

Legge 7 giugno 2000, n. 150

**"Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle
pubbliche amministrazioni"**

pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 136 del 13 giugno 2000

Capo I.

PRINCÌPI GENERALI

Art. 1.

(Finalità ed ambito di applicazione)

1. Le disposizioni della presente legge, in attuazione dei princìpi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa, disciplinano le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

2. Ai fini della presente legge sono pubbliche amministrazioni quelle indicate all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29.

3. È fatta salva la disciplina vigente relativa alla pubblicità legale od obbligatoria degli atti pubblici.

4. Nel rispetto delle norme vigenti in tema di segreto di Stato, di segreto d'ufficio, di tutela della riservatezza dei dati personali e in conformità ai comportamenti richiesti dalle carte deontologiche, sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:

a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;

b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;

c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.

5. Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:

a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;

b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;

c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;

d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;

e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;

f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

6. Le attività di informazione e di comunicazione istituzionale di cui alla presente legge non sono soggette ai limiti imposti in materia di pubblicità, sponsorizzazioni e offerte al pubblico.

Art. 2.

(Forme, strumenti e prodotti)

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

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

3. Con uno o più regolamenti, da comunicare alla Presidenza del Consiglio dei ministri e alla Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, le pubbliche amministrazioni provvedono alla diffusione delle modalità e delle forme di comunicazione a carattere pubblicitario, in attuazione delle norme vigenti in materia.

Art. 3.

(Messaggi di utilità sociale e di pubblico interesse)

1. La Presidenza del Consiglio dei ministri determina i messaggi di utilità sociale ovvero di pubblico interesse, che la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo può trasmettere a titolo gratuito. Alla trasmissione di messaggi di pubblico interesse previsti dal presente comma sono riservati tempi non eccedenti il due per cento di ogni ora di programmazione e l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione di ciascuna rete. Le emittenti private, radiofoniche e televisive, hanno facoltà, ove autorizzate, di utilizzare tali messaggi per passaggi gratuiti.

2. Nelle concessioni per la radiodiffusione sonora e televisiva è prevista la riserva di tempi non eccedenti l'uno per cento dell'orario settimanale di programmazione per le stesse finalità e con le modalità di cui al comma 1.

3. Fatto salvo quanto stabilito dalla presente legge e dalle disposizioni relative alla comunicazione istituzionale non pubblicitaria, le concessionarie radiotelevisive e le società autorizzate possono, per finalità di esclusivo interesse sociale, trasmettere messaggi di utilità sociale.

4. I messaggi di cui al comma 3 non rientrano nel computo degli indici di affollamento giornaliero nè nel computo degli indici di affollamento orario stabiliti dal presente articolo. Il tempo di trasmissione dei messaggi non può, comunque, occupare più di quattro minuti per ogni giorno di trasmissione per singola concessionaria. Tali messaggi possono essere trasmessi gratuitamente; qualora non lo fossero, il prezzo degli spazi di comunicazione contenenti messaggi di utilità sociale non può essere superiore al cinquanta per cento del prezzo di listino ufficiale indicato dalla concessionaria.

Art. 4.

(Formazione professionale)

1. Le amministrazioni pubbliche individuano, nell'ambito delle proprie dotazioni organiche, il personale da adibire alle attività di informazione e di comunicazione e programmano la formazione, secondo modelli formativi individuati dal regolamento di cui all'articolo 5.

2. Le attività di formazione sono svolte dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione, secondo le disposizioni del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 287, dalle scuole specializzate di altre amministrazioni centrali, dalle università, con particolare riferimento ai corsi di laurea in scienze della comunicazione e materie assimilate, dal Centro di formazione e studi (FORMEZ), nonché da strutture pubbliche e private con finalità formative che adottano i modelli di cui al comma 1.

Art. 5.

(Regolamento)

1. Con regolamento da emanare, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, previa intesa con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, si provvede alla individuazione dei titoli per l'accesso del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione. Il medesimo regolamento prevede e disciplina altresì gli interventi formativi e di aggiornamento per il personale che già svolge attività di informazione e di comunicazione.

Art. 6.

