

ISTITUTO NAZIONALE DELLA PREVIDENZA SOCIALE

Deliberazione n. 56

Oggetto: Piano di comunicazione 2025

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Seduta del 26 marzo 2025

Visto il D.P.R. 30 aprile 1970, n. 639;

Vista la Legge 9 marzo 1989, n. 88;

Visto il Decreto legislativo 30 giugno 1994, n. 479;

Visto il D.P.R. 24 settembre 1997, n.366;

Visto il D.P.R. del 9 febbraio 2024 di nomina del Presidente dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

Visto il D.P.C.M. del 13 marzo 2024 di nomina del Consiglio di Amministrazione dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

Visto il D.M. del 29 aprile 2024 di nomina del Direttore Generale dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

Visto il Regolamento di Organizzazione dell'Istituto, adottato con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 4 del 6 maggio 2020, da ultimo modificato con determinazione commissariale n. 49 del 14 settembre 2023;

Visto l'Ordinamento delle funzioni centrali e territoriali dell'INPS adottato con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 137 del 7 settembre 2022,

Il Segretario

Il Presidente

come modificato, da ultimo, con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 1 del 15 gennaio 2025;

Vista la legge 7 giugno 2000, n. 150, recante la "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";

Vista la deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 13 del 22 maggio 2024, con la quale è stato adottato il Piano della Comunicazione 2024;

Vista la deliberazione n. 12 del 18 giugno 2024, con la quale il Consiglio di Indirizzo e Vigilanza ha approvato la Relazione Programmatica per gli anni 2025-2027;

Vista la deliberazione n. 21 del 16 dicembre 2024 con la quale il Consiglio di Indirizzo e Vigilanza ha approvato in via definitiva il Bilancio preventivo finanziario generale di competenza e di cassa ed economico-patrimoniale generale dell'INPS per l'esercizio 2025;

Rilevato che le attività di comunicazione costituiscono uno strumento fondamentale per favorire l'ascolto e il dialogo con i diversi interlocutori di riferimento, nonché per rafforzare la riconoscibilità, la capacità di risposta e la reputazione dell'Istituto;

Preso atto che il Piano di comunicazione 2025 dell'Istituto è stato predisposto in coerenza con la citata Relazione Programmatica per gli anni 2025-2027, le Linee Guida Gestionali 2025, adottate con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 71 dell'11 settembre 2024 e con il Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) 2025-2027, adottato con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 17 del 29 gennaio 2025;

Preso atto che le risorse finanziarie per la realizzazione del Piano di comunicazione 2025 sono state stanziare sui seguenti capitoli:

- 605.660 euro sul capitolo di spesa 5U1104001, alla voce 02 "Acquisto pubblicazioni e varie";
- 971.500 euro sul capitolo di spesa 5U1104058, alla voce 04 "Comunicazione e relazioni esterne";

- 1.109.000 euro sul capitolo di spesa 5U1104058, alla voce 05 "Comunicazione interna e organizzativa";

Vista la relazione predisposta sull'argomento dalla Direzione generale;

Su proposta del Direttore generale

D E L I B E R A

di adottare il Piano di comunicazione 2025 che, allegato alla presente deliberazione, ne costituisce parte integrante.

IL SEGRETARIO

Gaetano Corsini

IL PRESIDENTE

Gabriele Fava



Piano di Comunicazione 2025



Insieme. Sempre

La forza del Welfare generativo

Sommario

Premessa	2
1. Il contesto	3
2. I documenti di indirizzo e la metodologia di costruzione del Piano	6
3. La strategia e i macro-obiettivi di comunicazione	9
4. I progetti di impatto nazionale	14
• INPS per i giovani.....	14
• Arte e Cultura	16
• Sostegno alla Genitorialità	18
5. I pubblici, i canali, gli strumenti e le reti di comunicazione	20
6. Le azioni	23
7. Misurazione e Monitoraggio.....	36
• Indicatori	37
• Sentiment	38
• Indagini di Customer Experience e reputazionali.....	39
8. Budget.....	40

Premessa

L'INPS gioca un ruolo fondamentale nella vita dei cittadini, accompagnandoli in tutte le fasi della loro esistenza, connotandosi quale **punto di riferimento** affidabile e attento alle esigenze di ciascuno. A tal proposito, l'Istituto adotta un **approccio alla comunicazione strategico e integrato** capace di rispondere efficacemente ai bisogni degli utenti, valorizzando così la propria missione e i propri valori.

La **sfida nel 2025** non si limita solamente al supporto a pensionati, famiglie e lavoratori, ma include anche l'impegno a promuovere **politiche attive per l'occupazione** e informare i giovani sulle **opportunità del sistema previdenziale**. È pertanto essenziale che l'INPS adotti una comunicazione semplice, efficace e inclusiva, per andare incontro alle esigenze di una società sempre più variegata e interconnessa. Questo approccio è supportato da iniziative comunicative mirate e tecnologie avanzate, in grado di modernizzare gli strumenti e i canali di comunicazione, promuovendo il dialogo con gli stakeholder per essere sempre più vicini agli utenti.

Questo Piano delinea la strategia e gli obiettivi che supporteranno le attività dell'Istituto, creando una trama unitaria e organica per accompagnare le azioni delle strutture centrali e territoriali.

1. Il contesto

01

Il 2025 rappresenta un **anno di consolidamento e trasformazione per l'INPS**, in un contesto interno ed esterno caratterizzato da importanti sfide economiche, sociali e tecnologiche. Nell'anno passato l'economia italiana ha registrato una crescita moderata con un lieve incremento occupazionale, nonostante un quadro internazionale e geopolitico incerto.

