

Istituto Nazionale della Previdenza Sociale

DELIBERAZIONE n. 1

Oggetto: piano della comunicazione

II CONSIGLIO DI INDIRIZZO E VIGILANZA

(seduta del 24 gennaio 2012)

Visto l'art. 3, comma 4 del decreto legislativo 30 giugno 1994 n. 479 modificato dall'art. 17, comma 23 legge 15 maggio 1997 n. 127, riguardante l'ordinamento degli enti pubblici di previdenza e assistenza;

Visto l'art. 4 del D.P.R. n. 366 del 24 settembre 1997 concernente disposizioni per l'organizzazione ed il funzionamento dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

Vista la legge 7 giugno 2000, n. 150, avente ad oggetto la "disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";

Vista la direttiva della Presidenza del Consiglio dei ministri – dipartimento della Funzione pubblica – del 7 febbraio 2002 avente ad oggetto "la attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";

Visto il decreto legislativo n. 150 del 27 ottobre 2009 "attuazione della legge 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività, del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni";

Visto l'art. 6, comma 8, del d. l. 78/2010 convertito nella legge n. 122/2010;

Vista la determinazione presidenziale n. 367 del 5 agosto 2011 avente ad oggetto il Piano delle attività di comunicazione istituzionale dell'INPS 2011-2012 con la quale è stata incaricata la Direzione Generale di predisporre un apposito regolamento sulla base dell'articolo 2, comma 3, della legge n. 150/2000 ;

Vista la delibera n. 50/2011 delle Sezioni riunite in sede di controllo della Corte dei Conti e condividendone l'orientamento;

Vista la Relazione programmatica 2012-2014 approvata con deliberazione n. 15 del 28 luglio 2011;

Vista la deliberazione n. 21 del 23 novembre 2011 di approvazione del Bilancio preventivo per l'anno 2012;

Vista la relazione informativa della Commissione Istituzionale che forma parte integrante della deliberazione,

DELIBERA

- la necessità della predisposizione di un nuovo piano integrato che realizzi gli obiettivi di comunicazione fissati alla luce:
 - sia delle novità legislative intervenute,
 - sia delle disposizioni concernenti il contenimento delle spese,
 - sia dell'interpretazione data dalla delibera n. 50/2011 della Corte dei Contie previa redazione ed adozione dello specifico regolamento di cui all'articolo 2, comma 3, della legge n. 150/2000,
- l'esigenza di provvedere alle necessarie variazioni del bilancio preventivo 2012 nel cui contesto procedere alla ristrutturazione in due distinti capitoli di spesa di cui uno destinato ad accogliere le spese di natura obbligatoria riferite solamente a quelle di pubblicità previste dalla legge e l'altro a prevedere, con apposita specificazione analitica, le spese di natura discrezionale.

Visto:

II Segretario
(M.P. Santopinto)

Visto:

II Presidente
(G. Abbadessa)

**CONSIGLIO DI INDIRIZZO
E VIGILANZA**

Commissione Istituzionale

Informativa

Oggetto: Piano delle attività di comunicazione istituzionale dell'Inps

SOMMARIO	
1. PREMESSA	p. 1
2. LA NORMATIVA DI RIFERIMENTO	p. 1
3. PIANO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE DELL'INPS 2011/2012	P. 3
5. CONCLUSIONI	P. 4

1. Premessa

La Commissione Istituzionale del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza ha convocato il Direttore Centrale Comunicazione per la presentazione del Piano delle attività di comunicazione istituzionale dell'INPS per il biennio 2011-2012, adottato con determinazione del Presidente n. 367 del 5 agosto 2011.

Con la medesima determinazione è stato incaricato il Direttore Generale di predisporre il Regolamento per la diffusione delle modalità e delle forme di comunicazione a carattere pubblicitario previsto dall'art. 2, comma 3, della legge n. 150/2000 e sono state autorizzate, per il biennio 2011-2012, le risorse economiche necessarie alla realizzazione delle iniziative di comunicazione per un importo complessivo di 7.200.000 euro.

2. La normativa di riferimento

La legge n. 150/2000 disciplina le attività d'informazione e comunicazione nelle pubbliche amministrazioni ed attribuisce alle stesse il diritto/dovere di illustrare le attività delle istituzioni ed il loro funzionamento attraverso i mezzi di comunicazione di massa, stampa, audiovisivi e strumenti telematici. Altre finalità della norma sono quelle di:

- favorire la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alla collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- approfondire temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- promuovere la comunicazione interna nell'ambito di ciascun ente;

- favorire l'accesso ai servizi pubblici;
- favorire la semplificazione delle procedure e la modernizzazione degli apparati;
- promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia in Europa e nel mondo.

La Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Funzione Pubblica - del 7 febbraio 2002, concernente l'“Attività di Comunicazione delle Pubbliche amministrazioni” affida alla comunicazione il ruolo di sostenere ed orientare i processi di trasformazione attraverso l'ascolto del “mercato sociale”, come definito nel Piano di Comunicazione, e di costruire identità, conoscenza e condivisione della missione aziendale di ciascuna amministrazione.

