

COMUNICAZIONE E CITTADINANZA RESPONSABILE

INDICE

PREFAZIONE: COMUNICAZIONE E CITTADINANZA RESPONSABILE:
strumenti di condivisione per una nuova politica

PREMESSA: FORMAZIONE ALL'IMPEGNO SOCIALE E POLITICO

1) RIFERIMENTI NORMATIVI:

- 1.1. Cenni introduttivi
- 1.2. La comunicazione pubblica
- 1.3. La comunicazione istituzionale
- 1.4. Il percorso normativo
- 1.5. Pubblica Amministrazione e marketing
- 1.6. La struttura dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico
- 1.7. Conclusioni

2) ESPERIENZE A CONFRONTO

- 2.1. La Convenzione ad Albignasego
- 2.2. IL Tavolo delle Associazioni

3) ELABORAZIONE DI UN PROGETTO

- 3.1. Presentazione
- 3.2. Statuto dell'Associazione "Cittadinanza Partecipativa"

4) FORME DI COMUNICAZIONE

5) FONTI BIBLIOGRAFICHE

PREFAZIONE

COMUNICAZIONE E CITTADINANZA RESPONSABILE: STRUMENTI DI CONDIVISIONE PER UNA NUOVA POLITICA

IL CITTADINO CHE COMUNICA CON L'AMMINISTRAZIONE.

Dalle riflessioni e discussioni su questo argomento svolte nel nostro laboratorio di gruppo è emersa la complessa relazione tra due soggetti, che sono i principali attori della vita politica sociale ed economica di un territorio:

- il **cittadino** con i suoi problemi, le sue esigenze, le sue aspettative, che chiede all'Amministrazione di risolvere problemi legati ai bisogni che nascono in un determinato territorio (ad es. traffico, inquinamento, sicurezza...)
- la **Pubblica Amministrazione (Stato, Regione, Provincia, Comune)** che ha il compito "ideale" di ricercare le soluzioni ai problemi della comunità territoriale, sforzandosi di perseguire e garantire il bene comune senza privilegiare una parte rispetto ad un'altra.

In realtà accade che il cittadino si lamenti frequentemente del modo in cui l'Amministrazione intende risolvere queste questioni e sperimenti, poi, un senso di delusione, se non di "impotenza", legato alla sensazione di non essere ascoltato quando chiede qualcosa con la conseguente disaffezione alla vita sociale e politica.

I rapporti tra questi due soggetti, pertanto, anziché essere improntati ad una reciproca e fattiva collaborazione, risultano spesso difficili e si limitano allo stretto necessario, agli adempimenti burocratici (certificazioni, pagamento di imposte, rilascio di autorizzazioni,...).

Quali possono essere le ragioni di questo mancato dialogo?

Il lavoro del gruppo si è dunque concentrato sulle possibilità che il cittadino ha di comunicare con le istituzioni. Se da un lato la legge regola le modalità di comunicazione da parte delle istituzioni, dall'altro è lasciata piena libertà ai cittadini (è un loro diritto espressamente riconosciuto anche a livello costituzionale) di organizzarsi per creare forme di comunicazione che possano essere recepite dalle Amministrazioni.

Un primo passo è consistito pertanto nell'individuare le leggi e i riferimenti normativi che tutelano il diritto del cittadino di partecipare attivamente alla vita pubblica.

Purtroppo, però, non basta la legge...non è semplice l'approccio del singolo cittadino a strumenti che poco si prestano al facile recepimento dei loro contenuti.

Si è trattato in un secondo momento di ricercare e analizzare in che modo e in quali forme il cittadino possa interagire attivamente con l'Istituzione.

Il punto di partenza per affrontare questo tema ci è stato dato dalla seguente riflessione:
i "bisogni" che ognuno di noi ha e che sono legati al territorio in cui vive, sono anche i bisogni di altre persone che vivono nel nostro territorio, siano essi persone singole, famiglie, gruppi, organizzazioni!

Deve sussistere e va ricercata alla base di una vera forma di comunicazione da parte dei soggetti di una comunità territoriale, una **CONDIVISIONE** di idee, di risorse, di capacità, per essere in grado

di proporre alcune soluzioni (principi ispiratori, linee guida, progetti specifici,) che possano trovare l'adesione e il sostegno dell'Istituzione territorialmente competente.

Certo questo approccio esige la presenza di un forte senso di responsabilità che deve essere formato, educato, sollecitato. Pertanto preliminarmente alla fase di realizzazione di validi strumenti comunicativi è la fase di accrescimento del senso di responsabilità che deve essere animato e alimentato da un sentimento di solidarietà e di ricerca del bene comune. Non è forse questa la più alta forma di partecipazione alla vita politica di una realtà territoriale?

“ Ogni essere vivente è fine a se stesso e non ha bisogno di una giustificazione ulteriore: sotto questo aspetto l'uomo non è in nulla superiore agli altri esseri viventi, eccetto che per poter essere soltanto lui responsabile anche per loro”.

(H. JONAS, Il principio di responsabilità)

Se ognuno di noi è veramente convinto che è fondamentale intraprendere un cammino di educazione sociale e politica e che è “responsabilità di ognuno partecipare alla vita della polis contribuendo da cittadino al bene comune”, deve essere convinto anche che è necessario valorizzare tutte le risorse sociali protagoniste della vita civile, in grado di contribuire al miglioramento della vita di ognuno e di tutti.

Se da un lato la persona, con le sue motivazioni e convinzioni, rappresenta il punto di partenza di un possibile percorso di miglioramento della qualità della vita, dall'altro la condivisione di significati tra tutte le realtà sociali presenti nel territorio rappresenta l'obiettivo primario della Comunicazione.

La **Comunicazione deve essere innanzitutto relazione e dovrebbe facilitare la condivisione**, in questo modo sarebbe molto più facile renderla efficace nei confronti delle istituzioni.

La creazione di tavoli di lavoro comuni consentirebbe infatti di affrontare i problemi con più incisività grazie alle risorse e potenzialità che ogni singola persona, ogni gruppo, ogni organizzazione è in grado di esprimere, favorendo forme di **Partecipazione Attiva** che accrescono il senso di responsabilità comune.

Si tratta di una sfida carica di innovazione, che richiede profonda convinzione e motivazione da parte di chi vuole affrontarla. Non è facile dialogare con tutti i soggetti di un territorio partendo dal presupposto che ogni posizione e concezione contiene elementi degni di attenzione. Il tentativo di armonizzazione deve pertanto partire da un lavoro di ricerca teso all'identificazione e conoscenza di tutte le realtà presenti (valori che promuovono, interessi che tutelano...) per sfociare nella rinuncia da parte delle realtà coinvolte di richieste “particolari” che sono in contrasto con il bene comune.

La comunicazione diviene così un percorso condiviso che partendo da una situazione conflittuale o di controversia, richiede un confronto continuo tra tesi, opinioni generali, opinioni particolari, in modo da scartare ciò che in ogni posizione appare contraddittorio e, attraverso una sintesi di tutto ciò che rimane, giungere all'identificazione degli interessi comuni.

Si tratta in sostanza di dare un significato nuovo alla Comunicazione, di assegnare ai “bisogni” la capacità di riferirsi ad una realtà più estesa di quella di ogni singolo soggetto.

Lo scopo del lavoro che all'interno del gruppo abbiamo tentato di realizzare sarà pertanto quello di definire le forme di cui ci vogliamo avvalere per affrontare questa sfida ...

Gli animatori.

Alessandro Bassan

Carola Rossato

Franco Sato

Alessandra Zoccarato

PREMESSA: FORMAZIONE ALL'IMPEGNO SOCIALE E POLITICO

Dalle motivazioni etico/politiche, esposte nella premessa, riassumibili in un concetto di "Responsabilità Civile", che si estrinseca in un rapporto di comunicazione/collaborazione della società civile con le istituzioni, il Gruppo di lavoro ha tentato di elaborare una proposta operativa che partendo dalle fonti normative, passando attraverso la presentazione di esempi espressi in alcune realtà comunali, ha formalizzato la nascita di una realtà associativa esplicitando una bozza di statuto.

Il lavoro proposto rimane ancorato e trova spunto dalle radici etico/cristiane e culturali espresse nella premessa, proprio perché lì è possibile trovare le vere motivazioni che sostengono l'agire responsabile dei cittadini.

In tempi recenti e nei modi più svariati, **il Magistero dei Romani Pontefici** osserva attentamente, sollecita, interviene per formare i laici all'impegno nella vita sociale e politica.

A partire dalla Enciclica Rerum novarum di Leone XIII (1894) e dall'aggiornamento del concilio Vaticano II, la pubblicazione di numerosi documenti pastorali evidenzia sempre più nuovi aspetti della evoluzione delle società contemporanee, continuando ad alimentare il corpus dottrinale dell'insegnamento della Chiesa nella dimensione socio-politica.

Nel corso degli ultimi decenni la dottrina sociale ha raccolto la sfida del confronto con le "civitates" (=cittadinanze nuove), a volte deboli, inafferrabili, prive di valori, il cui 'ethos' sfoggia sempre più de-responsabilizzazione e pone in cima ai valori quello della mediazione permanente, con un malinteso senso di tolleranza. (poca identità)

La Chiesa, dinanzi alla società contrattabile, scambiabile, è orgogliosa di esprimere un cristianesimo ricco di etica e di morale, perni dell'agire individuale del credente, da una parte, e ponti di salvezza per l'ethos laico per lo più a rischio di rotolare nella disappartenenza, nella perdita di senso, nella eclisse dei valori.

L'insegnamento del Magistero nelle politiche sociali centra la persona/famiglia, l'umanizzazione dei servizi, **la cui priorità suggerisce che vada individuata verso le fasce più deboli (poveri, orfani, vedove, emarginati, anziani, immigrati, soli, handicappati, malati fisici e mentali)**, sempre da salvaguardare e da organizzare nelle loro domande di diritti di esigibilità e di sostenibilità.