In tale contesto l'Istituto, nel corso del 2025, intende rafforzare un **approccio proattivo**, affrontando con determinazione le esigenze dei cittadini e i mutamenti del mercato del lavoro. La trasformazione digitale rappresenta una leva strategica per innovare e semplificare l'accesso ai servizi, puntando sulle nuove tecnologie e sull'automazione per migliorare l'efficienza operativa in termini di realizzazione dei target predeterminati. Le **nuove sfide tecnologiche** riguardano il miglioramento della fruibilità, della comunicazione e dell'esperienza utente, aumentando l'accessibilità digitale per rendere i siti web inclusivi per tutte le fasce della popolazione con particolare riferimento ai giovani, ad esempio, attraverso il rafforzamento dei servizi su smartphone (**APP**). Questo processo mira a favorire un dialogo più efficace con i cittadini, promuovendo al contempo la crescita della cultura previdenziale e lavorativa, con l'obiettivo di incrementare l'occupazione e contrastare il lavoro irregolare.

In questo senso, l'INPS continua a rafforzare la propria **capacità di erogare prestazioni tempestive e personalizzate**, integrando soluzioni che garantiscano accessibilità, interoperabilità, protezione dei dati e integrazione dell'Intelligenza Artificiale, in linea con il Regolamento Europeo 2024/1689 (AI Act). Infine, l'adozione di **principi e pratiche ESG** (*Environmental, Social, Governance*) rafforza l'impegno dell'INPS verso una sostenibilità ambientale e sociale integrata nelle proprie strategie. Questo approccio consolida il ruolo dell'Istituto come creatore di Valore Pubblico, anche attraverso la valorizzazione del patrimonio storico e artistico. Come per l'anno precedente, anche il 2025 è caratterizzato da un importante ruolo dei programmi di investimento europei, in particolare il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)**, che continua a fornire un impulso decisivo alla modernizzazione dell'Istituto. I fondi europei hanno sostenuto la creazione di nuovi servizi digitali e il potenziamento delle competenze interne, consolidando un modello di servizio orientato all'utente. In questo contesto, un pilastro centrale dell'evoluzione dell'INPS è rappresentato dal principio della **co-progettazione**, che valorizza il coinvolgimento diretto degli utenti e degli stakeholder nella definizione e nello sviluppo dei servizi. Questa logica partecipativa mira a costruire un welfare moderno e resiliente, capace di anticipare le necessità e rispondere in modo tempestivo alle aspettative della comunità.

Si delinea così un percorso di trasformazione che integra innovazione tecnologica, sostenibilità, partecipazione attiva e una comunicazione responsabile ed efficace, posizionando l'INPS come un attore chiave nella costruzione di una pubblica amministrazione moderna e inclusiva.

2. I documenti di indirizzo e la metodologia di costruzione del Piano

02

Il **Piano di Comunicazione 2025**, in linea con quanto previsto dalla **Legge 7 giugno 2000, n. 150**, si pone come obiettivo la pianificazione e il coordinamento delle attività di comunicazione. Inoltre, individua le azioni che saranno realizzate nell'anno di riferimento, prevedendo altresì, nella fase operativa, criteri di trasparenza, efficienza e coerenza per monitorare le attività e valutarne la conformità agli obiettivi strategici dell'Istituto, sulla base delle risorse assegnate.

Le iniziative contenute nel documento mirano a rafforzare l'**immagine dell'INPS** come un **partner affidabile e vicino alle esigenze** dei cittadini, sviluppando una **comunicazione omnicale** per migliorare la qualità del dialogo con gli utenti e supportare la realizzazione della missione istituzionale nel contesto di trasformazione tecnologica e sociale delineato.

Per il 2025, il Piano si articola in due fasi:

1. definire, grazie a un approccio integrato, **strategie e strumenti** di comunicazione interna ed esterna, favorendo la condivisione della visione e dei valori dell'Istituto, nonché la circolazione delle informazioni;
2. incentivare le **relazioni bidirezionali** tra l'Istituto e i propri stakeholder.

Il Piano è stato elaborato in coerenza con i documenti di indirizzo dell'Istituto:

- la **Relazione Programmatica per gli anni 2025-2027**, approvata con **deliberazione del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza** n.12 del 18 giugno 2024, che stabilisce le priorità strategiche di lungo periodo, come il miglioramento della qualità dei servizi, la trasparenza e l'efficienza operativa;
- le **Linee Guida Gestionali 2025**, adottate con **deliberazione del Consiglio di Amministrazione** n.71 dell'11 settembre 2024, che individuano, in coerenza con gli indirizzi programmatici del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza, come prioritarie le seguenti azioni:
 - rafforzare il sistema di valutazione del grado di soddisfazione degli utenti interni ed esterni per promuovere la creazione di Valore Pubblico e il miglioramento dei servizi (SP10);
 - consolidare il sistema del Valore Pubblico con attenzione alla *Customer Experience* (SP12);
 - semplificare la comunicazione con l'utenza, la fruibilità e l'accessibilità del portale istituzionale e delle App mobile implementandone al contempo i contenuti (SP21);
 - sensibilizzare le giovani generazioni su temi previdenziali e finanziari per colmare il divario di conoscenza (SP22); in particolare, l'attenzione rivolta ai giovani rappresenta

una novità strategica per costruire consapevolezza previdenziale e rafforzare il legame con le future generazioni;

- il **Piano Integrato di Attività e Organizzazione 2025-2027**, adottato con **delibera del Consiglio di Amministrazione** n. 17 del 29 gennaio 2025 e approvato con **deliberazione del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza** n. 1 del 30 gennaio 2025, che promuove l'innovazione tecnologica, la sostenibilità e la valorizzazione delle competenze interne.

