



Ambito Territoriale di Foggia

Scheda Progetto

| | | | |
|---|--|-----------------|--|
| 1. Titolo dell'intervento | | | |
| La giornata del cittadino | | | |
| 2. Area geografica di realizzazione dell'intervento: (intero ambito o comuni specifici) | | | |
| 1.a | Comune capofila | FOGGIA | |
| Indirizzo (Sede legale del Comune capofila) PALAZZO DI CITTA' - C.SO GARIBALDI N. 37 | | | |
| CAP 71100 | | Città FOGGIA | Provincia FG |
| Tel 0881/721612 | | Fax 0881/721615 | e-mail sindaco@comune.foggia.it |
| Nome del Rappresentante legale: Ing. Mongelli Giovanni Battista | | | |
| Referente per il progetto Festa Ernesto | | | |
| Indirizzo del Referente di progetto: Via P. Fuiani n. 16 | | | |
| CAP 71121 | | Città FOGGIA | Provincia FG |
| Tel 0881/792803 | | Fax 0881/792828 | e-mail: e.festa@comune.foggia.it |
| 1.b | Ambito territoriale sul quale si sviluppa la proposta progettuale | | |
| Ambito Sociale di Zona: FOGGIA | | | |
| Ufficio di Piano competente: UFFICIO DI PIANO DI FOGGIA | | | |
| Indirizzo : Via P. Fuiani n. 16 | | | |
| CAP 71121 | | Città FOGGIA | Provincia FG |
| Tel 0881/792803 | | Fax:0881/792828 | e-mail sociocomunicazione@comune.foggia.it |
| <p>L'area di realizzazione dell'iniziativa comprende tutto il territorio del Comune di Foggia, coincidente peraltro con l'ambito del Piano Sociale di Zona. Potranno, peraltro, essere attivate specifiche iniziative pilota di animazione e promozione dell'iniziativa o di logistica nelle zone limitrofe a:</p> <ul style="list-style-type: none">• sedi delle istituzioni pubbliche• sedi dell'Università degli Studi di Foggia• ospedali• scuole comunali• mercati rionali | | | |



Ambito Territoriale di Foggia

- infrastrutture ferroviarie e feretrotramviare (Stazione ferroviaria e terminal degli autobus di linea)
- borgate
- centro commerciale
- zone di maggior pregio commerciale.

3. Obiettivi della sperimentazione

A Foggia, come nella maggior parte delle città italiane, l'orario di apertura degli uffici delle pubbliche amministrazioni e di enti di interesse pubblico, oltre quelli degli esercizi commerciali, è prevalentemente strutturato secondo un orario spezzato e gli orari costituiscono una vera e propria "giungla" per il cittadino.

Per affrontare questo problema i partner della "giornata del cittadino", nella fase dello studio di prefattibilità, hanno condiviso i seguenti obiettivi:

- coordinare a livello cittadino gli orari degli sportelli al pubblico dei servizi di pubbliche amministrazioni ed enti privati;
- razionalizzare gli orari di accesso dei cittadini agli uffici in orari certi;
- prolungare gli orari di sportello in fasce orarie desincronizzate rispetto agli orari prevalenti di lavoro;
- personalizzare i tempi di erogazione del servizio (rivolto ad esempio ad utenze professionali);
- attivare il dialogo sociale e avviare azioni partenariali tra pubbliche amministrazioni ed enti privati, in un'ottica di qualità per il territorio locale e secondo principi di equilibrio tra orari di lavoro e tempi di vita.

L'azione, in definitiva, consiste nella costruzione di un sistema tra enti cittadini pubblici e privati atto ad erogare i propri servizi al pubblico secondo una modalità più vicina ai reali bisogni dei cittadini e cioè:

- ✓ innanzitutto con un orario concordato che, salvo condivisione con i partners di progetto, può essere organizzato nel seguente modo: il **martedì** apertura ad orario continuato dalle ore 9.00 alle ore 18.30 e, possibilmente, da lunedì a venerdì fascia di apertura comune (9.00 - 12.00) e finalizzato a facilitare le esigenze di conciliazione vita-lavoro dei cittadini; **nei mesi estivi** l'orario potrà, invece, essere modulato sulla base delle particolari condizioni meteorologiche che favoriscono l'apertura serale piuttosto che quella meridiana;
- ✓ in secondo luogo potranno essere predisposti interventi accoglienza del pubblico con la modalità della "**prenotazione**"
- ✓ infine, si avvieranno le procedure per l'attivazione nel Comune di Foggia ed eventualmente nei Enti partners dell'iniziativa, della Banca delle Ore, così da attuare una politica del lavoro a dimensione delle esigenze familiari, di tipo "family friendly". L'istituto contrattuale della Banca delle Ore è disciplinato dall'art. 38 bis del CCNL per il personale del Comparto delle Regioni e Autonomie Locali, sottoscritto il 14.09.200. Interpreta lo spirito della legge 125/91 sulle azioni positive e della legge 53/2000 sulla flessibilità e concilia le esigenze dei lavoratori, l'organizzazione dell'Ente e i bisogni dei "clienti" cittadini.

