

Progetto “benessere organizzativo”

MEZZI DI INFORMAZIONE RIVOLTI AI DIPENDENTI DEL COMUNE

Documento approvato dai dirigenti e dagli incaricati di posizione organizzativa nell'incontro del 13.1.2006

Rivista interna “Strettamente Personale”

Le amministrazioni pubbliche, soprattutto nel corso dell'ultimo decennio, si stanno sempre più convincendo del valore strategico della comunicazione, come strumento a sostegno dei processi organizzativi e di crescita del fattore umano e finalizzato al rafforzamento della propria identità ed immagine.

L'informazione interna è di fondamentale importanza per motivare i collaboratori dell'ente, renderli partecipi dei successi e infondere in tutti il senso di appartenenza. Competenza e professionalità sono decisivi per comunicare con efficacia e puntualità.

Nonostante l'enfasi posta nell'utilizzo delle tecnologie più avanzate, l'efficacia dell'house organ (giornale interno) è stata riconfermata da molti studi nel settore della comunicazione.

In particolare esiste una scarsa consapevolezza da parte di una quota rilevante dei lavoratori sulla natura e le trasformazioni che stanno avvenendo nell'ente in cui operano. La diffusione di tali informazioni appare quindi fondamentale per valorizzare le risorse umane e accrescere il processo di identificazione dei dipendenti.

1. Obiettivi

- la conoscenza dell'ente, le sue politiche, le sue strategie, la sua organizzazione, i suoi bilanci
- il rafforzamento del rapporto con il territorio e del senso di appartenenza all'ente
- il rafforzamento del rapporto con gli utenti

Un simile approccio informativo mira a favorire:

- l'accettazione di valori e progetti propri dell'Ente
- l'incremento dell'efficienza
- lo sviluppo di nuovi stili operativi
- la riduzione del rischio di burn-out

2. Contenuti

Gli aspetti di maggiore interesse sono:

- gli scenari in cui l'Ente si colloca, le novità per il futuro
- l'organizzazione e la gestione delle risorse umane
- la messa in rilievo, tramite interviste o articoli firmati, di figure interne ed esterne all'Ente

- i rapporti contrattuali, le opportunità professionali
- la professionalità e la formazione
- le innovazioni tecnologiche
- i miglioramenti in qualità del processo e del prodotto
- l'ambiente di lavoro, l'operatività quotidiana
- il rapporto con gli utenti
- il rapporto fra tempo di lavoro e tempo libero
- l'attenzione ai bisogni dei dipendenti, spazio per suggerimenti da parte dei dipendenti

Il linguaggio deve essere semplice, ma, quando possibile, non banale.

La periodicità deve essere stabilita e rispettata.

Articolazione dell'impaginazione:

- ❑ Prima pagina: argomento-articolo centrale, articolo di fondo, intervista (scenari futuri, progetti, indirizzi dell'Ente, ecc.)
- ❑ Seconda pagina: vita in comune, novità dal personale, organizzazione, formazione, contrattualistica, organizzazione, opportunità
- ❑ Terza pagina: esperienze di qualità, innovazioni organizzative e tecnologiche, esperienze di lavoro, ambiente e lavoro, rapporto con gli utenti ecc.
- ❑ Quarta pagina: tempo libero, lettere, curiosità, informazioni brevi, novità,

3. Organizzazione

E' necessario che la responsabilità della conduzione rimanga sempre interna, pena il rischio di una mancanza di integrazione tra il prodotto realizzato e la specifica realtà aziendale.

E' quindi opportuno individuare un ufficio o un'unità interni a cui delegare la direzione e l'orientamento generale della testata, a cui affiancare un professionista del settore (giornalista). In particolare si ritiene che questo compito di coordinamento generale possa essere attribuito al Servizio Comunicazione.

Comitato di redazione:

1. giornalista
2. operatore dell'area dei servizi alla persona
3. operatore dell'area dei servizi di programmazione pianificazione e governo del Territorio
4. operatore dell'area dei servizi Risorse Economia e Rapporti con i Cittadini
5. operatore del Settore Personale e Organizzazione
6. operatore dell'area della Comunicazione
7. operatore del Progetto Qualità dell'Ente

I componenti del comitato di redazione sono individuati tra il personale delle diverse aree sulla base di alcuni criteri guida:

- buona conoscenza trasversale delle attività delle aree di riferimento;
- interesse e predisposizione alle attività di comunicazione;
- sufficiente capacità di scrittura e redazione di testi

Le persone sono segnalate dai dirigenti di settore/servizio, in ogni caso l'accettazione dell'incarico è volontaria, ed è possibile valutare anche forme di auto-proposta da parte dei dipendenti.

Il Comitato di redazione resta in carica due anni e può essere riconfermato.

Funzioni del Comitato di Redazione

Il comitato di redazione decide gli argomenti del numero della rivista, e definisce chi sono le persone che scriveranno gli articoli, sia al proprio interno sia all'esterno (altri operatori del Comune o persone esterne). Il Giornalista, oltre eventualmente a scrivere egli stesso, ha il compito di supervisionare gli articoli presentati (semplificazione linguaggio, comprensibilità, lunghezza, ecc.), di definire titolazione e occhiello, di collaborare con il grafico per l'impaginazione, di "chiudere" la rivista per la stampa.

4. Grafica

- La copertina, il menabò, l'impaginazione, la carta, i materiali iconografici e il colore sono tutti elementi da studiare con attenzione perché di primo impatto visivo
- la titolazione deve essere varia
- gli articoli non troppo lunghi. Meglio individuare box o eventuali rubriche fisse riconoscibili
- foto e disegni possono essere funzionali al testo o valorizzare il contenuto seguendo una propria logica comunicativa

5. Periodicità:

Tre numeri all'anno, con uscite nei mesi di Febbraio, Giugno, Ottobre (è prevista la realizzazione di un numero 0)

6. Formato:

Quattro pagine, formato A4, quadricromia (colori)

7. Distribuzione:

Segreterie di settore che devono provvedere a fare arrivare le copie a ogni singolo dipendente o servizio decentrato

8. Produzione:

Ufficio Grafica
Stamperia Comunale

9. Copie:

n. 2000 a numero

10. Costi:

€ 350,00 a numero (su base annua, tre numeri € 1050,00)

11. Sistemi di valutazione:

dopo il secondo numero distribuzione di questionario ai dipendenti

Buste Paga (retro)

Il retro delle buste paga, distribuite ogni mese a tutti i dipendenti, si è rilevato un buon strumento di informazione di primo livello, in grado di raggiungere in modo capillare tutte le persone.

Si propone quindi di mantenere e organizzare in modo più puntuale la presenza di notizie e informazioni sul retro della busta paga, in particolare su argomenti di interesse generale (opportunità, nuovi servizi, mutamenti organizzativi, ecc.).

Il comitato di redazione della rivista “Strettamente Personale” potrebbe proporre una pianificazione delle informazioni da inserire nelle buste paga.