La citata Direttiva invita, inoltre, le pubbliche amministrazioni ad individuare, nei propri bilanci, un apposito capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e l'informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.

Con il Decreto Legislativo n. 150 del 27 ottobre 2009 si introducono indicazioni sulle modalità e gli strumenti di comunicazione a garanzia della trasparenza delle informazioni, con particolare riferimento alle misurazioni e valutazioni della performance delle pubbliche amministrazioni e sulla rendicontazione dei risultati conseguiti agli organi di indirizzo politico amministrativo, ai vertici delle pubbliche amministrazioni, ai competenti organi esterni, ai cittadini ed a tutti i soggetti interessati destinatari dei servizi.

Il Decreto Legislativo n. 150/2009 ha inoltre lo scopo di favorire lo sviluppo quali - quantitativo delle relazioni con i cittadini e con tutti i soggetti destinatari dei servizi, assicurando forme di partecipazione e collaborazione, anche a garanzia della massima trasparenza intesa come accessibilità alle informazioni sull'organizzazione delle Pubbliche amministrazioni e sulla loro evoluzione gestionale.

Ampio risalto viene dato all'utilizzo dei siti internet e della posta elettronica certificata per la quale vengono date precise disposizioni circa gli adempimenti necessari al loro impiego.

Si sottolinea che il Piano della Comunicazione in esame è stato redatto anche sulla base dell'art. 6, comma 8, del D.L. n. 78/2010 convertito nella legge n. 122/2010 il quale stabilisce che, per l'anno 2010, non si possono effettuare spese per relazioni pubbliche, convegni, mostre, pubblicità e di rappresentanza per un ammontare superiore al 20 % della spesa sostenuta nel 2009 per le medesime finalità, ad esclusione di specifici casi previsti dalla stessa normativa.

A tal proposito, le Sezioni Riunite in sede di controllo della Corte dei Conti, si sono pronunciate con delibera n. 50 del 2011 su problematiche interpretative relative all'applicazione del citato D.L. n. 78/2010, riguardanti la possibilità di escludere dalle suddette limitazioni le spese per relazioni pubbliche e pubblicità riconducibili alle finalità istituzionali previste dalla legge n. 150 del 2000.

Le Sezioni Riunite della Corte dei Conti hanno chiarito che l'esclusione dal novero delle spese soggette a limitazione può essere consentita per le sole forme di pubblicità previste dalla legge come obbligatorie. L'esclusione delle spese per la c.d. pubblicità istituzionale da quelle soggette a limitazione comporterebbe, secondo la Corte dei Conti, la privazione del

precetto di risparmio previsto dal D.L. 78/2010, anche in ragione dell'ampiezza delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni previste dall'art. 1 della legge n. 150/2000.

La predetta limitazione, secondo la Corte, va in ogni caso realizzata pur considerando che una qualsiasi scelta di contenimento della spesa sia suscettibile, per sua natura, di produrre effetti negativi sull'efficienza e sull'efficacia dell'azione amministrativa.

A giudizio della Commissione la pronuncia delle sezioni unite in sede di controllo della Corte dei Conti deve trovare completa attuazione anche e soprattutto nella gestione contabile a partire dall'esercizio in corso, delle risorse destinate alla Comunicazione.

3. Piano delle attività di comunicazione dell'Inps 2011/2012

Il Piano delle attività di comunicazione è stato elaborato sulla base degli indirizzi programmatici del CIV emanati con la Relazione Programmatica 2012/2014, approvata con deliberazione n. 15 del 28 luglio 2011, che la Direzione Centrale Comunicazione ha declinato, più dettagliatamente, nel Piano della Performance dell'Istituto, adottato dal CIV con delibera n. 12 del 28 giugno 2011.

Dal Piano delle attività di comunicazione emergono considerazioni riguardanti il ruolo della comunicazione necessario per la positiva visibilità dell'Istituto e per la sua immagine.

La comunicazione istituzionale dovrà dotarsi di canali e strumenti idonei a garantire una "relazione di qualità" impostata sul rapporto di fiducia e vicinanza tra utenti ed Istituto.

Il contesto comunicativo, inoltre, è contraddistinto per la personalizzazione e la multicanalità, elementi che assicurano il raggiungimento dell'utente attraverso l'utilizzo delle innovazioni tecnologiche.

I percorsi scelti sono quelli della comunicazione interna e della comunicazione esterna.

La prima è necessaria per la condivisione delle strategie da parte di tutti i dipendenti dell'Istituto, la seconda è essenziale per un'adeguata diffusione della cultura previdenziale, per una conoscenza dei prodotti e dei servizi offerti dall'Ente e delle procedure operative utili alla fruizione dei servizi da parte dei cittadini in linea con le novità introdotte.

