



REGOLAMENTO DI ORGANIZZAZIONE DELL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (Legge 7 giugno 2000, n. 150, articolo 8 comma 2)

Sommario

CAPO I - Principi Generali	2
Art. 1 - Definizione e principi generali	2
Art. 2 - Oggetto del Regolamento e disciplina.....	2
Art. 3 - Ambito di applicazione	2
CAPO II - Comunicazione pubblica e istituzionale.....	3
Art. 4 - Ruolo dell'Ufficio delle Relazioni con il Pubblico	3
Art. 5 - Finalità e funzioni dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico.....	3
Art. 6 - Forme strumenti e prodotti.....	4
Art. 7 - Comunicazione interna	4
Art. 8 - Internet e Intranet	4
Art. 9 - Coordinamento delle strutture di comunicazione.....	5
Art. 10 - Programma annuale di comunicazione	5
Art. 11 - Ascolto e valutazione della qualità dei servizi.....	5
Art. 12 - Sviluppo organizzativo	6
Art. 13 - Rapporto con altri enti e amministrazioni	6
Art. 14 - Collocazione funzionale	6
Art. 15 - Organizzazione.....	7
CAPO III - Risorse umane.....	7
Art. 16 - Personale assegnato all'Urp	7
Art. 17 - Formazione professionale.....	8
Art. 18 - Orario di lavoro	8
Art. 19 - Norma transitoria e finale.....	8

CAPO I - Principi Generali

Art. 1 - Definizione e principi generali

La Camera di Commercio di Bergamo considera l'informazione e la comunicazione indispensabili per lo svolgimento dell'attività amministrativa e per l'effettiva partecipazione di imprese, associazioni economiche di categoria e cittadini allo sviluppo e al benessere economico sociale e civile del territorio.

La Camera di Commercio di Bergamo, nel perseguire obiettivi di trasparenza, efficacia, efficienza e qualità dei servizi erogati:

- a) sostiene e sviluppa le attività di informazione e di comunicazione verso imprese e associazioni economiche, cittadini singoli e associati;
- b) assicura l'esercizio del diritto di informazione ed accesso agli atti in conformità alle leggi vigenti, attenendosi contestualmente ai principi sulla tutela della riservatezza di cui alla normativa attuale;
- c) promuove la piena utilizzazione dei servizi offerti anche mediante l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative e l'informazione su strutture e compiti dell'ente;
- d) attua la verifica della qualità dei servizi e del loro gradimento anche mediante l'ascolto degli utenti.

Art. 2 - Oggetto del Regolamento e disciplina

In attuazione a quanto sopra disposto, nel rispetto delle leggi attuali e dello statuto dell'Ente, il presente regolamento disciplina l'organizzazione e il funzionamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico (Urp), secondo quanto disposto dalla legge 150 del 7/6/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", del relativo regolamento di attuazione, D.P.R. n. 422 del 21/9/2001, e della direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 7/2/2002.

Art. 3 - Ambito di applicazione

Il presente regolamento ha lo scopo di normare e ridefinire compiti, obiettivi professionali e organizzazione dell'Urp quale ufficio preposto all'insieme dell'attività di comunicazione verso gli utenti e quella all'interno dell'ente.

Le norme del presente regolamento si integrano con le altre disposizioni statutarie e regolamentari già esistenti: "Regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi della Camera di Commercio di Bergamo", Sistema Qualità e "Regolamento sul procedimento amministrativo e sull'accesso agli atti e ai documenti amministrativi di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni e integrazioni".

Ai sensi del presente regolamento si considerano utenti tutti coloro che, in varia misura e modalità, utilizzano i servizi camerali, compresi quelli offerti dall'azienda speciale dell'ente camerale.

