

MODELLO DI PARTECIPAZIONE, INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DEL PIANO STRATEGICO METROPOLI TERRA DI BARI – BA2015

Parallelamente al modello di governance multilivello per il Piano Strategico Metropoli Terra di Bari, il PSMTB fondato il suo modello di comunicazione, approvato dal Consiglio Metropolitan dei Sindaci, sul concetto della Partecipazione.

IL Libro Bianco sulla Comunicazione dell'Unione Europea è la musa ispiratrice del Piano di Comunicazione di BA2015 che sancisce la partecipazione come uno dei principi fondamentali su cui fondare la comunicazione.

Sulla base di questo principio, pertanto, il PSMTB ha realizzato il proprio piano di comunicazione rivolgendosi ai cittadini tutti dando loro non solo il diritto di esprimere le proprie idee e di essere ascoltati, ma soprattutto l'opportunità di dialogare con essi poiché **responsabili delle decisioni**. Perché la comunicazione, *che è un processo a due sensi, è fondamentale in una democrazia sana. La democrazia può prosperare solo se i cittadini sanno cosa sta succedendo e possono parteciparvi attivamente. [...] La comunicazione dovrebbe basarsi su un dialogo autentico tra i cittadini e i responsabili delle politiche e su un dibattito politico animato tra i cittadini stessi. Tutti i cittadini dovrebbero essere certi che le opinioni e le preoccupazioni da essi espressi siano ascoltate dalle istituzioni"* (Libro Bianco su una politica europea di comunicazione COM(2006), Bruxelles, 1.2.2006).

In tale prospettiva, il PSMTB, ponendo il cittadino al centro del processo di pianificazione strategica ha messo in atto strategie e attività volte anche al miglioramento dell'educazione civica dei cittadini affinché tutti, a tutte le età, conoscano il Piano Strategico e possano coltivare e vivere il senso di responsabilità che comporta l'essere cittadini di una comunità impegnata a costruire un nuovo e migliore futuro.

La comunicazione del PSMTB si è sviluppata attraverso una serie di attività volte al raggiungimento di obiettivi quali:

- la diffusione della conoscenza e informazione sul PS
- promozione dei progetti del PS e le relative fasi di implementazione,
- diffusione della cultura della partecipazione, rendendo noti e facilmente fruibili gli strumenti di partecipazione attiva;
- posizionamento di BA2015 quale innovativo e autorevole caso di pianificazione territoriale a livello nazionale e internazionale

Dati questi obiettivi, si è operato secondo una strategia di comunicazione e informazione che ha potuto raggiungere in maniera efficace tutti i target di MTB ed in grado di ricevere, interpretare e trasmettere prontamente i feedback degli attuali stakeholders, in futuro sempre più shareholders.

Tale strategia ha permesso di da un lato, di migliorare e accelerare i processi di eGovernment e innovazione delle Pubbliche Amministrazioni, dall'altro, di incrementare e rafforzare la partecipazione della società civile nel processo di decision-making, poiché la partecipazione dei cittadini e degli attori locali nei processi decisionali diviene dunque un imperativo imprescindibile nell'ambito della pianificazione strategica. Inoltre, perché possa esservi autentica, piena e consapevole partecipazione, altrettanto imprescindibile è l'attuazione di un piano di comunicazione e informazione che raggiunga il target qualitativamente e quantitativamente più numeroso possibile con informazioni chiare, semplici e aggiornate.

Dai cittadini, e in generale da tutti gli attori del territorio coinvolti nel processo di pianificazione strategica, è fortemente emersa l'esigenza di essere informati in modo chiaro e immediato ed il desiderio, anzi, l'auspicio di poter essere realmente coinvolti nei processi decisionali¹.

¹ Nei mesi di settembre e dicembre 2007 sono stati organizzati 19 Forum tematici a cui sono intervenuti 1.000 persone circa. Nei mesi da febbraio a luglio 2008, invece, sono stati organizzati 40 incontri circa con cittadini, consiglieri comunali, giunte, a cui sono intervenuti 1.000 partecipanti circa, per un totale di 2.000 individui circa incontrati in tali occasioni.

Offrire ai cittadini l'opportunità di lavorare insieme per influire sui processi decisionali contribuisce, inoltre, ad una maggiore coesione sociale, favorendo il coinvolgimento anche di soggetti normalmente non interessati a tali processi, considerata soprattutto la crescente tendenza dei cittadini ad allontanarsi e disinteressarsi alla politica tradizionale.

In particolare, il PSMTB ha risposto ad un'esigenza partecipativa mettendo in atto mezzi e modalità di comunicazione che sono stati il risultato di un'operazione di informazione "taylor-made" e il fine ultimo quello di ridurre le asimmetrie informative e partecipative secondo precipe misure di *accountability* ed un costante *bottom-up sharing*.