A chi detiene il potere **richiede onestà ed esemplarità nella scoperta concreta del benessere della popolazione**, con la trasparenza che procede dal **mirare sempre al fine (la persona)** senza confonderlo con i mezzi e le strategie dell'intervento.

La partecipazione responsabile alla vita quotidiana della democrazia sollecita i cittadini (cristiani) primariamente alla promozione e tutela dei diritti fondamentali disattesi e calpestati.

La convinzione **del personalismo comunitario ha aiutato a riscoprire la dignità della persona**, riconoscendone le capacità di costruire il bene della polis entro l'orizzonte dei principi di

solidarietà e di **sussidiarietà**, che concorrono a orientare armoniosamente la crescita umana degli individui e lo sviluppo del benessere della popolazione.

I cittadini singoli, le famiglie e le varie formazioni, in gruppi o associazioni di persone, sanno di svolgere un ruolo non solo come elettori e contribuenti, ma come soggetti attivi che agiscono per **rivendicare diritti**, per aumentare la capacità di **autotutela nel territorio** e per ampliare gli spazi di esercizio di poteri e responsabilità civiche finalizzate alla cura del bene della collettività.

In democrazia, i cittadini si nutrono di numeri e di valori; la loro coscienza civica sfida la gestione di interessi delle lobbies che compromette spesso il dialogo fra le componenti del territorio perché facilmente calpesta l'equità e la giustizia delle decisioni da parte della P.A.

I cittadini, che, da attori responsabili nell'impegno sociale, rappresentano la collettività, cercano il consenso per formulare proposte, rilevare bisogni, catturare emergenze materiali, ma specialmente per valorizzare le persone, informandole, educandole, disponendole alla condivisione di un senso comunitario per sostenere moralmente e finanziariamente la promozione (organizzata) intelligente, incisiva e costante di proposte di interessi della collettività.

L'iter della comunicazione dei cittadini con la Pubblica Amministrazione muove dalla rilevazione dei bisogni nel territorio, dall'approfondimento della loro natura, dalla condivisione della loro importanza per gli abitanti, dallo studio della adeguata strategia per orientare la pressione democratica, dalla partecipazione ai modi per risolverli.

L'assunzione di responsabilità a nome della collettività comporta di dover orientare pazientemente e tallonare costantemente la gestione del conflitto con il potere centrale per difendere con equità i diversi interessi di molti.

Per questo i cittadini hanno strumenti adeguati nelle norme e nelle leggi che tutelano i loro diritti (cfr serie di Leggi e norme).

E' molto importante che la rappresentanza dei cittadini, creato il consenso attorno ad alcuni interessi, provveda di avvalersi con competenza delle vie giurisdizionali e normative che la rendono credibile nella sfida e/o nel confronto con l'autorità istituzionale/pubblica.

La competenza arricchisce i rappresentanti e avvia conseguentemente una nuova forma di pensare che sradica tacitamente il pregiudizio dei cittadini sulla validità della comunicazione e a lunga scadenza incide sull'educazione civica nei rapporti con l'amministrazione .

L'apertura e la decentralizzazione degli enti favorisce il dialogo nella democrazia e la fiducia della coscienza civica che reclama diritti, ma **mette in bilancio anche la propria responsabilità nel suggerire soluzione ai problemi.**

1) RIFERIMENTI NORMATIVI

1.1. CENNI INTRODUTTIVI

Fino al 1990 un cittadino che desiderasse interloquire con la Pubblica Amministrazione non aveva certezza né sulla risposta né sui tempi della medesima.

Questo vuol dire che il cittadino non godeva di un rapporto paritario con l'Ente pubblico.

Tale orizzonte è completamente mutato con la legge 142/1990 in tale norma si prevede ad esempio che i cittadini possano partecipare alle decisioni assunte dai politici attraverso quattro istituti: istanze, petizioni, proposte, referendum consuntivo (art. 6).

- 1) L'istanza è una formale richiesta scritta rivolta all'ente per ottenere atti, audizioni e presentare memorie.
- 2) La petizione è la domanda rivolta a competenti organi elettivi di modificare programmi, suggerire miglioramenti...
- 3) Con la proposta si dà un input all'amministrazione affinché la stessa adotti atti e provvedimenti.
- 4) Il referendum consuntivo viene utilizzato a fronte di un adeguato numero di cittadini richiedenti (500.000).

Da questi quattro istituti si evidenzia che i cittadini assumono un ruolo attivo. Un altro aspetto delineato dalla legge 142/1990 riguarda la pubblicità di tutti gli atti della Pubblica Amministrazione, tranne quelli riservati per indicazione dalla legge. Questo comporta che il cittadino può accedere, qualora ne abbia un interesse specifico, agli atti pubblici (art. 7, commi 3 e 4).

All'art. 8 la legge 142/1990 prevede l'istituzione del difensore civico quale garante dell'imparzialità e buon andamento della PA a cui segnalare disfunzioni.

Con la legge 241/1990 si ribadisce l'accesso ai documenti amministrativi (art. 22 e 25) con rilascio di documenti o loro visione.

Viene introdotto il concetto di responsabilità del procedimento. Ciò significa che il cittadino sa qual è il funzionario a cui rivolgersi per quesiti, chiarimenti (artt. 4 e 6), viene poi introdotto un termine entro il quale deve concludersi l'iter amministrativo (art. 2). Qualora non venga garantito il diritto di accesso, oppure non sia rispettato il termine entro il quale si conclude l'iter amministrativo il cittadino può fare ricorso.

Uno strumento di attuazione della legge 241/1990 è l'ufficio URP, istituito ai sensi dell'art. 12 del decreto legislativo 29/1993 e ai sensi della legge delega 421/1992. L'URP è una struttura nella quale la legge 241/1990 trova una delle sue applicazioni più significative per quanto concerne la comunicazione tra cittadino e PA.

E' infatti il luogo dove il cittadino è accolto e ascoltato, dove ottiene informazioni e risposte e dove, infine, può essere costruita una comunicazione più profonda e continuativa. Con la legge 59/1997 e con il decreto legislativo 112/1998, si è sancito il principio della sussidiarietà, ciò significa che il cittadino può rivolgersi agli enti territorialmente a lui più vicini.

Con la legge 127/1997 si è introdotta una sostanziale semplificazione dei procedimenti che ha investito tutti gli uffici pubblici (esempio autocertificazione), nell'art. 6 della legge 142/1990, modificato dalla legge 265/1999, si afferma *"..che i comuni devono valorizzare e promuovere organismi di partecipazione popolare all'amministrazione, anche su base di quartiere o di frazione (comitati di quartiere) con disciplina statutaria..."*

La legge 127/1997 e la legge 191/1998 hanno anch'esse variato l'art. 51 della legge 142/1990 dando concreta separazione tra le funzioni di indirizzo politico e le funzioni di gestione riservate agli uffici. Questa separazione implica che il cittadino veda confermato il suo rapporto diretto con gli uffici e il loro responsabile. Qualora nello specifico il responsabile del procedimento non sia in grado di soddisfare le sue richieste, tale questione è ribadita ai sensi dell'art. 107 del decreto legislativo n. 267 del 18/8/2000.

La legge 150/2000 è molto importante in quanto disciplina le attività di informazione e di comunicazione della PA nelle seguenti forme:

- 1) la pubblicità;
- 2) la distribuzione o vendita promozionale;
- 3) l'affissione;

- 4) manifestazioni;
- 5) fiere e congressi.

Vengono poi citati nella medesima norma come fondamentali mezzi di informazione:

- 1) le strutture informatiche;
- 2) i sistemi telematici multimediali;
- 3) sportelli;
- 4) reti civiche;

Inoltre si ribadisce il ruolo dell'URP come punto di ascolto dei cittadini e, quindi, di implicita trasmissione di indicazioni per il miglioramento del funzionamento dell'apparato.

Infine, la PA può dotarsi di Uffici Stampa.

1.2.LA COMUNICAZIONE PUBBLICA

==== Nell'ambito della Pubblica Amministrazione la comunicazione ha avuto un ruolo rivoluzionario e di profondo cambiamento. Nell'ambito, facendosi interprete di bisogni del rinnovamento emersi nelle aziende pubbliche, le quali, ad oggi, possono sentirsi rigenerate e dotate di un'immagine percepita a pieno.====

Se fino al 1990 la Comunicazione Pubblica era rimasta circoscritta ad atti pubblici, negli ultimi dieci anni il settore ha avuto uno sviluppo notevole, trovando terreno fertile proprio nel momento storico di crisi che caratterizza i primi anni novanta in Italia, momento in cui si verifica una profonda lacerazione tra il mondo politico – istituzionale e i cittadini. IN questo momento di crisi politica nasce l'esigenza del diritto alla comunicazione che troverà legittimazione nei successivi interventi legislativi, quali la legge n.142/90, la n.241/90 e la n.150/2000.

====L'ambito della Comunicazione Pubblica è da collocarsi nel continuo flusso di comunicazione e di informazione che unisce Istituzioni, organismi e associazioni che amministrano la cosa pubblica e i cittadini. ====L'attività di comunicazione è diventata una delle funzioni principali dell'Amministrazione, le quali attivano un processo comunicativo continuo e costante caratterizzato da una bidirezionalità che esiste tra il mittente e il ricevente.====

All'interno della Comunicazione Pubblica, secondo Rolando, è possibile distinguere tre aree di interesse specifico: comunicazione politica, comunicazione sociale e la comunicazione istituzionale. Quest'ultima, promossa dalla P.A. e da enti pubblici e di servizio pubblico, è quella che ci interessa maggiormente.

