

# "Reclutamento"

## **Obiettivi**

L'obiettivo delle selezioni per l'accesso alla categoria diviene veicolo per diffondere e valorizzare l'attività della polizia municipale, migliorare la conoscenza in concreto di quello che svolge. Si potrà favorire la partecipazione alle selezioni da parte di persone maggiormente motivate in quanto consapevoli di cosa li aspetta.

Pubblicizzare i concorsi attraverso modalità già sperimentate in altri contesti anche europei, nonché individuare nuovi strumenti, favorirà la maggiore circolazione delle informazioni e complessivamente potrà accrescere l'orgoglio di fare parte di questa categoria professionale. Occorre superare la fase in cui la notizia del concorso per l'assunzione di agenti di polizia municipale viene solo affissa all'albo pretorio come mero adempimento burocratico. La selezione di nuovi operatori deve essere valorizzato come momento rappresentativo di una opportunità offerta a coloro i quali dimostreranno di essere i più idonei e preparati a lavorare per la comunità. Per un completo sviluppo della linea guida e per agevolare la diffusione dei principi qui trattati, risulta necessario che ogni comando metta a disposizione il materiale divulgativo realizzato a tutti gli altri comandi di polizia municipale della Regione. Sarà inoltre necessario comunicare al Servizio regionale competente in materia di polizia locale, ogni bando di selezione di personale che si andrà a realizzare in conformità con la delibera di Giunta regionale n. 278/2005 e successive modifiche.

## **Azioni preliminari**

Al fine di ottenere una buona riuscita delle attività poste in essere, occorre tenere in considerazione alcuni fattori che potranno agevolare la riuscita delle iniziative o al contrario creare ostacoli.

Risulta quindi utile mettere in atto alcune azioni preliminari che sono così identificate:

- Ø Gli operatori del comando dovranno essere informati delle diverse modalità di divulgazione e sviluppo dei bandi di concorso, delle motivazioni che inducono tali scelte e degli obiettivi che ci si pone;
- Ø Anche la parte politica dell'ente è importante che venga informata e coinvolta, mettendola al corrente degli obiettivi e modalità di sviluppo delle azioni individuate da questa linea guida;
- Ø Tutti coloro i quali sono coinvolti in queste azioni dovranno avere assegnato ufficialmente i compiti individuati, in modo da dedicare sufficiente tempo alla buona riuscita delle iniziative.

## **La promozione del bando**

La promozione del bando vuole individuare i migliori canali di divulgazione delle notizie tenendo bene in evidenza i due obiettivi principali di questa attività e cioè la diffusione della conoscenza del ruolo che svolge oggi la polizia municipale nelle nostre città e quello di attrarre persone motivate e consapevoli rispetto a cosa saranno chiamate a fare con la divisa sulle spalle.

**La linea guida si intende adottata se vengono sviluppate almeno le attività essenziali di seguito elencate tra gli strumenti.**

## **GLI STRUMENTI**

Per dare divulgazione del bando risulta importante darne formale notizia agli organi di informazione (stampa, tv locali, radio, ecc.) attraverso apposito comunicato stampa o conferenza stampa, inoltre gli ulteriori strumenti potenzialmente più efficaci per dare diffusione alla pubblicazione del bando di selezione sono individuati in:

Attività essenziali:

- § individuazione di referenti che coordinano l'attività di promozione del reclutamento;

- § carpetta informativa allegata al bando di concorso;
- § distribuzione di opuscoli informativi;
- § pagine dedicate sul sito web del comando.

Attività opzionali:

- § incontri informativi con operatori del comando che illustrano l'attività in concreto;
- § manifesti da affiggere nella città;
- § gazebo informativi;
- § interventi su emittenti radio locali.