(Strutture)

1. In conformità alla disciplina dettata dal presente Capo e, ove compatibili, in conformità alle norme degli articoli 11 e 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, e relative disposizioni attuative, le attività di informazione si realizzano attraverso il portavoce e l'ufficio stampa e quelle di comunicazione attraverso l'ufficio per le relazioni con il pubblico, nonché attraverso analoghe strutture quali gli sportelli per il cittadino, gli sportelli unici della pubblica amministrazione, gli sportelli polifunzionali e gli sportelli per le imprese.

2. Ciascuna amministrazione definisce, nell'ambito del proprio ordinamento degli uffici e del personale e nei limiti delle risorse disponibili, le strutture e i servizi finalizzati alle attività di informazione e comunicazione e al loro coordinamento, confermando, in sede di prima applicazione della presente legge, le funzioni di comunicazione e di informazione al personale che già le svolge.

Art. 7.

(Portavoce)

1. L'organo di vertice dell'amministrazione pubblica può essere coadiuvato da un portavoce, anche esterno all'amministrazione, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione. Il portavoce, incaricato dal medesimo organo, non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche.

2. Al portavoce è attribuita una indennità determinata dall'organo di vertice nei limiti delle risorse disponibili appositamente iscritte in bilancio da ciascuna amministrazione per le medesime finalità.

Art. 8.

(Ufficio per le relazioni con il pubblico)

1. L'attività dell'ufficio per le relazioni con il pubblico è indirizzata ai cittadini singoli e associati.

2. Le pubbliche amministrazioni, entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, provvedono, nell'esercizio della propria potestà regolamentare, alla ridefinizione dei compiti e alla riorganizzazione degli uffici per le relazioni con il pubblico secondo i seguenti criteri:

a) garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni;

b) agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative, e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;

c) promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;

d) attuare, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;

e) garantire la reciproca informazione fra l'ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture operanti nell'amministrazione, nonché fra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni.

3. Negli uffici per le relazioni con il pubblico l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva.

Art. 9.

(Uffici stampa)

1. Le amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, possono dotarsi, anche in forma associata, di un ufficio stampa, la cui attività è in via prioritaria indirizzata ai mezzi di informazione di massa.

2. Gli uffici stampa sono costituiti da personale iscritto all'albo nazionale dei giornalisti. Tale dotazione di personale è costituita da dipendenti delle amministrazioni pubbliche, anche in posizione di comando o fuori ruolo, o da personale estraneo alla pubblica amministrazione in possesso dei titoli individuati dal regolamento di cui all'articolo 5, utilizzato con le modalità di cui all'articolo 7, comma 6, del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nei limiti delle risorse disponibili nei bilanci di ciascuna amministrazione per le medesime finalità.

3. L'ufficio stampa è diretto da un coordinatore, che assume la qualifica di capo ufficio stampa, il quale, sulla base delle direttive impartite dall'organo di vertice dell'amministrazione, cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione.

4. I coordinatori e i componenti dell'ufficio stampa non possono esercitare, per tutta la durata dei relativi incarichi, attività professionali nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche. Eventuali deroghe possono essere previste dalla contrattazione collettiva di cui al comma 5.

5. Negli uffici stampa l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva nell'ambito di una speciale area di contrattazione, con l'intervento delle organizzazioni rappresentative della categoria dei giornalisti. Dall'attuazione del presente comma non devono derivare nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

Art. 10.

(Disposizione finale)

1. Le disposizioni del presente Capo costituiscono principi fondamentali ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione e si applicano, altresì, alle regioni a statuto speciale e alle province

autonome di Trento e di Bolzano nei limiti e nel rispetto degli statuti e delle relative norme di attuazione.

Capo II.

DISPOSIZIONI PARTICOLARI PER LE AMMINISTRAZIONI DELLO STATO

Art. 11.

(Programmi di comunicazione)

1. In conformità a quanto previsto dal Capo I della presente legge e dall'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, nonché dalle direttive impartite dal Presidente del Consiglio dei ministri, le amministrazioni statali elaborano annualmente il programma delle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo, comprensivo dei progetti di cui all'articolo 13, sulla base delle indicazioni metodologiche del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei ministri. Il programma è trasmesso entro il mese di novembre di ogni anno allo stesso Dipartimento. Iniziative di comunicazione non previste dal programma possono essere promosse e realizzate soltanto per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso dell'anno e sono tempestivamente comunicate al Dipartimento per l'informazione e l'editoria.