Di seguito sono elencati i metodi di comunicazione e promozione che hanno convalidato l'intero processo di partecipazione attivato dal PSMTB:

1. Forum itineranti, circoscrizionali e cittadini, sono stati organizzati su tematiche vettoriali specifiche o, più in generale, per l'illustrazione e la divulgazione capillare - all'occorrenza semplificata o tecnica - del processo di pianificazione strategica;
2. realizzazione del progetto "*Il futuro non è più quello di una volta*", volto a divulgare i concetti chiave del Piano Strategico Metropoli Terra di Bari agli studenti della MTB in orario curricolare, alla presenza di uno o più referenti delle scuole ospitanti e dei rappresentanti delle Amministrazioni di riferimento, progetto che si è concluso con la presentazione il 12 maggio 2008 in sala Murat a Bari dei lavori preparati dagli studenti delle scuole aderenti alla stampa e alla cittadinanza.
3. partecipazione a fiere specializzate come EIRE, Fiera del Levante, MipiM di Cannes e Forum della Pubblica Amministrazione a Roma.
4. creazione del portale www.ba2015.org ben più che un veicolo del marchio del Piano Strategico BA2015: si tratta di un vettore di missione e di visione, di uno strumento politico e tecnico di attuazione del partenariato della Terra di Bari, di un mezzo operativo di pubblicazione e trasmissione di tutti gli atti e la documentazione del processo di pianificazione, in grado di intitolare qualunque soggetto all'interazione e al contributo. Tale strumento appare indispensabile alla gestione tecnica delle assemblee e delle commissioni partenariali, rendendo possibile e rapido lo scambio di informazioni di notevole portata (incluse le bozze progettuali ed i documenti di visione) cui i partner pubblici e privati possono accedere agevolmente.

Il sistema di comunicazione così immaginato tiene in tal modo conto della specificità dei diversi attori e della loro differente velocità di re-azione alle *policies* amministrative, chiaramente definendone ruoli e compiti ed individuando i centri di responsabilità.

AZIONI SVILUPPATE DA AGOSTO 2007 A SETTEMBRE 2008

Dal mese di agosto 2007 il Piano Strategico MTB ha pianificato e implementato attività di comunicazione volte al raggiungimento di 3 obiettivi principali:

1. **informare costantemente e coinvolgere gli stakeholders** più direttamente interessati nei processi di pianificazione (tra cui i sindaci, consigli comunali, dirigenti e funzionari, assessori) sulle attività in corso, in modo da renderne la partecipazione più efficace e costante;
2. **informare i cittadini** della Metropoli Terra di Bari sul processo in corso al fine di coinvolgerli e renderli partecipi e consapevoli;
3. **informare target esterni** alla Metropoli Terra di Bari sulle innovazioni e i processi in corso.

Le attività svolte sino ad oggi e in alcuni casi ancora in corso, possono essere suddivise in 5 macrocategorie principali:

1. eventi
 2. incontri istituzionali
 3. ufficio stampa
 4. media
 5. web
-

1. Eventi

A settembre 2007 il PSMTB ha partecipato alla Fiera del Levante organizzando Forum Metropolitan tematici presso il padiglione della Provincia di Bari allestito per l'occasione con un progetto ideato dallo Staff di Ricerca Sviluppo e Comunicazione che favorisse la partecipazione della platea alla discussione senza creare barriere tra gli intervenuti e i moderatori degli incontri.

In tale occasione sono stati distribuiti materiali informativi ai visitatori i quali sono stati anche invitati a lasciare una propria testimonianza scritta (attraverso la cartolina "Caro sindaco" nella quale esprimere le proprie aspettative al 2015 per la propria città) e visiva (attraverso il videobox grazie a cui è stato possibile registrare un videomessaggio).

Nel mese di ottobre 2007, in occasione della consegna del Documento Preliminare alla Regione Puglia, sono stati organizzati due giorni di approfondimento sul tema della Governance dedicati alle Pubbliche Amministrazioni in collaborazione con il Formez.

La prima fase di forum è stata seguita da una seconda fase nel mese di dicembre 2007, presso il Fortino Sant'Antonio a Bari, con ulteriori incontri tematici.

In tutto sono stati organizzati 19 Forum Metropolitan tematici che hanno visto la partecipazione di 1.000 persone circa.

Suggerimenti, visioni, suggerimenti dei partecipanti sono stati raccolti dallo Staff di Ricerca, Sviluppo e Comunicazione e pubblicati sul portale www.ba2015.org.

Da febbraio 2008 ha avuto inizio la terza fase dei Forum, definita "Forum Urbani e Circoscrizionali".