Descrizione delle attività

- *Individuazione di referenti che coordinano l'attività di promozione del reclutamento:* Introducendo nuove modalità di comunicazione risulta utile individuare una figura che si occupi e coordini stabilmente queste attività, anche quando non sono attivi bandi di concorso. Analogamente ai referenti dei vari uffici e materie di competenza in cui è organizzata il funzionamento di un comando, risulta utile prevedere un riferimento certo anche per quest'ambito che non può più essere circoscritto solo a mera attività burocratico amministrativa da realizzarsi in occasione di nuovi concorsi. Il referente al reclutamento dovrà essere individuato tra gli operatori del comando in funzione delle attitudini e capacità a svolgere questo ruolo. Questo soggetto dovrà divenire il raccordo tra tutte le attività ed informazioni relative al reclutamento del personale e tutti coloro che ambiscono a svolgere questo lavoro. Il referente del reclutamento dovrà verificare e sviluppare continuamente le informazioni che il comando diffonde relativamente al ruolo ed all'attività svolta che, possano avere ricadute in tema di reclutamento, quindi curare l'aggiornamento delle pagine dedicate nel sito web dell'ente/comando, predisporre materiale informativo promozionale da utilizzare anche in assenza di concorsi, durante manifestazioni od eventi. La sua attività sarà ulteriormente accentuata quando verranno banditi nuovi concorsi, divenendo il riferimento per tutte le attività informative/promozionali che saranno messe in atto. Sarà il riferimento informativo per tutti coloro che vorranno avere notizie, in ogni tempo, relativamente alle possibilità occupazionali e lavorative offerte dalla polizia municipale di quel comando. Dovrà essere in grado di spiegare il lavoro che si svolge in concreto, le aspettative della cittadinanza e i rapporti con questa, la deontologia professionale richiesta, le difficoltà, le motivazioni e le gratificazioni, gli strumenti e le tecnologie che si utilizzeranno, le responsabilità che accompagneranno questo lavoro. Avrà la possibilità di incontrare le persone interessate presso gli uffici del comando, rilasciare materiale informativo, effettuare brevi visite guidate. L'esistenza di questa figura dovrà essere pubblicizzata così come avviene per i referenti delle altre attività e servizi svolti dal comando, prevedendo un calendario di apertura al pubblico/possibilità di incontro da parte degli interessati.
- *Carpeta informativa allegata al bando di concorso/cover:* Il fine della Cover è riconducibile alla necessità di arricchire il tradizionale bando di accesso al concorso per operatore di polizia municipale al fine di meglio spiegare, in poche pagine, di cosa si tratta concretamente. Si traduce nel realizzare una sorta di copertina che avvolgerà il bando di selezione tradizionale. Si avranno a disposizione 4 facciate su cui inserire i contenuti del bando formale, declinati in una versione pratica ed intuitiva, una spiegazione di quello che attraverso la selezione quell'amministrazione sta cercando. La carpetta informativa allegata al bando dovrà essere sobria, semplice ed arricchita da fotografie e dai simboli della polizia municipale, spiegherà al lettore "cosa sta leggendo", chi è la polizia municipale e quali saranno i servizi che dovrà svolgere dopo l'eventuale assunzione. E' fondamentale

sottolineare che questa attività prima di essere un lavoro è un servizio al cittadino, per cui la cover dovrà trasmettere all'aspirante agente la necessità di farsi alcune domande tipo "Sono in grado di svolgere questo servizio al cittadino?" e ancora "Mi ci vedo in questa situazione? Come reagirei?". La carpetta dovrà raccontare in pochi flash le maggiori caratteristiche e difficoltà del lavoro della polizia municipale in stretta correlazione con il territorio e la sua cittadinanza con lo scopo di stimolare l'interesse di coloro i quali hanno maggiori attitudini ad indossare questa divisa. La cover diverrà parte integrante del bando, sarà realizzata in formato elettronico con la possibilità di stamparla sia da parte dell'amministrazione per la sua eventuale distribuzione sia direttamente dal cittadino reperendola nei canali informativi del web. Stampando o scaricando il bando lo si acquisirà quindi completo della carpetta informativa che lo avvolge. La carpetta informativa potrà essere realizzata seguendo la traccia sotto riportata.

*Prima facciata:* costruita con lo stemma regionale della polizia municipale al centro, sormontato da un rettangolo da compilare a cura dell'ente con i dati specifici del concorso, ad esempio "Bando di assunzione per agenti di polizia municipale a tempo indeterminato cat. C". Al di sotto dello stemma regionale verrà inserita una foto evocativa del ruolo con riportato lo slogan sotto individuato.

*Seconda facciata (parte interna della copertina):* è la pagina dedicata alla "Lettera aperta della PM" dove parlano in prima persona gli operatori di polizia municipale rivolgendosi ai futuri colleghi. In questa lettera sarà brevemente spiegato ai candidati, quali sono le ragioni che devono spingerli a partecipare al concorso e quali quelle che devono farli desistere, i compiti, le funzioni, l'etica professionale, i comportamenti, i doveri, il patto sociale da stabilire con i cittadini.

