di piccole dimensioni, per meglio ottimizzare le loro funzioni, gli Uffici stampa, così come gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico, possono essere costituiti in forma consorziata tra Enti locali che raggruppino una popolazione residente non inferiore a 25.000 unità.
A differenza dell'Ufficio stampa e dei suoi compiti istituzionali, la figura del Portavoce, presente nelle amministrazioni complesse, sviluppa un'attività di relazioni con gli organi di informazione in stretto collegamento ed alle dipendenze del vertice "pro tempore" delle amministrazioni.

## 5. LA FORMAZIONE

La legge del 7 giugno 2000 n.150 e il regolamento del 21 settembre 2001, Dpr n. 422, e più specificatamente la direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica del 13 dicembre 2001, sulla "Formazione e la valorizzazione del personale delle pubbliche amministrazioni", individuano nella formazione la chiave per migliorare la qualità delle prestazioni e per incentivare la motivazione del personale. La normativa offre alle amministrazioni i primi strumenti per adeguare, migliorare, selezionare – attraverso la definizione di percorsi di formazione *ad hoc* – le risorse umane già indirizzate o da indirizzare nei settori delle relazioni con i *media* (ufficio stampa e ufficio del portavoce) e con i cittadini (Uffici delle relazioni con il pubblico e analoghe strutture). E' da tenere presente che le attività di informazione e comunicazione – svolte all'interno di queste strutture - sono considerate rilevanti per la concreta realizzazione di pratiche di buon governo.

Le norme sopraindicate sanciscono una parità dell'offerta formativa con la presenza di soggetti privati e di una cultura di mercato dal cui confronto e competizione deve derivare un miglioramento complessivo della qualità della formazione in questo settore.
La formazione, oltre ad avere il compito di professionalizzare le risorse umane, dovrà essere la leva primaria per rendere omogeneo il livello di preparazione e la capacità del personale impegnato nella comunicazione pubblica.
In considerazione di ciò le amministrazioni devono adottare programmi formativi per tutto il personale impegnato nell'attività di informazione e comunicazione come previsto dalle norme vigenti e dalla direttiva del 13dicembre 2001.
L'attività formativa dei singoli dipendenti svolta nel periodo intercorso tra l'entrata in vigore della legge n.150/2000 e la pubblicazione del regolamento (Dpr n.422/2001), che rispetti i requisiti previsti dalle due norme, su richiesta delle amministrazioni di appartenenza, potrà essere validata da una commissione, istituita presso la Struttura di Missione del Dipartimento della Funzione Pubblica.

## 6. I NUOVI PROFILI PROFESSIONALI

L'individuazione e la regolamentazione delle tipologie professionali che opereranno negli Uffici stampa, negli Uffici per le relazioni con il pubblico e in strutture analoghe utilizzando strumenti di informazione e comunicazione tradizionali e nuovi , come indicato dall'art.8, comma 3 ed art. 9, comma 5,della legge del 7 giugno 2000 n.150, sono affidate alla contrattazione collettiva con le organizzazioni sindacali rappresentative sul territorio nazionale delle categorie professionali.

## 7. IL MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ

Il Dipartimento della Funzione Pubblica ha già promosso e svilupperà in modo costante sondaggi, studi, ricerche e sperimentazioni finalizzate a:
1) monitorare lo stato di attuazione della legge del7 giugno 2000 n. 150,
2) verificare le inadeguatezze da questa già rivelate nel lungo dibattito che ne ha accompagnato la pur necessaria approvazione (dall'esigenza di meglio definire gli ambiti delle singole professionalità, ai rilievi mossi anche in sede europea circa gli accessi a taluni ruoli ed uffici),
3) promuovere modelli e standard di riferimento che favoriscano la nascita e lo sviluppo di una cultura della comunicazione integrata nell'ambito delle pubbliche amministrazioni.
Nell'ambito di tale attività, che sarà sviluppata in collaborazione con le associazioni di categoria e gli ordini professionali dei comunicatori, delle relazioni pubbliche e dei giornalisti, grande attenzione verrà dedicata alla costruzione di tipologie professionali e modelli di valutazione delle professionalità della nuova comunicazione pubblica e dell'efficacia del loro agire. Si tratta di tenere sotto osservazione la qualità dei servizi e delle attività,di valutare le performance e "validare" i risultati.
Le amministrazioni, a tal fine, dovranno verificare, attraverso sondaggi,studi e ricerche, da affidare anche a soggetti privati, l'attuazione del piano di comunicazione annuale e misurarne l'efficacia.

## 8. IL LINGUAGGIO

Il Dipartimento della Funzione Pubblica ha già promosso e realizzato, a partire dai primi anni ’90, progetti dedicati alla semplificazione del linguaggio amministrativo usato nei contatti con i cittadini. L’opinione pubblica, ma anche le amministrazioni, si aspettano ulteriori sforzi per rendere il cosiddetto“burocratese” più chiaro ed accessibile e la comunicazione tra i cittadini e la pubblica amministrazione più snella ed efficace. La comunicazione delle pubbliche amministrazioni deve soddisfare i requisiti della chiarezza,semplicità e sinteticità e, nel contempo, garantire completezza e correttezza dell’informazione. Questo obiettivo dovrà essere perseguito anche con l’impiego dei nuovi strumenti informatici.

Il Dipartimento della Funzione Pubblica attiverà nei prossimi mesi, presso la Struttura di Missione, un servizio di consulenza il cui scopo sarà di assistere le pubbliche amministrazioni e i gestori di servizi pubblici a riscrivere atti e documenti, a migliorare la qualità della comunicazione per renderla più semplice e comprensibile a tutti i cittadini ed utenti dei servizi pubblici. L’obiettivo sarà di quello di rendere ufficiali le regole della semplificazione e di promuoverne la diffusione in tutte le amministrazioni.

## 9. LE RISORSE

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.

## 10. OSSERVANZA DELLA DIRETTIVA

La dirigenza verrà valutata, ai sensi del D. lgs. del 30 luglio 1999 n.286 e del D. lgs del 30 marzo 2001 n.165, anche alla luce dell’applicazione della presente direttiva. Pertanto i vertici dell’amministrazione, in sede di emanazione della direttiva annuale e degli indirizzi strategici, indicheranno le misure di comunicazione istituzionale da adottare e gli obiettivi da raggiungere in linea con il programma di governo dell’amministrazione pubblica.

IL MINISTRO PER LA FUNZIONE PUBBLICA
E PER IL COORDINAMENTO DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E SICUREZZA