CAPO II - Comunicazione pubblica e istituzionale

Art. 4 - Ruolo dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'Urp svolge un ruolo centrale in materia di comunicazione pubblica e istituzionale dell'ente camerale, in attuazione dei principi di cui all'art. 1, al fine di concorrere a indirizzare l'attività pubblica, dagli adempimenti formali ai risultati sostanziali, e di garantire a ogni utente il **diritto ad essere informato**. In tal senso, l'Ufficio svolge un ruolo di coordinamento e di gestione delle informazioni volto ad assicurare l'omogeneità e l'uniformità delle stesse e a renderle disponibili al pubblico, in modo chiaro e accessibile a tutti.

L'Ente camerale, attraverso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, sviluppa le relazioni con le persone e le imprese, potenzia e armonizza i flussi di informazioni tra gli uffici dell'ente e concorre ad affermare il **diritto degli utenti a un'efficace comunicazione**¹.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in quanto strategico nei processi di comunicazione interna ed esterna, svolge un ruolo:

- a. **informativo**, mediante un'attività di informazione, consulenza, orientamento e assistenza agli utenti;
- b. **di servizio**, con diretta produzione di servizi;
- c. **propositivo**, per l'organizzazione e la progettazione di nuovi servizi di comunicazione pubblica;
- d. **di integrazione** tra le attività di comunicazione esterna e interna;
- e. **conoscitivo**, mediante la rilevazione di nuovi bisogni e delle attese da parte degli utenti;
- f. **promozionale** dei servizi dell'Ente;
- g. **di mediazione** tra cittadini e pubblica amministrazione;
- h. **formativo** attraverso iniziative rivolte a studenti, stagisti, cittadini in generale.

Art. 5 - Finalità e funzioni dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'attività di comunicazione - affidata agli uffici relazioni con il pubblico - secondo la legge 150/2000², è **indirizzata** ai cittadini singoli o associati per garantire la cortesia, l'oggettività e l'imparzialità nei rapporti con il pubblico e per ricercare un miglioramento costante dei servizi; è **finalizzata** a:

1. garantire il servizio all'utenza per l'esercizio dei diritti di informazione, accesso e partecipazione di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni e integrazioni;
2. agevolare l'utilizzo dei servizi offerti ai cittadini anche attraverso l'attuazione delle disposizioni normative e amministrative e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni medesime;
3. promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica e coordinare le reti civiche;
4. 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;
5. garantire la reciproca informazione fra Urp e le altre strutture dell'amministrazione, e con gli Urp delle varie amministrazioni;
6. attivare ricerche e analisi per la formulazione di proposte sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza;
7. promuovere accordi di collaborazione tra ente camerale ed enti pubblici e privati, per la sperimentazione di nuove sinergie, nel quale poter integrare le rispettive attività sviluppate con l'utilizzo di risorse qualificate e strumenti adeguati.

¹ Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002.

² Art. 8 Legge 150/2000 – Uffici per le relazioni con il pubblico, comma 2: compiti e riorganizzazione – criteri.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, che ha come priorità i rapporti con il pubblico, adotta le misure necessarie alla piena applicazione del codice di comportamento dei dipendenti delle pubbliche amministrazioni.

L'Ufficio è responsabile del programma di decentramento dei servizi di comunicazioni, che viene attuato mediante la progettazione, la realizzazione e il coordinamento di punti informativi territoriali nelle diverse connotazioni di sportelli unici per le imprese, sportello integrato dell'informazione, uffici distaccati ecc.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico coordina e finalizza le informazioni, nonché progetta e attua iniziative di comunicazione di pubblica utilità volte ad assicurare, attraverso opportuni strumenti, la conoscenza di normative, servizi e strutture.

L'ufficio, oltre a generare proprie informazioni, ha la funzione di selezionare, filtrare, organizzare e finalizzare le informazioni provenienti da altri soggetti, sia interni all'amministrazione che esterni, pertanto collabora con tutti gli uffici dell'Ente e con organismi esterni, sia pubblici che privati.

L'attività di collaborazione assume un rapporto privilegiato con le strutture di cui all'art. 9 (Coordinamento delle strutture di comunicazione).

Art. 6 - Forme strumenti e prodotti³

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

Le attività di informazione e 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.