2. Per l'attuazione dei programmi di comunicazione il Dipartimento per l'informazione e l'editoria provvede in particolare a:

a) svolgere funzioni di centro di orientamento e consulenza per le amministrazioni statali ai fini della messa a punto dei programmi e delle procedure. Il Dipartimento può anche fornire i supporti organizzativi alle amministrazioni che ne facciano richiesta;

b) sviluppare adeguate attività di conoscenza dei problemi della comunicazione pubblica presso le amministrazioni;

c) stipulare, con i concessionari di spazi pubblicitari, accordi quadro nei quali sono definiti i criteri di massima delle inserzioni radiofoniche, televisive o sulla stampa, nonché le relative tariffe.

Art. 12.

(Piano di comunicazione)

1. Sulla base dei programmi presentati dalle amministrazioni statali, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria predispone annualmente il piano di comunicazione, integrativo del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, che è approvato dal Presidente del Consiglio dei ministri.

2. Una copia del piano approvato è trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono al Presidente del Consiglio dei ministri una relazione su quanto previsto dal presente comma.

Art. 13.

(Progetti di comunicazione a carattere pubblicitario)

1. Le amministrazioni dello Stato sono tenute ad inviare al Dipartimento per l'informazione e l'editoria, ai fini della formulazione di un preventivo parere, i progetti di comunicazione a carattere pubblicitario che prevedono la diffusione dei messaggi sui mezzi di comunicazione di massa.

2. I progetti di cui al comma 1 devono, in particolare, contenere indicazioni circa l'obiettivo della comunicazione, la copertura finanziaria, il contenuto dei messaggi, i destinatari e i soggetti coinvolti nella realizzazione. Deve, inoltre, essere specificata la strategia di diffusione con previsione delle modalità e dei mezzi ritenuti più idonei al raggiungimento della massima efficacia della comunicazione.

3. Per le campagne di comunicazione a carattere pubblicitario, le amministrazioni dello Stato tengono conto, ove possibile, in relazione al tipo di messaggio e ai destinatari, anche delle testate italiane all'estero.

Art. 14.

(Finanziamento dei progetti)

1. La realizzazione dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario delle amministrazioni dello Stato, integrativi del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, ritenuti di particolare utilità sociale o di interesse pubblico, è finanziata nei limiti delle risorse disponibili in bilancio per il centro di responsabilità n. 17 "Informazione ed editoria" dello stato di previsione della Presidenza del Consiglio dei ministri, intendendosi ridotta in misura corrispondente l'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 5 della legge 25 febbraio 1987, n. 67.

Art. 15.

(Procedure di gara)

1. Per la realizzazione delle iniziative di comunicazione istituzionale a carattere pubblicitario la scelta dei soggetti professionali esterni è effettuata, anche in deroga ai limiti previsti dall'articolo 6 del regio decreto 18 novembre 1923, n. 2440, nel rispetto delle disposizioni del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 157. A tali fini, con regolamento da emanare, su proposta del Presidente del Consiglio dei ministri, ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400, e successive modificazioni, entro quarantacinque giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sono stabiliti i criteri per la individuazione dei soggetti professionali da invitare alle procedure di selezione, nonché per la determinazione delle remunerazioni per i servizi prestati. A tali fini si tiene conto anche dei criteri stabiliti in materia dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

Art. 16.

(Abrogazioni)

1. Sono abrogati l'articolo 5, commi 6, 7 e 8, della legge 25 febbraio 1987, n. 67, e l'articolo 9 della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni.

DECRETO PRESIDENTE REPUBBLICA 21 settembre 2001, n. 422

Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi

(G.U. n. 282, 4 dicembre 2001, Serie Generale)

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visto l'articolo 87, quinto comma, della Costituzione;

Visto l'articolo 17, comma 1, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Visto il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165;

Vista la legge 7 giugno 2000, n. 150, ed in particolare l'articolo 5;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 7 febbraio 2001;

Acquisita l'intesa della Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, reso nella seduta del 19 aprile 2001;

Udito il parere del Consiglio di Stato, espresso dalla Sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza del 21 maggio 2001;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 2 agosto 2001;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro per la funzione pubblica;

E m a n a

il seguente regolamento:

Art. 1.