*Terza facciata (penultima del bando):* è la pagina dove andrà composto un collage di immagini che ritraggano gli operatori durante attività tipiche del ruolo, svolte anche in condizioni difficili arricchite da frasi significative dell'attitudine dei candidati a svolgere quelle azioni, come ad esempio "E tu ti ci vedi in questa situazione?", "Sei pronto a farlo anche tu?".

*Quarta facciata (ultima del bando):* composta sul medesimo stile della facciata di copertina, con frasi finali di saluto, augurio per l'esito della selezione, corredata da immagini di alcuni strumenti/accessori della divisa più conosciuti come paletta, fischiello, berretto, ecc.

- *Opuscoli informativi:* La realizzazione di opuscoli informativi, locandine e piccole brochure servirà come materiale divulgativo relativo alle informazioni concernenti le opportunità lavorative in polizia municipale. Avranno lo scopo di diffondere la conoscenza della figura dell'operatore di polizia municipale e le specifiche competenze. Il lavoro dovrà essere monitorato e coordinato dal referente del reclutamento. Sarà utile valorizzare anche la rete relazionale delle polizie locali andando così a mettere a fattor comune il lavoro analogo svolto da altri comandi. I materiali saranno realizzati ricorrendo all'uso di immagini, frasi o slogan accattivanti in grado di raccontare il lavoro nelle sue varie attività e le caratteristiche di coloro i quali sarebbero idonei a svolgerlo, cercando così di raggiungere "la soglia del ricordo" degli interlocutori a cui ci si rivolge. Occorrerà variare periodicamente il materiale in diffusione in modo da mantenere alta l'attenzione degli interlocutori a cui ci si rivolge limitando conseguentemente i fenomeni di "assuefazione". Gli opuscoli, le locandine e le brochure potranno essere messe in distribuzione presso il comando, uffici comunali, scuole, università, mezzi pubblici e relative fermate, centri commerciali, stazioni ferroviarie, strutture sportive, cinema. Distribuite in occasioni di eventi, manifestazioni, fiere, ed ogni occasione in cui vengono realizzati stand e gazebo informativi. In occasione di avvio di bandi di concorso per il

reclutamento di personale occorre realizzare e distribuire questo materiale almeno 2 mesi prima della scadenza del bando, tuttavia anche in assenza di specifici concorsi, risulta utile promuovere la professione attraverso l'uso di questi supporti.

- *Pagine dedicate sul sito web del comando:* Le pagine internet sono rivolte a tutte le persone che cercano informazioni sui concorsi per accedere alla polizia municipale ed a coloro i quali cercano informazioni sulle attività da questa svolte. Occorre individuare un referente che dovrà aggiornare o fare aggiornare periodicamente le pagine web e che dovrà coordinare le attività da svolgere affinché il Comando di appartenenza si uniformi alle linee guida regionali. Verranno predisposte pagine web pensate con lo specifico scopo di fornire le giuste informazioni in merito ai bandi di concorso per accedere alla polizia municipale e sulle tipologie di lavoro che le persone interessate andranno effettivamente a svolgere. Il sito del comando/ente dovrà dedicare alcune pagine alla presentazione del profilo professionale dell'agente di polizia municipale, alle attività che gli operatori svolgono quotidianamente, alla presentazione dei rendiconti delle attività sviluppate, alle opportunità di carriera ed economiche offerte. Queste aree dovranno essere sempre attive, invece altre pagine dedicate alle informazioni relative ai concorsi che si andranno a bandire, saranno attivate all'occorrenza e verranno segnalate alla Regione per darne divulgazione. Le informazioni verranno veicolate non solo attraverso pagine di testo ma anche con un adeguato utilizzo di strumenti innovativi come video realizzati dagli operatori della categoria ed immagini, interviste in cui gli agenti spiegano il loro lavoro quotidiano.
- *Incontro informativo con operatori del comando che illustrano l'attività in concreto:* Nell'ambito delle attività inerenti i bandi di concorso del personale risulta utile programmare incontri informativi tra i gli interessati ai concorsi ed operatori in servizio presso il comando che intende procedere alle selezioni. Si tratterà di incontri in cui i candidati hanno la possibilità conoscere direttamente dagli operatori in servizio i compiti e le attività che un agente di polizia municipale è chiamato a svolgere quotidianamente. L'iniziativa ha lo scopo di superare le idealizzazioni ed pregiudizi inerenti il ruolo che, altrimenti accompagnerebbero i futuri neo assunti fino al giorno in cui si troverebbero a misurarsi con la realtà dei fatti. Gli incontri verranno organizzati dall'Ente promotore del concorso e saranno svolti preferibilmente nella sede del comando salvo ricorrere ad altri locali in funzione del numero di candidati partecipanti. Le iniziative avverranno con il Comandante accompagnato da alcuni operatori (il numero è correlato alle dimensioni del comando ed al numero dei presunti partecipanti), scelti in base all'esperienza e professionalità maturata ed alle loro capacità espositive. Risulta utile coinvolgere sia operatori di lungo corso che giovani agenti per rappresentare meglio cosa potrà accadere nel percorso lavorativo in polizia municipale. Gli operatori partecipanti all'incontro, saranno adeguatamente preparati a tale scopo e racconteranno concretamente quello che svolgono, cosa accade all'interno del comando di polizia municipale, cosa può accadere durante il servizio esterno e quali sono le aspettative della cittadinanza ed i rapporti che con questa si possono instaurare. Verranno descritti gli strumenti utilizzati, dai più semplici, ai più tecnologicamente complessi, da quelli più banali a quelli più pericolosi e responsabilizzanti. Oltre al racconto guidato gli operatori presenti si sottoporranno alle domande, curiosità ed approfondimenti che la platea potrà avanzare, in modo da svelare il dietro le quinte del lavoro. I partecipanti avranno la possibilità di misurare le proprie aspettative, capacità e attitudini prima di impegnarsi nella partecipazione alla selezione.