L'Urp promuove sperimentazioni innovative nel campo I.C.T. (*Information and Communication Technology*) volte a migliorare i servizi ai cittadini e alle imprese, a favorire l'interazione tra l'ente camerale e pubblico, a realizzare l'integrazione tra i servizi delle diverse amministrazioni⁴.

Art. 7 - Comunicazione interna⁵

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, per garantire un'efficiente comunicazione esterna e perseguire obiettivi di miglioramento della qualità dei servizi, opera in modo trasversale ad ogni area di competenza, attivando processi di comunicazione interna. Tutti gli Uffici dell'ente assicurano un costante flusso informativo, nonché interventi tempestivi in caso di segnalazioni di disservizi da parte degli utenti. Ogni ufficio, tramite il proprio referente, comunica rapidamente all'Urp atti e documenti che consentano sollecite ed esaurienti risposte alle richieste dei cittadini, entro un tempo ragionevole predeterminato.

Le procedure di comunicazione interna ed esterna sono codificate nelle procedure e pratiche operative del sistema di qualità dell'ente. Il servizio di comunicazione interna è basato sulla posta elettronica, sull'intranet camerale e sul sito internet, nonché attraverso la rassegna stampa quotidiana.

Art. 8 - Internet e Intranet

Nello svolgimento delle attività di comunicazione e informazione, così come nella costruzione degli assetti organizzativi delle proprie strutture, la Camera di Commercio considera centrali e decisivi gli strumenti interattivi della comunicazione *on line* (Internet-intranet) e sviluppa modalità interattive di comunicazione interna e interistituzionale nei confronti dei cittadini.

³ Art. 2 Legge n. 150/2000 – *Forme, strumenti e prodotti*.

⁴ *Piano di Azione e-government e Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni* della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002

⁵ *Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni* della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico svolge la funzione di relazione verso l'esterno anche attraverso la partecipazione alla redazione e al costante aggiornamento delle iniziative di comunicazione tramite il sito internet dell'Ente e può partecipare ai progetti di realizzazione di reti civiche.

Art. 9 - Coordinamento delle strutture di comunicazione

Comunicazione pubblica esterna e interna rappresentano momenti differenti della stessa funzione di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni e, pertanto, richiedono strumenti e forme di raccordo che valorizzino, con efficacia, le interazioni e le sinergie.⁶ All'Ufficio Relazioni con il Pubblico è affidato l'incarico di supportare l'Ente camerale nell'attuazione delle norme sulla comunicazione pubblica integrata, allo scopo di realizzare il migliore raccordo operativo tra i segmenti di comunicazione e informazione ai cittadini attivati dalle diverse strutture Ufficio Stampa, Urp e sito Web e di coordinarle, inoltre, con le attività svolte dagli uffici dell'Ente⁷.

Tale coordinamento deve garantire efficacia, trasversalità, programmabilità, razionalità gestionale e soprattutto *influenza nei processi decisionali e nei ritorni organizzativi*. Come previsto dall'art. 3 comma 2 della direttiva del 7 febbraio 2002⁸, viene istituita una struttura di coordinamento, costituita dal responsabile del Servizio della Comunicazione e dal responsabile dell'Urp e Stampa. La struttura di coordinamento ha funzioni di programmazione, indirizzo e raccordo delle attività da realizzare. Resta impegnata la responsabilità del Segretario Generale e dei Dirigenti all'applicazione della legge 150/2000 e del relativo regolamento di esecuzione nonché alla definizione di strutture, risorse e strategie necessarie per:

- progettare e realizzare una comunicazione istituzionale integrata
- procedere a una rinnovata ingegneria dei processi di comunicazione interna e adeguare i flussi di informazione a supporto dell'attività dell'Ufficio Relazioni con il pubblico⁹.

Art. 10 - Obiettivi di Comunicazione

Nell'ambito degli strumenti di programmazione dell'Ente che definiscano gli obiettivi annuali e pluriennali, la Struttura di comunicazione individua progetti e attività per incrementare e rendere efficaci le azioni di comunicazione interna ed esterna sia con strumenti tradizionali che con i new media.