Ambito di applicazione

1. Il presente regolamento individua i titoli per l'accesso del personale da utilizzare per le attività di informazione e di comunicazione, disciplina i modelli formativi finalizzati alla qualificazione professionale del personale che già svolge le attività di informazione e di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni, e stabilisce i requisiti minimi dei soggetti privati e pubblici abilitati allo svolgimento di attività formative in materia di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

2. Le disposizioni del presente regolamento si applicano alle amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, ad eccezione delle regioni a statuto ordinario, delle regioni a statuto speciale e delle province autonome di Trento e Bolzano.

Art. 2.

Requisiti per lo svolgimento delle attività di comunicazione

1. L'esercizio delle attività di comunicazione nell'ambito degli uffici per le relazioni con il pubblico o delle analoghe strutture di cui all'articolo 6 della legge 7 giugno 2000, n. 150, fatte salve le norme vigenti nei diversi ordinamenti che disciplinano l'accesso alle qualifiche, è subordinato al possesso dei requisiti di cui ai successivi commi 2 e 4.

2. Per il personale appartenente a qualifica dirigenziale e per il personale appartenente a qualifiche comprese nell'area di inquadramento C del contratto collettivo nazionale di lavoro per il comparto Ministeri o in aree equivalenti dei

contratti collettivi nazionali di lavoro per i comparti di contrattazione riguardanti le altre amministrazioni pubbliche cui si applica il presente regolamento, è richiesto il possesso del diploma di laurea in scienze della comunicazione, del diploma di laurea in relazioni pubbliche e altre lauree con indirizzi assimilabili, ovvero, per i laureati in discipline diverse, del titolo di specializzazione o di perfezionamento post-laurea o di altri titoli post-universitari rilasciati in comunicazione o relazioni pubbliche e materie assimilate da università ed istituti universitari pubblici e privati, ovvero di master in comunicazione conseguito presso la Scuola superiore della pubblica amministrazione e, se di durata almeno equivalente, presso il Foromez, la Scuola superiore della pubblica amministrazione locale e altre scuole pubbliche nonché presso strutture private aventi i requisiti di cui all'allegato B al presente regolamento.

3. Ai fini della individuazione dei titoli di studio per le categorie di personale di cui al comma 2, è comunque fatta salva l'applicazione, secondo criteri di equivalenza, delle disposizioni di cui al regolamento in materia di autonomia didattica degli atenei, adottato ai sensi dell'articolo 17, comma 95, della legge 15 maggio 1997, n. 127, con decreto del Ministro dell'università e della ricerca scientifica e tecnologica 3 novembre 1999, n. 509.

4. Nessun requisito specifico è richiesto per il personale diverso da quello di cui al comma 2. Agli uffici per le relazioni con il pubblico non può essere adibito personale appartenente ad aree di inquadramento inferiore alla B del contratto collettivo nazionale di lavoro per il comparto Ministeri o in aree equivalenti dei contratti collettivi nazionali di lavoro per i comparti di contrattazione riguardanti le altre amministrazioni pubbliche cui si applica il presente regolamento.

5. Per l'assegnazione all'ufficio per le relazioni con il pubblico o strutture analoghe, le amministrazioni prevedono, relativamente al personale di cui al comma 4, la frequenza di corsi di formazione teorico-pratici, organizzati, in relazione allo specifico profilo professionale da ricoprire, sulla base dei modelli formativi di cui al successivo articolo 7.

6. Ciascuna amministrazione provvede, nell'esercizio della propria potestà regolamentare, ad adottare atti di organizzazione degli uffici per le relazioni con il pubblico in coerenza con le disposizioni di cui ai precedenti commi.

7. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle procedure concorsuali già avviate alla data di entrata in vigore del presente regolamento. Il personale assunto per effetto delle suddette procedure qualora non in possesso dei requisiti di cui al comma 2, dovrà svolgere il programma formativo di cui al successivo articolo 6.