L'obiettivo dell'azione sperimentale è, quindi, di riuscire a configurare un modello temporale capace di dar ordine alla vita dei cittadini, rendere più agevole la quotidianità e, perché no, depotenziare i conflitti. Una azione, quindi, che prende le mosse dai bisogni espressi dai singoli o da soggetti collettivi, spesso diversi, lontani e distanti proprio perché prendono il via da più punti di vista, per giungere all'individuazione di alcune forme d'accordo, dei "patti" per ottenere un migliore funzionamento ed una maggiore vivibilità della città.



Ambito Territoriale di Foggia

4. Descrizione generale dell'intervento

L'iniziativa, definita di concerto con i partners di progetto **Camera di Commercio di Foggia, Confcommercio PMI, CNA, ASL FG della Provincia di Foggia, ACLI, CISL, CGIL, UIL, UPAC Confartigianato Università degli Studi di Foggia, Ufficio Scolastico Regionale Ambito Territoriale della Provincia di Foggia Ufficio IX**, a cui è auspicabile che si aggiungano altre pubbliche amministrazioni, istituti di credito, farmacie, altri enti privati e organizzazioni sindacali e dei consumatori intende sviluppare le seguenti azioni:

- ❖ istituzione di un tavolo cittadino di coprogettazione operativa per l'iniziativa;
- ❖ indagine preliminare sulle procedure operative per attivare la modulazione dell'orario di lavoro rivolta ai dipendenti degli enti pubblici e sugli orari di apertura, di lavoro e sull'affluenza agli enti/uffici, dei negozi e delle altre attività professionali;
- ❖ attivazione dello strumento "Banca delle Ore" nel Comune di Foggia e promozione negli altri Enti
- ❖ predisposizione di iniziative di mobilità e logistica per favorire la buona riuscita dell'iniziativa (taxi e autobus a prezzo agevolato.....)
- ❖ apertura ad orario continuato nella giornata del cittadino e secondo una calendarizzazione di favore negli altri giorni della settimana
- ❖ attivazione di una modalità di ricevimento al pubblico "su appuntamento"
- ❖ predisposizione di un sito internet dedicato all'iniziativa
- ❖ campagne di comunicazione, anche con il coinvolgimento di studenti:
- ❖ conferenze stampa periodiche, media locali, depliant, totem informativi in città, pubblicazione periodica on line dei risultati dell'iniziativa;
- ❖ cicli periodici di monitoraggio dell'iniziativa: indagini con questionario, rilevazioni quantitative e focus group destinati a cogliere le esigenze degli utenti dei servizi pubblici, degli operatori e dei dirigenti rispetto ai mutamenti degli orari;

5. In che modo l'azione risponde al fabbisogno rilevato nello SdF

La giornata del cittadino si inserisce nella linea "Foggia Open" così definita nel piano di prefattibilità del Piano dei Tempi e degli Spazi della città di Foggia. Dallo studio si è rilevato come l'accessibilità e le modalità di apertura dei servizi, pubblici e privati svolgano un ruolo di primo piano rispetto alla dimensione spazio-temporale della vita quotidiana dei cittadini, infatti una parte considerevole degli spostamenti intra-urbani, correlati alla cronoagenda giornaliera o settimanale del cittadino, è legata alla loro fruizione diretta. Tuttavia, a fronte delle trasformazioni sociali e delle mutate esigenze familiari, l'apparato organizzativo della città, soprattutto nella fruizione dei servizi pubblici e privati, risulta obsoleto e rispondente ad un modello rigido di società, con orari standardizzati, tempi non coincidenti o eccessivamente sincronici nella modalità di erogazione dei servizi, che spesso sono causa di perdita di tempo e complicazione nell'accesso alla fruizione del servizio. Soprattutto questo tipo d'organizzazione temporale non risponde alle esigenze d'alcune fasce della popolazione, lavoratori con orari non standard e più estesi rispetto a quelli tipici del lavoro dipendente, pendolari, genitori con figli piccoli entrambi impegnati lavorativamente. Ciò porta ad un sovraffollamento degli sportelli in alcune ore, con conseguente effetto sul traffico.

Dalle mappe e dalla indagini realizzate emerge che l'orario prevalente degli sportelli pubblici è sincronizzato e articolato su 5 giorni della settimana.

Per quel che riguarda gli orari dei servizi commerciali, va rilevato che mentre la grande distribuzione serve ampiamente la città in orari continuati e prolungati (dal lunedì al sabato, con l'aggiunta della domenica in buona parte dell'anno; con fasce orarie collocate prevalentemente tra le 8.00 e le 20.00), i negozi e i piccoli e medi esercizi commerciali sono generalmente chiusi nell'orario della pausa pranzo e dopo le 20.00, e la giornata del giovedì, nonostante le disposizioni comunali consentano fasce orarie molto ampie di apertura giornaliera e settimanale.