1.3. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

====La comunicazione costituzionale consiste nel divulgare notizie e informazioni su normative, regolamenti, servizi, strutture e progetti istituzionali e amministrativi, contribuisce alla costruzione dell'immagine istituzionale, risponde ai bisogni informativi delle grandi utenze, dei segmenti dell'opinione pubblica, del cittadino tramite l'uso dei media e di altri strumenti specifici.

====Quando si parla di comunicazione istituzionale è necessario distinguere tra la circolazione di informazioni dall'apparato pubblico verso l'esterno e la comunicazione tra le

istituzioni. Mentre nel primo caso si tratta di comunicazione istituzionale vera e propria, nel secondo si tratta di comunicazione interistituzionale.

— Questo tipo di comunicazione stabilisce le sue fondamenta su normative specifiche, su ricerche di mercato relative ai bisogni, sul controllo dei risultati, cioè su un piano di comunicazione. Questa sua peculiarità determina una specifica attenzione agli studi di marketing e all'uso degli strumenti del marketing-mix per raggiungere l'obiettivo di una comunicazione efficace nei confronti dell'utenza.

— Stefano Rolando, nel tentativo di fornire una definizione più sistematica di questo ambito specifico della Comunicazione Pubblica, scrive:

attività condotta organicamente, professionalmente, permanentemente, da un segmento organizzativo interno di un'amministrazione pubblica e di pubblico interesse, che programma e realizza servizi di informazione capaci di soddisfare specifici bisogni di conoscenza espressi dall'utenza sociale referente di quella amministrazione. (...) Servizi misurabili e valicabili, riferiti ad un processo di esternazione che resta negli aspetti strategici posto sotto la responsabilità degli organi di gestione politica ma che, per la modalità realizzativi, risponde all'autonomia professionale della struttura comunicante.

— I contenuti della comunicazione istituzionale non possiedono dei confini ben definiti, oscillando piuttosto tra la comunicazione politica e la comunicazione di servizio. Tra questi due ambiti si collocano le potenzialità e i settori di intervento della comunicazione istituzionale, per cui, quanto a contenuti e finalità, si possono rintracciare varie tipologie: (vii)

— informazione istituzionale;

— rendicontazione di adempimenti;

— informazione sulla gestione di compiti e funzioni;

— informazione prescrittiva;

— informazione per prevenzione;

informazione per organizzazione;

informazione per mobilitazione.

Altre tipologie di iniziative nascono in relazione alla segmentazione dei destinatari, alle comunicazioni di tipo sociale e alla vera e propria comunicazione d'impresa.

1.4. IL PERCORSO NORMATIVO

— Come abbiamo già accennato, nei primi anni novanta si verifica una profonda mutazione all'interno del contesto politico/sociale italiano, caratterizzata da forti polemiche sulle prestazioni dello Stato e da un allontanamento dell'opinione pubblica dalla politica. In questo momento particolare si attua la trasformazione storica tra bisogno di comunicazione e diritto di comunicazione. Comincia, così, a delinearsi l'esigenza di un'etica della comunicazione e del servizio al cittadino al fine di poter ricostruire un rapporto di credibilità e di fiducia verso lo Stato e la P.A. In questa precisa fase storica comincia ad assumere significato il fattore comunicazione come unica modalità del rapporto dell'istituzione verso l'esterno per ricostruire organizzazione e consenso.

La legge 8 giugno 1990, n. 142, sull' "Ordinamento delle autonomie locali" consente agli enti sparsi sul territorio di organizzare in maniera autonoma i propri statuti inserendovi funzioni di informazione, comunicazione e relazione con il pubblico.

— Coinvolgendo il cittadino nel meccanismo dei procedimenti amministrativi e rendicontando sullo stato di attuazione di atti e di processi, queste leggi intendono tutelare

l'utente contro i lunghi tempi di attesa per l'attuazione dei procedimenti, andando, così, a delineare un primo progetto di servizio al cittadino e di customer care.

—La nuova finalità delle istituzioni è quella di arrivare ai cittadini facendo in modo che la comunicazione con loro sia face to face, cioè creare un dialogo immediato con essi. Del resto, trasparenza amministrativa significa anche ottenere il consenso e un'attiva partecipazione da parte del cittadino che, in virtù di questi interventi legislativi, è in grado di conoscere, accedere e controllare l'ente pubblico, il quale a sua volta ha l'obbligo di comunicare su ogni procedimento e di motivare ogni suo atto. Il percorso tracciato prende la direzione della misurabilità e della quantificazione, della rendicontazione dei servizi erogati e del controllo valutativo sul prodotto.

—In questo clima vede la luce la Carta dei servizi pubblici, nella quale vengono stabiliti i diritti di chi usufruisce di un servizio e i doveri di chi deve erogarlo e dove si legge: "eguaglianza dei diritti dell'utente, imparzialità, continuità, diritto di scelta, partecipazione".

—In questo momento di svolta per la P.A. viene ad essere sancito un altro importante diritto del cittadino, cioè quello di scelta. L'istituzione, trovandosi a dover fare i conti con un regime di concorrenza, deve cercare fidelizzare un cliente, peraltro insoddisfatto. Per tali motivi viene approvato il decreto legislativo n. 29 del 3 febbraio 1993 riguardante la "Razionalizzazione dell'organizzazione delle amministrazioni pubbliche e revisione della disciplina in materia di pubblico impiego". Il decreto diviene lo strumento in grado di mettere in atto i principi fissati nelle leggi n. 142 e n. 241, per cui la comunicazione verso l'esterno diviene compito di tutte le amministrazioni, le quali hanno l'obbligo di istituire Uffici per le Relazioni con il Pubblico e di stabilire un piano annuale di comunicazione.(xi) La comunicazione comincia ad essere indirizzata in maniera strategica, studiando modalità per individuare i pubblici-target e definendo i linguaggi appropriati.

—L'Ufficio Relazioni con il Pubblico verrà definito in maniera più precisa dalla circolare del Ministro per la Funzione Pubblica del 27 aprile 1993, n. 17, in cui sono enunciate le funzioni che ogni amministrazione deve garantire: analisi e ricerca sull'utenza (valutazione efficienza/efficacia e evoluzione dei bisogni) e comunicazione (iniziative per favorire la conoscenza di normative, servizi, strutture, opportunità).

—In seguito, con l'emanazione della "Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri" del 27 gennaio 1994 e quella dell'11 ottobre 1994, vengono definiti i principi di istituzione e funzionamento degli U.R.P., quali le finalità dei principi di trasparenza e di qualità dei servizi, le attività di ricerca e analisi sull'utenza, l'utilizzo di supporti tecnologici, la qualifica dirigenziale dei responsabili, la formazione per dirigenti e operatori, le sanzioni per la mancata attuazione delle direttive.

—Con la legge 7 giugno 2000, n. 150, riguardante la "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", viene ad essere nuovamente ridefinito e sistematizzato l'ambito della Comunicazione Pubblica. Nella 150/00, oltre ad essere classificate le attività di informazione e comunicazione istituzionale e individuati i destinatari di tali attività, viene definito un obiettivo specifico per ciascuna attività di comunicazione; difatti, a Capo I, Art. 1, comma 4 sono esplicitate le seguenti finalità:

illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione; illustrare le attività delle Istituzioni e il loro funzionamento; favorire l'accesso ai servizi pubblici, promovendone la conoscenza; promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale; favorire processi interni di semplificazione delle procedure e modernizzazione degli apparati, nonché le conoscenze dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi; promuovere l'immagine delle amministrazioni; nonché quella dell'Italia in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi di importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

—Inoltre, la legge 150/00, esplicitando ulteriormente che le funzioni di sportello, i portavoce, gli uffici stampa e, soprattutto, gli U.R.P. sono da considerarsi veri e propri strumenti di comunicazione e di scambio verso l'esterno, sottolinea ancora una volta l'importanza del dialogo tra P.A. e cittadini.

—Gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico rappresentano il risultato concreto di un percorso legislativo che prende avvio dalle leggi del 1990 e trova, poi, nel 1994 e nel 2000 completa attuazione e che fa sì che la Comunicazione Pubblica si manifesti in maniera oggettiva nel luogo dove il cittadino e le strutture pubbliche si incontrano.

1.5. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E MARKETING

—La Pubblica Amministrazione, al fine di ottenere un concreto miglioramento degli scambi tra di essa e i cittadini, ha iniziato ad adottare strategie e strumenti propri del marketing, utilizzando la Comunicazione Pubblica in risposta alle esigenze del mercato e dei servizi(xii) facendo uso della customer satisfaction.

—Tramite questo strumento, la customer satisfaction, la P.A. riesce a controllare la percezione dei cittadini e a invitarli a scegliere l'Istituzione per la sua qualità offerta.

—La natura "immateriale" e "intangibile" dei servizi ha fatto sì che per anni vi fosse scarsa attenzione nei confronti dell'utente, quindi disinteresse, ritardi, prestazioni scadenti, caratteristiche di un mercato privo di alternative di scelta.

—Il marketing, in generale, e la customer satisfaction, in particolare, hanno portato al sovvertimento di questa situazione facendo focalizzare l'attenzione sul cittadino/cliente/utente, parte attiva nel rapporto di scambio delle pubbliche amministrazioni in grado di poter scegliere tra alternative diverse che il mercato gli propone.

—Le amministrazioni statali, nelle quali diventa importante la qualità percepita, il livello di soddisfazione, la gestione dei reclami, la facilità di contattare sedi e ottenere informazioni, tendono ad orientarsi verso il cosiddetto "marketing relazionale", cioè quel "complesso di tutte quelle attività finalizzate a stabilire, mantenere e sviluppare relazioni durature con i clienti, per perseguire obiettivi e vantaggi comuni". (xiv) Esse, a seguito di questa costruzione della cultura del marketing, mutuano dalla cultura d'impresa linguaggio e applicazioni inserendo i concetti di "cliente", di "qualità totale", il principio della concorrenza e della fidelizzazione.