Lo Staff ha organizzato oltre 40 incontri con una partecipazione di circa 1.000 persone, presso i Comuni della MTB, di comune accordo con le Amministrazioni, e presso le Circoscrizioni del Comune di Bari, per spiegare e raccontare il Piano Strategico ai cittadini, agli attori locali e ai rappresentanti della democrazia elettiva, sollecitando un significativo processo di partecipazione attiva raccogliendo pareri, suggerimenti, idee e proposte .

Nel mese di maggio 2008 in occasione delle iniziative organizzate nell'ambito del Maggio Metropolitan, il Piano Strategico MTB ha creato un'ulteriore occasione di incontro con i cittadini presso la Sala Murat, a Bari e la annessa tensostruttura che hanno ospitato una serie di attività previste dal PIT3 internazionalizzazione.

Durante il mese di maggio 2008, ancora, il PSMTB, ha partecipato alla iniziativa "Mediterre" promossa dalla Regione Puglia e tenutasi presso la Fiera del Levante di Bari.

Nel mese di giugno 2008, infine, il PSMTB ha partecipato con un proprio stand alla manifestazione fieristica internazionale EIRE a Milano dedicata all'expo real estate con l'obiettivo di presentare le progettualità in corso e soprattutto mostrare a target qualificati le profonde innovazioni e cambiamenti in atto nella nostra terra.

2. Incontri istituzionali

Sin dal primo mese di attività del PSMTB, le attività di relazioni esterne si sono focalizzate precipuamente sulla gestione delle interazioni con le istituzioni coinvolte nel PSMTB, in particolar modo sulla organizzazione di incontri degli Organi del Piano (Cabina di Regia – 7 riunioni -; Consiglio Metropolitan dei Sindaci – 7 incontri -; Comitato Scientifico – 7 incontri -; Assemblea dei Dirigenti e Referenti tecnici – 6 incontri -; Partenariato socio economico e CNEL - 3 incontri-; Assemblea interistituzionale – 1 incontro -; Assemblea delle Associazioni e della cittadinanza attiva – 1 incontro -; Poli Territoriali – 5 incontri -); sulla gestione del coordinamento con le altre Aree Vaste della regione che ha visto l'organizzazione di 4 riunioni dal settembre 2007 -; 13 incontri con gli Assessori comunali e provinciali suddivisi per aree tematiche; 3 incontri dei Responsabili PUM, 2 incontri dei membri della TASK FORCE AMBIENTALE METROPOLITANA e 1 incontro per polo territoriale con i relativi assessori e tecnici ambientali.

3. Ufficio stampa

Viene svolta con continuità un'attività di informazione e comunicazione sul Piano Strategico e sul processo di pianificazione strategica e di costruzione della governance metropolitana, mettendo in evidenza le attività svolte e i contenuti del Piano a livello di visione e di progettualità.

Viene data particolare attenzione a tutte le attività rivolte al dialogo e all'interazione con la cittadinanza attiva e gli attori del territorio (tra cui, la partecipazione a fiere, l'organizzazione di Forum Metropolitan, Urbani, Circoscrizionali e assemblee cittadine, gli incontri partenariali e del

Comitato Scientifico) e agli strumenti per la partecipazione (ad esempio, il portale web), al fine di contribuire al processo di partecipazione alla governance metropolitana rendendolo noto al maggior numero di persone possibile e rafforzare così il senso di appartenenza e di identità metropolitana.

L'attività è volta, inoltre, a diffondere la visione strategica e i contenuti progettuali anche attraverso l'organizzazione di interviste ai rappresentanti tecnici e politici del Piano e ai membri del Comitato Scientifico.

Il 7 marzo 2008 è stato organizzato un incontro, in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti della Puglia, che ha visto il coinvolgimento delle principali testate giornalistiche del territorio – in duplice veste di organi di informazione e di attori della Metropoli – al fine di approfondire il processo di pianificazione strategica e i relativi obiettivi e di agevolare una informazione completa e puntuale.

L'attività di ufficio stampa del Piano Strategico viene svolta in modo integrato con quella degli uffici stampa degli altri Comuni della Metropoli Terra di Bari.

I comunicati stampa sono presenti nell'area stampa del portale www.ba2015.org.

4. Media

L'attività di comunicazione è stata pianificata prevedendo l'uso integrato di mezzi diversi per raggiungere molteplici pubblici di riferimento.

È stata implementata una campagna di comunicazione istituzionale, che ha visto l'uso preminente della stampa e del web, a livello sia locale sia nazionale (in occasione di fiere internazionali come la BIT).

È stato dato ampio supporto attraverso la stampa, il web, la televisione, le affissioni, il volantinaggio mirato, alla partecipazione del Piano ad eventi (quali la Fiera del Levante), all'organizzazione di incontri con gli attori del territorio (quali i Forum Metropolitan, Urbani, Circostrizionali e assemblee cittadine), agli strumenti di partecipazione attivati (quali il Patto per lo sviluppo sostenibile Metropoli Terra di Bari, il portale web).

