

Sintesi della prima fase del Cantiere C.A.S.T. Mobile e note sullo sviluppo della seconda fase

Laboratorio di Progettazione partecipata: la comunicazione per la mobilità.

BARI

Gennaio - febbraio 2011

Il Cantiere è stato **un work in progress** in cui definiti a priori in fase progettuale erano soltanto l'ambito di intervento- le politiche della mobilità - e gli obiettivi, relativi alle strategie di comunicazione dell'Assessorato nel settore specifico del Trasporto Pubblico Locale.

Tutto il resto è stato affidato al processo di progettazione realizzato attraverso metodologie partecipative con le persone che avevano aderito all'iniziativa. Indicare infatti azioni puntuali e stabilire a priori i risultati sin dall'inizio sarebbe stato in contraddizione con l'assunto strategico e metodologico del Cantiere, che era quello di **far emergere idee e mettere a fuoco linee di intervento** a partire dalla discussione aperta a tutti gli attori delle politiche per il trasporto pubblico locale.

Obiettivo generale del Cantiere era quindi di contribuire a creare le condizioni per una efficace comunicazione fra Aziende TPL e cittadini fruitori del servizio.

Fra gennaio e febbraio abbiamo realizzato una prima fase, finalizzata a **creare le premesse per un'efficace politica di comunicazione pubblica relativa al Trasporto Pubblico Locale in Puglia**.

La sperimentazione che l'ha contraddistinta ha portato a risultati concreti, visibili e operativi: in tre giornate di lavoro si è arrivati a un prodotto "finito" frutto di un percorso di progettazione strategica per la comunicazione fra Aziende di Trasporto Pubblico Locale e cittadini/fruitori del servizio.

Il Cantiere si proponeva infatti – contestualmente a tutte le altre iniziative messe in campo dall'Assessorato e in raccordo con quelle già avviate –il raggiungimento di alcuni **Obiettivi specifici**:

1. Miglioramento della **diffusione e della qualità delle informazioni** relative al TPL
2. Potenziamento della **capacità di ascolto** da parte delle Aziende delle opinioni e delle esigenze dei cittadini
3. Miglioramento della **qualità del rapporto** fra delle Aziende e cittadini

Le Linee Strategiche su cui abbiamo progettato l'intervento sono state:

- la strategia dell'integrazione e del raccordo fra le Aziende, fra Enti territoriali e Aziende relativamente ai diversi canali informativi;
- la strategia della partecipazione attiva dei cittadini al ciclo della politica del TPL: dalla condivisione delle scelte relative ai servizi, alla valutazione della qualità, alla customer satisfaction, all'animazione, attraverso metodologie partecipative, delle comunità di cittadini fruitori del servizio
- la strategia della logica della reciprocità nella relazione fra cittadini che prestano il servizio (personale del TPL) e cittadini che ne fruiscono.

Il Percorso del cantiere si è sviluppato in 3 giornate di lavoro (14 gennaio, 27 gennaio, 17 febbraio 2011) dedicate, le prime due, all'analisi del contesto, all'individuazione degli obiettivi, alla progettazione di massima degli ambiti di intervento, l'ultima all'approfondimento dello strumento: Piano strategico di Comunicazione

Il 14 e 27 gennaio il lavoro è stato articolato in un Workshop di identificazione - in plenaria (14 gennaio)- per definire attraverso la metodologia **Gopp** problemi e obiettivi relativi al tema: "la comunicazione tra chi eroga il Trasporto Pubblico Locale e i cittadini/fruitori del servizio e come sia possibile migliorare la qualità degli interventi e dei processi decisionali sulla comunicazione; e in momenti di lavoro in gruppo (27 gennaio) attraverso i quali sono stati approfonditi gli ambiti di intervento individuati e di cui era stato disegnato **il Quadro Logico**.

Il Cantiere ha quindi visto nelle prime due giornate una:

- **Fase di condivisione** dei problemi specifici di informazione e comunicazione fra tutti gli attori: Regione, Agenzia, Aziende TPL, Comunità dei pendolari, Enti locali, Associazioni che intervengono nel settore, seguita dalla comune messa a punto dei principali obiettivi da realizzare attraverso gli ambiti di intervento emersi come prioritari: sono stati disegnati gli alberi dei problemi e gli alberi degli obiettivi, nonché individuati gli ambiti di intervento della politica di comunicazione sul TPL ritenuti strategici e prioritari dai partecipanti al cantiere.
- **Fase di progettazione**, utilizzando la metodologia **PCM** (Project Cycle Management) sono stati disegnati prima 6 macro ambiti di intervento, correlati a sei obiettivi specifici : sostenibilità, sensibilizzazione, accessibilità all'informazione e all'innovazione, informazione, comunicazione relazionale, integrazione; e declinati nei loro obiettivi specifici, azioni, strumenti e risultati attesi. A una riflessione seguita alla prima giornata gli ambiti oggetto del lavoro della seconda giornata sono poi divenuti 4 (eliminati sostenibilità, in quanto obiettivo di policy e oggetto essa stessa di una strategia di comunicazione e sensibilizzazione perché prevedeva l'attivazione di strumenti tipici di un'Agenzia di comunicazione e non di un cantiere di progettazione partecipata), "esplosi" in tutte le componenti progettuali: output

realizzati dal progetto, soluzioni anche parziali, derivate dalla produzione degli output, attori istituzionali coinvolti a vario titolo nella attuazione dell'intervento, principali azioni che consentono la realizzazione dell'output previsto.