Art. 3.

Requisiti per lo svolgimento delle attività di informazione

1. L'esercizio delle attività di informazione nell'ambito degli uffici stampa di cui all'articolo 9 della legge 7 giugno 2000, n. 150, è subordinato, oltre al possesso dei titoli culturali previsti dai vigenti ordinamenti e disposizioni contrattuali in materia di accesso agli impieghi nelle pubbliche amministrazioni, al possesso del requisito della iscrizione negli elenchi dei professionisti e dei pubblicisti dell'albo nazionale dei giornalisti di cui all'articolo 26 della legge 3 febbraio 1963, n. 69, per il personale che svolge funzioni di capo ufficio stampa, ad eccezione del personale di cui all'articolo 16 del decreto del Presidente della Repubblica 5 gennaio 1967, n. 18, e successive modificazioni.

2. Il requisito dell'iscrizione all'albo nazionale dei giornalisti è altresì richiesto per il personale che, se l'organizzazione degli uffici lo prevede, coadiuva il capo ufficio stampa nell'esercizio delle funzioni istituzionali, anche nell'intrattenere rapporti diretti con la stampa e, in generale, con i media, ad eccezione del personale di cui all'articolo 16 del decreto del Presidente della Repubblica 5 gennaio 1967, n. 18, e successive modificazioni.

3. Nessun requisito professionale specifico è richiesto per il personale addetto all'ufficio con mansioni non rientranti nelle previsioni di cui ai precedenti commi 1 e 2.

4. Le amministrazioni che hanno istituito un ufficio stampa provvedono, nell'ambito della potestà organizzativa prevista dal proprio ordinamento, ad adottare gli atti di organizzazione dell'ufficio in conformità alle disposizioni di cui ai precedenti commi.

Art. 4.

Cittadini degli Stati membri dell'Unione europea

1. In caso di affidamento a cittadini degli Stati membri dell'Unione europea delle funzioni di comunicazione di cui all'articolo 2 e di informazione di cui all'articolo 3, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 38, commi 2 e 3, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, e successive modificazioni ed integrazioni.

Art. 5.

Soggetti estranei all'amministrazione

1. Il conferimento dell'incarico di responsabile dell'ufficio per le relazioni con il pubblico e di strutture assimilate e di capo ufficio stampa a soggetti estranei alla pubblica amministrazione è subordinato al possesso dei requisiti di cui ai precedenti articoli 2 e 3.

Art. 6.

Norma di prima applicazione

1. In fase di prima applicazione del presente regolamento, le amministrazioni possono confermare l'attribuzione delle funzioni di comunicazione di cui all'articolo 2 e di informazione di cui ai commi 1 e 2 dell'articolo 3 al personale dei ruoli organici che già svolgono tali funzioni. La conferma può essere effettuata anche se il predetto personale è sfornito dei titoli specifici previsti per l'accesso, e, relativamente all'esercizio delle funzioni di informazione, in mancanza del requisito professionale della iscrizione all'albo nazionale dei giornalisti.

2. Le amministrazioni, per la conferma dell'attribuzione delle funzioni già svolte dal personale in servizio, prevedono, sulla base dei modelli individuati dal successivo articolo 7, l'adozione di programmi formativi nei limiti delle proprie disponibilità di bilancio, avvalendosi, secondo le norme vigenti, della collaborazione della Scuola superiore della pubblica amministrazione, della Scuola superiore delle pubblica amministrazione locale, del Formez, degli istituti e delle scuole di formazione esistenti presso le amministrazioni stesse, delle università ed istituti universitari e di altri soggetti pubblici e di società private specializzate nel settore. I programmi annuali della Scuola superiore della

pubblica amministrazione e del Formez sono conseguentemente adeguati per far fronte prioritariamente alle esigenze formative previste dal presente regolamento.

3. Le attività formative del personale in servizio sono portate a compimento dalle amministrazioni entro ventiquattro mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento.