Ambito Territoriale di Foggia

In alcuni quartieri della città, si segnala una progressiva difficoltà del piccolo commercio accompagnato da una tendenza all'indebolimento del tessuto di relazioni, dal venir meno delle condizioni di sicurezza garantite dalla presenza di mercati rionali. Per alcune categorie di cittadini (anziani, disabili, persone che non dispongono di mezzi privati) è un problema raggiungere aree commerciali esterne al proprio quartiere, o punti della grande distribuzione, per acquistare beni di prima necessità.

Va in ogni modo evidenziato che la riorganizzazione temporale dei servizi pubblici a favore dei cittadini/utenti, si intreccia con un altro problema, quello degli stessi lavoratori dipendenti degli uffici pubblici, la maggioranza dei quali sono spesso donne, molte delle quali mamme, dunque divise anch'esse dalla necessità di conciliare il tempo del lavoro con quello della famiglia.

6. Target destinatari

Il progetto è rivolto a: cittadini foggiani e abitanti della provincia che si recano in città per usufruire dei servizi; lavoratori degli enti coinvolti, in particolare donne con figli in età scolare o con specifiche esigenze di conciliazione.

7. Indicazione degli effetti/impatti attesi sui tempi e sugli spazi

Con la giornata del cittadino si intende quindi:

- agire sui tempi del lavoro implementando orari più rispondenti alle esigenze di utenti e dipendenti pubblici e favorendo l'attivazione della banca delle ore;
- agire sui tempi dedicati alla famiglia
- agire sui tempi dedicati agli acquisti favorendo l'apertura degli esercizi commerciali, soprattutto di quelli di vicinato, in modo desincronizzato
- agire sui tempi destinati agli spostamenti casa-ufficio attraverso idonee azioni di miglioramento della mobilità urbana, soprattutto con i mezzi pubblici,
- agire sui tempi dedicati allo sport ed al tempo libero con iniziative per valorizzare i parchi ed i giardini cittadini
- agire sui tempi dedicati all'apprendimento
- agire sui tempi dedicati alla salute ed alla cura della persona migliorando l'accesso ai servizi che incidono su tale ambito ed in particolare verso l'INPS, L'INAIL, la ASL, le farmacie ed i servizi di tipo sociale

Sotto il profilo degli spazi verranno attivate specifiche iniziative di

- facilitazione dell'accesso negli uffici pubblici anche sensibilizzando il personale dei front-office e dell'URP
- valorizzazione dei parchi e dei giardini anche attraverso specifiche iniziative di animazione;
- miglioramento della viabilità urbana nelle aree a maggiore concentrazione commerciale;

8. Coerenza con altri strumenti di pianificazione programmazione presenti sul territorio

A monte della stesura dello studio di fattibilità per la redazione del Piano territoriale dei Tempi e degli Spazi vi è lo studio conoscitivo del territorio di riferimento, la geografia, gli aspetti socio-economici che lo caratterizzano.

Lo studio oltre che contenere elementi di coerenza con gli altri piani e gli strumenti di programmazione comunale, deve fungere da contributo e supporto ma anche da collante degli stessi, poiché gli aspetti temporali non possono prescindere da quelli spaziali, e dunque l'integrazione tra gli strumenti di pianificazione già esistenti ma anche quelli in itinere dovrebbero giungere a realizzare quello che potremmo definire un unicum disciplinare.

In particolare, l'iniziativa trova punti di contatto con i gli altri strumenti di programmazione territoriale



Ambito Territoriale di Foggia

sulla base delle seguenti considerazioni:

❖ **PIANO GENERALE DEL TRAFFICO URBANO - PGTU -**

La città di Foggia è stata una delle prime città del Sud Italia a dotarsi di uno strumento complessivo di pianificazione della mobilità pubblica e privata. La costruzione del piano è avvenuta attraverso campagne di rilievo appositamente organizzate che hanno consentito di acquisire il quadro di domanda-offerta utile per la progettazione degli interventi. Il monitoraggio è stato articolato sul rilievo dei flussi di traffico in prossimità di incroci, accessi alla città e sulle interviste ai cittadini, allo scopo di evidenziarne le preferenze e le scelte in tema di mobilità.

Obiettivi fondamentali del Piano generale del traffico urbano sono: la mobilità sostenibile, la qualità urbana e la sicurezza stradale.