- Manifesti da affiggere nella città:* La realizzazione di manifesti in occasione di concorsi sarà realizzata direttamente da operatori del comando o dell'ente di appartenenza, potrà essere sviluppata anche con il supporto di soggetti esterni all'ente. Successivamente si procederà alla stampa degli stessi tramite strutture dell'ente se in grado di realizzare i poster, altrimenti affidandosi a soggetti esterni. I manifesti dovranno essere caratterizzati da immagini che rappresentino il quotidiano lavoro della polizia municipale di quel territorio, senza enfatizzarne il ruolo, ma descrivendone le principali caratteristiche. Le immagini saranno accompagnate dallo slogan riportato nel presente documento e complessivamente il manifesto dovrà attirare l'attenzione e lanciare uno stimolo per il successivo approfondimento delle notizie tramite altri canali. In calce al manifesto saranno riportate le indicazioni utili a spiegare brevemente l'oggetto del bando e i modi per riuscire a reperire tutte le informazioni necessarie per approfondire l'argomento. Questi cartelloni saranno affissi presso le sedi del comando e del Comune, nonché nelle prossimità delle aree identificate come luoghi di aggregazione giovanile quali associazioni, polisportive, centri commerciali, cinema, scuole, ecc. I poster dovranno essere affissi un paio di mesi prima della scadenza del bando, per mettere in condizioni gli interessati di potere approfondire la notizia ed attivarsi utilmente in tal senso. Questo strumento informativo con pochi elementi ed immagini può trasmettere suggestioni e sensazioni in grado rendere chiaro il messaggio sul tipo di lavoro che svolge la polizia municipale e le attitudini che gli aspiranti debbono possedere. Potranno essere utilizzati, periodicamente, anche per il solo scopo di valorizzare la polizia municipale.
- Gazebo informativi / Info Point:* Si tratta di strutture mobili, di facile attrezzabilità, contraddistinte dal simbolo regionale delle tre torri che lo ricollega visivamente ed in maniera immediata, all'istituzione che rappresenta, associata ad immagini/poster che evidenzino l'attività promozionale finalizzata al reclutamento. In questi gazebo verrà distribuito materiale relativo ai bandi e sarà dato supporto informativo diretto da parte del personale coinvolto. L'allestimento dovrebbe essere curato con l'assistenza di professionalità specifiche, anche interne al fine di rendere al meglio, in maniera accattivante ma professionale, l'immagine della polizia locale. Dato lo scopo, è necessaria la presenza sul posto di personale adeguatamente formato, motivato e competente, differenziato per esperienza e gerarchia, da attingere dal gruppo destinato ad occuparsi delle relazioni esterne inerenti al reclutamento. L'attività dovrebbe concentrarsi, con presenze frequenti e differenziate in luoghi strategici del territorio, nei periodi immediatamente precedenti e successivi alla pubblicazione dei bandi, per rendere efficace e funzionale la comunicazione, in presenza di concrete ed immediate prospettive. Alcuni esempi: residenza municipale, luoghi strategici del "centro" cittadino (piazza del mercato/piazze principali dell'abitato), centri sportivi in occasione di manifestazioni di rilievo, sedi istituti scolastici ed università. È opportuno sfruttare alcune scadenze annuali di particolare rilievo per l'attività promozionale dell'immagine più in generale, come in occasione della festa del Corpo, fiere di particolare rilievo, sagre paesane, in occasione di eventi in cui il comando è già presente con un proprio stand, in occasione di iniziative correlate alla sicurezza stradale, ecc.
- Interventi su emittenti radio locali:* Risulterà utile sviluppare questa modalità coinvolgendo in particolare quelle emittenti con cui il comando già svolge o ha svolto collaborazioni, quali rubriche sulla viabilità, sulla normativa del codice della strada, ecc. I messaggi potranno essere sia spot che interventi in rubriche già attive o interventi di varia natura. Per quanto concerne gli spot saranno realizzati da parte dell'emittente con personale e attrezzatura specializzata e saranno di due tipi, uno che

