

REGOLAMENTO DI ORGANIZZAZIONE DELL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FERRARA

CAPO I Principi generali

Articolo 1 – Definizione e principi generali

La Camera di Commercio di Ferrara considera l'informazione e la comunicazione indispensabili per lo svolgimento dell'attività amministrativa e per l'effettiva partecipazione di imprese, associazioni economiche di categoria e cittadini allo sviluppo e al benessere economico, sociale e civile del territorio.

La Camera di Commercio di Ferrara, nel perseguire obiettivi di trasparenza, efficacia, efficienza e qualità dei servizi erogati:

- sostiene e sviluppa le attività di informazione e di comunicazione verso le imprese, le associazioni economiche, i cittadini singoli e associati;
- assicura l'esercizio del diritto di informazione ed accesso agli atti in conformità alle leggi vigenti, attenendosi contestualmente ai principi sulla tutela della riservatezza di cui alla normativa attuale;
- promuove la piena utilizzazione dei servizi offerti anche mediante l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative e l'informazione sulle strutture e sui compiti dell'Ente;
- attua la verifica della qualità dei servizi e del loro gradimento anche mediante l'ascolto degli utenti.

Articolo 2 – Oggetto del Regolamento e disciplina

Nel rispetto delle leggi attuali e dello Statuto dell'Ente, il presente Regolamento disciplina l'organizzazione e il funzionamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, secondo quanto disposto dalla legge n. 150/2000 "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche amministrazioni*", del relativo regolamento di attuazione D.P.R. n. 422/2001 e della direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002.

Articolo 3 - Ambito di applicazione

Il presente regolamento disciplina e ridefinisce compiti, obiettivi ed organizzazione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico quale ufficio preposto all'insieme dell'attività di comunicazione verso gli utenti e quella all'interno della Camera di Commercio.

Ai sensi del presente regolamento si considerano utenti tutti coloro che, in varia misura e modalità, utilizzano i servizi camerali.

CAPO II

Comunicazione pubblica e istituzionale

Articolo 4 - Ruolo dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico svolge un ruolo centrale in materia di comunicazione pubblica e istituzionale della Camera di Commercio di Ferrara, in attuazione dei principi di cui all'articolo 1, al fine di concorrere a indirizzare l'attività pubblica dagli adempimenti formali ai risultati sostanziali e di garantire ad ogni utente il diritto ad essere informato. In tale ottica, l'Ufficio svolge un ruolo di coordinamento e di gestione delle informazioni volto ad assicurare l'omogeneità e la uniformità delle stesse e a renderle disponibili al pubblico, in modo chiaro e accessibile a tutti.

La Camera di Commercio di Ferrara, attraverso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, sviluppa le relazioni con le persone e le imprese, potenzia e armonizza i flussi di informazioni tra tutti gli uffici dell'ente e concorre ad affermare il diritto degli utenti ad un'efficace comunicazione.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in quanto strategico nei processi di comunicazione interna ed esterna, svolge un ruolo:

- **informativo**, mediante un'attività di informazione, consulenza, orientamento e assistenza agli utenti;
- **di servizio**, con diretta produzione di servizi;
- **propositivo**, riguardo la organizzazione dei servizi di comunicazione pubblica e la progettazione di nuovi;
- **di integrazione** tra le attività di comunicazione esterna e interna;
- **conoscitivo**, mediante la rilevazione di nuovi bisogni e delle attese da parte degli utenti;
- **promozionale** dei servizi dell'Ente;
- **di mediazione** tra i cittadini e la Pubblica amministrazione;
- **formativo** attraverso iniziative rivolte a studenti, stagisti, cittadini in generale.

Articolo 5 - Finalità e funzioni dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'attività di comunicazione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico della Camera di Commercio di Ferrara è:

indirizzata ai cittadini singoli o associati allo scopo di migliorarne costantemente il rapporto, di contribuire alla qualità dei propri servizi, di garantire la cortesia, l'oggettività e l'imparzialità nei rapporti con il pubblico;

finalizzata a:

- garantire il servizio all'utenza per l'esercizio dei diritti di informazione, accesso e partecipazione di cui alla legge n. 241/1990, e successive modificazioni;
- agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative e l'informazione sugli uffici e sui compiti della Camera di Commercio;
- promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;
- attuare, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
- garantire la reciproca informazione fra l'Ufficio Relazioni con il Pubblico e gli altri uffici operanti nell'Ente, nonché fra gli Uffici Relazioni con il Pubblico delle varie Amministrazioni;