Sono state quindi redatte 4 schede progetto presentate all'Assessore Minervini nel Laboratorio del 17 febbraio.

Il 17 febbraio il lavoro è stato articolato in due momenti:

- uno di **scambio e confronto** fra i diversi attori che intervengono, come decisori o come utenti, nelle politiche per il Trasporto Pubblico locale: Assessorato, Enti Locali, Aziende, Cittadini hanno discusso delle proposte emerse dal Cantiere, dei progetti in essere e di quale potrà essere il loro contributo alla definizione di una politica per la comunicazione integrata. Attraverso l'apporto di tutti si è quindi quindi arrivati alla definizione di una sorta di quadro sinottico del "chi fa che cosa" rispetto al miglioramento della qualità della comunicazione;
- uno di **approfondimento sul tema specifico della comunicazione** con Nicoletta Levi, esperta di comunicazione pubblica e istituzionale che ha riflettuto su quanto emerso nella prima parte della mattinata per pervenire a una sistematizzazione – attraverso 3 mappe concettuali (parola chiave- contenuti-target-strumenti finalizzati a un obiettivo strategico di comunicazione per ciascuna mappa: costruzione di identità, costruzione di immagine, costruzione di reputazione) - dei temi affrontati nel Cantiere all'interno della cornice "Cosa sono e come si costruiscono le strategie di comunicazione istituzionale e i relativi e coerenti piani di comunicazione" anche attraverso un'esemplificazione delle buone pratiche realizzate dal Comune di Reggio Emilia.

Partecipanti: 80 partecipanti fra Dirigenti e Funzionari delle Amministrazioni (Regione, Province, Enti Locali) e delle ATPL che si occupano di relazioni esterne e Comunicazione, rappresentanti delle Comunità dei Pendolari, associazioni di cittadini

Prodotti: Report su Gopp e PCM del 14 gennaio, report del 27 gennaio, tavola sinottica del 17 febbraio, tre mappe concettuali del 17 febbraio che costituiscono il canovaccio di un Piano di Comunicazione

Risultati:

- Condivisione della analisi dei problemi e della individuazione delle esigenze di comunicazione
- Acquisizione di una maggiore consapevolezza rispetto alla strategia di integrazione fra pubblico e privato e coi cittadini
- Sviluppo di capacità progettuali nella definizione di interventi per la comunicazione
- Consolidamento di comportamenti finalizzati alla diffusione della cultura della comunicazione per valorizzare le politiche del TPL.

La **seconda fase del Cantiere**, appena avviata, si basa sulla consapevolezza che la comunicazione efficace ha come prerequisito la qualità del servizio. Il fattore che più di qualsiasi altro garantisce l'efficacia della comunicazione è infatti la strategia dell'azione amministrativa e politica: essa deve essere in primo luogo espressione di comportamenti virtuosi da parte del soggetto decisore – in questo caso la Regione – che deve dimostrare coi fatti e con scelte e azioni coerenti la propria volontà di agire per il bene della collettività.

Strategie, azioni e strumenti di comunicazione, a fronte di politiche deboli e di servizi insufficienti e di bassa qualità, non solo sono inefficaci rispetto all'obiettivo di ottenere comportamenti virtuosi da parte dei cittadini (in questo caso: l'utilizzo del trasporto pubblico locale) ma diventano un boomerang che provocano un calo di fiducia verso il governo regionale e incrementano i comportamenti non virtuosi (scarso uso del trasporto pubblico, non rispetto dei servizi di trasporto pubblico).

- Il tema “comunicazione” dovrà essere sviluppato dall'Assessorato alla Mobilità con l'apporto di competenze specifiche, attraverso il rafforzamento della struttura interna dell'Assessorato deputata alla comunicazione e con verifiche in itinere col Cantiere;
- La consapevolezza che la comunicazione efficace abbia come requisito e sostanza la qualità del servizio ci porta adesso a focalizzare la nostra attenzione sul tema della qualità e sulle sue diverse accezioni, che hanno dato vita negli ultimi anni a significative scuole di pensiero, metodologie di valutazione e pratiche di miglioramento

Obiettivo della seconda fase (aprile- maggio) è di arrivare a un'idea condivisa di qualità, contestualizzata all'interno della realtà regionale attraverso un'**azione** rivolta all'interno dell'Assessorato alla Mobilità, di cui il Cantiere nel suo complesso deve essere costantemente informato che si realizza attraverso la **modalità** della Formazione/accompagnamento