La progettazione della **strategia di comunicazione** è stata definita anche attraverso un'analisi strutturata delle esigenze degli attori coinvolti, grazie all'importante ruolo svolto dai referenti della Rete Unificata della Comunicazione (**RUC**) che supporta l'attività di ascolto e comunicazione delle **strutture centrali e territoriali**. Due momenti chiave hanno guidato questo processo: la **Raccolta dei Fabbisogni**, in cui i vari attori hanno espresso le proprie necessità, e il **Forum annuale dei comunicatori** che, attraverso tavoli di confronto, ha fornito gli input per delineare le prospettive comunicative del 2025 e orientare efficacemente il **Piano di Comunicazione**.

3. La strategia e i macro-obiettivi di comunicazione

03

La **strategia di comunicazione** dell'INPS si basa sui **valori** di responsabilità, inclusività, miglioramento continuo, rispetto, concretezza e ascolto. L'obiettivo principale è consolidare la **fiducia degli utenti** offrendo servizi efficienti e trasparenti, ma anche promuovendo una **percezione positiva dell'Istituto, sia emotiva che pratica**. Grazie ai meccanismi di progettazione partecipata, l'INPS mira a migliorare la qualità dei servizi offerti, coinvolgendo direttamente gli utenti finali per garantire che le soluzioni adottate siano adeguate e rispondenti alle loro reali necessità.

La strategia di comunicazione rivolge dunque l'attenzione sia all'ambiente esterno con cui l'Istituto interagisce, sia all'ambiente interno, che rappresenta l'elemento portante dell'organizzazione.

La **comunicazione esterna** è orientata nel fornire informazioni tempestive e accurate sui servizi e le prestazioni disponibili. Questo approccio mira ad aumentare la trasparenza e la fiducia nell'Istituto, garantendo una comunicazione chiara e coerente tra i diversi canali.

La **comunicazione destinata agli utenti interni**, invece, si concentra sul rafforzamento del senso di appartenenza e identità del personale, sia delle sedi centrali che territoriali, nonché sull'incremento dell'*engagement* con l'obiettivo di migliorare la produttività e la soddisfazione lavorativa.

Dai macro-obiettivi che sono valorizzati nel documento, in coerenza con la strategia dell'Istituto, discendono azioni e iniziative mirate.

Sebbene ciascun obiettivo sia distinto e persegua finalità specifiche, l'insieme di questi elementi opera in **modo sinergico**, contribuendo a creare una visione complessiva rispetto alle specifiche esigenze degli utenti. Questa integrazione non solo facilita il miglioramento continuo dei servizi, ma rafforza anche il legame di fiducia tra l'Istituto e la cittadinanza, favorendo l'adozione di soluzioni che rispondano in modo tempestivo e mirato ai bisogni reali.

In questo contesto, oltre a rappresentare una **guida strategica**, i macro-obiettivi sono anche uno **strumento operativo** per indirizzare l'azione dell'Istituto al fine di rendere i servizi non solo più accessibili e intuitivi, ma anche capaci di evolvere dinamicamente in risposta ai *feedback* raccolti e alle interazioni con gli utenti.

In tal senso, l'Istituto nel 2025 si impegna a:

Rafforzare il legame con gli utenti esterni attraverso un modello di **welfare generativo** che mira a coinvolgerli attivamente nella creazione del valore sociale. Grazie alle

molteplici prestazioni previdenziali e assistenziali (oltre 400), l'Istituto raggiunge una pluralità di utenti, rafforzando la loro fiducia attraverso l'erogazione di servizi sempre più accessibili, personalizzati e automatici.

Oltre a fidelizzare coloro che usufruiscono già dei servizi, l'INPS punta a consolidare il rapporto con il mondo giovanile attraverso la promozione della cultura previdenziale e lavorativa e il coinvolgimento in politiche proattive. L'Istituto intende coinvolgere attivamente le nuove generazioni, sfruttando appieno le potenzialità dei canali digitali e dei social media, evidenziando il ruolo centrale che tali mezzi possono ricoprire per raggiungere i destinatari. Le iniziative sulla cultura previdenziale hanno lo scopo di fornire ai giovani strumenti concreti per orientarli consapevolmente nelle scelte che caratterizzeranno il loro futuro.

Coinvolgere i dipendenti attraverso una comunicazione interna che valorizzi il contributo di ciascun lavoratore, ne stimoli il coinvolgimento attivo e renda ogni utente interno parte integrante del processo di crescita e innovazione. L'INPS promuove iniziative che vanno oltre la dimensione operativa, creando occasioni di confronto, aggregazione e valorizzazione delle competenze. L'Istituto, infatti, riconosce e valorizza le capacità dei lavoratori anche al di fuori dell'ambito professionale, offrendo opportunità di crescita, stimolando creatività e innovazione e favorendo un ambiente dinamico e collaborativo. La crisi pandemica e il rapido sviluppo delle tecnologie digitali, infatti, hanno segnato un punto di svolta radicale, trasformando profondamente il contesto sociale e lavorativo italiano. Le relazioni sono passate nello spazio digitale e le modalità di aggregazione sono cambiate, lasciando un vuoto che la tecnologia, per quanto avanzata, riesce a colmare solo in parte. Questi cambiamenti hanno avuto un forte impatto all'interno dell'Istituto, che ha reinventato le modalità di interazione anche a seguito dell'introduzione del lavoro agile, favorendo la conciliazione vita-lavoro dei dipendenti- e garantendo, nel contempo, uno standard quali-quantitativo del lavoro elevato.