4. E' esonerato dalla partecipazione al programma di formazione di cui al comma 2 il personale in servizio, già in possesso dei requisiti di cui agli articoli 2 e 3 o che ha frequentato corsi di formazione in comunicazione pubblica di durata non inferiore a quelle previste dall'allegato A, lettera A), del presente regolamento, organizzati dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione, dal Formez, dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione locale, da università ed istituti universitari e altre scuole pubbliche nonché strutture private aventi i requisiti di cui all'allegato B al presente regolamento. I moduli formativi, relativi ai contenuti previsti nel percorso didattico di cui all'allegato A, già erogati dalle pubbliche amministrazioni potranno essere computabili sul piano quantitativo ai fini dell'assolvimento degli interventi formativi di cui al successivo articolo 7.

5. Il personale confermato nell'esercizio delle funzioni di comunicazione ed informazione è assegnato ad altre funzioni se non svolge, nel termine di cui al comma 3, il programma formativo previsto in relazione alla tipologia e al livello della funzione svolta presso l'amministrazione di appartenenza.

Art. 7.

Interventi formativi

1. Le strutture pubbliche e private chiamate a svolgere ai sensi dell'articolo 4, comma 2, della legge 7 giugno 2000, n. 150, l'attività di formazione ed aggiornamento per il personale già in servizio presso gli uffici che si occupano di comunicazione ed informazione, definiscono i programmi formativi secondo quanto previsto nell'allegato A che costituisce parte integrante del presente regolamento.

Art. 8.

Strutture private abilitate alle attività di formazione

1. Per le attività di formazione di cui all'articolo 6 le amministrazioni possono avvalersi, oltre che delle strutture pubbliche della formazione individuate all'articolo 4 della legge 7 giugno 2000, n. 150, anche di strutture private con specifica esperienza e specializzazione nel settore.

2. Le strutture private di cui al comma 1, sono ammesse alla selezione per lo svolgimento delle attività di formazione di cui all'articolo 6 previa verifica da parte delle singole amministrazioni della sussistenza dei requisiti minimi individuati nell'allegato B che costituisce parte integrante del presente regolamento. Il presente decreto, munito del sigillo dello Stato, sarà inserito nella Raccolta ufficiale degli atti normativi della Repubblica italiana. E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarlo e di farlo osservare.

Allegato A

(articolo 7, comma 1)

CRITERI, MODALITA' E CONTENUTI DEGLI INTERVENTI FORMATIVI

A) Durata dei corsi e degli altri interventi di comunicazione e aggiornamento.

Per i responsabili degli uffici per le relazioni con il pubblico e strutture assimilate e per i capi uffici stampa gli interventi formativi devono avere una durata minima di novanta ore per il personale che alla data di entrata in vigore del presente regolamento svolga l'attività di comunicazione od informazione da almeno due anni e di centoventi ore ove il periodo sia inferiore. Per il restante personale degli uffici sopra indicati i corsi devono avere una durata minima di sessanta ore se con anzianità nella funzione di almeno due anni all'entrata in vigore del regolamento e di novanta ore ove il periodo sia inferiore.

B) Modalità.

L'organizzazione e la sequenza dei contenuti devono essere progettate secondo una articolazione modulare nella quale ogni modulo sia caratterizzato da una autoconsistenza tematica e finalizzata a raggiungere obiettivi didattici propri (conoscenze generali e specialistiche, capacità, atteggiamenti e stili professionali).

Tenuto conto delle caratteristiche professionali e di esperienza dei partecipanti alle attività formative, deve essere metodologicamente privilegiato un modello didattico principalmente fondato su:

lezioni sui fondamentali modelli scientifici che sottendono le pratiche comunicative;
laboratori per la sperimentazione di tecnologie e processi innovativi in tema di comunicazione;
incontri spot con testimonianze di eccellenza relativi agli uffici per le relazioni con il pubblico e gli uffici stampa e, più in generale alla comunicazione pubblica e di pubblica utilità.

I corsi per il personale degli uffici per le relazioni con il pubblico e le altre strutture analoghe e degli uffici stampa dovranno avere una parte comune non superiore al trenta per cento del monte orario complessivo sui fondamenti normativi e tematici di comune interesse. Le amministrazioni potranno avvalersi dei pacchetti in autoistruzione predisposti e messi a disposizione dalla Scuola superiore della pubblica amministrazione in collaborazione con il Formez. La fruizione dei contenuti in autoistruzione è considerata utile ai fini del raggiungimento del numero di ore di formazione previsto nelle diverse ipotesi.