❖ **PIANO STRATEGICO DI AREA VASTA /PUMAV – Capitanata 2020 –**

Il Piano Strategico è un documento di programmazione che, per la sua migliore efficacia, prevede la costante collaborazione tra tutte le forze sociali che agiscono sul territorio. La visione strategica è sintetizzata in due parole: innovare e connettere. Innovare significa avere la capacità di progettare il futuro introducendo sistemi e metodi nuovi. Connettere significa unire insieme ma anche porre in relazione, in rapporto. All'interno del Piano Strategico si inserisce il Piano Urbano di Mobilità di Area Vasta -PUMAV-, i cui principali obiettivi sono: collegare la città di Foggia con l'intero territorio provinciale, rinnovando l'impulso all' "apertura all'esterno" della città; garantire adeguati standard di accessibilità alla rete multimodale; realizzare una rete portante di trasporto pubblico urbano fondata su una piena integrazione con la rete del trasporto pubblico locale; realizzare un sistema di parcheggi in grado di migliorare la qualità urbana ed ambientale nelle aree centrali e in corrispondenza delle polarità principali, con tipologie di soluzione calibrate rispetto alle differenti componenti di domanda da servire: parcheggi di interscambio per sosta lunga, di relazione per sosta breve, pertinenziali per residenti

❖ **DOCUMENTO STRATEGICO PER LE ATTIVITA' PRODUTTIVE – DoSAP -**

Il Documento Strategico per le Aree Produttive (DoSAP) si configura come un modello integrato di progettazione, il cui scopo è di rispondere alle nuove domande sulle esigenze sviluppo economico locale, riconversione e riutilizzazione di parti della città che hanno perso la loro funzione, qualità delle città (intesa come qualità ambientale, dei servizi e dei tempi di organizzazione e fruizione), soluzioni per i fenomeni di inclusione sociale e di povertà e per i processi di isolamento degli individui e delle famiglie.

❖ **DOCUMENTO PROGRAMMATICO DELLA RIGENERAZIONE URBANA**

Il 15 giugno 2011, il Consiglio comunale di Foggia ha approvato il Documento programmatico della rigenerazione urbana, perimetrando l'ambito entro cui avviare le procedure per la realizzazione di Programmi integrati di rigenerazione urbana istituiti dalla Legge regionale 29 luglio 2008, n.21 "Norme per la rigenerazione urbana". In questo modo, l'Amministrazione, nell'ultimo consiglio, ha definito gli ambiti d'intervento in un'unica soluzione, dai cosiddetti Quartieri Settecenteschi alla zona della Stazione, dagli accessi di Via Manfredonia e Via San Severo alle zone tra Corso Roma e via Giacomo Matteotti, fino al Villaggio Artigiani. Ed essendo le politiche di rigenerazione urbana delle politiche che si basano sui processi di comunicazione e partecipazione l'Amministrazione ha promosso un percorso di partecipazione civica e di coinvolgimento di altri enti e forze sociali, economiche e culturali nell'elaborazione e attuazione dei programmi allo scopo di attivare trasformazioni della città sollecitate dai bisogni che emergono dalla vita reale degli abitanti. In coerenza con gli obiettivi del Documento, l'Amministrazione ha adottato la Carta della Rigenerazione urbana, sul modello proposto dall'AUDIS (Associazione delle Aree Urbane Dimesse), che fissa un decalogo della qualità: urbana, urbanistica, architettonica, dello spazio pubblico,



Ambito Territoriale di Foggia

sociale, economica, ambientale, energetica, culturale e paesaggistica e propone che la riorganizzazione territoriale coinvolga sempre più partnership pubblico-privato per raggiungere una maggiore coesione sociale ed economica e che ogni singolo intervento comprenda la sua capacità di integrazione fisica, sociale ed economica con il contesto urbano e che sia duraturo nel tempo.

❖ **IL PIANO SOCIALE DI ZONA**

Il Piano Sociale di Zona è lo strumento principale per la costruzione di un sistema integrato di interventi e servizi sociali e socio-sanitari. La programmazione tiene conto di quanto emerge dalla lettura dei bisogni sociali, ma anche di strategie, priorità e obiettivi individuati dai soggetti istituzionali pure in raccordo e con il coinvolgimento degli attori sociali, e mira al governo delle risorse destinate ai servizi rivolti alla persona. La prospettiva del lavoro da svolgere è calibrata su tre anni.

La programmazione del Piano Sociale di Zona in vigore nella città di Foggia intende rafforzare il modello di welfare che, partendo dal principio della centralità dei diritti alla persona, riconosciuta nella sua globalità, unicità, irripetibilità, mira a realizzare una concreta coesione sociale, anche attraverso l'inclusione delle fasce più deboli, e alla tutela e alla garanzia dei diritti di cittadinanza. Un welfare che abbraccia le stagioni della vita e di genere capace di intervenire e supportare - con un'offerta diffusa e specializzata di opportunità e servizi tutte le fasi della vita, con particolare riferimento alla nascita, all'infanzia, alla genitorialità, alle difficoltà socioeconomiche, alla terza e quarta età e alla disabilità, garantendo competenze e opportunità alle fasce di persone svantaggiate e vulnerabili, ed agevolando l'inserimento di queste persone nella società civile.

Un servizio alle famiglie che attiva servizi territoriali, domiciliari e intermedi capaci di riconoscere e supportare le responsabilità familiari, promuovendo altresì la conciliazione dei tempi di lavoro e di cura. La strategia di conciliazione si fonda su una gestione innovativa delle dinamiche sociali, familiari e culturali strettamente interconnesse con quelle economiche, territoriali, ambientali. In questa prospettiva le politiche di conciliazione assumono una valenza marcatamente microeconomica rispetto alla capacità di un sistema di generare reddito ed occupazione oltre a diventare un potente moltiplicatore dello sviluppo.