—Dal punto di vista del marketing l'U.r.p. è visto come "terminale"(xvi) di comunicazione pubblica, cioè come strumento di quella logica economico-aziendale che andrà a sostituire quella burocratico-istituzionale, caratteristica degli enti pubblici. Per questo appare chiaro come il marketing pubblico, tramite l'attività dell'U.r.p., giunga a individuare tre obiettivi che realizzano la "filosofia" aziendale, ovvero la cosiddetta mission, rappresentabili in termini di: efficacia, misurabile confrontando e valutando la domanda esterna in rapporto alla qualità della comunicazione che l'amministrazione ha prodotto e offerto all'utente; legittimazione, non solo come conformità al dettato legislativo, ma soprattutto nell'evidenziarsi di elementi di convenienza, soddisfazione e utilità all'interno del rapporto tra Stato e cittadino; equilibrio economico, come scambio economico tra cittadino e Stato per l'erogazione dei servizi.

1.6. LA STRUTTURA DELL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

—Il decreto legislativo n. 29/93 segna l'avvio di un processo di costruzione vera e propria dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico, il quale viene a configurarsi sulla base del concetto di mercato e di alternative di scelta con la finalità di recuperare il servizio pubblico in termini di efficienza.

—In base a quanto stabilito nell'art. 11, la prima tappa è stata raggiunta mediante l'apertura di "sportelli polifunzionali", ovvero una sorta di terminali nei quali convergono dati e pratiche

provenienti da archivi diversi.

==== Solo mediante l'attuazione dell'art. 12 sarà garantita l'esistenza di strutture in grado di comunicare con i propri utenti, facendo sì che ogni ente pubblico apra un Ufficio Relazioni con il Pubblico capace, tramite sistemi informatici e banche dati, assicurare il principio dell'informazione come diritto e servizio.

==== Nella struttura stessa dell'U.R.P., visto come unità capace di organizzare e coordinare le istanze introdotte dalla 241/90 e di mantenere la molteplicità delle funzionalità e delle competenze assegnategli, possono essere individuate dodici funzioni:

==== cinque funzioni preliminari o di presupposto:

====1. l'esistenza di una strumentazione tecnica per il self-service;

====2. l'esistenza di un back-office in grado di elaborare le istanze di input e produrre degli output adeguati;

====3. l'esistenza di reti programmate per garantire il flusso informativo;

====4. l'esistenza di un "fornitore" interno o esterno di prodotti di comunicazione;

====5. l'esistenza di un programma di formazione professionale e di aggiornamento delle figure coinvolte.

==== cinque funzioni specifiche di gestione:

====1. l'organizzazione del self-service in modo tale che senza mediazione umana sia possibile l'accesso e la fruizione dei servizi;

====2. la gestione dell'accesso e del diritto di partecipazione mediata da figure professionali

====3. l'erogazione di informazioni specifiche su richiesta (a voce, per posta, per telefono, via telematica);

====4. l'erogazione di prodotti di comunicazione provenienti dall'amministrazione o dall'U.R.P. stesso;

====5. la messa in atto di azioni di verifica e controllo dei rapporti con l'utenza, come analisi della percezione delle prestazioni dell'amministrazione.

==== due funzioni che presuppongono un contesto organizzativo già in essere:

====1. un programma di comunicazione interna che assicuri la somma del flusso verticale di informazione, prodotto dai quadri, alla comunicazione tra back office e front office in modo da garantire un comunicazione chiara e univoca verso l'esterno;

====2. un'attenzione continua al processo di riorganizzazione.

==== Volendo riassumere le attività dell'U.R.P. in tre ambiti: accoglienza e ascolto, informazioni e risposte, marketing.

==== Gli strumenti di comunicazione che sono stati progettati e utilizzati nelle realtà degli U.R.P. sono sicuramente molteplici e diversificati. Tuttavia, l'approccio marketing oriented ha determinato la tendenza a conferire la priorità alle funzioni di monitoraggio, detto anche audit o ascolto.

==== Questa funzione di ascolto diventa fondamentale quando l'U.R.P. si trasforma da sportello self-service a interfaccia dell'amministrazione con la quale il cittadino può confrontarsi e trovare accoglimento di bisogni e reclami. In questo modo l'U.R.P. diviene un vero e proprio indicatore in grado di rilevare aspettative, orientamenti, ecc.

==== Ma anche per quanto concerne l'ambito dell'informazione-risposta è stato possibile rilevare una molteplicità di esperienze e di strumenti, a partire dal contatto diretto col cittadino attraverso postazioni di lavoro presidiate e/o telefoniche, fino ad arrivare all'uso di postazioni telematiche e di Internet per la consultazione delle informazioni.

==== Entrambe le funzioni di accoglienza-ascolto e di informazione-risposta confluiscono all'interno di una più ampia funzione comunicazione, la quale è in grado di coordinare e integrare l'uso di più strumenti di lavoro - di tipo grafico, multimediale, editoriale, ecc. - assicurando il raggiungimento delle finalità più rilevanti dell'U.R.P. Si è già visto come l'approccio di marketing abbia determinato la messa in atto di tali esperienze, di conseguenza l'attività di marketing di un U.R.P. è quella che consente di organizzare e garantire maggiormente il suo successo.

1.7. CONCLUSIONI

Le norme elencate e presentate regolano soprattutto la comunicazione tra istituzione e cittadino e questo appare chiaro ed esplicito nei singoli articoli, ma il Gruppo di lavoro ha voluto vedere se all'interno delle stesse fonti fossero previsti spazi e possibilità di forme di comunicazione cittadino istituzione e abbiamo visto che ciò è possibile proprio perché la "ratio" che sta alla base di queste normative è quella di creare una biunivocità di relazioni che favorisca la responsabilità civile. A testimonianza di ciò presentiamo due esempi.

2) ESPERIENZE A CONFRONTO

2.1. LA CONVENZIONE AD ALBIGNASEGO

Nel territorio di S. Agostino di Albignasego è stata realizzata una forma di collaborazione/comunicazione tra cittadini e Amministrazione Comunale (riassunta nella slide). Dalla analisi/incontro di una necessità (gestione di un parco/piazza) del Comune e di un bisogno (spazi per attività) della Parrocchia è nata una convenzione tra i due soggetti. All'interno della convenzione è stato previsto l'allargamento della partecipazione ad altri soggetti civili (ACLI, GRUPPO AMICI DEL PARCO) i quali hanno realizzato la gestione della manutenzione, controllo e animazione del parco.

Il Comune dal canto suo a fornito i finanziamenti ed a esercitato il compito di monitoraggio e controllo delle attività. Questa esperienza ha superato la fase sperimentale di un anno e si è concretizzata in un rinnovo biennale.

2.2. IL TAVOLO DELLE ASSOCIAZIONI

Un'altra esperienza giacente presso il Comune di Albignasego è il "TAVOLO DELLE ASSOCIAZIONI" (TA). Alcuni cittadini hanno proposto all'Amministrazione di creare un tavolo dove far sedere tutte le realtà della società civile esistenti nel territorio, coordinate da una Commissione eletta dall'Amministrazione. Il TA avrebbe il compito di creare una lista tassonomica dei bisogni da realizzare, lista che verrà proposta dalla Commissione all'organo dell'Amministrazione Comunale di riferimento per la risoluzione. Il Comune dovrebbe analizzare la lista, verificarne la fattibilità, finanziarla tutta o in parte e assegnare la risoluzione al TA stesso e non solo. Il TA opererà delle proposte e dei progetti. In questa forma di collaborazione/comunicazione è stata realizzata anche la bozza di statuto.

BOZZA DI REGOLAMENTO PER IL PROGETTO DELLA COSTITUZIONE DEL TAVOLO DELLE ASSOCIAZIONI

Titolo primo Tavolo delle Associazioni e Commissione

Art. 1 ISTITUZIONE DEL TAVOLO DELLE ASSOCIAZIONI E COMMISSIONE PREPOSTA

1° Il Comune, per valorizzare le libere forme associative e la loro partecipazione e il loro coinvolgimento al servizio della collettività, istituisce il *Tavolo delle Associazioni*

2° Possono partecipare a questo tavolo tutte le associazioni appartenenti al terzo settore, associazioni sindacali e di categoria, gruppi, cooperative sociali non profit, parrocchie e istituzioni religiose che siano regolarmente iscritte all'elenco comunale delle libere forme associative.

3° Il Comune, attraverso i propri organi, nomina una *Commissione*, composta da 3 membri, la quale elegge al suo interno un Presidente. Lo scopo della Commissione è di coordinare il Tavolo delle Associazioni, valutare i progetti, decidere in accordo con il Tavolo delle Associazioni una scaletta di priorità tra i progetti e, dopo essersi consultata con l'organo comunale di riferimento, assegnare l'attuazione del progetto. La Commissione presenta, indicativamente due volte l'anno, una relazione sui progetti proposti all'organo comunale di riferimento.

4° Il Comune destinerà una idonea sede per la Commissione e il Tavolo delle Associazioni.

Art. 2

MODALITÀ' DI PARTECIPAZIONE AL TAVOLO DELLE ASSOCIAZIONI

1° Qualsiasi soggetto, espresso al punto 2 dell'Art. 1, può entrare a far parte del tavolo delle associazioni in qualunque momento dell'anno, previa verifica da parte della Commissione che i fini statuari siano in linea con gli scopi del Tavolo delle Associazioni

2° Qualsiasi soggetto, espresso al punto 2 dell'Art. 1, può liberamente determinare la propria uscita dal Tavolo delle Associazioni, dandone comunicazione scritta alla Commissione di, in qualsiasi momento dell'anno.

3° Il Comune, su segnalazione della Commissione, può, di propria iniziativa, determinare l'estromissione dal Tavolo delle Associazioni del soggetto le cui finalità o attività statutarie non siano più in linea con lo scopo istituzionale del Tavolo delle Associazioni.