- attivare ricerche e analisi finalizzate alla formulazione di proposte sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza;
- promuovere accordi di collaborazione tra l'Ente camerale ed enti pubblici e privati, per la sperimentazione di nuove sinergie, nel quale poter integrare le rispettive attività sviluppate con l'utilizzo di risorse qualificate e strumenti adeguati.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico coordina e finalizza le informazioni, nonché progetta e attua iniziative di comunicazione di pubblica utilità volte ad assicurare, attraverso opportuni strumenti, la conoscenza di normative, servizi e strutture. L'ufficio, oltre a generare proprie informazioni, ha la funzione di selezionare, filtrare, organizzare e finalizzare le informazioni provenienti da altri soggetti, sia interni all'Ente che esterni.

Articolo 6 - Forme strumenti e prodotti

Le attività di informazione e di comunicazione si esplicano, oltre che per mezzo di programmi previsti per la comunicazione istituzionale non pubblicitaria, anche attraverso la pubblicità, le distribuzioni o vendite promozionali, le affissioni, l'organizzazione di manifestazioni e la partecipazione a rassegne specialistiche, fiere e congressi.

L'attività di informazione e di comunicazione sono attuate con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione di messaggi, anche attraverso la strumentazione grafico-editoriale, le strutture informatiche, le funzioni di sportello, le reti civiche, le iniziative di comunicazione integrata e i sistemi telematici multimediali.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, anche in collaborazione con l'ufficio Servizi innovativi, promuove sperimentazioni innovative nel campo I.C.T. (information and communication Technology) volte a migliorare i servizi ai cittadini e alle imprese, a favorire l'interazione tra la Camera di Commercio e il pubblico, a realizzare l'integrazione tra i servizi delle diverse Amministrazioni.

Articolo 7 – Comunicazione interna

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, per garantire un'efficiente comunicazione esterna e perseguire obiettivi di miglioramento della qualità dei servizi, opera in modo trasversale ad ogni area di competenza, attivando processi di comunicazione interna. Tutti gli uffici dell'Ente assicurano un costante flusso informativo, nonché interventi tempestivi in caso di segnalazioni di disservizi da parte degli utenti. Ogni ufficio, tramite il proprio referente, comunica rapidamente all'Ufficio Relazioni con il Pubblico atti e documenti che consentano sollecite ed esaurienti risposte alle richieste dei cittadini, entro un tempo ragionevole predeterminato.

Le procedure di comunicazione interna sono codificate, a cura del Segretario Generale, in un apposito Ordine di servizio. Il servizio di comunicazione interna è basato sulla posta elettronica, sull'intranet camerale e sul sito internet, nonché attraverso la rassegna stampa quotidiana.

Articolo 8 – Internet e Intranet

Nello svolgimento delle attività di comunicazione e informazione, così come nella costruzione degli assetti organizzativi dei propri uffici, la Camera di Commercio considera centrali e decisivi gli strumenti interattivi della comunicazione on line (internet-intranet) e sviluppa modalità interattive di comunicazione interna e interistituzionale nei confronti dei cittadini.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico svolge la funzione di relazione verso l'esterno anche attraverso la partecipazione alla redazione e al costante aggiornamento delle iniziative di comunicazione tramite il sito internet dell'Ente e partecipa ai progetti di realizzazione di reti civiche.

Articolo 9 - Coordinamento delle strutture di comunicazione

Comunicazione pubblica esterna e comunicazione interna rappresentano momenti differenti della stessa funzione di informazione e comunicazione della Camera di Commercio di Ferrara e, pertanto, richiedono strumenti e forme di raccordo che valorizzino, con efficacia, le interazioni e le sinergie.

All'Ufficio Relazioni con il Pubblico è affidato l'incarico di supportare la Camera di Commercio nell'attuazione delle norme sulla comunicazione pubblica integrata, allo scopo di realizzare il migliore raccordo operativo tra i segmenti di comunicazione e di informazione ai cittadini attivati dal servizio Sistema qualità e comunicazione, progetti speciali e di coordinarle, inoltre, con le attività svolte dagli uffici dell'Ente.