Analizzando il tema della conciliazione, il Piano sociale di Zona, adotta un approccio multifattoriale, che chiama in causa lo stile di vita, le condizioni in cui si esplicano le attività lavorative e la gestione dello spazio e del tempo libero. Pertanto, l'armonizzazione dei tempi assume una notevole importanza per lo sviluppo e la crescita sociale ed economica della città, poiché strettamente connesso sia al nodo dell'occupazione, all'indipendenza delle donne, con particolare riguardo al settore dei servizi alla persona.

❖ **PROGRAMMA DELLE ATTIVITA' TERRITORIALI – PAT –**

Il Piano regionale di Salute 2008-2010, approvato con Legge regionale 19 settembre 2008 n. 23, fornisce gli indirizzi e le regole di governo del Sistema Sanitario Regionale, cui devono riferirsi i compiti di programmazione sanitaria e socio sanitaria territoriale delle Aziende Sanitarie Locali «tramite una serie di interventi finalizzati prioritariamente a rafforzare le sinergie interistituzionali, superando nella chiarezza logiche settoriali e visioni di breve periodo e puntando ad una maggiore coesione delle politiche nei territori». Al fine di consentire una programmazione condivisa, partecipata, unitaria e coerente riguardo ai bisogni socio-sanitari del territorio, il Piano di salute chiama le ASL ed i Comuni ad operare «per raccordare la loro azione programmatica, in particolare per gli aspetti sociali del Piano di Zona con gli aspetti socio-sanitari del Programma delle Attività Territoriali del distretto (PAT), in modo da assumere con decisione contestuale gli impegni finanziari, ma anche di risorse umane, necessari per sostenere il costo delle prestazioni



Ambito Territoriale di Foggia

integrate, avendo condiviso anche quel sistema di regole necessario a disciplinare in dettaglio l'erogazione delle prestazioni».

Tra gli obiettivi e le azioni evidenziate vi è quello della riduzione dei tempi (e delle liste) d'attesa costituisce uno degli obiettivi prioritari della legislazione e pianificazione, statale e regionale, rispondendo sia al principio etico d'equità degli accessi alle occasioni di assistenza e sia a quello di qualità degli esiti di qualsiasi attività, azione e prestazione.

9. Processi di coinvolgimento dell'amministrazione e degli stakeholders

Il progetto è articolato come segue:

a. Formazione di un contesto interno al Comune conforme e favorevole alla Giornata del Cittadino

- » Rilevazione e quantificazione dell'affluenza di pubblico agli uffici che erogano servizi
 - valutazione delle esigenze di fruizione degli sportelli pubblici
 - individuazione delle soluzioni di organizzazione degli orari
- » Sensibilizzazione interna all'Amministrazione, nei confronti di:
 - soggetti istituzionali dell'Ente (Giunta, Consiglio, Assessorati)
- › documenti di aggiornamento e informative
 - rappresentanze sindacali
- › incontri specifici secondo modalità e presso sedi ordinariamente preposte
 - Dirigenza
- › incontri su azioni e definizioni organizzative e su motivazioni e obiettivi
 - personale (in particolare degli uffici che erogano servizi front-office)
- › incontri di accompagnamento
 - » Individuazione delle modalità di attuazione del servizio di front-office
 - valutazione degli accessi a servizi e uffici e delle esigenze di riorganizzazione oraria
 - individuazione di servizi e sportelli del Comune da coinvolgere nella sperimentazione
 - definizione delle modalità di sperimentazione
 - predisposizione di una idonea campagna informativa e condivisione con l'Amministrazione
 - Stipula atti ufficiali

b. Individuazione e coinvolgimento degli stakeholder del territorio

- » Convocazione e costituzione della Consulta degli Orari
 - condivisione dei contenuti e delle modalità di attuazione del Piano dei tempi e degli spazi
 - raccolta di osservazioni, indicazioni, eventuali correttivi, proposte metodologiche e attuative
 - definizione delle modalità di proseguimento delle attività della Consulta
 - ricerca e raccolta di adesioni di altri soggetti (pubblici e privati) alla Giornata del Cittadino

c. Informazione e comunicazione

- » Ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione
 - dal logo già definito costruzione di un'immagine visiva coordinata
- » Produzione di materiali di informazione e sensibilizzazione per l'interno e l'esterno
 - totem, manifesti, locandine, cartoline, mailing list ecc.
- » Definizione di un sito web esterno dedicato all'iniziativa:
 - pubblicazione e divulgazione dell'iniziativa
 - disponibilità di un'area di discussione sul Piano

d. Presentazione del Piano

- condivisione all'interno del Comune



Ambito Territoriale di Foggia

- conferenza stampa per il lancio dell'iniziativa alla cittadinanza e al territorio
- » Coinvolgimento dei media
- » Coinvolgimento delle scuole