4° Costituito l'elenco dei soggetti partecipanti al Tavolo delle Associazioni sarà di libera consultazione, secondo le norme del regolamento comunale sul diritto di accesso agli atti e ai documenti amministrativi, presso la Segreteria Generale e la Biblioteca Comunale.

Titolo secondo Partecipazione

Art. 1

1° In Commissione e al Tavolo delle Associazioni possono partecipare il Sindaco, gli Assessori, il Presidente e i Capogruppo Consiliari o loro delegati con solo diritto di parola.

2° I partecipanti al Tavolo delle Associazioni possono accedere ai documenti e agli atti in possesso dell'Amministrazione Comunale come stabilito dallo specifico regolamento sul diritto di accesso e dalle leggi vigenti in materia.

Sarà sempre, in particolare, consultabile l'albo dei beneficiari di contributi e di vantaggi economici concessi dal Comune qualora sia pubblicato.

Titolo terzo Forme di Sostegno

Art. 1

1° Il Comune, attraverso i suoi organi preposti, potrà finanziare le iniziative sottoposte dalla Commissione di Coordinamento secondo le disponibilità previste dal bilancio dei vari settori chiamati in causa.

2° La Commissione verificherà che i finanziamenti siano utilizzati per la realizzazione delle iniziative richiedendo, all'associazione aggiudicataria, preventivo di spesa per l'avvio del progetto e rendicontazione consuntiva con documentazione giustificativa.

3° Qualora il progetto finanziato, per qualsiasi motivo, non venga realizzato la Commissione lo riterrà nullo. Nella fattispecie qualora il Comune abbia erogato degli acconti, gli stessi dovranno essere integralmente restituiti. Lo stesso criterio verrà applicato anche per progetti non sufficientemente redicontati.

3) ELABORAZIONE DI UN PROGETTO

3.1. PRESENTAZIONE

L'esperienza di Albignasego, relativa alla costituzione del "Tavolo delle Associazioni", pur costituendo un valido mezzo di comunicazione tra le Associazioni maggiormente rappresentative dei cittadini del territorio e l'Istituzione Comune, richiede comunque l'iniziativa di quest'ultimo e quindi non può essere assunta come modello operativo universalmente praticabile ma può servire come stimolo per ricercare altre ipotesi di aggregazione tra libere forme associative e persone fisiche che abbiano come scopo di proporsi quali interlocutori dell'Istituzione Pubblica nel rappresentare le istanze censite nel territorio e presentare le possibili soluzioni.

E' nata così l'idea della costituzione di una Associazione denominata "Cittadinanza partecipativa" configurata come Associazione di promozione sociale così come previsto dalla legge 7/12/2000 n.383, di cui di seguito presentiamo la bozza di Statuto.

Tale scelta è motivata dal fatto che le finalità e gli scopi dell'Associazione che si intende proporre sono finalità e scopi di promozione sociale; inoltre le Associazioni di promozione sociale sono riconosciute dallo Stato e dalla Regione Veneto dove è istituito un apposito registro nel quale tali Associazioni possono iscriversi. Lo Statuto proposto è stato redatto rispettando tutte le prescrizioni contenute nella succitata legge istitutiva ed è conforme allo statuto tipo adottato dalla Regione Veneto per poter ottenere l'iscrizione nel Registro delle Associazioni di promozione sociale.

E' previsto che possano far parte dell'Associazione in qualità di soci sia le persone fisiche che le libere forme associative (associazioni, gruppi, cooperative non profit, parrocchie, istituzioni religiose e altro) ed i soci si distinguono in soci fondatori e soci ordinari.

L'Associazione, che ha carattere di volontariato, non ha fini di lucro ed è indipendente e apartitica, si ispira alla promozione sociale, svolgendo compiti di utilità sociale e perseguendo esclusivamente finalità di solidarietà sociale.

In particolare l'Associazione:

- è convinta dell'attualità del diritto di partecipazione del cittadino alla formazione della cosa pubblica, fondato sul personalismo comunitario, sulla solidarietà e sulla sussidiarietà, intesi come principi che orientano lo sviluppo della persona, la crescita armoniosa della società civile nella giustizia sociale e pertanto si propone di sostenere azioni mirate a promuovere i diritti di cittadinanza, a favorire il dialogo, ad allargare le basi della democrazia a livello territoriale;
- opera per realizzare esperienze di partecipazione attiva dei cittadini, a prescindere dalla loro collocazione politica e religiosa, volte a forme dirette di comunicazione con le Istituzioni territoriali relativamente a problemi comuni presenti nel territorio;
- svolge attività di ricerca e catalogazione dei problemi presenti nel territorio (casa, famiglia, istruzione, sanità, assistenza, ambiente e altro) ed elabora proposte di possibili soluzioni da sottoporre alle competenti Istituzioni territoriali.

Si ritiene che la soluzione proposta potrà essere un importante ed utile strumento per consentire al cittadino di poter comunicare con le Istituzioni del territorio nelle forme che verranno illustrate di seguito.

3.2. STATUTO DELL'ASSOCIAZIONE "CITTADINANZA PARTECIPATIVA"

Allegato A

STATUTO

Art. 1 – COSTITUZIONE, DENOMINAZIONE E SEDE

E' costituita l'Associazione denominata "**CITTADINANZA PARTECIPATIVA**" (in seguito più brevemente indicata come Associazione) – Associazione di promozione sociale (L. 7/12/2000 n. 383) con sede in _____ Via _____.

Art. 2 – SCOPO E OGGETTO SOCIALE

2 – 1 L'Associazione si ispira ai principi della promozione sociale. Svolge compiti di utilità sociale, persegue esclusivamente finalità di solidarietà sociale nel rivolgersi alla comunità nella sua interezza.

2 – 2 L'Associazione ha carattere di volontariato, non ha fini di lucro ed è indipendente ed apartitica.

2 – 3 A titolo esemplificativo ma non esaustivo l'Associazione:

- è convinta dell'attualità del diritto di partecipazione del cittadino alla formazione della cosa pubblica, fondato sul personalismo comunitario, sulla solidarietà e sulla sussidiarietà, intesi come principi che orientano lo sviluppo della persona, la crescita armoniosa della società civile nella giustizia sociale e pertanto si propone di sostenere azioni mirate a promuovere i diritti di cittadinanza, a favorire il dialogo, ad allargare le basi della democrazia a livello territoriale;
- opera per realizzare esperienze di partecipazione attiva dei cittadini, a prescindere dalla loro collocazione politica e religiosa, volte alla promozione di forme dirette di comunicazione con le Istituzioni territoriali relativamente a problemi comuni presenti nel territorio;
- svolge attività di ricerca e catalogazione dei problemi presenti nel territorio (casa, famiglia, istruzione, sanità, assistenza, ambiente e altro) ed elabora proposte di possibili soluzioni da sottoporre alle competenti Istituzioni territoriali.

Art. 3 – PATRIMONIO ed ENTRATE

- 3 – 1 Il patrimonio dell'Associazione è costituito dai beni mobili ed immobili che pervengano ad essa a qualsiasi titolo, da elargizioni e contributi da parte di enti pubblici e privati o persone fisiche, dagli avanzi netti di gestione.
- 3 – 2 Per l'adempimento dei suoi compiti l'Associazione dispone delle seguenti entrate:
- a) contributi dei soci, degli enti e dei privati, altri proventi derivanti dalle attività statutarie, da liberalità, da eredità, legati e donazioni;
 - b) proventi delle "quote associative" e delle eventuali "quote integrative";
 - c) contributi dello stato, degli enti locali, di altri enti o istituzioni pubbliche o private, dell'Unione europea;
 - d) proventi derivanti dallo svolgimento di servizi convenzionati nell'ambito dei fini statutari;
 - e) sottoscrizioni, raccolte pubbliche e proventi di ogni attività compatibile con le finalità proprie delle Associazioni non lucrative di utilità sociale.
- 3 – 3 E' vietato distribuire, anche in modo indiretto, utili o avanzi di gestione comunque denominati, nonché fondi, riserve o capitale durante la vita dell'Associazione, salvo che la destinazione o la distribuzione non siano imposte dalla legge.
- pag. 1
- 3 – 4 Gli utili o gli avanzi di gestione devono essere impiegati per la realizzazione delle attività istituzionali e di quelle ad esse direttamente connesse.
- 3 – 5 In nessun caso, e quindi neppure in caso di scioglimento dell'Associazione né in caso di morte, di estinzione, di recesso, o di esclusione dall'Associazione può farsi luogo alla ripetizione di quanto versato all'Associazione a qualsiasi titolo.
- 3 – 6 I versamenti dei soci non creano altri diritti di partecipazione e, in particolare, non creano quote indivise di partecipazione trasmissibili a terzi, né per successione a titolo particolare, né per successione a titolo universale.
- 3 – 7 Su proposta del Consiglio Direttivo l'Assemblea stabilisce la quota di versamento minimo da effettuarsi sia all'atto dell'adesione iniziale che dei successivi rinnovi.

Art. 4 – SOCI

- 4 – 1 Possono far parte dell'Associazione le persone fisiche di ambo i sessi e le libere forme associative che accettano gli scopi fissati dallo Statuto. Le libere forme associative esercitano i diritti di socio tramite il loro legale rappresentante o un loro socio allo scopo designato.
- 4 – 2 I soci si distinguono in:
- a) Fondatori: coloro che sono intervenuti all'atto della costituzione dell'Associazione e si impegnano a promuoverne, con la loro partecipazione costante, l'attività;
 - b) Ordinari: coloro che, con i requisiti di cui al precedente punto 4-1, versano la rispettiva quota associativa annuale all'atto dell'adesione con tale qualifica.
- 4 – 3 L'adesione all'Associazione è a tempo indeterminato e non può essere disposta per un

periodo temporaneo.