Art. 11 - Ascolto e valutazione della qualità dei servizi

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in quanto "superficie di contatto" dell'Ente camerale con la collettività, attua sistematicamente, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, processi di rilevazione sul grado di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e sull'evoluzione dei bisogni qualitativi e quantitativi. A tal fine analizza anche i risultati di studi, ricerche e sondaggi e utilizza, quale supporto informativo, banche dati automatizzate e Internet.

L'Urp assicura la propria presenza all'interno di comitati del sistema qualità nonché (COQ, Gruppo di Ascolto) e strutture di coordinamento quali il Gruppo di Redazione e il Comitato Editoriale per il sito internet camerale. Viene altresì coinvolto nelle riunioni di servizi in occasione di innovazioni organizzative nell'erogazione dei servizi camerale.

L'attività di ascolto e di valutazione della qualità dei servizi è funzionale anche alla programmazione delle iniziative di comunicazione e di formazione e alla formulazione di proposte di adeguamento organizzativo, procedurale e operativo dell'amministrazione.

⁶ Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002, articolo 2 *Tipologia della comunicazione*, comma 3.

⁷ Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002, articolo 3 *Modalità operative: il coordinamento degli strumenti della comunicazione*.

⁸ 10 Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Funzione Pubblica 7 febbraio 2002, art. 3 *Modalità operative: il coordinamento degli strumenti di comunicazione*, comma 2.

⁹ Direttiva sulle attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni della Presidenza del Consiglio dei Ministri.

La Camera di Commercio, attraverso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, garantisce ai cittadini, singoli o associati, il diritto di segnalare, con ogni mezzo e modalità, eventuali disservizi circa i tempi, le procedure e le modalità di erogazione dei servizi e provvede alla gestione dei reclami secondo quanto riportato nella PRSQ N. 07 *Gestione delle comunicazioni dell'utenza*.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in collaborazione con il Comitato per la Qualità (COQ), il Rappresentante della Direzione per il Sistema di Qualità, i Responsabili di Settore del Sistema Qualità (RSQ) e i Responsabili d'Ufficio (RU), concorre alla verifica della qualità dei servizi e alla determinazione degli standard e dei criteri di erogazione delle prestazioni previsti dal Sistema Qualità¹⁰.

I risultati delle attività di rilevazione del livello di soddisfazione dell'utenza per i servizi erogati e di monitoraggio sulle segnalazioni e sui reclami da parte dei cittadini sono trasmessi periodicamente al Comitato per la Qualità.

Art. 12 - Sviluppo organizzativo

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, sulla base dei risultati delle attività di ricerca e di monitoraggio di cui al precedente art. 11, presenta proposte di adeguamento dell'organizzazione e di semplificazione delle procedure amministrative. In particolare:

- a) promuove ricerche e analisi finalizzate alla formulazione di proposte alla Giunta sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza (marketing sociale);
- b) favorisce interventi mirati alla semplificazione e alla trasparenza dell'attività amministrativa e supporta l'interfunzionalità attraverso idonei progetti e strutture reticolari (punti informativi e di servizio territoriali, rete dei referenti di servizio intra e inter ente);
- c) formula proposte organizzative volte a migliorare i processi interni/esterni di erogazione dei servizi e di comunicazione degli stessi;
- d) progetta nuovi servizi e strumenti per migliorare la comunicazione e le relazioni con i cittadini;
- e) promuove la diffusione, nell'ambito dell'ente camerale, di una cultura della comunicazione e della tutela dei diritti dei cittadini attraverso interventi informativi, formativi e organizzativi;
- f) partecipa alle attività dell'Ufficio del personale nell'elaborazione di programmi formativi per lo sviluppo professionale degli addetti ai servizi di comunicazione.

Contribuisce, in collaborazione con gli altri uffici dell'Ente camerale, ad attivare processi di semplificazione, riorganizzazione e modernizzazione dei servizi.

