



Le città cambiano e cresce l'importanza di avere una Pubblica Amministrazione più efficiente. La Legge n.56 " Disposizioni sulle città metropolitane, sulle province, sulle unioni e fusioni di comuni", sta dando una svolta alla nuova geografia istituzionale. Le dieci grandi città interessate dalla Riforma, insieme alle altre quattro situate nelle regioni a statuto speciale, sono chiamate a trasformarsi rapidamente e essere pronte a cogliere sfide complesse e opportunità insite in questo cambiamento. La nuova legge ridisegna, su proposta del Governo, confini e competenze dell'amministrazione locale in attesa della riforma del titolo V della Costituzione. Le Province diventano "enti territoriali di area vasta" e dal 2015 nascono 10 Città metropolitane. L'importanza della comunicazione e del percepito strategico nel percorso di Riforma della PA. L'analisi di Fabiana Callai.

Ad una prima analisi del contesto esterno emerge che, molti attori provenienti dal mondo economico, dal welfare e dalla cultura, evidenziano la necessità di ripensare in modo collettivo sull'importanza di avere una Pubblica Amministrazione al passo con i tempi.

Una Pubblica Amministrazione più efficiente e snella, capace di contribuire con efficacia ai processi di innovazione nella fornitura dei servizi di qualità a cittadini e imprese, capace di promuovere le riforme, e soprattutto **capace di comunicare**.

È fondamentale infatti che i cambiamenti a cui andranno [indian girl nude selfie](#) incontro i cittadini, le imprese e la PA siano la sintesi motivata del percorso di ascolto finalizzato alla riforma, siano

percepiti e comunicati. Confrontarsi infatti con i vari attori della PA, locali e istituzionali, li rende soggetti attivi e partecipi del cambiamento

In ogni caso, affinché una trasformazione possa realmente realizzarsi è necessaria una strategia chiara e, una forte partecipazione e motivazione dei soggetti coinvolti percorso di riforma che essendo comunque un cambiamento, comporta una modifica non solo istituzionale ma anche strutturale.

Modifica o perdita di status acquisiti, paragonabili dalla moderna psicologia sociale ai lutti per la perdita di qualcosa o qualcuno. L'elaborazione del lutto e quindi, la metabolizzazione del percorso insito nel cambiamento richiede un'attenzione particolare rivolta agli stadi operativi del processo. Il soggetto, istituzione, organizzazione deve sentirsi partecipe di un

percorso pianificato di cambiamento attraverso l'**ascolto interno** per quanto riguarda le organizzazioni, regioni, PA, o/ e

ascolto esterno

, importante per il percepito nel territorio che, collabora e non ostacola il percorso di riforma.

Da un'analisi macro e micro di case history di successo e di percorsi di riforma in corso nelle PA a seguito dell'approvazione della L.56 / 2014, emerge chiaramente una **mancanza di strategia e obiettivi definiti e di comunicazione**

, gestione da parte dei Dirigenti/Manager degli equilibri interni, incapacità di motivare anche attraverso percorsi di coaching relazionale i dipendenti. Le motivazioni insite alla base di qualunque cambiamento inteso anche come processo di riforma obbligatorio delle PA devono essere comunicate e, solo attraverso l'orientamento delle percezioni raggiungono con successo l'obiettivo prefissato dal Management, obiettivi che, comunicati e motivati raggiungono il percepito strategico ponendo quindi, il percorso di riforma come una situazione utile per chi la vive ed non è costretto a subirla passivamente.

Da sempre si usano impropriamente le parole come comunicazione e relazioni pubbliche, senza effettivamente conoscere le potenzialità insite in questi strumenti difficili da guidare se non si è effettivamente dei professionisti di Relazioni pubbliche. L'esempio che mi viene spontaneo è quello di chi possiede una Ferrari ma, non sa guidarla nel senso che non ha la preparazione tecnica per farla raggiungere all'automobile performance elevate. Il "**sistema Regione**"

così come voluto dal legislatore funzionerà solo se funzionerà a "

sistema

" attraverso l'utilizzo degli strumenti propri delle Relazioni Pubbliche e della Comunicazione.