4 – 4 *Chi intende aderire all'Associazione deve dichiarare per iscritto di condividere le finalità che l'Associazione si propone e l'impegno ad approvare e osservare lo statuto e i regolamenti.*

4 – 5 Al Consiglio Direttivo spetta il compito di controllare il rispetto della formalità di cui al punto 4-4.

4 – 6 *La qualifica di socio non è trasmissibile per nessun motivo e titolo.*

4 – 7 Tutti i soci sono effettivi e come tali hanno il diritto di partecipare a tutte le attività dell'Associazione e sono a loro disposizione le strutture, i mezzi e le attività dell'Associazione: il tutto con le modalità ed il rispetto delle norme stabilite dai regolamenti d'uso interni vigenti.

4 – 8 *I soci pagano la quota annua nella misura deliberata dall'Assemblea.*

4 – 9 Tutti i soci, in regola col tesseramento, possono rivestire cariche o incarichi sociali ed hanno parimenti diritto elettorale attivo e passivo ed espressamente:

- a) il diritto a partecipare ad ogni attività associativa;
- b) il diritto di voto per l'approvazione delle modificazioni dello Statuto e dei regolamenti e per la nomina degli organi direttivi dell'Associazione;
- c) il diritto di voto per l'approvazione del bilancio preventivo e rendiconto economico e finanziario annuale, nei tempi e nei modi stabiliti dallo statuto.

4 – 10 Tutti i soci sono obbligati a versare le quote associative annuali e le eventuali somme aggiuntive, così come deliberate dall'Assemblea, a titolo meramente risarcitorio delle spese sostenute per le attività istituzionali e per la produzione di eventuali servizi forniti ai soci o a particolari categorie tra questi identificate.

4 – 11 *Rientra nei doveri di ciascun socio, tra gli altri, anche:*

- a) sostenere e collaborare alle attività promosse dall'Associazione;
- b) partecipare alle riunioni e alle assemblee indette dal Consiglio Direttivo;
- c) offrire volontariamente e gratuitamente la propria disponibilità per il buon funzionamento dell'Associazione, secondo le necessità organizzative delle attività promosse.

Art. 5 – RINUNCIA, DECADENZA, ESCLUSIONE DEI SOCI

5 – 1 *Si perde la qualità di socio per:*

- a) dimissioni da presentarsi al Consiglio Direttivo mediante comunicazione scritta con efficacia dal trentesimo giorno successivo a quello nel quale tale comunicazione è ricevuta dal Consiglio Direttivo;
- b) morosità dichiarata dal Consiglio Direttivo per mancato versamento della quota associativa annuale, entro l'anno solare cui essa si riferisce;
- c) decesso o scioglimento nel caso di libere forme associative;
- d) espulsione per indegnità deliberata per gravi motivi dall'Assemblea dei soci su

proposta del Consiglio Direttivo con effetto dal quindicesimo giorno successivo alla comunicazione di tale decisione all'interessato. Tale comunicazione deve contenere i motivi per i quali è stata deliberata e qualora l'espulso non li condivida può utilizzare la clausola compromissoria di cui al presente statuto.

Art. 6 – DIRITTO DI RIVALSA

6 – 1 L'Associazione ha diritto di rivalsa contro chiunque provochi danni materiali o morali al patrimonio e alla reputazione della stessa.

Art. 7 – ASSICURAZIONE

7 – 1 L'Associazione provvederà a dotarsi di copertura assicurativa contro la responsabilità civile verso terzi. Provvederà inoltre a sottoscrivere copertura assicurativa contro gli infortuni a beneficio dei singoli soci e dei volontari che svolgano attività associative.

Art. 8 – ORGANI DELL'ASSOCIAZIONE

8 – 1 *Sono organi dell'Associazione:*

- a) l'Assemblea;
- b) il Consiglio Direttivo;
- c) il Collegio dei Revisori.

Art. 9 – L'ASSEMBLEA

9 – 1 L'Assemblea dei soci è l'organo primario dell'Associazione. Le sue deliberazioni sono sovrane.

9 – 2 Essa è indetta dal Consiglio Direttivo ed è convocata dal Presidente dell'Associazione o, in caso di suo impedimento, dal Consigliere più anziano.

9 – 3 L'Assemblea è costituita dai soci fondatori e ordinari aventi diritto di voto in regola col versamento delle quote associative annuali.

9 – 4 Tutti i soci hanno i medesimi poteri di intervento e di voto, sia che si deliberi in sede ordinaria che straordinaria.

9 – 5 L'Assemblea è presieduta dal Presidente del Consiglio Direttivo; in caso di suo impedimento dalla persona designata dall'Assemblea.

9 – 6 *Il Presidente è assistito da un Segretario, anche non socio, nominato dall'Assemblea.*

9 – 7 Spetta al Presidente di constatare il diritto dei presenti a partecipare all'Assemblea e la validità della costituzione dell'assemblea stessa.

9 – 8 *L'Assemblea viene convocata in Padova almeno una volta l'anno, entro il 30 aprile, per l'approvazione del rendiconto economico e finanziario consuntivo e del bilancio preventivo, per l'eventuale rinnovo delle cariche sociali, e per ogni decisione che le compete e le viene sottoposta.*

9 – 9 L'Assemblea sia ordinaria che straordinaria è validamente costituita in prima convocazione quando sia presente la metà più uno dei soci aventi diritto; in seconda convocazione l'Assemblea è validamente costituita qualunque sia il numero dei soci intervenuti. L'avviso di convocazione deve prevedere anche orario e luogo di svolgimento della seconda convocazione.

9 – 10 Le Assemblee straordinarie sono convocate ogni qualvolta il Consiglio Direttivo lo reputi necessario e lo deliberi, o quando siano richieste, con domanda motivata contenente anche l'ordine del giorno da discutere, sottoscritta da almeno un decimo dei soci aventi diritto al voto; nel qual caso entro i quindici giorni dalla richiesta deve essere indetta l'Assemblea, da tenersi entro i successivi trenta giorni.

9 – 11 Per la validità delle deliberazioni dell'Assemblea straordinaria chiamata ad esprimersi su modifiche allo statuto è necessaria la presenza almeno della maggioranza dei soci aventi diritto al voto in prima convocazione, mentre è sufficiente la presenza di almeno un quarto degli stessi in seconda convocazione. Qualora validamente costituita l'Assemblea delibera a maggioranza assoluta dei presenti.

9 – 12 Per la validità delle deliberazioni dell'Assemblea straordinaria chiamata ad esprimersi sullo scioglimento dell'Associazione è necessaria la presenza di almeno tre quarti dei soci aventi diritto al voto in prima convocazione, mentre è sufficiente la presenza di almeno la metà più uno degli stessi in seconda convocazione. Qualora validamente costituita l'Assemblea delibera a maggioranza assoluta dei presenti.

9 – 13 L'Assemblea sia ordinaria che straordinaria viene convocata mediante affissione di apposito "Avviso di convocazione", contenente il luogo, la data e l'ora di prima e seconda convocazione e l'ordine del giorno, in bacheca presso la sede associativa o mediante comunicazione scritta o telefonica con almeno quindici giorni di anticipo rispetto alla data della riunione, nonché con ogni altra forma di pubblicità ritenuta idonea dal Consiglio Direttivo. Al fine di garantire l'effettività del rapporto associativo deve inoltre essere garantito un idoneo regime di informazione ai soci relativo alle deliberazioni assembleari assunte, ai bilanci e rendiconti economici e finanziari conseguentemente approvati.

9 – 14 *L'Assemblea ordinaria:*

- a) elegge ogni triennio i componenti il Consiglio Direttivo e il Collegio dei Revisori;
- b) annualmente approva il rendiconto economico e finanziario ed il bilancio preventivo predisposti dal Consiglio Direttivo;
- c) su proposta del Consiglio Direttivo determina gli indirizzi secondo i quali deve svolgersi l'attività dell'Associazione e delibera sull'adozione e modifica dei regolamenti;
- d) delibera in merito alla proposta del Consiglio Direttivo riguardante l'espulsione di un consigliere o di un socio;
- e) su proposta del Consiglio Direttivo delibera sulla misura delle quote associative;
- g) delibera sugli altri argomenti iscritti all'ordine del giorno.

9 – 15 *L'Assemblea straordinaria:*

- a) elegge, nelle ipotesi previste dal presente statuto di vacanze verificatesi prima della fine triennale del mandato, l'intero Consiglio Direttivo;
- b) delibera sulle proposte di modifica dello statuto;
- c) delibera sullo scioglimento dell'Associazione;

d) delibera sugli altri argomenti posti all'ordine del giorno.

9 – 16 *Per l'elezione alle cariche sociali è obbligatorio votare a scrutinio segreto.*

9 – 17 Negli altri casi si vota normalmente per alzata di mano, salvo diversa determinazione dell'Assemblea.

Art. 10 – CONSIGLIO DIRETTIVO

10 – 1 Il Consiglio Direttivo è l'organo responsabile della gestione dell'Associazione e cura collegialmente tutta l'attività associativa.

10 – 2 Il Consiglio Direttivo è composto da un minimo di 7 ad un massimo di 14 membri eletti dalla Assemblea tra i soci aventi diritto di voto con una anzianità associativa di almeno sei mesi, restano in carica tre anni e possono essere rieletti.

10 – 3 Il Consiglio Direttivo si riunisce entro quindici giorni dalla sua elezione assembleare presieduto dal consigliere più anziano ed in tale prima riunione nomina tra i suoi componenti il Presidente, il Tesoriere, il Segretario, i responsabili e coordinatori delle varie attività.

10 – 4 La rappresentanza legale dell'Associazione spetta istituzionalmente al Presidente del Consiglio Direttivo, agli altri consiglieri designati dal Consiglio direttivo sulla base di apposita deliberazione.