Tale coordinamento deve garantire efficacia, trasversalità, programmabilità, razionalità gestionale e, soprattutto, influenza nei processi decisionali e nei ritorni organizzativi.

Resta ferma la responsabilità del Segretario Generale e del dirigente all'applicazione della legge n. 150/2000 e del relativo regolamento di esecuzione nonché alla definizione di strutture, risorse e strategie necessarie per:

- progettare e realizzare una comunicazione istituzionale integrata;
- procedere a una rinnovata ingegneria dei processi di comunicazione interna e adeguare i flussi di informazione a supporto dell'attività dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

Articolo 10 – Programma annuale di comunicazione

Entro il 31 dicembre di ogni anno, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in collaborazione con il servizio Sistema qualità e comunicazione, elabora il programma annuale delle iniziative di comunicazione in previsione per l'anno successivo.

Il programma deve contenere:

- la definizione degli obiettivi e della strategia della comunicazione integrata (azioni di comunicazione interna, esterna, on line, pubblicitaria, interattiva, ecc.);
- la descrizione delle singole azioni con l'indicazione dei tempi di realizzazione (calendarizzazione delle 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).

Articolo 11 – Ascolto e valutazione della qualità dei servizi

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico attua sistematicamente, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, processi di rilevazione sul grado di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e sull'evoluzione dei bisogni qualitativi e quantitativi. A tal fine, analizza anche i risultati di studi, ricerche e sondaggi e utilizza, quale supporto informativo, banche dati automatizzate e internet.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico assicura la propria presenza all'interno dei gruppi per la qualità. Viene, altresì, coinvolto nelle riunioni di servizi in occasione di innovazioni organizzative nell'erogazione dei servizi camerali.

L'attività di ascolto e di valutazione della qualità dei servizi è funzionale anche alla programmazione delle iniziative di comunicazione e di formazione e alla formulazione di proposte di adeguamento organizzativo, procedurale e operativo dell'Ente.

La Camera di Commercio, attraverso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, garantisce ai cittadini e alle imprese, singoli o associati, il diritto di segnalare, con ogni mezzo e modalità, eventuali disservizi circa i tempi, le procedure e le modalità di erogazione dei servizi e provvede alla gestione dei reclami.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in collaborazione con i referenti interni, concorre alla verifica della qualità dei servizi e alla determinazione degli standard e dei criteri di erogazione delle prestazioni della Camera di Commercio. I risultati delle attività di rilevazione del livello di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e di attività di rilevazione del livello di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e di monitoraggio sulle segnalazioni e sui reclami da parte dei cittadini sono trasmessi periodicamente al Comitato di direzione.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico collabora, inoltre, con l'Organo di valutazione strategica al quale verrà trasmessa una relazione annuale che illustri lo stato di applicazione del programma di comunicazione e indicante le misure adottate e gli obiettivi raggiunti.

Articolo 12 – Sviluppo organizzativo

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, sulla base dei risultati delle attività di ricerca e di monitoraggio di cui al precedente articolo 11, presenta proposte di adeguamento dell'organizzazione e di semplificazione delle procedure amministrative. In particolare:

- promuove ricerche e analisi finalizzate alla formulazione di proposte al Segretario Generale e al dirigente sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza (marketing sociale);
- favorisce interventi mirati alla semplificazione e alla trasparenza dell'attività amministrativa dell'Ente;
- formula proposte organizzative volte a migliorare i processi interni/esterni di erogazione dei servizi e di comunicazione degli stessi;
- progetta nuovi servizi e strumenti per migliorare la comunicazione e le relazioni con l'utenza;
- promuove la diffusione, nell'ambito della Camera di Commercio, di una cultura della comunicazione e della tutela dei diritti dei cittadini attraverso interventi informativi, formativi e organizzativi;
- partecipa alle attività dell'ufficio Personale e organizzazione e del Gruppo tecnico per la formazione relativamente alla elaborazione di programmi formativi per lo sviluppo professionale del personale addetto ai servizi di comunicazione;
- contribuisce, in collaborazione con gli altri uffici della Camera di Commercio, ad attivare processi di semplificazione, riorganizzazione e modernizzazione dei servizi.