pubblicizza la prossima uscita del bando e l'altro che sarà trasmesso in contemporanea con la vigenza del bando di concorso. In entrambi i casi occorrerà mettere l'accento sulle caratteristiche dal lavoro che si andrà a svolgere quotidianamente senza enfatizzarne il ruolo, ma descrivendo le principali caratteristiche di questo lavoro. Quelli relativi alla prima fase, prima dell'uscita del bando, preannunceranno tale evento descrivendo date e caratteristiche del concorso, requisiti richiesti per parteciparvi mettendo l'accento non solo sui quelli giuridico-formali ma soprattutto su quelli attitudinali e motivazionali. Questi saranno trasmessi nelle due settimane che precedono la pubblicazione del bando. Nella seconda fase saranno realizzati e trasmessi messaggi che evidenzieranno l'opportunità offerta dal concorso e a chi in particolare si rivolge dal punto di vista attitudinale. I messaggi conterranno le indicazioni dove reperire tutti i dati utili all'approfondimento ed alla presentazione delle domande. Con riferimento agli interventi di altra natura, risulterà utile inserire nei vari argomenti trattati la notizia relativa all'uscita del bando di concorso, corredata dalle informazioni essenziali e dalle indicazioni dove potere approfondire l'argomento.

#### LO SLOGAN

Al fine di rendere le informazioni attrattive e per meglio catalizzare l'attenzione delle persone che si imbattono in questi materiali promozionali occorre utilizzare slogan che sappiano con poche parole attirare l'interesse del lettore. Pertanto ogni documento, informazione ed attività promozionale dovrà essere accompagnata dal seguente slogan:

*POLIZIA MUNICIPALE una divisa, una passione, una risorsa per la tua città*

#### ULTERIORI SUGGERIMENTI

##### **La selezione**

##### GLI INDIRIZZI

Relativamente ai bandi occorre tenere in considerazione i seguenti accorgimenti ed indirizzi che mirano a valorizzare l'essenza della vocazione professionale della polizia municipale:

- valorizzare la conoscenza del territorio;
- valorizzare con punteggi titoli formativi specifici già acquisiti tra cui la qualifica regionale di operatore della sicurezza a tutela di beni e persone.

##### LE MATERIE

Circa gli argomenti da trattare durante le prove effettuate nei concorsi oltre alle tradizionali materie di competenza, risulta utile trattare anche questi ulteriori argomenti:

- cultura generale;
- educazione civica ed etica professionale;
- conoscenza del luogo di lavoro dal punto di vista storico / culturale / ambientale / geografico
- elementi di primo soccorso e di antincendio;
- motivazioni a svolgere questo lavoro.

##### **I periodi di prova**

Dopo l'assunzione risulta fondamentale costruire percorsi di inserimento e valutazione dei neoassunti in modo da rendere i periodi di prova effettivamente utili ed efficaci per valutare le persone e non dare per scontato il suo superamento.