•e. Sperimentazione della "Giornata del Cittadino" e sua messa a regime

- » Attivazione di una modalità di orario coordinata
- apertura secondo orari armonizzati degli uffici del Comune individuati
- » Valutazione d'impatto dell'iniziativa
- predisposizione della valutazione d'impatto (rispetto a: personale, cittadini/e, attori pubblici e privati)
- rilevazione dei dati di adesione e gradimento (interviste/schede/questionari)
- elaborazione dati
- condivisione con il Comune e con la Consulta degli Orari dei risultati

• Monitoraggio e valutazione dell'attuazione nel suo complesso

- » Individuazione delle modalità di monitoraggio e valutazione
- impostazione di una prospettiva di genere
- selezione di criteri di misurazione del grado di raggiungimento degli obiettivi e dei risultati
- scelta delle modalità di verifica sulla capacità dell'intervento di produrre gli effetti desiderati
- definizione di un'analisi procedurale del percorso
- » Monitoraggio in itinere
- raccolta dati
- » Valutazione finale
- report finale

10. fattibilità tecnico-amministrativa (procedure da attivare)

La sperimentazione della giornata del cittadino è un'iniziativa già condivisa con il partenariato che ha collaborato attivamente alla redazione dello studio di fattibilità "Tempi e spazi per una città vivibile".

Le procedure da attivare, ferme restando le risultanze dell'indagine conoscitiva svolta sia nei confronti dei destinatari delle azioni amministrative (i cittadini) sia nei confronti degli uffici preposti all'erogazione dei servizi pubblici, riguardano:

- riunioni partenariali per dare il via alla fase sperimentale, individuazione delle modalità partecipative;
- coinvolgimento di altri soggetti pubblici (ad es: Inps) e privati;
- redazione, condivisione e sottoscrizione del protocollo d'intesa per la realizzazione delle attività inerenti la sperimentazione;
- accordo sindacati-istituzioni coinvolte per l'attivazione sperimentale della banca delle ore;
- redazione di uno specifico ed efficace piano di comunicazione;
- analisi dell'impatto della sperimentazione;
- diffusione dei risultati

11. Attività di comunicazione/sensibilizzazione/promozione

Il piano di comunicazione riguarderà la progettazione la pianificazione delle attività di comunicazione dell'azione sperimentale verso l'esterno: promozione e presentazione del progetto; verso l'interno: per assicurare la circolazione delle informazioni necessarie per la buona riuscita dello stesso.

Gli obiettivi di comunicazione possono essere classificati in:

- obiettivi di funzionalità interna: attengono alla gestione strategico-organizzativa del progetto per uno suo sviluppo organico ed omogeneo;
- obiettivi di informazione e promozione del progetto: per far conoscere il progetto ai pubblici individuati sia per quel che attiene ai suoi contenuti, sia per costruirne un'identità riconoscibile;
- obiettivi di educazione alla cultura della partecipazione: è il valore del progetto



Ambito Territoriale di Foggia

· obiettivi di diffusione e trasferimento dell'esperienza : è la premessa per la realizzazione della vision di progetto.

Dal punto di vista strategico non vi è dubbio che l'obiettivo principale della comunicazione del progetto debba essere la promozione della partecipazione dei cittadini al proprio protagonismo nel tessuto sociale. I pubblici a cui si rivolge il progetto sono molti ed eterogenei ed inoltre giocano ciascuno un ruolo diverso. Questo richiede l'utilizzo di una strategia di comunicazione differenziata ogni qual volta ciò è possibile. Al di là perciò di alcune attività e strumenti di comunicazione per loro natura trasversali, come per esempio il marchio di progetto, si dovrà cercare di utilizzare stili e linguaggi adeguati e mirati ai destinatari specifici delle azioni.

Con riferimento alle azioni mirate, si individuano diverse strategie dei messaggi e conseguenti proposte di stili comunicativi. Sinteticamente possiamo individuare:

1. per i pubblici interni diretti la strategia dei messaggi punta a motivare, informare e coinvolgere attraverso uno stile amichevole e collaborativo;
2. per i pubblici esterni diretti, che detengono una relazione d'opinione, e sono perciò anche pubblici influenti, la strategia dei messaggi punta a conquistare attraverso uno stile persuasivo;
3. per i pubblici esterni diretti, che detengono una relazione di conoscenza, la strategia dei messaggi punta ad informare, ascoltare e attrarre attraverso uno stile persuasivo;
4. per i pubblici esterni indiretti la strategia dei messaggi punta a convincere attraverso uno stile informativo ma accattivante.

Per quel che riguarda il tono della comunicazione si ritiene che debba sempre mantenersi su un livello alto sia sul piano della qualità della proposta comunicativa che della attenzionalità.

Al contenuto verbale dei messaggi verrà affiancata anche una dimensione analogica (visual); mentre la dimensione verbale permette infatti di argomentare ed informare, quella analogica punta a trasmettere emozioni e sensazioni in modo immediato ed efficace e difficilmente esprimibili solo attraverso un contenuto verbale.