10 – 5 Il Presidente cura l'esecuzione dei deliberati dell'Assemblea e del Consiglio Direttivo e nei casi di urgenza può esercitare i poteri del Consiglio Direttivo salvo ratifica da parte di quest'ultimo alla prima riunione utile.

10 – 6 Il Tesoriere redige il libro delle entrate e delle uscite e custodisce il fondo comune.

10 – 7 Il Segretario redige il verbale delle riunioni e costituisce l'archivio associativo.

10 – 8 I responsabili e coordinatori delle varie attività svolgono i loro compiti secondo le deliberazioni del Consiglio Direttivo.

10 – 9 Il Consiglio Direttivo si riunisce ordinariamente almeno ogni due mesi e straordinariamente quando il Presidente o sei consiglieri ne chiedono la convocazione. La convocazione viene fatta dal Presidente per iscritto o verbalmente almeno dieci giorni prima della data fissata, comunicando anche l'ordine del giorno. La riunione è presieduta dal Presidente del Consiglio Direttivo o, in caso di suo impedimento, dal Consigliere più anziano o, in ultima istanza, dalla persona designata dagli intervenuti.

10 – 10 Le riunioni sono valide se è presente la maggioranza assoluta dei componenti del Consiglio, e le deliberazioni sono approvate a maggioranza dei presenti.

10 – 11 Al Consiglio Direttivo compete in particolare:

- a) l'amministrazione ordinaria e straordinaria dell'Associazione e del suo patrimonio, predispone il bilancio preventivo ed il rendiconto economico e finanziario di esercizio, rimettendoli unitamente alla relazione del Collegio dei

- Revisori all'Assemblea per l'approvazione entro il mese di aprile di ciascun anno;
- b) la relazione in tale occasione anche dell'attività svolta e la presentazione di un piano programmatico relativo all'attività da svolgere nel nuovo anno sociale;
 - c) l'attuazione delle linee programmatiche approvate dall'Assemblea;
 - d) l'individuazione degli strumenti o dei servizi necessari per la realizzazione dei fini istituzionali;
 - e) la proposta all'Assemblea delle quote sociali annuali;
 - f) la proposta di modifica dello statuto e la proposta di emanazione e di modifica dei regolamenti sociali;
 - g) l'istituzione di commissioni e la nomina di propri rappresentanti negli organismi pubblici e privati, federazioni ed altri Enti;
 - h) la facoltà di nominare soci, anche se esterni all'ambito consigliare, delegati a svolgere particolari funzioni stabilite di volta in volta dal Consiglio Direttivo stesso;
 - i) la proposta all'Assemblea di espulsione di un consigliere o di un socio.

10 – 13 Tutte le cariche sono onorifiche e non retribuite salvo il rimborso delle spese documentate sostenute nell'esercizio dell'ufficio ricoperto, purché nell'ambito di quanto preventivamente autorizzato dal Consiglio Direttivo.

Art. 11 – DECADENZE

11 – 1 Si decade da consigliere e dalle eventuali cariche connesse per:

- a) perdita della qualità di socio;
- b) dimissioni;
- c) assenza da tre riunioni ordinarie consecutive, in assenza di legittimo impedimento; può essere deliberata dal Consiglio Direttivo su richiesta di almeno sei consiglieri;
- d) espulsione proposta per gravi motivi dal Consiglio Direttivo e deliberata dall'Assemblea successiva; il Consiglio Direttivo può deliberare la sospensione cautelativa dalla carica di tale consigliere;
- e) nel caso di decadenza di un consigliere subentra il socio non eletto che all'ultima Assemblea elettiva abbia ottenuto il maggior numero di voti.

11 – 2 Il Consiglio Direttivo decade:

- a) per dimissioni contemporanee della metà più uno dei suoi componenti;
- b) quando per qualsiasi motivo il Consiglio Direttivo risulta composto da meno di sette consiglieri e non è possibile integrarlo con persone che hanno ricevuto voti nell'ultima Assemblea elettiva.

11 – 3 In queste ipotesi il Presidente del Consiglio Direttivo o, in caso di suo impedimento o vacanza, il Consigliere più anziano, dovrà provvedere alla convocazione dell'Assemblea straordinaria entro quindici giorni, da celebrarsi nei successivi trenta, curando l'ordinaria amministrazione fino alla celebrazione dell'assemblea straordinaria nei termini di cui sopra.

Art. 12 – COLLEGIO DEI REVISORI

12 – 1 Il Collegio dei Revisori, se nominato, è costituito da tre membri, eletti ogni tre anni dall'Assemblea.

12 – 2 Il Collegio dei Revisori:

- a) verifica la regolare tenuta della contabilità sociale, dei verbali dei consigli e delle assemblee;
- b) potrà accertare la consistenza di cassa e l'esistenza di valori e titoli di proprietà sociale e potrà procedere in qualsiasi momento, anche con un singolo membro, ad atti di ispezione e di controllo;
- c) esamina ed esprime parere sul bilancio preventivo e sul rendiconto d'esercizio.

Art. 13 – ESERCIZIO SOCIALE E BILANCIO

13– 1 L'esercizio sociale coincide con l'anno solare e si chiude al 31 dicembre di ogni anno.

13 – 2 Entro i primi quattro mesi di ciascun anno il Consiglio Direttivo è convocato per la predisposizione del bilancio preventivo e del rendiconto economico e finanziario dell'esercizio precedente, in termine utile comunque per poi presentarli all'Assemblea ordinaria dei soci per l'approvazione, secondo quanto previsto dallo statuto. Detti documenti saranno depositati nella sede dell'Associazione per la consultazione dei soci almeno dieci giorni prima della data fissata per l'Assemblea.

Art. 14 – SCIOGLIMENTO

14 – 1 La durata dell'Associazione è illimitata.

14 – 2 Lo scioglimento della stessa deve essere approvato dall'Assemblea secondo le modalità e con le maggioranze previste nei precedenti articoli.

14 – 3 Con le stesse regole devono essere nominati i liquidatori.

14 – 4 In caso di scioglimento, per qualsiasi causa esso intervenga, la devoluzione del patrimonio sarà effettuata ad altra Associazione con finalità analoghe o ai fini di pubblica utilità, sentito l'organismo di controllo di cui all'art. 3 comma 190, della legge 662/96 e salvo diversa destinazione imposta dalla legge.

Art. 15 – CLAUSOLA COMPROMISSORIA

15 – 1 Qualunque controversia sorgesse in dipendenza della esecuzione o interpretazione del presente statuto tra soci e gli organi dell'Associazione, sarà sottoposta, con l'esclusione di ogni altra giurisdizione, alla cognizione di tre probiviri da nominarsi dall'Assemblea; essi giudicheranno ex bono ed aequo senza formalità di procedura. Il loro lodo sarà inappellabile.

Art. 16 – NORME APPLICABILI

16 – 1 Per disciplinare ciò che non sia previsto nel presente statuto, si deve far riferimento alla legge 7/12/2000 n. 383 e alle norme in materia di associazioni contenute nel libro I del Codice Civile.

4) FORME DI COMUNICAZIONE

Comunicazione e cittadinanza responsabile: strumenti di condivisione per una nuova politica



➡ **Obiettivo: un nuovo impegno per migliorare la qualità della vita.**

Forme di comunicazione tra cittadino e P.A.

“Se hai un problema che deve essere risolto da una burocrazia, ti conviene cambiare problema” (Arthur Bloch)

Il cittadino deve rendersi conto che è il “proprietario” delle istituzioni della pubblica amministrazione: elegge i propri rappresentanti delegando loro la gestione delle risorse che fornisce con le tasse

La riforma della P. A. si può realizzare solo se c'è il consenso dei cittadini che si ottiene con una informazione trasparente e corretta sull'operato dell'ente

Come si potrebbe far nascere nei cittadini l'interesse per le decisioni prese dalla amministrazione e farli partecipi dei loro diritti senza che questi abbiano sempre e comunque un giudizio negativo della P.A. ? se il cittadino dialoga con l'amministrazione ed è informato di quello che l'amm.ne fa o sta per fare è più facile che non abbia un rapporto conflittuale con la stessa legittimando in tal modo l'operato controllando, criticando, ma anche aiutando l'amministrazione nelle sue scelte

L'idea è quella di creare una **Newsletter** che informi le associazioni e i cittadini relativamente alle decisioni o alle delibere discusse durante il Consiglio Comunale (questo come premessa per creare quel senso di responsabilità che è la base per una partecipazione attiva di tutti i cittadini all'attività della Pubblica Amministrazione). possibilità di coinvolgere sia associazioni, associazioni professionali, singoli cittadini per consentire loro una diversa qualità di partecipazione alla vita istituzionale, sociale e politica del proprio territorio dovrebbe dare anticipazioni sulle principali linee di politica amministrativa, approfondire specifici problemi, spiegare progetti di carattere generale conoscenza degli atti e procedimenti per garantire il diritto alla informazione e quindi la partecipazione

Tale strumento va diversificato-adequato in base al soggetto che riceve l'informazione; per il cittadino verrà predisposta una Newsletter più sintetica e più chiara (di facile lettura e comprensione), all'associazione e ai gruppi verrà invece spedita una versione più completa e specifica in relazione al settore di appartenenza. Questi “selezionati” potrebbero essere scelti in base ai loro incarichi o professioniche li portano ad essere a loro volta dei diffusori di informazioni

L'idea è di una Newsletter cartacea ma anche elettronica.

Abbiamo discusso sul metodo per reperire gli indirizzi e-mail dei cittadini.

Su richiesta volontaria o su delibera (obbligo) della P.A.?