Occorrerà quindi:

- affiancare i neoassunti con trainer individuati tra gli operatori del comando che più si prestano a tale ruolo;
- organizzare il periodo di prova con step intermedi in cui si valutano periodicamente i nuovi addetti attraverso l'utilizzo di test e prove simili a quelle effettuate ai concorsi per valutare l'apprendimento.

Tali strumenti permetteranno di disporre alla fine del periodo in questione di elementi oggettivi e documentati per supportare la conferma o la non conferma dei soggetti.

# Promozione della polizia locale



## Reclutamento

“Non chiederti se la tua altezza va bene per questo lavoro, ma chiediti se sei all’*altezza* di questo *lavoro*”



Occorre superare la fase in cui la notizia del **concorso** per l’assunzione di agenti di polizia municipale viene solo affissa all’albo pretorio come mero adempimento burocratico. La **selezione** di nuovi operatori deve essere **valorizzata** come una **opportunità** offerta a coloro i quali dimostreranno di essere i più **idonei e preparati** a lavorare per la comunità. Attraverso il miglioramento della conoscenza del **lavoro concreto** si potrà

favorire la partecipazione alla selezione di persone maggiormente **motivate e consapevoli** di ciò che li aspetta.

Maggiore **motivazione e consapevolezza** sono gli obiettivi di questa linea guida, assieme alla possibilità di diffondere e **valorizzare** l’attività della polizia locale soprattutto verso i ragazzi più giovani che si affacciano sul mondo del lavoro.





**D**are notizia formale dell'emissione del bando di concorso agli organi di informazione (stampa, tv locali, radio, ecc.) attraverso un apposito comunicato stampa o una conferenza stampa. Non solo: soprattutto individuare ulteriori strumenti potenzialmente più efficaci.

**Referenti che coordinano l'attività di promozione del reclutamento.**

Individuare figure che si occupino e coordinino stabilmente le attività di reclutamento del personale

anche quando non sono attivi bandi di concorsi, che siano sempre, in ogni momento, un riferimento certo per quest'ambito, con un'attenzione continuativa alle informazioni che il comando diffonde relativamente al ruolo ed all'attività svolta che possano avere ricadute sul tema. La loro attività sarà accentuata all'uscita di nuovi concorsi, divenendo il riferimento per tutte le attività informative / promozionali per coloro che vorranno avere notizie, in ogni tempo, relativamente alle possibilità occupazionali e lavorative offerte dalla polizia municipale di quel comando.

**Carpetta informativa allegata al bando di concorso / cover.**

Il fine della cover è quello di arricchire il tradizionale bando di concorso per operatore di polizia municipale al fine di meglio spiegare, in poche pagine, di cosa si tratta concretamente, fornendo una spiegazione di quello che, attraverso la selezione, si sta cercando. La carpetta informativa dovrà spiegare al lettore "cosa sta leggendo", chi è la polizia municipale

e quali saranno i servizi che dovrà svolgere dopo l'eventuale assunzione, sottolineando che questa attività, prima di essere un lavoro, è un servizio al cittadino e dovrà raccontare, in pochi flash, le maggiori caratteristiche e difficoltà del lavoro della polizia municipale

in stretta correlazione con il territorio e la sua cittadinanza.

**Opuscoli informativi.**

La realizzazione di opuscoli informativi, locandine e piccole brochure servirà a divulgare con maggiore efficacia le informazioni concernenti le opportunità lavorative in polizia municipale. I materiali saranno realizzati ricorrendo all'uso di immagini, frasi o slogan accattivanti in grado di raccontare il lavoro nelle sue varie attività e le caratteristiche di coloro i quali sarebbero idonei a svolgerlo, cercando così di raggiungere "la soglia del ricordo" degli interlocutori a cui ci si rivolge. Occorrerà variare periodicamente il materiale in diffusione in modo da mantenere alta l'attenzione degli interlocutori a cui ci si rivolge limitando i fenomeni di "assuefazione".

*un'uniforme,  
una professione  
una risorsa  
per la nostra  
comunità.*

**Incontro informativo con alcuni operatori del comando che illustrano l'attività in concreto.**

Nell'ambito delle attività inerenti i bandi di concorso del personale risulta utile programmare incontri informativi tra i gli interessati ai concorsi ed alcuni operatori in servizio presso il comando.