Obiettivi operativi e azioni di comunicazione:

1. Costruire e promuovere l'identità e l'immagine di progetto

Per raggiungere questo obiettivo strategico sarà in primo luogo necessario far conoscere il progetto e renderne espliciti i contenuti e gli obiettivi.

Verrà perseguito attraverso i seguenti obiettivi operativi:

a. creare un'immagine di progetto e dare valore ad essa

Il primo strumento utile alla costruzione dell'identità del progetto è la diffusione del marchio e dell'immagine coordinata. Il suo valore strategico risiede nella capacità di veicolare, in modo sintetico, riconoscibile e distinguibile il valore dell'iniziativa.

Già il nome di progetto rimanda sul piano semantico ai suoi contenuti.

Associare al logo i marchi del capofila del progetto (Comune di Foggia), e dei partner crea attorno al marchio "Il tempo nelle nostre mani" autorevolezza, fiducia e attrattiva.

b. creare un canale di informazione

Attraverso la realizzazione del sito internet specifico sarà possibile per i cittadini, e tutti i pubblici interessati, accedere alle informazioni relative alle attività in corso. Il portale conterrà una sezione di illustrazione specifica del progetto con un menù semplice ma efficace, news a carattere specifico, una sezione di scambio di informazioni ed una sezione dedicata alla multimedialità, con l'aggiornamento costante dei materiali e dei contenuti.

Il portale verrà realizzato ponendo particolare attenzione allo stile e al tono della comunicazione.

Il look and feel sarà sì istituzionale ma anche sufficientemente amichevole per non costituire un ostacolo alla navigazione nei contenuti per i non "addetti ai lavori".

c. utilizzare i media tradizionali

Come è emerso dall'analisi del contesto comunicativo i cittadini foggiani attingono le informazioni che



Ambito Territoriale di Foggia

riguardano le pubbliche amministrazioni locali principalmente dalla tv locale. A questo proposito, per promuovere in fase iniziale il progetto e le attività da realizzare, saranno realizzati degli spot televisivi della durata di 30" da trasmettere sui canali della tv locale che garantisce una lettura dei dati di ascolto.

Inoltre, per ottenere una "copertura" informativa sui media si svolgerà un'attività di ufficio stampa.

Le attività di Ufficio Stampa hanno l'obiettivo di informare e di promuovere presso i pubblici di riferimento i contenuti del progetto principalmente attraverso due strumenti:

Comunicati stampa, per comunicare con i media fornendo dati e informazioni sui processi in corso;

Conferenza stampa, per dare valore al progetto attraverso un evento.

Inoltre la comunicazione on line sarà integrata con specifiche azioni rivolte ai potenziali utenti che non hanno accesso al web attraverso l'utilizzo di strumenti di promozione cartacei.

Monitoraggio e valutazione

La raccolta e l'analisi degli elementi quantitativi e dei dati qualitativi dovrebbe consentire una valutazione complessiva dei risultati del progetto e fornire elementi utili per il superamento di eventuali criticità, sviluppi futuri, eventuali interventi correttivi dettati da necessità sopravvenute o successivamente rivelatesi.

Le azioni di valutazione saranno quindi sia in itinere, sia al termine del progetto.

E' opportuno distinguere tra vari livelli di misurazione dell'efficacia del Piano:

1. raggiungimento degli obiettivi di comunicazione (impatto della comunicazione):

si tratta di verificare il livello di diffusione, comprensione ed accettazione dei messaggi. In particolare a valle del processo si prevede un focus group tra partner per "misurare" il grado di efficienza della comunicazione quale agente di modifiche nei comportamenti e nelle opinioni dei pubblici target;

2. efficienza ed efficacia delle singole azioni di comunicazione (congruenza tra obiettivi e strumenti):

a questo livello vanno verificati i funzionamenti dei flussi informativi, dei diversi canali/azioni implementati. La rilevazione ed analisi sarà effettuata in itinere durante tutto il periodo di implementazione del piano di comunicazione;

3. verifiche dei costi (rispetto del budget):

il monitoraggio dei costi avverrà in itinere ed in coincidenza con le milestone e gli assessment di progetto;

4. impatto organizzativo (verifica di processo):

questa verifica attiene in particolare alla coerenza tra le azioni messe in atto e la loro ricaduta sull'andamento complessivo del progetto. La verifica di processo è un'attività continuativa del capofila e consiste principalmente nel "tenere traccia" di tutta la comunicazione, quindi anche quella realizzata direttamente dai partner, per garantire l'unitarietà, la coerenza e la corallità dei messaggi e delle azioni.

Modalità di monitoraggio

E' già possibile ipotizzare alcune azioni utili al monitoraggio ed alla valutazione della comunicazione.

Sono previste le seguenti modalità di monitoraggio:

- o Verifica della riconoscibilità del marchio da parte cittadini e degli operatori;
- o Monitoraggio trimestrale dei dati statistici relativi agli accessi al sito, valutati tramite analisi dei log files misurando i seguenti indicatori:

- totale accessi (hits);

- totale pagine visualizzate (page views);

- totale files consultati (immagini incluse);

- totale visite (visits) e visitatori unici;

- totale downloads (Kbytes trasferiti);

- provenienza degli accessi.

