



Se appartenessi alla schiera (fortunatamente sempre più esigua) di coloro che ascrivono alle proprie capacità comunicative anche un temporale, potrei cavarmela dicendo che il successo della dodicesima edizione di COM-PA, il Salone Europeo della Comunicazione Pubblica, dei Servizi al Cittadino e alle Imprese è il risultato di una strategia comunicativa vincente. Naturalmente la questione è più complessa e le origini di questo successo stanno e sono la conferma di ciò che COM-PA ha sempre voluto rappresentare. Il Salone della Comunicazione, sin dalla sua prima edizione, non ha inteso essere la fiera della pubblica amministrazione che già esiste, si chiama Forum PA, ed è fatta con grande professionalità. COM-PA è stato pensato ed è cresciuto come uno spazio aperto e libero al confronto di idee e voci diverse, un punto di incontro tra Enti e Aziende, un osservatorio privilegiato sull'innovazione e le tecnologie legate alla comunicazione e ai servizi pubblici. Per fare questo, COM-PA non ha rivendicato né rivendica appartenenze, non ha cercato scorciatoie, non ha praticato nessuna forma di "captatio benevolentiae". Si è invece proposto come una occasione a disposizione di tutti per vedere, conoscere, progettare. Un Salone dove nessuno riceverà mai pressioni per "doverci" essere ma al quale molti vogliono partecipare. Un luogo dove tutti sono protagonisti e nessuno è considerato un semplice nome da aggiungere al catalogo espositori. Se non si capisce tutto questo allora è anche inutile imitare la rassegna di Bologna come troppo spesso accade. Anche se adesso l'imitazione la si chiama, più nobilmente, "competition". Il successo di COM-PA 2005, quindi, sta nella sua capacità di sapersi rinnovare anno dopo anno, di garantire rilevanti contenuti ai propri convegni ed un'alta qualità al settore espositivo. Un successo che anche i numeri evidenziano ma che non lo spiegano completamente. Il 2005 è stato un anno non facile per la pubblica amministrazione alle prese con un riflusso in alcuni punti essenziali del processo di innovazione e pressata dagli annunci di una Finanziaria destinata a colpire con eccessivo rigore le autonomie locali e le Regioni. Eppure COM-PA ha registrato 300 espositori, 145 convegni, 9 incontri nazionali, 721 relatori, 550 giornalisti, 9 eventi speciali e 28.100 visitatori. Questi numeri ci dicono che le Amministrazioni, le dirigenze, i dipendenti pubblici e la gente che vuole burocrazie efficienti e servizi pubblici di

## COM-PA 2005: un successo di molti.

Di Alessandro Rovinetti

Giovedì 15 Dicembre 2005 17:21

---

qualità non si sono rassegnate. Anziché nascondersi dietro al comodo paravento dei tagli di una Finanziaria che, tra le altre cose, doveva ancora essere legge e che comunque avrebbe ridotto le spese in comunicazione rispetto al 2004, senza toccare l'anno in corso, hanno testimoniato, con la propria presenza, la volontà di esserci. Di non rinunciare a far sentire la propria voce. Di voler proseguire il cammino avviato senza retrocedere di un passo dal terreno conquistato in questi anni in materia di comunicazione e servizi al cittadino. Una simile volontà è la stessa che mantiene viva una rassegna che non ha eguali in tutta Europa e che, quest'anno, ha registrato numerosi visitatori stranieri. Il successo di COM-PA non è dunque dovuto ad un'abile pianificazione dei media (che pure c'è stata), né ad uno slogan fortunato, né ad un efficace esercizio di marketing. Il successo è la somma del nostro lavoro e dell'impegno degli espositori e dei visitatori. Di coloro, cioè, che hanno voluto riaffermare, con la propria presenza, una comune volontà di restare saldamente nel solco degli innovatori della pubblica amministrazione. Tutto questo lo abbiamo registrato con grande soddisfazione e, con rinnovato ottimismo, ci apprestiamo a porre mano a COM-PA 2006. Ci saranno altre Finanziarie, ci saranno altri bilanci preventivi e ragioni più o meno condivisibili per ridurre le spese, anche se prima mi auguro si deciderà di eliminare gli sprechi. Ma ci saranno sempre più Amministrazioni per le quali la comunicazione non rappresenterà né un lusso né una spesa ma un modo di governare e un investimento per far crescere comunità più attive e partecipi. Anche per questo ci sarà sempre COM-PA.