

ForumPA 2009
Come cambia il front office della P.A. – 14 maggio

intervento di Sergio Talamo

Dietro Linea Amica non c'è il vuoto. Ci sono almeno vent'anni di lavoro per rendere la comunicazione al cittadino una funzione pubblica, e non un optional o peggio la trincea da riservare ai peggiori, agli impiegati meno reattivi e meno creativi. Dietro Linea Amica c'è il lavoro di enti prestigiosi come quelli oggi qui presenti, il Network, che da soli realizzano circa 220mila contatti al giorno sui 550mila che abbiamo stimato essere la mole complessiva dei contatti giornalieri 'a distanza' della P.A. con il cittadino.

Dietro non c'è il vuoto; il **vuoto c'è davanti**. Nel senso che dobbiamo ancora realizzare un cambio di mentalità epocale, per cui al centro del lavoro della P.A. ci sono due concetti, anzi due obiettivi operativi: **MAGGIORE TRASPARENZA** e **CURA DEI SERVIZI AL CITTADINO**: quindi cortesia, rispetto, impegno. Valori semplici, che riteniamo scontati in una commessa di un negozio, ma che **non ritenevamo scontati nella P.A.**, un pianeta dove persino la gentilezza ha il potere di sorprenderci.

Abbiamo tante volte in questi anni parlato di cultura del risultato. Ma poche volte si è avuto il coraggio, anche solo lessicale, di dire che il risultato non è un numero, non è una slide: è la soddisfazione dell'utente. Nel commercio si dice che "il cliente ha sempre ragione". Noi possiamo dire che **nella P.A. il cliente ha sempre un diritto**: quello alla qualità del servizio. E' **IL CITTADINO È IL NOSTRO CLIENTE FINALE**. La sua soddisfazione (customer satisfaction) è l'indicatore di risultato del nostro lavoro.

Ecco perché dove si fa comunicazione pubblica in modo corretto, cioè intesa come ascolto, dove si facilitano modelli di funzionamento "aziendale" delle p.a., automaticamente **si migliora il back office**. Si adotta un circuito virtuoso per cui la rilevazione sistematica della soddisfazione del cliente induce un riorientamento dell'offerta, e questa a sua volta migliora la percezione del cliente.

E' ciò che è accaduto a Linea Amica. Dopo i primi due mesi, sono calate nettamente le segnalazioni negative ed è aumentata la domanda di servizi e di accompagnamento. **Il cittadino-cliente, in questo, ha antenne molto raffinate: non sbaglia mai**. Così come quando deve comprare un pacco di pasta o un'automobile, o scegliere un negozio. Ha capito che conviene **fare il numero di Linea Amica non per una protesta indistinta ma per fare insieme il cammino verso il risultato finale**.

E abbiamo potuto vedere sul campo la giustezza della nostra scelta: **un front office fatto di giovani quasi sempre laureati e con esperienze concrete nella P.A.** che

hanno saputo mostrare volontà di crescere, di apprendere, anche di sacrificarsi. Un capitale che è risultato sempre prezioso, ma ancora di più per Linea Amica Abruzzo. Un impegno senza limiti di orario né di luogo. Vi assicuro che in questi sabati e in queste domeniche, nei nostri operatori al telefono con i cittadini dell'Aquila il senso del servizio pubblico acquista un senso pieno e tangibile.

Poi c'è il back office. Esperti del Formez, tecnici di alto valore ad esempio nel settore legale, nella contrattualistica o nei servizi sociali, che hanno saputo riconvertire la loro attività. Dallo studio al servizio. Dal power point alla risposta alla signora Maria, cogliendo sempre il significato di un "sapere" che non vale più in astratto ma rispetto a qualcosa e soprattutto *per* qualcuno.

Un cambio di mentalità. **Allo sportello, insomma, ci vanno i migliori**, o comunque dei professionisti specializzati che hanno l'orgoglio di farlo. Le "relazioni pubbliche" non sono più un recinto di convenevoli da sfoggiare in cocktail ma il cuore dell'attività pubblica.

Io ringrazio profondamente i colleghi del Network di Linea Amica, quelli che sono qui e gli altri 400 che hanno aderito in questi mesi. Alle strutture pubbliche che hanno aderito sin dall'inizio ora chiediamo un'altra grande prova: partecipare ad un programma di formazione che abbiamo chiamato "**front office chiavi in mano**". Come vi dirà fra breve l'amico Renato Marega, il modello Linea Amica è replicabile a costi e tempi ridotti. Ciò che "non si compra" è però la mentalità. Vogliamo lavorare insieme per contagiare le amministrazioni italiane in un cambio di marcia e di cultura.

Concludo con una osservazione. Chi parla di "casta" pensa istintivamente alla politica. Ma in democrazia la politica è finalizzata alla gestione amministrativa. Un mezzo di trasporto, un asilo, un ospedale, un corso di formazione "prendono vita" solo quando sono conosciuti dagli utenti, quando "servono" davvero alla loro vita. E non dimentichiamo che per gli utenti non ci sono tante amministrazioni ma **una sola P.A.** E' il nostro lavoro, il nostro dovere. Dobbiamo fare in modo che diventi la nostra passione. Grazie.