In questi giorni abbiamo trovato un articolo che fa al caso nostro:

“la Difesa del popolo” di Domenica 7 marzo a pag. 18

L'URP DI CITTADELLA GESTISCE IL SERVIZIO: OGNI 15 GIORNI NOTIZIE ED
INFORMAZIONI VIA E-MAIL
C'è LA NEWSLETTER Comunic@re

Arriva ogni 15 giorni nel proprio indirizzo di posta elettronica: è una e-mail contenente le principali informazioni dal municipio di Cittadella, dai ricevimenti del sindaco nelle frazioni alle nuove disposizioni per il parcheggio; dal bando per l'assegnazione delle aree per l'edilizio economica e popolare al mercatino di Natale con le casette di legno in piazza Pierobon; dalle novità letterarie che si possono trovare in biblioteca alle indicazioni per diventare scrutatore di seggio elettorale fino agli avvisi di concorsi pubblici indetti da altri comuni e aziende ospedaliere. E' il servizio di newsletter Comunic@re curato dall'ufficio relazioni con il pubblico e avviato da pochi mesi. Un modo, per il comune di Cittadella, di essere più vicino ai cittadini dotati di computer collegato ad internet, per aggiornarli in tempo reale indicando loro le pagine web dove possono estrapolare dati ed informazioni che li riguardano. La newsletter prevede un sommario con il titolo delle delibere, delle iniziative, delle scadenze che riguardano le attività dell'amministrazione comunale. L'utente può approfondire ciò che più lo interessa cliccando sull'ipertesto, aprendo moduli e documenti, memorizzandoli o stampandoli direttamente. Per iscriversi al servizio è sufficiente inviare una e-mail di adesione all'indirizzo di posta elettronica: urp@comune.cittadella.pd.it indicando, come oggetto, "Iscrizione alla mailing list" seguita dalle proprie generalità e indicazione del proprio indirizzo di posta elettronica. Un modo facile ed immediato per entrare in rapporto con l'amministrazione evitando di recarsi agli sportelli personalmente e ricevendo a casa propria tutti i chiarimenti necessari. (G.C.)

Abbiamo visto come lavora l'Ufficio Relazioni con il Pubblico del comune di Padova.

Sono stati istituiti e resi obbligatori dal decreto legislativo n. 29 del 3 febbraio 1993

Finalità : direttiva del Presidente del Consiglio 11 ottobre 1994 . informare consentire il diritto di accesso e trasparenza, verificare il gradimento e la qualità dei servizi resi, promuovere campagne di comunicazione sui servizi.

Legge 150 del 2000

L'URP è la struttura del Comune dedicata alla comunicazione con i cittadini, centro di informazione e orientamento su tutti i servizi e gli uffici comunali, logo di ascolto dei dubbi e dei problemi dei cittadini.

I servizi offerti sono:

- informazione allo sportello
su tutti i servizi, gli uffici comunali e le pratiche amministrative (sedi,

orari, modalità) con possibilità di ritirare moduli di domanda, facsimile, etc.

sulle principali competenze e sulle prestazioni di altri uffici e servizi pubblici della città

- accettazione di suggerimenti e proposte
fatti dai cittadini, sulle attività degli uffici comunali;
- distribuzione di materiale
su manifestazioni, spettacoli, attività culturali e sportive, mostre, fiere, etc.

Nei volantini pubblicitari dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico del Comune di Padova possiamo trovare l'obiettivo di questo strumento a disposizione del cittadino:

“E' nostro compito favorire la trasparenza e garantire l'accesso ai servizi pubblici”...
Opportunità informative per conoscere, partecipare e accedere ai servizi...

Parlare con la gente ma anche sapere ascoltarla per capire cosa ne pensa dei servizi, quale il grado di soddisfazione delle prestazioni offerte, come e in che modo eventualmente gli stessi possono essere modificati, quali possono essere i nuovi bisogni, se è opportuno realizzare o meno un nuovo servizio e se sì dove ubicarlo, come strutturarli come farlo funzionare tenendo presente che i servizi pubblici devono essere efficienti, efficaci ed economici.... Le informazioni raccolte devono essere trasformate in azioni mirate al miglioramento dell'offerta

Il livello dei servizi va adeguato ai cambiamenti dei bisogni dei cittadini e ciò si può fare portando all'interno dell'ente le voci dei cittadini

Ascolto inteso non tanto come gestione dei reclami ma come momento strategico dell'azione amministrativa

Infatti gli amministratori oggi rispondono della qualità dei servizi ai cittadini che in forza della nuova legge elettorale li scelgono direttamente e stabiliscono con loro un rapporto diretto e non più mediato dalle organizzazioni di partito

URP diventa il punto di incontro più diretto tra amministrazione e pubblico attento a raccogliere le aspettative della gente e a valutare le possibilità di soddisfarle.

Il cittadino così non deve più peregrinare di ufficio in ufficio prima di avere una risposta ma in un unico punto trova chi soddisfa le sue richieste

Se poi il cittadino è messo in condizione di poter accedere direttamente dal suo p. c. di casa all'ufficio e consultare gli atti o fornire via mail i suoi suggerimenti.....

Dove non c'è la possibilità di attivarlo per mancanza di risorse economiche o professionali si potrebbe pensare di attivarlo ad esempio in uno specifico settore avendo a disposizione una banca dati. Se l'intenzione è quella di arrivare all'attivazione di un Urp si può procedere via via per settori

In allegato...il depliant che spiega Cos'è l'Urp, quali servizi offre, cosa si può consultare, come suggerire, notizie su Informahandicap e i vari recapiti.

L'URP di Padova ha predisposto un Modulo Suggerimenti con cui il cittadino può comunicare con il Comune...sarà compito dell'URP stesso di raccogliarlo ed inoltrarlo a chi di competenza. Da regolamento è previsto che venga data una risposta entro 30gg, in caso di problemi si fa riferimento al Difensore Civico.

Tale Modulo, in allegato, può essere consegnato di persona, inviato tramite posta ordinaria, fax oppure posta elettronica.

Prevede uno spazio in cui cittadino è invitato a scrivere, a collaborare...”ogni suggerimento sarà gradito perché consentirà di migliorare i servizi della città”.

Visitando il sito www.padovanet.it si possono trovare tutte le informazioni necessarie.

In allegato è possibile vedere la pagina di presentazione del sito e la pagina con i recapiti della Giunta, l'URP ha assicurato che scrivendo si otterrà risposta senza problemi.

Per cui...le strutture esistono ma...il cittadino le conosce? E' davvero a conoscenza di tutte le potenzialità di questi uffici? **Il cittadino è informato?** E...**chi deve informarlo?** Deve essere lui ad informarsi?

Ci siamo inoltre chiesti...chi saranno i “padrini” (chi starà “dietro”), chi rappresenterà una “protezione-tutela” forte e credibile per il comitato o l'associazione che vogliamo creare? Se facciamo riferimento al mondo cattolico...faremo riferimento alla Diocesi? Alle Acli? Facciamo solo informazione, formazione o anche denuncia?

CONCLUSIONI

Stiamo vivendo un momento di particolare valore

Il cambiamento in atto nella pubblica amministrazione ha intrapreso un cammino molto lento e difficile ma è irreversibile.

Le difficoltà da superare sono molte: dalla difficoltà di adeguamento della pubblica amministrazione e dei suoi dipendenti alle innovazioni, alla impreparazione dei cittadini al nuovo modo di rapportarsi e alla non conoscenza dei diritti e degli strumenti riconosciuti che quindi molto spesso non vengono fatti valere.

E' vero però che con la comunicazione e la partecipazione il cittadino inizia a responsabilizzarsi e a responsabilizzare le amministrazioni.

Inizia a capire inoltre che dove non può arrivare da solo lo può fare se riesce a costituire dei comitati o sfrutta la preparazione delle associazioni già esistenti.

Ciascun cittadino deve essere consapevole che attraverso gli strumenti e i diritti riconosciutogli, può intervenire in modo consapevole nell'attività pubblica: dal suo diritto deriva anche il dovere e la responsabilità della “partecipazione attiva”. La consapevolezza della Partecipazione si acquisisce solo se si conoscono i problemi e solo se si riesce a vedere e a valutare gli effetti positivi o negativi che gli stessi possono arrecare

Attraverso la conoscenza dei procedimenti è in grado di controllare l'operato dell'amministrazione e di proporre, suggerire, o anche di battere per difendere quelli che possono essere interessi personali ma che molto spesso sono e devono essere gli interessi dell'intera collettività stanziata sul territorio o su una sua parte (quartiere – frazione)

Dall'altra parte anche le amministrazioni devono essere attente a non porre ostacoli, ma a promuovere e a favorire l'attuazione di questi nuovi diritti.

Solo così il cittadino può avvicinarsi alla amministrazione e attraverso il dialogo contribuire al miglioramento del benessere della collettività.

E solo così il cittadino si convincerà che le tasse e i tributi da lui pagati non servono a

finanziare un apparato burocratico che opera non per lo sviluppo del bene pubblico ma solo per produrre procedure conflittuali con i cittadini e decisioni che spesso vanno contro i comuni interessi.

Cittadino che non è più “suddito” ma “stakeholder” (cittadino interessato e attivo)

Senza di loro l’amministrazione non riesce a individuare con una scelta ponderata l’ubicazione di una discarica , decidere misure contro l’inquinamento , il degrado di certe zone ecc.

5) FONTI BIBLIOGRAFICHE

Il materiale utilizzato e rielaborato nel lavoro presentato è stato rinvenuto via internet, a fonti legislative e altre fonti bibliografiche indicate in specifico elenco reperibile presso gli autori della presente relazione.

Basso Alessandro, Casagrande Francesco, Cattelan Gino, Ceola Franco, Cesarotto Bruno, Dal Forno Fabio, De Giuli M. Cristina, Fabris Pierpaolo, Francescon Walter, Lodo Francesco, Magagnotti Cristina Ceola, Massarotto Francesco, Munari Anna, Zaniolo Elena, Zorzan Nadia, Spolaore Andrea, Beghin Matteo, Zanella Roberto.