Articolo 13 – Rapporto con altri Enti e Amministrazioni

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico garantisce la reciproca informazione tra i servizi di comunicazione e gli altri uffici operanti nell'Ente camerale, nonché tra questi e gli Uffici Relazioni con il Pubblico delle varie Amministrazioni. Inoltre:

- promuove la realizzazione di servizi di accesso polifunzionale mediante proposte di sviluppo di iniziative di comunicazione tra Enti, Amministrazioni dello Stato, associazioni e soggetti privati, da attuarsi anche mediante Protocolli d'intesa o convenzioni;

- favorisce la collaborazione con Scuole e Università per iniziative formative e stages degli studenti presso gli uffici della Camera di Commercio.

Articolo 14 – Collocazione funzionale

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in quanto unità organizzativa trasversale a tutta la struttura della Camera di Commercio, con un ruolo strategico nell'ambito della connessione tra comunicazione interna ed esterna, è collocato nell'area del Segretario Generale.

Articolo 15 – Organizzazione

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico ottimizza la propria organizzazione interna mediante l'articolazione delle attività in due ambiti di competenza, il back office e il front office, tra loro funzionalmente integrati.

Il back office costituisce il laboratorio verso cui si indirizzano i flussi informativi provenienti dalle diverse fonti, pertanto, le attività riguardano prevalentemente la raccolta, il filtro, il trattamento e l'aggiornamento delle informazioni, la gestione delle banche dati di competenza, la progettazione e la realizzazione di interventi di comunicazione, la gestione giuridico amministrativa dei rapporti interni ed esterni all'ufficio, nonché il coordinamento della rete dei referenti di ogni ufficio intra e inter Ente.

Viene individuato presso ciascun ufficio della Camera di Commercio un referente per la comunicazione e informazione agli utenti, quale struttura trasversale di back office facente capo all'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

Il front office gestisce l'area di contatto con l'utenza ed è il luogo di massima visibilità della Camera di Commercio e di mediazione della sua immagine, nonché l'ambito principale di interpretazione dei nuovi bisogni e delle esigenze degli utenti. Le attività del front office sono rivolte all'utenza per fornire informazioni e servizi, per agevolare l'utilizzo delle strutture e degli strumenti di comunicazione – banche dati, internet, ... – per monitorare la qualità dei servizi e il livello di soddisfazione dell'utente.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico è dotato di spazi e strumentazioni adeguate a consentire sia le attività che richiedono la comunicazione diretta o telefonica con il pubblico, che il contemporaneo svolgimento dei compiti e delle funzioni di supporto alle informazioni, all'effettivo esercizio dei diritti di accesso e di partecipazione nonché alla progettazione e alla realizzazione di iniziative di ricerca, e sviluppo telematico delle informazioni.

CAPO III Risorse umane

Articolo 16 – Personale assegnato all'Ufficio Relazioni con il Pubblico

Il Segretario Generale è il responsabile dell'organizzazione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e dirigerà, in stretta sinergia con il responsabile del servizio Sistema qualità e comunicazione, progetti speciali, le funzioni di comunicazione.

L'ufficio Relazioni con il Pubblico viene dotato di personale con competenze e know how di tipo tecnico e altamente specialistico nel campo della comunicazione pubblica e istituzionale. Detto personale deve essere formato e numericamente adeguato per consentire una ottimale gestione sia delle attività di front office che di back office, oltre che a garantire un servizio con orari adeguati alle esigenze del pubblico.

Il personale, in quanto risorsa strategica per il funzionamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, deve possedere una forte motivazione, adeguate conoscenze di base, nonché particolari attitudini personali alla comunicazione.

Per conoscenze di base si intende la conoscenza complessiva dell'Ente e della sua organizzazione, una cognizione di base in materia giuridica, la capacità di utilizzare strumentazioni informatiche e telematiche.

Per attitudini personali si intende:

- attitudine alla comunicazione sia esterna, verso gli utenti, che interna, con tutta la struttura (assertività, ascolto, gestione dei conflitti);
- attitudine a lavorare in team (condivisione delle conoscenze, lavoro di gruppo, capacità di critica e di autocritica);
- capacità relazionale (nei rapporti con il pubblico e con i colleghi dell'office), di problem solving, organizzative e propositive;
- flessibilità operativa;
- apertura alle innovazioni.

Articolo 18 – Orario di lavoro

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico garantisce un adeguato orario di apertura al pubblico, possibilmente coincidente con quello degli uffici che hanno un maggior afflusso di pubblico.