Consolidare l'identità dell'Istituto rafforzando l'immagine istituzionale e migliorando l'interazione con i diversi interlocutori per rendere l'identità verbale e visiva dell'INPS matura, generalizzata e consolidata. La varietà dei servizi offerti e dei destinatari (come giovani, anziani, famiglie, lavoratori, persone in cerca di occupazione, ecc.), le diverse modalità di erogazione dei servizi, nonché l'uso di molteplici canali di comunicazione possono causare confusione e disorientamento tra i cittadini. Infatti, in un contesto dove la comunicazione è sempre più complessa e frammentata, l'Istituto affronta la sfida di fornire informazioni che siano chiare, accessibili e coerenti.

L'Istituto attraverso l'adozione del *Design System Sirio*, il complesso di strumenti pensati per migliorare l'esperienza degli utenti che consultano le informazioni e fruiscono dei servizi digitali del portale INPS, si impegna a rafforzare la sua identità visiva consolidando il proprio brand, riprogettando l'accesso ai servizi e migliorando significativamente l'interazione con gli utenti. Il consolidamento dell'identità dell'Istituto passa anche attraverso la sua storia e la valorizzazione del suo patrimonio storico e artistico che lo avvicina ad un pubblico interessato alla storia, alla cultura e all'arte. Eventi culturali, mostre e workshop dedicati alla scoperta e alla conservazione del patrimonio artistico dell'INPS contribuiscono a rafforzare l'immagine dell'Istituto.

Potenziare l'attività di ascolto, i cui risultati, analizzati e valorizzati, possano guidare le azioni necessarie per ottimizzare i servizi in un ciclo di miglioramento continuo, garantendo risposte tempestive e un monitoraggio costante degli impatti delle azioni migliorative implementate.

Infatti, è ormai consolidato il passaggio da un modello "*one to many*", che poneva al centro del flusso comunicativo l'Istituto, al modello opposto, che mette l'utente al centro della comunicazione, sia come beneficiario dei servizi che come cittadino portatore di diritti e di legittime esigenze informative. L'utente non è inteso, quindi, quale soggetto passivo di prestazioni ma diventa soggetto proattivo e in qualche misura co-generatore del servizio stesso che, da ora in poi, sarà sempre più modellato sulle sue esigenze, misurate costantemente dai *feedback* e dalle interazioni. Tale cambiamento di paradigma ha spinto l'INPS a potenziare la propria capacità di ascolto affinché le richieste degli utenti siano sempre meglio rilevate e comprese, facendone seguire indicazioni e suggerimenti per l'evoluzione dei servizi offerti.

Promuovere l'innovazione tecnologica come leva fondamentale per migliorare l'efficienza e la qualità dei servizi attraverso l'adozione di strumenti e applicativi che rendano più rapido ed efficace il supporto all'utenza. Nel contesto attuale, caratterizzato da una rapida evoluzione tecnologica e da una crescente digitalizzazione, l'INPS riconosce l'importanza di adottare soluzioni innovative per rispondere alle esigenze sempre più complesse degli utenti, anche con un'attenzione specifica alle categorie più fragili, semplificando al contempo il linguaggio dei *touchpoint* digitali. L'Istituto si impegna a promuovere l'adozione di soluzioni digitali avanzate, come l'Intelligenza Artificiale (IA), che consentano l'ottimizzazione dei processi, l'automatizzazione dei servizi e possano personalizzare le esperienze degli utenti. Al contempo,

la comunicazione sull'utilizzo di tecnologie innovative e piattaforme digitali, tra cui le App, consente di informare gli utenti sulla capacità dell'Istituto di facilitare l'accesso ai servizi e la gestione delle pratiche.

Nel complesso, i **macro-obiettivi** delineati nel **Piano di Comunicazione 2025**, parallelamente all'ideazione di tre progetti a livello nazionale, puntano a creare un **ciclo virtuoso di ascolto, miglioramento e dialogo continuo con l'utenza**, consolidando la fiducia e l'identità dell'INPS.

4. I progetti di impatto nazionale

04

INPS per i giovani

I giovani si trovano ad affrontare un contesto sempre più complesso, caratterizzato da precarietà lavorativa e disuguaglianze socio-economiche, in cui i sistemi di welfare attraversano profonde trasformazioni, rendendo urgente una risposta alle nuove esigenze, con linguaggi chiari e strumenti facilmente fruibili. Tale evidenza è riportata sin dalle **Linee Guida Gestionali 2025** adottate con **deliberazione del Consiglio di Amministrazione** n.71 dell'11 settembre 2024 che identificano la sensibilizzazione delle giovani generazioni su temi previdenziali e finanziari come priorità strategica di lungo periodo.

In questo scenario nasce il **Progetto INPS per i giovani "Insieme per il tuo futuro"** - presentato con informativa al Consiglio di Amministrazione, che ne ha preso atto con documento n. 210 nella seduta del 12 marzo 2025 - con l'obiettivo di valorizzare efficacemente ai giovani i temi della previdenza sociale e della pianificazione pensionistica. Dotare i giovani di una conoscenza adeguata del sistema di welfare significa offrire strumenti concreti per compiere scelte consapevoli sul proprio futuro lavorativo. Questo approccio non solo aiuta le giovani generazioni a orientarsi in un contesto in continua evoluzione, ma contribuisce anche a contrastare il fenomeno del lavoro irregolare.

Per superare le barriere informative e rendere il sistema previdenziale più accessibile, il Progetto INPS per i giovani prevede una serie di iniziative concrete. Tra queste, la realizzazione di percorsi educativi nelle scuole e nelle università per inserire la protezione sociale nei programmi formativi, nonché la realizzazione di strumenti utili a prendere decisioni informate nella delicata fase di transizione tra studio e lavoro.