Art. 13 - Rapporto con altri enti e amministrazioni

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico garantisce la reciproca informazione tra i servizi di comunicazione e le altre strutture operanti nell'ente camerale, nonché tra questi e gli uffici per le relazioni con il Pubblico delle varie amministrazioni.

Inoltre:

- a) promuove la realizzazione di servizi di accesso polifunzionale mediante proposte di sviluppo di iniziative di comunicazione tra enti, amministrazioni dello Stato, associazioni e soggetti privati, da attuarsi anche mediante protocolli d'intesa o convenzioni;
- b) favorisce la collaborazione con Scuole e Università per iniziative formative e stages degli studenti presso le strutture dell'ente camerale.

Art. 14 - Collocazione funzionale

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, in quanto unità organizzativa trasversale a tutta la struttura dell'Ente camerale, con un ruolo strategico nell'ambito della connessione tra comunicazione interna ed esterna, è collocato nell'area dei servizi di staff al Segretario Generale.

¹⁰ PRSQ N. 4 *Monitoraggio e valutazione della qualità del servizio*.

Art. 15 - Organizzazione

L'Urp ottimizza la propria organizzazione interna mediante l'articolazione delle attività in due ambiti di competenza, il back office e il front office, tra loro funzionalmente integrati.

Il **back office** costituisce il laboratorio verso cui si indirizzano i flussi informativi provenienti dalle diversi fonti, pertanto, le attività riguardano prevalentemente la raccolta, il filtro, il trattamento e l'aggiornamento delle informazioni, la gestione delle banche dati di competenza, la progettazione e la realizzazione di interventi di comunicazione, la gestione giuridico amministrativa dei rapporti interni ed esterni la struttura, nonché il coordinamento della rete dei referenti di ogni uffici intra e inter ente.

Viene individuato presso ciascun ufficio dell'Ente camerale un referente per la comunicazione e informazione agli utenti, quale struttura trasversale di back office facente capo all'Urp.

Il **front office** gestisce l'area di contatto con l'utenza ed è il luogo di massima visibilità dell'Ente e di mediazione della sua immagine, nonché l'ambito principale di interpretazione dei nuovi bisogni e delle esigenze dei cittadini. Le attività del front office sono rivolte ai cittadini per fornire informazioni e servizi, agevolare l'utilizzo delle strutture e degli strumenti di comunicazione (banche dati, internet ecc.) per migliorare la comprensione della normativa, per monitorare la qualità dei servizi e il livello di soddisfazione dell'utente.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico è dotato di spazi e strumentazioni adeguate a consentire sia le attività che richiedono la comunicazione, diretta o telefonica, con il pubblico, che il contemporaneo svolgimento dei compiti e delle funzioni di supporto alle informazioni, all'effettivo esercizio dei diritti di accesso e di partecipazione nonché alla progettazione e alla realizzazione di iniziative di ricerca, e sviluppo telematico delle informazioni.

CAPO III - Risorse umane

Negli Uffici Relazioni con il Pubblico l'individuazione e la regolamentazione dei profili professionali sono affidate alla contrattazione collettiva¹¹, i cui esiti verranno successivamente recepiti dal presente regolamento.

Art. 16 - Personale assegnato all'Urp

Il Comunicatore pubblico è il responsabile dell'organizzazione dell'Urp e dirigerà le strutture di comunicazione. L'esercizio di tale attività è subordinata ai requisiti ex art. 2, comma 2 del D.P.R. 442/2001¹².

L'ufficio Relazioni con il Pubblico viene dotato di personale con competenze e *know how* di tipo tecnico e altamente specialistico nel campo della comunicazione pubblica e istituzionale.

Detto personale deve essere numericamente adeguato per consentire un'ottimale gestione sia delle attività di front office che di back office, oltre che a garantire un servizio con orari adeguati alle esigenze del pubblico. L'esercizio di tale attività è subordinata ai requisiti ex art. 2, comma 4 del regolamento di attuazione¹³.