È stato progettato e gestito un progetto di comunicazione rivolto a diversi pubblici di studenti del territorio, dai 6 ai 18 anni, con il coinvolgimento dei docenti, dei presidi e delle Amministrazioni locali. Sono stati illustrati agli studenti gli elementi fondamentali del Piano Strategico e approfonditi i temi della democrazia, partecipazione, unione, dialogo, pianificazione del futuro. Il progetto ha visto il coinvolgimento di 54 istituti scolastici della Metropoli e di circa 5.000 studenti, raggiungendo, indirettamente, anche le rispettive famiglie. Il progetto è stato presentato alla stampa e ai cittadini il 12 aprile 2008.

È stato realizzato un tabloid (due uscite nel mese di settembre 2008) che trasmette i contenuti, i progetti e gli obiettivi del Piano Strategico a tutti i cittadini del territorio metropolitano; il tabloid è stato distribuito in tutte le 364.700 abitazioni attive dei 31 Comuni della Metropoli, presso i Comuni e sarà diffuso anche durante la 72^a Fiera del Levante.

Sono in via di ultimazione, inoltre, dei prodotti televisivi realizzati da Rai Educational sull'identità, la storia e gli elementi culturali della Metropoli che verranno trasmessi sulla tv pubblica nazionale.

Sono stati realizzati, infine, degli strumenti per la raccolta di informazioni dal territorio, come le cartoline "Caro Sindaco" attraverso cui proporre suggerimenti, idee, critiche costruttive e l'idea della propria terra al 2015 (distribuite in tutti gli incontri pubblici ed eventi), il *videobox* per registrare un messaggio (presente durante la 71^a Fiera Campionaria del Levante e i Forum Metropolitan di settembre 2007) e il portale web, approfondito nel prossimo punto.

5. Web

A dicembre 2007 è stato lanciato il portale del Piano Strategico www.ba2015.org.

Il portale ha l'obiettivo principale non solo di informare i cittadini e tutti gli stakeholders riguardo le attività del PS MTB, ma anche e soprattutto di condividere tutto ciò che è stato prodotto in questi mesi favorendo processi di reale condivisione e partecipazione delle scelte.

Sul portale sono presenti tutti i documenti ufficiali prodotti ad oggi dallo Staff di Ricerca Sviluppo e Comunicazione, i verbali dei Forum tematici tenutisi nel 2007, le visioni e così via, in un'ottica di piena trasparenza e accessibilità alle informazioni.

La condivisione passa anche attraverso strumenti di democrazia on line, in particolare forum tematici on line e blog. Il portale www.ba2015.org, infine, è uno strumento fortemente innovativo di eDemocracy, riconosciuto a livello nazionale. Si tratta, infatti, di un portale "semantico", ovvero

capace di analizzare un testo non solo in base alle parole che contiene, bensì in base al contenuto e alle informazioni che quelle parole veicolano. L'intero processo, quindi, ha favorito la comunicazione fra l'Amministrazione e i Cittadini attraverso la partecipazione attiva alle scelte di governo, e fornisce alla Amministrazione strumenti di "ascolto" e di interpretazione del gradimento dell'azione politico-amministrativa.

Allegati

- forum metropolitani di settembre 2007 presso la Fiera del Levante
- forum metropolitani del mese di dicembre 2007 presso il Fortino)
- consigli comunali/circostrizionali in cui abbiamo presentato/approvato la convenzione ex art 30.
- forum urbani/circostrizionali con la cittadinanza attiva in cui ba2015 ha presentato il piano strategico.
- sperimentazione dell'analisi semantica oracle-sudsistemi (esempi dal sito e accordo con oracle-sudsistemi)
- promozione di ba2015 e partecipazione a Fiere specializzate Eire, Forum P.A. di Roma, MipiM di Cannes, Recs, Aisre)
- elenco delle attività di pubblicità su media (stampa, tv, tabloid)
- elenco delle convenzioni in corso (uniba, poliba, rai, scuole, ordine dei giornalisti)
- comunicazione del Progetto scuola: "Il Futuro non è più quello di una volta".
- Bamondo e maggio metropolitano.
- visita ministro decastro e ministro spagnolo per candidatura dieta mediterranea.
- notte metropolitana dei castelli
- brochure esplicativa del piano e merchandising per la diffusione del piano strategico.
- convegno governance in aula magna uniba con formez e ipres 31 ottobre 2007
- promozione marchio sul count down petruzzelli.
- Evento di Libera 14 marzo sponsor manifestazione nazionale contro tutte le mafie e assemblea sindaci metropolitani con don citotti.
- 1 marzo convegno sui porti turistici presso terminal crociere.
- evento 7 marzo 2008 con l'Ordine dei Giornalisti
- partecipazione a mediterre in Fiera del Levante nel mese di maggio 2008