

Dal mondo

Ue: la comunicazione istituzionale tra metodologia e ottimizzazione

22 Dicembre 2010

È l'argomento al centro della sessione autunnale del club di Venezia che vede protagonisti Stati e istituzioni



Valutare e comparare gli argomenti e le metodologie di maggiore interesse pianificando campagne d'informazione pubblica. Questa la mission che ha motivato, sin dall'anno della sua costituzione (2007), il Club di Venezia. Il Club, che è giunto al suo 25° anno di vita, è un'occasione importante di collaborazione e scambio di best practice tra addetti ai lavori.

Il dibattito di questo ultimo scorcio di anno si è soffermato su giornalismo e nuovi media mentre l'approfondimento è stato dedicato al ruolo della statistica nella comunicazione istituzionale. L'incisività delle pratiche di buona comunicazione e dello scambio tra addetti ai lavori in ambito internazionale consolida la credibilità sociale e trova conforto nei dati statistici rilevati.

Gli argomenti al centro dell'attenzione

Le tematiche di comunicazione istituzionale che hanno attratto maggiormente in questi ultimi anni l'interesse dei referenti sono quelle relative all'allargamento, alle elezioni per il Parlamento europeo ma non meno significativo è l'interesse polarizzato su altri argomenti come la sicurezza stradale, l'inclusione sociale e la fiscalità. Proprio la caleidoscopica trasformazione del tessuto sociale dell'Ue rende visibili in tutta la loro criticità situazioni di grande peso per la governance, tenuta a elaborare nel breve e medio termine strategie ottimali per fare fronte alla crisi, alla crescita e alla tenuta del sistema Europa.

Le origini dell'iniziativa

Nato come istituzione informale il Club si propone, in buona sostanza, come collettore delle iniziative di collaborazione e scambio di best practice provenienti dagli addetti al delicato settore della comunicazione. Negli ultimi anni le sedute hanno consentito di valutare e comparare gli argomenti e le metodologie di maggiore interesse pianificando le campagne d'informazione pubblica.

Metodologie e *best practice*

Quali metodologie adottare per ottimizzare la comunicazione istituzionale in ambito comunitario? È l'interrogativo che ha motivato sin dalla sua costituzione il Club di Venezia e che costituisce il tema portante del tavolo di lavoro permanente, scandito in due sessioni annuali. Dal 2007 l'appuntamento ha visto il coinvolgimento dei responsabili della comunicazione istituzionale degli Stati dell'Unione europea (membri e candidati) e delle istituzioni comunitarie (Commissione, Parlamento e Consiglio). Le due sessioni annuali si tengono in primavera, solitamente nel Paese che detiene la Presidenza del Consiglio UE, e in autunno a Venezia, dove il Club è stato fondato per iniziativa di Stefano Rolando (il coordinatore è il britannico Mike Granatt).

Le potenzialità della comunicazione

Riflettere sulle potenzialità del sistema mediatico e sull'efficacia della interattività continua ad essere il nodo focale dei lavori condotti dal club di Venezia che si propone come fonte di nuove opportunità in una prospettiva armonizzata e condivisa da tutti gli Stati membri dell'Unione. L'adesione a questa prospettiva ha alimentato la sessione annuale nel capoluogo lagunare dove il confronto sulle potenzialità della comunicazione, alimentata dal fertile mercato della tecnologia, non ha lasciato in disparte la ricaduta dell'informazione nel settore sociale, dove la domanda avanzata dai cittadini è notevole e, come tale, non può essere trascurata da parte di istituzioni e autorità politiche.

La conferenza europea della comunicazione

Quasi a ridosso dei lavori del club di Venezia si è svolta la Conferenza europea della comunicazione nel settore pubblico, la prima in assoluto per questo settore. L'iniziativa è stata promossa a Bruxelles dal Comitato delle Regioni Ue, EuroPCom e dall'esperienza di cooperazione di Spagna, Belgio, Ungheria per una piattaforma di comunicazione comune. A conclusione dei lavori ampio spazio è stato dato ai dati statistici evidenziando che la statistica rappresenta una risorsa della comunicazione istituzionale non meno importante della sondaggistica. In entrambi i casi l'obiettivo è monitorare la percezione dell'affidabilità e della credibilità della comunicazione da parte del pubblico. La prossima sessione plenaria del club è prevista a Varsavia (Polonia) nella primavera del

2011.

di

Antonina Giordano

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/dal-mondo/articolo/ue-comunicazione-istituzionaletra-metodologia-e-ottimizzazione>