- o Monitoraggio della quantità di mail ricevute nella casella contatti del sito;

- o Monitoraggio della presenza di notizie riguardanti il progetto sulla stampa tradizionale e verifica della produzione di materiale informativo (poster, brochure, gadget).

- o Verifica del livello di diffusione e conoscenza del progetto, nonché la comprensione dei



Ambito Territoriale di Foggia

messaggi;

- Monitoraggio del numero di news pubblicate sul portale, e del regolare ed accurato aggiornamento;
- Monitoraggio del grado di coinvolgimento, fiducia e motivazione riguardo al progetto all'interno delle amministrazioni partner;
- Monitoraggio del numero di eventi pubblici organizzati sul territorio e del livello di partecipazione attestata;
- Monitoraggio del risalto su stampa e web dato agli eventi di volta in volta organizzati.

12. Capacità dell'azione di auto sostenersi a regime

Obiettivo dell'azione sperimentale è di riuscire a renderla, nel tempo, un servizio costante ai cittadini. La fase sperimentale, appunto, coincide con la volontà del Comune di Foggia e dei partners di attivare forme di facilitazione nel rapporto amministrazioni-utenti.

La fase di comunicazione prevista durante la sperimentazione è utile a fidelizzare gli utenti verso servizi di conciliazione dei tempi di vita-lavoro proposti sia da attori istituzionali che da attori privati.

L'attivazione della banca delle ore, la stipula del protocollo d'intesa, consentiranno – ultimata la fase sperimentale – di prorogare nel tempo le attività previste (erogazione continua di servizi il primo martedì di ogni mese).

L'amministrazione comunale, tra l'altro, ritiene importante – dopo lo studio di fattibilità – dar vita al piano dei tempi e degli spazi della città, così come previsto dalla normativa vigente, integrandolo nell'intera programmazione di sviluppo.

13. Quadro dell'investimento

- a) Attività del personale interno / esterno per la realizzazione della sperimentazione (max 20%)
- b) Acquisto di attrezzature e altri beni materiali e immateriali direttamente utili alla realizzazione dell'attività
- c) Azioni di diffusione, comunicazione, promozione, sensibilizzazione
- d) Spese assicurative
- e) Spese rimborso trasferte per personale direttamente coinvolto nella realizzazione delle attività (max 2%)



Ambito Territoriale di Foggia

| | Imponibile | Iva | Totale |
|---|---------------|--------------|---------------|
| a) Attività del personale interno/esterno per la realizzazione della sperimentazione (max 20%) | | | |
| Personale interno Comune di Foggia ed Amministrazioni partners | | | 7.000 |
| b) Acquisto di attrezzature ed altri beni materiali ed immateriali direttamente utili alla realizzazione dell'attività | | | |
| Gazebo personalizzabile da adibire ad infopoint | 1.000 | 210 | 1.210 |
| Banner verticali in PVC | 600 | 126 | 726 |
| c) Azioni di diffusione, comunicazione, promozione, sensibilizzazione | | | |
| Progettazione immagine di progetto | 500 | 105 | 605 |
| Realizzazione spot pubblicitario 30 sec. | 2.500 | 525 | 3.025 |
| Passaggi televisivi su emittenti locali (7 passaggi x 12 mesi x 10 euro) | 840 | 176 | 1.016 |
| Progettazione sito internet dinamico | 3.000 | 630 | 3.630 |
| Aggiornamento sito internet | 6.000 | 1.260 | 7.260 |
| Progettazione e realizzazione di n.20 targhe in plexiglass formato A4 | 1.000 | 210 | 1.210 |
| Espositore roll-up - Tello Banner in PVC - Stampato in digitale HQ - Altezza 200 cm - Alluminio verniciato (n. 3 roll-up) | 1.500 | 315 | 1.815 |
| Progettazione e realizzazione di n. 2000 pieghevoli da distribuire alla cittadinanza | 800 | 168 | 968 |
| Progettazione e realizzazione di locandine formato A4 (n.300 locandine) | 300 | 63 | 363 |
| Progettazione e stampa manifesti (n.1200 manifesti) ed altri prodotti editoriali | 1.522 | 320 | 1.842 |
| Organizzazione evento di apertura e di chiusura | 3.000 | 630 | 3.630 |
| d) Spese assicurative | | | |
| | | 0 | 0 |
| e) Spese di rimborso trasferte per personale direttamente coinvolto nella realizzazione delle attività | | | |
| Rimborso spese di trasferta del personale | | | 700 |
| Totale | 22.562 | 4.738 | 35.000 |

14. Eventuale cofinanziamento

Alcune forme di cofinanziamento saranno attivate dal partenariato, sia attraverso specifiche ed ulteriori forme ed attività di comunicazione, sia attraverso convenzioni con esercizi commerciali ed altri attori privati (associazioni, cooperative sociali, etc)