L'Istituto, inoltre, rafforzerà la propria presenza sui social media e sui canali digitali, creando contenuti sulla protezione sociale specifici per i giovani, come ad esempio producendo video e campagne informative su strumenti come la piattaforma SIIISL e la promozione di servizi quali il riscatto della laurea, la totalizzazione internazionale dei contributi, l'ISCRO, ecc.

Infine, l'INPS parteciperà anche a eventi e manifestazioni con lo scopo di sensibilizzare e avvicinare i giovani al mondo del welfare e alle opportunità previdenziali.

Attraverso questa strategia, l'INPS non solo educa, ma costruisce un legame di fiducia e partecipazione con le nuove generazioni, contribuendo a un welfare più inclusivo e consapevole.

Arte e Cultura

L'arte e la cultura rappresentano strumenti fondamentali per favorire l'inclusione sociale e contribuire allo sviluppo economico. L'INPS, oltre a svolgere il suo fondamentale ruolo di protezione sociale, è anche custode di un vasto patrimonio artistico, che non è solo memoria del passato ma anche veicolo di dialogo con il presente e il futuro. La conservazione, valorizzazione e comunicazione dell'arte rappresentano un impegno che non solo amplia il pubblico, ma permette di avvicinare anche le nuove generazioni, rendendo l'arte un mezzo per coinvolgere i giovani, farli riflettere e avvicinarli a temi cruciali come il lavoro, la previdenza e la protezione sociale.

Il patrimonio culturale dell'INPS, frutto di una storia centenaria, è un ponte tra passato e presente, capace di generare identità, coesione sociale e opportunità di crescita. Le opere artistiche e i palazzi di pregio, che spaziano dai dipinti alle sculture, sono testimonianze vive dell'importante ruolo che l'Istituto ha ricoperto nel sostenere lo sviluppo del Paese a livello infrastrutturale, economico e culturale. Questi beni, tutelati e valorizzati nel tempo, rappresentano una risorsa per la comunità e per le future generazioni, contribuendo alla diffusione della consapevolezza storica e culturale.

Le attività culturali stimolano il confronto, favoriscono il dialogo intergenerazionale e creano spazi di condivisione. In questo scenario nasce il **Progetto Arte e Cultura** presentato con informativa dal titolo "INPS, generatore di cultura" al Consiglio di Amministrazione, che ne ha preso atto con documento n. 113 del 6 novembre 2024, che mira a coinvolgere un pubblico ampio e diversificato: da un lato, stakeholder con interessi non necessariamente legati alla previdenza, dall'altro, una platea di utenti con una specifica sensibilità artistica.

Questa visione si traduce in una serie di iniziative volte a rendere il patrimonio culturale dell'INPS un elemento attivo del panorama artistico nazionale. Lavorare insieme a musei, biblioteche e archivi storici a progetti congiunti, come mostre e aperture straordinarie di siti storici, rappresenta un'importante occasione di collaborazione e valorizzazione reciproca. L'INPS promuove inoltre visite guidate ai palazzi e alle proprietà storiche dell'Istituto, con percorsi educativi e informativi pensati per il pubblico. La partecipazione attiva a eventi culturali nazionali e internazionali consente, all'Istituto di inserirsi in una rete più ampia di scambi e collaborazioni, rafforzando il proprio ruolo di promotore culturale.

L'Istituto si propone, pertanto, come promotore di un modello in cui il welfare si arricchisce di nuove dimensioni, dove l'arte diventa un veicolo di partecipazione, consapevolezza collettiva e crescita economica.

Sostegno alla Genitorialità

La progressiva riduzione della natalità in Italia, dovuta a fattori economici, sociali e demografici, ha un impatto significativo sulla sostenibilità del sistema previdenziale e sulle dinamiche del mercato del lavoro, rendendo necessario un intervento strutturato a sostegno della genitorialità.

In questo contesto, l'INPS ha sviluppato uno specifico progetto, un insieme di azioni volte a far conoscere le prestazioni per supportare le famiglie nei momenti cruciali della propria vita.

In particolare, l'INPS ha avviato anche iniziative di sensibilizzazione per promuovere una cultura della genitorialità condivisa, diffondendo informazioni chiare e accessibili sui diritti e sulle opportunità a disposizione delle famiglie. Attraverso campagne di comunicazione mirate, guide interattive e webinar informativi, l'Istituto mira a rendere più consapevoli genitori e futuri genitori sulle misure di sostegno disponibili, incentivando un utilizzo efficace dei congedi parentali.

Parallelamente, l'INPS sta investendo nella semplificazione burocratica e digitale per garantire un accesso più rapido e intuitivo alle prestazioni. Il potenziamento dei servizi online, l'implementazione di procedure automatizzate per la richiesta dei benefici e il rafforzamento del supporto, tramite assistenza virtuale e Contact Center, rappresentano passi concreti verso un sistema più efficiente e vicino alle esigenze dei cittadini. L'obiettivo è ridurre gli ostacoli amministrativi che potrebbero scoraggiare le famiglie dal richiedere le misure a loro destinate, garantendo così un'interazione più fluida e immediata con l'Istituto.

Questo progetto non si configura quindi soltanto come un insieme di azioni volte a valorizzare gli strumenti economici, ma come supporto a un modello di welfare innovativo e dinamico, capace di adattarsi a una società in continua evoluzione. Potenziando l'informazione verso i neogenitori e migliorando l'accessibilità dei servizi, l'INPS contribuisce a rendere la scelta genitoriale più sostenibile, favorendo un migliore equilibrio tra vita professionale e familiare.