Il personale, in quanto risorsa strategica per il funzionamento di questo tipo di strutture, deve possedere una forte motivazione, adeguate conoscenze di base, nonché particolari attitudini personali alla comunicazione.

¹¹ Legge 150/2000, articolo 8 *Ufficio Relazioni con il Pubblico*, comma 3.

¹² 16 Art. 2, comma 2 D.P.R. 21/9/01 N. 422.- *Requisiti per lo svolgimento delle attività di comunicazione* "... 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 pubblici e privati, ovvero di master in comunicazione

¹³ Art. 2, comma 2 D.P.R. 21/9/01 N. 422.- *Requisiti per lo svolgimento delle attività di comunicazione* "... agli uffici relazioni con il pubblico non può essere adibito personale appartenente ad aree di inquadramento inferiore alla B del CCNL per il comparto Ministero.

Per conoscenze di base si intende la conoscenza complessiva dell'Ente e della sua organizzazione, una cognizione di base in materia giuridica, la capacità di utilizzare strumentazioni informatiche e telematiche, la conoscenza di almeno una lingua straniera (inglese/francese).

Per attitudini personali si intende:

- a) attitudine alla comunicazione sia esterna, verso i cittadini, che interna, con tutta la struttura (asertività, ascolto, gestione dei conflitti)
- b) attitudine a lavorare in *team* (condivisione delle conoscenze, lavoro di gruppo, capacità di critica e di autocritica)
- c) capacità relazionale (nei rapporti con il pubblico e con i colleghi dell'*office*)
- d) capacità di *problem solving*
- e) capacità organizzative
- f) capacità propositive
- g) flessibilità operativa
- h) apertura alle innovazioni

I criteri di selezione del personale da attribuire all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, sia che la selezione avvenga per concorso o per progressione interna, devono tenere conto degli aspetti di cui ai precedenti commi 1, 2 e 3. Tali aspetti devono essere considerati anche nella attribuzione del personale mediante mobilità interna.

Il personale dovrà, in ogni caso, essere inquadrato a seconda della complessità della struttura individuata nel regolamento di organizzazione dell'ente secondo quanto previsto dall'art. 2 co. 4 del D.P.R. 422/2001.

Art. 17 - Formazione professionale

Per l'assegnazione all'Ufficio Relazioni con il Pubblico del personale già in servizio all'entrata in vigore del regolamento di attuazione, la Camera di Commercio, prevede la frequenza dei corsi di formazione teorico-pratici, organizzati in relazione allo specifico profilo professionale da ricoprire, sulla base dei modelli formativi di cui all'articolo 7 del regolamento di attuazione¹⁴ (ex articolo 5 della legge 150/2000).

La legge 150/2000 e successivo regolamento di attuazione indicano nei percorsi formativi lo strumento per la valorizzazione delle professionalità presenti nelle strutture di comunicazione.

Al personale confermato nell'esercizio delle funzioni di comunicazione, attraverso una continua attività di formazione e aggiornamento, viene assicurato lo sviluppo delle conoscenze e delle capacità professionali idonee all'esercizio delle attività che è chiamato a svolgere.

Tutti gli addetti all'Urp sono tenuti a partecipare ai corsi di formazione e di specializzazione. I corsi di formazione e di specializzazione possono essere individuati, in deroga alla procedura PRSQ N. 10 punto 4, anche oltre il mese di gennaio di ogni anno, qualora lo richiedano esigenze contingenti.

Art. 18 - Orario di lavoro

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico garantisce un adeguato orario di apertura al pubblico, possibilmente coincidente con quello degli uffici che hanno un maggior afflusso di pubblico.

Art. 19 - Norma transitoria e finale

È abrogata ogni disposizione contenuta in regolamenti camerali in contrasto con quelle del presente regolamento.

¹⁴ 18 D.P.R. 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 disciplinate dagli interventi formativi*. Pubblicato su G.U. n. 282 del 4/12/2001, in vigore dal 19/12/2001.