I corsi dovranno, inoltre, prevedere approfondimenti differenziati sia in relazione alla specificità delle funzioni di comunicazione ed informazione che in relazione al livello di responsabilità dei destinatari. I corsi si concluderanno con prove finali di profitto.

C) Supporti multimediali e formazione a distanza.

Le attività formative sono svolte con supporti multimediali. Parte dei contenuti individuati alla successiva lettera E) e per un numero di ore non superiore al cinquanta per cento del monte ore complessivo dei singoli programmi formativi, può essere erogata mediante formazione a distanza (F.A.D.). I relativi moduli dovranno essere progettati secondo criteri di coerenza con i moduli di erogazione d'aula e dovranno prevedere test di verifica, valutazione e controllo del percorso di apprendimento del discente.

D) Organizzazione.

I partecipanti ai corsi non devono superare, di norma, il numero di venticinque per assicurare il massimo possibile di interazione. Tutti gli interventi formativi per il personale che già svolge attività di informazione e comunicazione dovranno assicurare, attraverso lezioni, esercitazioni pratiche, case studies, simulazioni anche operative, confronto con testimoni, un'adeguata trattazione delle discipline specifiche della comunicazione e dell'informazione con particolare riferimento all'attività delle istituzioni pubbliche.

La partecipazione ai corsi è obbligatoria.

La frequenza non può essere inferiore all'ottanta per cento del totale delle ore complessive previste al punto A).

La frequenza deve essere attestata dalle strutture di formazione.

E) Contenuti.

Nell'ambito dei corsi devono essere trattati, di norma, i seguenti temi:

tendenza ed evoluzione della comunicazione e dell'informazione istituzionale e di interesse generale;

analisi dei processi di trasformazione dei sistemi amministrativi;

il quadro normativo riguardante l'informazione, la comunicazione pubblica, la stampa, la privacy;

le tecniche e strumenti della comunicazione e dell'informazione, l'utilizzo delle nuove tecnologie e qualità della comunicazione pubblica su Internet;

la predisposizione dei piani annuali di comunicazione e delle campagne di informazione;

il marketing nel sistema pubblico;

la comunicazione interna e la comunicazione organizzativa;
logiche organizzative e strategie comunicative;
le tecniche di relazioni pubbliche;
la comunicazione interpersonale;
i new media;
tecniche di elaborazione dei messaggi e prodotti di comunicazione;
tecniche di valutazione dei progetti e prodotti comunicativi.

Allegato B

(articolo 8, comma 2)

REQUISITI PER LA SELEZIONE DELLE STRUTTURE PRIVATE ABILITATE ALLE ATTIVITA' DI FORMAZIONE.

- A) Adozione, nella pianificazione esecutiva della formazione che si intende erogare, dei modelli formativi di cui all'allegato A previsto dall'art. 7 del regolamento.
- B) Comprovata esperienza pluriennale accumulata nel campo della formazione in generale, di cui per almeno un biennio nel campo della formazione del personale di pubbliche amministrazioni.
- C) Documentata competenza nello specifico settore della comunicazione e delle pubbliche relazioni.
- D) Livello professionale dei formatori che devono essere di accertata competenza ed esperienza (docenza universitaria in discipline relative alla comunicazione e pubbliche relazioni e docenza universitaria relativa alle discipline amministrative, iscrizioni ad albi ed associazioni professionali relativi alla comunicazione, all'informazione e relazioni pubbliche da almeno tre anni, funzioni dirigenziali in strutture pubbliche e private in settori relativi alla progettazione organizzativa ed alla gestione dei sistemi di informazione/comunicazione, altre analoghe e qualificate figure professionali).
- E) Valutazione continua delle attività formative, sia attraverso strumenti di autovalutazione, sia attraverso strumenti di valutazione di impatto dell'intervento formativo dopo il ritorno dei partecipanti nelle rispettive amministrazioni.
- F) Capacità logistiche e stabilità economica e finanziaria.
- G) Ricorso alle tecnologie della comunicazione e dell'informazione e disponibilità di sale multimediali attrezzate.