L'attività del progetto culminerà con l'adesione dell'Istituto alla V edizione degli Stati Generali della Natalità, un'iniziativa che da anni rappresenta un punto di riferimento per il dibattito sulla natalità in Italia, sottolineando il ruolo centrale delle politiche familiari. Nell'ambito di questo importante appuntamento, è prevista la partecipazione all'evento che si terrà a Roma il 27 e 28 novembre presso l'Auditorium della Conciliazione, con l'obiettivo di riportare la natalità al centro

dell'agenda pubblica. Gli Stati Generali della Natalità prevedono numerosi incontri e occasioni di confronto, e non si esclude che l'Istituto possa prendere parte ad altre iniziative collegate.

5. I pubblici, i canali, gli strumenti e le reti di comunicazione

05

La **comunicazione** dell'Istituto si basa su un linguaggio immediato, chiaro e puntuale, sfruttando i diversi canali esistenti in ottica di **omnicanalità** per raggiungere la **variegata platea** degli utenti dell'INPS, sia nelle modalità di erogazione che di fruizione dei contenuti.

Di seguito si dettagliano i segmenti del **pubblico di riferimento** a cui si rivolgono le azioni delineate nei prossimi capitoli del Piano, nonché i **canali** e gli **strumenti di comunicazione**.

Pubblico di riferimento

Interno:

- Strutture centrali e territoriali
- Personale INPS

Esterno:

- Opinione pubblica, cittadini e utenti dei servizi
- Pubbliche amministrazioni, Enti, Istituzioni, Organismi internazionali
- Partner istituzionali e altri stakeholder
- Parti sociali
- Mondo dell'informazione (media, giornalisti, influencer, content creator e opinion maker)

Canali di comunicazione:

Interno:

- Intranet
- App – Dipendenti INPS

Esterno:

- Sito web istituzionale
- App
- Profili social media
- Canale WhatsApp dell'INPS
- Agenzie di informazione
- Radio, TV
- INPS TV
- Altri canali istituzionali (Contact Center, PEC, e-mail)
- House organ

Strumenti di comunicazione:

- Dossier tematici, focus

- Comunicati stampa e interviste
- Convegni, fiere, eventi, incontri sul territorio
- Presentazioni, materiale informativo (press kit, poster e locandine), brochure esplicative e cataloghi
- Manuale di immagine coordinata
- Podcast
- Video
- Guide personalizzate e interattive, tutorial
- INPS card e visual
- Corrispondenza e modulistica
- Accordi di collaborazione
- Newsletter
- Truck
- Applicativi e piattaforme di collaborazione

Per garantire una comunicazione efficace e coordinata e assicurare sinergia e coerenza nelle attività comunicative, la Direzione centrale Comunicazione si avvale dell'importante ruolo svolto dalle reti di comunicazione dell'Istituto: la Rete Unificata di Comunicazione (RUC) e gli Uffici Relazioni con il Pubblico (URP). L'utilizzo strategico delle reti costituisce, infatti, uno strumento fondamentale della comunicazione che contribuisce a consolidare un'immagine dell'INPS come istituzione affidabile e vicina ai cittadini.

Rete Unificata di Comunicazione

La RUC funge da ponte tra la Direzione centrale Comunicazione e le strutture centrali e territoriali, promuovendo valori e un'immagine omogenea dell'INPS. I referenti della RUC supportano le iniziative di comunicazione, facilitano i processi comunicativi, favoriscono l'interazione tra le strutture territoriali, gestiscono i rapporti con gli stakeholder locali in coerenza con le linee guida istituzionali.

Uffici Relazioni con il Pubblico

Gli URP, grazie alla loro presenza capillare, sono il primo punto di contatto con l'utenza e un canale chiave per rilevare nuove esigenze e orientare i cittadini verso i servizi più idonei. Per rafforzare il loro ruolo, è necessario adottare linguaggi semplici, accoglienti e strumenti efficaci forniti dalla Direzione centrale Comunicazione, integrando i *feedback* raccolti con i dati delle piattaforme digitali.

6. Le azioni

06

Le azioni di comunicazione oggetto di pianificazione per il 2025 sono state suddivise in base a diversi **ambiti di intervento**, ciascuna collegata ad un macro-obiettivo.

Macro-obiettivo: “Rafforzare il legame con gli utenti esterni”

Promuovere la consapevolezza previdenziale tra i giovani

La linea guida gestionale SP22, *"Iniziative sulla cultura previdenziale indirizzate alle giovani generazioni"*, individuata dal Consiglio di Amministrazione, sottolinea la necessità di focalizzare l'azione dell'Istituto sulle giovani generazioni. In un contesto sociale in cui i giovani sono spesso poco informati sulle questioni previdenziali e finanziarie, questa iniziativa vuole colmare quel divario di conoscenza, promuovendo una maggiore "consapevolezza previdenziale". Attraverso campagne mirate, incontri informativi e strumenti digitali pensati anche per un pubblico giovane, l'Istituto intende rendere la previdenza un tema accessibile e rilevante per le nuove generazioni, spesso distanti da queste tematiche. In particolare, l'Istituto si impegna a far conoscere i servizi offerti alle nuove generazioni, ma anche e soprattutto a creare una cultura previdenziale radicata e duratura, affinché i giovani possano affrontare il futuro con maggiore sicurezza e consapevolezza.