**Manifesti da affiggere nella città.**

La realizzazione di manifesti in occasione di concorsi sarà realizzata direttamente da operatori del comando o dell'ente di appartenenza, potrà essere sviluppata anche con il supporto di soggetti esterni all'ente.

**Gazebo informativi / Info Point.**

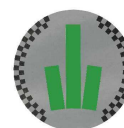
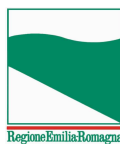
Si tratta di strutture mobili, di facile allestimento, per la promozione del reclutamento, nei quali distribuire materiale relativo ai bandi e dare supporto informativo diretto da parte del personale

**Interventi su emittenti radio locali.**

Risulterà utile sviluppare questa modalità coinvolgendo in particolare quelle emittenti con cui il comando già collabora, ad esempio con rubriche sulla viabilità, sulla normativa del codice della strada, ecc. I messaggi potranno essere sia spot che interventi in rubriche già attive o interventi di varia natura.

**Pagine dedicate sul sito web del comando.**

Le pagine internet sono rivolte a tutte le persone che cercano informazioni sui concorsi per accedere alla polizia municipale ed a coloro i quali cercano informazioni sulle attività da questa svolte.



Regione Emilia-Romagna

Servizio politiche per la sicurezza e la polizia locale  
mail: polizialocale@regione.emilia-romagna.it  
phone: +39 051 5273356

## “Reclutamento”

Sull'esempio di quanto accade in alcuni Paesi stranieri, le selezioni per l'accesso alla PM diviene veicolo per diffondere e far conoscere le attività, migliorando la conoscenza dei servizi offerti da parte dei cittadini. La PA non “offre un posto di lavoro” ma cerca “persone che ne vogliano condividere i valori e lo spirito di servizio”. La linea guida intende andare oltre al semplice bando di concorso pubblicato all'albo pretorio, dando notizia ai cittadini di cosa va a fare chi entra in PM, quali sono i valori che ispirano la professione, gli obiettivi di una pubblica amministrazione moderna ed efficiente.

Le azioni:

- 1 Individuazione di referenti che coordinano l'attività di promozione del reclutamento all'interno delle rispettive strutture di PM. Questo per poter sempre dare una risposta immediata ed efficiente a chiunque abbia bisogno di informazioni in materia;
- 2 Carpetta informativa allegata al bando di concorso/cover: Il fine della “Cover” è riconducibile alla necessità di arricchire il tradizionale bando di accesso al concorso per operatore di PM al fine di meglio spiegare il profilo del candidato ricercato, la tipologia di attività che gli si chiederanno, i valori in cui si immedesima la struttura e che si chiederà al candidato di condividere;
- 3 Opuscoli informativi. La realizzazione di opuscoli informativi, locandine e piccole brochure servirà come materiale divulgativo relativo alle informazioni concernenti le opportunità lavorative in PM, dando altresì conto dell'esistenza di un sistema regionale di polizia locale;
- 4 Pagine dedicate sul sito web del comando. Il sito del comando/ente dovrà dedicare alcune pagine alla presentazione del profilo professionale dell'agente di PM, alle attività che gli operatori svolgono quotidianamente, alla presentazione dei rendiconti delle attività sviluppate, alle opportunità di carriera ed economiche offerte;
- 5 Incontri informativi di aspiranti concorsisti con alcuni operatori del comando che illustrano l'attività in concreto. Si tratta di incontri in cui i candidati hanno la possibilità conoscere, direttamente dagli operatori in servizio e/o comandanti, i compiti e le attività che un agente di PM è chiamato a svolgere quotidianamente;
- 6 Manifesti da affiggere nella città. Viene prevista la possibilità di realizzare manifesti da affiggere negli appositi spazi in occasione dei concorsi per nuove assunzioni;
- 7 Gazebo informativi / Info Point. Si tratta di strutture mobili - di facile attrezzabilità - collocate in zone particolarmente frequentate dai cittadini, in cui verrà distribuito materiale relativo ai bandi e sarà dato supporto informativo diretto da parte del personale coinvolto;
- 8 Interventi su emittenti radio locali. Nel caso in cui il comando già svolga o abbia svolto collaborazioni con emittenti locali, quali rubriche sulla viabilità, sulla normativa del codice della strada, ecc, risulterà utile sviluppare modalità informative tese a dare conto dei bandi di assunzione pubblicati, delle opportunità e dei profili ricercati.