Il piano è stato redatto specificando:

- gli obiettivi della comunicazione istituzionale sulla base degli indirizzi programmatici del CIV;
- la popolazione target;
- gli interventi e gli strumenti della comunicazione;
- la pianificazione e le risorse

Tra la popolazione target sono individuati: gli utenti di servizi; gli opinion makers, capaci di intervenire nella costruzione della reputazione e che necessitano pertanto di una comunicazione mirata e specializzata; le categorie svantaggiate fruitrici di servizi collegati a

particolari bisogni individuali; i giovani che hanno bisogno di una conoscenza specifica del sistema previdenziale.

Dopo l'individuazione degli obiettivi e dei target ad essi collegati, nel Piano vengono programmati, nell'arco temporale intercorrente tra il 2011 e il 2012, i sotto elencati macro interventi e gli strumenti necessari alla loro realizzazione:

1. Organizzazione di eventi istituzionali per migliorare la cultura previdenziale;
2. Campagne di comunicazione e promozione di prodotti/servizi e di migliorie operative e procedurali (cosiddette "campagne di prodotto");
3. Campagne di comunicazione mirate a categorie sociali o produttive interessate da specifiche ed attuali criticità;
4. Attuazione del Piano della Trasparenza;
5. Campagne di comunicazione e formazione rivolte ai giovani;
6. Campagna di comunicazione per rafforzare la cultura aziendale dell'Istituto;
7. Campagne di comunicazione sulla riorganizzazione dell'Istituto e sulla razionalizzazione del patrimonio immobiliare;
8. Restyling delle sedi;
9. Prosecuzione del Progetto "INPS risponde";
10. Aggiornamento e rassegna stampa;
11. Gestione Media Relations (Ufficio stampa classico).

Il Piano di Comunicazione prevede, infine, l'implementazione di un modello di monitoraggio, ed il relativo set di indicatori, per la verifica dell'effettiva realizzazione degli interventi comunicativi rispetto a quelli pianificati e della loro efficacia in relazione al raggiungimento della popolazione, nonché l'istituzione di un osservatorio di valutazione per il web e l'avvio di periodiche ricerche di mercato per completare il sistema di monitoraggio richiesto.

7 . Conclusioni

Poiché l'adozione del Piano delle attività di comunicazione dell'Inps è avvenuta precedentemente alle misure economiche varate dal Governo contenenti considerevoli modifiche in materia previdenziale, sia per la parte normativa sia per quanto concerne l'organizzazione degli Enti previdenziali, la Commissione esprime la convinzione che tali innovazioni favoriranno un clima di incertezza negli assistiti e comporteranno, per l'Ente, la gestione di situazioni delicate proprio per la difficile comprensione da parte dei cittadini dei cambiamenti in atto.

Soprattutto la soppressione dell'INPDAP e dell'ENPALS comporterà la necessità intanto di acquisire i piani di comunicazione predisposti dagli stessi e quindi di predisporre un piano integrato in grado di rispondere alle nuove esigenze.

La Commissione ritiene inoltre necessario che si delinei un quadro delle opportunità e degli strumenti a disposizione del cittadino che agevolino la crescita della cultura previdenziale nel Paese attraverso una migliore comprensione dei valori del welfare e del ruolo che l'Istituto è chiamato a svolgere.

La Commissione ritiene in via prioritaria che, come già previsto nella Relazione programmatica 2012-2014, occorra adottare criteri oggettivi e chiari in ordine alla identificazione della natura della spesa e tal fine ritiene necessario ricondurre la gestione

contabile degli stanziamenti riguardanti la Comunicazione alle indicazioni fornite dalla Corte dei Conti ovvero alla individuazione di distinti capitoli riconducibili da un lato alla effettuazione delle spese di pubblicità obbligatorie per legge e dall'altro alle spese discrezionali.

Quest'ultimo capitolo dovrà rispettare le disposizioni di cui all'art. 6, comma 8, del d.l. n. 78/2010 convertito nella legge 122/2010.

Tutto ciò premesso e con riferimento allo specifico ruolo che l'Istituto è chiamato a svolgere, gli importi stanziati per il piano di comunicazione (a cui andranno sommati gli analoghi stanziamenti già previsti dagli enti soppressi) risultano eccessivi in ragione del fatto che l'INPS non ha la necessità di conquistare quote di mercato al pari di altre Società di servizi ma ha invece come principale obiettivo quello di raggiungere le fasce di popolazione disagiate e con scarsa dimestichezza dei mezzi informatici, oltre che le fasce di lavoratori e pensionati che in precedenza facevano riferimento ad INPDAP ed ENPALS, conseguendo gli obiettivi della massima chiarezza e trasparenza nell'azione amministrativa.

Si reputa, infine, necessaria, previa adozione dello specifico regolamento, la predisposizione di un piano integrato che realizzi significative sinergie in materia di comunicazione con altre pubbliche amministrazioni e si sollecita la tempestiva messa a punto di opportuni indicatori con i quali verificare il livello di efficienza ed efficacia degli interventi comunicativi programmati.

Roma 16 gennaio 2012