In tal senso le azioni previste nel corso del 2025 sono rappresentate da servizi di comunicazione realizzati attraverso i seguenti canali:

- ufficio mobile itinerante, installato in corrispondenza dei maggiori eventi di comunicazione a livello nazionale e/o presso strutture pubbliche ad alto tasso di ricettività (ospedali, università, fabbriche, nuclei sociali ad alta densità, ecc.);
- partecipazione a fiere, convegni, congressi, campagne di comunicazione, in partnership con il Ministero del Lavoro ed altre istituzioni;
- realizzazione di video guide dedicate specificatamente ai giovani nella fascia 18/30 anni per fornire l'ampio panorama di prestazioni istituzionali previdenziali ed assistenziali specificatamente dedicate;
- produzione di video pillole didattiche in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione e del Merito e il Ministero dell'Università e della Ricerca sui principali temi della previdenza e rafforzamento della politica di alfabetizzazione previdenziale per gli studenti della scuola media superiore e universitari;

- implementazione dei consueti servizi di supporto alla comunicazione per il sostegno e la realizzazione di nuovi eventi centrali e nazionali a favore delle nuove campagne.

Promuovere la consapevolezza su tematiche sociali

L'INPS rafforza il proprio legame con gli utenti esterni attraverso un impegno costante nella promozione di tematiche sociali di grande rilevanza. Questo si traduce in campagne di comunicazione mirate e nella programmazione e partecipazione a eventi focalizzati su temi fondamentali, quali il sostegno alla genitorialità, i servizi per la famiglia, il lavoro come strumento di integrazione sociale, il supporto all'occupabilità delle persone in condizioni di fragilità (disabili, ex detenuti, persone con problematiche di dipendenza), la parità di genere, il contrasto alla violenza sulle donne e l'inclusione delle persone con disabilità.

Un'altra tematica di rilevante importanza per l'INPS è la tutela dell'ambiente e la responsabilità sociale, promossa attraverso momenti di dialogo mirati a sensibilizzare gli utenti sull'importanza di adottare comportamenti ecologici e pratiche sostenibili per costruire un futuro più equo e rispettoso delle risorse naturali. L'Istituto si impegna inoltre a superare le barriere linguistiche e culturali che potrebbero limitare l'accesso ai servizi da parte degli utenti stranieri, promuovendo una comunicazione inclusiva e facilmente comprensibile.

La grande attenzione rivolta ai cittadini si manifesta anche nella presenza dell'INPS sul territorio durante eventi, dove offre supporto immediato e facilita l'accesso alle prestazioni nei momenti di maggiore necessità. Grazie a queste azioni, l'Istituto non solo consolida il suo ruolo di ente di riferimento per la previdenza, ma si conferma anche come attore sociale attento alle esigenze della collettività.

Promuovere iniziative di sviluppo su servizi e strumenti offerti dall'Istituto

L'INPS rafforza il legame con gli utenti esterni migliorando l'accesso e la fruibilità dei servizi, promuovendo strumenti quali: la piattaforma SIISL – Sistema Informativo per l'Inclusione Sociale e Lavorativa, in collaborazione con il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, che consente agli utenti di individuare opportunità professionali in modo più semplice e immediato; la piattaforma digitale SEND (gestita da PagoPA) per informare gli utenti sulla nuova modalità di invio delle comunicazioni, garantendo la validità legale della notifica anche in caso di mancato recapito o irreperibilità del destinatario; il Contact Center Multicanale dell'Istituto per far conoscere i servizi offerti, come il supporto telefonico, via e-mail e chat; il Punto Utente Evoluto

(PUE), uno sportello telematico che permette ai cittadini di interagire con un funzionario INPS in modalità video riunione direttamente dai locali dei Comuni, offrendo un supporto più accessibile e riducendo la necessità di spostamenti fisici. L'Istituto investe inoltre nell'uso delle applicazioni mobili per facilitare l'accesso ai servizi, migliorando la fruibilità delle prestazioni e rendendo più immediata la comunicazione con gli utenti.

Infine, l'INPS sviluppa iniziative per informare in modo capillare gli utenti sulle nuove prestazioni, servizi e iniziative e sugli aggiornamenti delle misure esistenti, assicurando che i cittadini possano usufruire dei servizi in modo consapevole e senza ostacoli. Un'attenzione particolare è rivolta alla promozione delle opportunità offerte dai fondi previdenziali, affinché i beneficiari possano accedere a strumenti di sostegno spesso poco conosciuti. Attraverso queste azioni, l'Istituto consolida il proprio ruolo di riferimento per la comunità, favorendo una maggiore trasparenza e vicinanza ai bisogni della collettività.

Rafforzare la presenza dell'INPS nei luoghi e nelle manifestazioni di rilevanza nazionale

L'INPS rafforza il legame con l'utenza esterna anche attraverso l'organizzazione e la partecipazione a eventi e incontri istituzionali che offrono spazi di dialogo e confronto con cittadini, enti e associazioni. Attraverso queste iniziative, l'Istituto non solo diffonde consapevolezza su temi di rilevanza sociale, ma favorisce la partecipazione attiva della comunità, creando occasioni per ascoltare esigenze, condividere esperienze e rafforzare il senso di vicinanza e supporto. L'Istituto parteciperà ai seguenti convegni e manifestazioni intesi come strumenti concreti per rendere sempre più accessibile il proprio impegno verso la società:

- **Pordenone Legge - Festa del libro e della libertà:** evento finalizzato all'analisi dei temi più caldi del presente e all'analisi dei principali cambiamenti nel territorio italiano.
- **Barcolana 57 (Trieste):** evento finalizzato a portare le Pubbliche Amministrazioni a contatto con la cittadinanza, per incrementare il senso di vicinanza e veicolare importanti informazioni istituzionali. L'INPS sarà presente con uno stand attraverso cui si forniranno indicazioni di carattere generale e consulenze personalizzate ai cittadini al fine di favorire la cultura previdenziale e i servizi offerti dall'Istituto.
- **Global Money Week (Roma):** l'iniziativa internazionale aperta a organizzazioni, scuole, università, aziende e associazioni che desiderano promuovere eventi gratuiti sul tema dell'educazione finanziaria rivolti ai giovani. L'Istituto partecipa con una o più giornate di

informazione previdenziale abbinate ad una serie di visite culturali e artistiche presso gli immobili storici di proprietà.

- **Salone del Libro (Torino):** manifestazione di alto valore culturale che rappresenta un'opportunità di dialogo con cittadini e interlocutori informati per accrescere l'immagine e il senso di fiducia nell'Istituto. Nell'ambito della manifestazione è previsto uno spazio dedicato al Premio nazionale Letterario di narrativa, poesia e fumettistica dell'Istituto (VI Edizione).
- **IOLAVORO (Torino):** manifestazione che promuove il lavoro e favorisce l'incontro tra la richiesta di occupazione da parte delle persone e la ricerca di personale da parte delle aziende.
- **OrientaSUD (Napoli):** evento che rappresenta un punto di riferimento per tutti i giovani del Sud Italia che si apprestano a scegliere il proprio percorso formativo e professionale.
- **JOB&Orienta (Verona):** salone nazionale dell'orientamento, della scuola, della formazione e del lavoro con l'obiettivo di offrire spazi di confronto agli attori istituzionali e strumenti utili e concreti di orientamento ai giovani e alle loro famiglie.
- **Lucca Comics & Games:** festival multidisciplinare, al centro della convergenza dei linguaggi contemporanei. Fumetto, gioco, cinema, TV e welfare compongono una galassia che percorre in ogni dimensione, tramite eventi, progetti, iniziative educative e di partecipazione a sfondo sociale.
- **Just the woman I am (Torino):** manifestazione di rilevanza internazionale, che si incentra sui temi della parità di genere e che promuove la prevenzione, l'adozione di corretti stili di vita e l'inclusione sociale a sostegno della ricerca universitaria sul cancro. La partecipazione si intende sia in presenza sia tramite Truck.
- **Brand Journalism festival (Roma):** manifestazione dedicata a docenti, editori, giornalisti, dirigenti e *communication manager*.
- **Villaggio per la Terra (Roma):** format ideato da Earth Day Italia per la promozione di una sensibilità civile e ambientale nel contesto delle celebrazioni nazionali della Giornata Mondiale della Terra. Migliaia di persone e 600 eventi contemporanei, organizzati da 250 promoter nell'arco delle diverse giornate della manifestazione, incentrati sui 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.
- **Giffoni (Giffoni Valle piana):** festival internazionale cinematografico per bambini e ragazzi. Evento giunto alla 55° edizione.
- **Meeting di Rimini:** evento finalizzato alla diffusione della cultura internazionale attraverso dialogo, volontariato e fede.
- **TEDxPiazzaCampodeFiori (Roma):** evento ispirato a TED, dove idee innovative vengono condivise attraverso talk coinvolgenti su tecnologia, scienza, arte e società.

- **Contemporanea (Milano):** mostra nella sede di Palazzo Piacentini, che esplora la pluralità di linguaggi dell'arte contemporanea, coniugando tradizione e innovazione, sensibilità etica e ricerca espressiva, per coinvolgere pubblici diversi in un percorso di emozione e consapevolezza. L'inaugurazione avviene in concomitanza con Miart Art Fair (Fiera internazionale d'arte moderna e contemporanea).
- **Stati Generali della Natalità (Roma):** evento che rappresenta un momento cruciale di confronto sulla natalità in Italia, sottolineando il valore delle politiche a supporto delle famiglie. In questo contesto, si inserisce la partecipazione dell'Istituto, a partire dall'incontro che si terrà presso l'Auditorium della Conciliazione, con l'obiettivo di riportare al centro del dibattito pubblico il tema demografico. L'evento di Roma ospiterà figure di spicco, tra cui Papa Francesco, e coinvolgerà oltre 3.000 studenti.

L'elenco delle attività non è esaustivo e potrebbe subire modifiche in base al budget disponibile o a nuove priorità legate all'attivazione di specifiche campagne nel corso dell'anno.

Sviluppare sinergie con partner istituzionali al fine di incentivare l'innovazione, l'analisi di scenari futuri, e anticipare i fabbisogni degli utenti

L'INPS rafforza il legame con gli utenti esterni sviluppando sinergie con partner istituzionali, enti locali, organizzazioni di settore, istituzioni internazionali, partecipando a eventi dedicati all'innovazione amministrativa, al mondo del lavoro, alla cultura previdenziale e allo sviluppo economico. Gli eventi a cui l'Istituto intende partecipare sono i seguenti:

- **ForumPA (Roma):** evento finalizzato a favorire l'incontro e il confronto tra soggetti privati, aziende e PP.AA che da più di 27 anni rappresenta l'occasione nazionale più importante dedicata ai processi di innovazione nel campo della tecnologia e dell'organizzazione amministrativa.
- **Luci sul Lavoro (Montepulciano):** manifestazione annuale dedicata al mondo del lavoro.
- **Anci Expo (Bologna):** appuntamento istituzionale per consolidare il dialogo e la sinergia con gli amministratori locali provenienti da tutta Italia.
- **Identitaly (Roma):** eventi di diffusione e promozione della cultura italiana, del lavoro e delle imprese per tutelare la qualità italiana sul mercato nazionale e mondiale (Mostra dei Marchi Storici "Made in Italy 1861-1961", Fiera Campionaria, Internazionalizzazione di Impresa e la Formazione dei Giovani).

- **Festival dell'Economia di Trento 2025:** XX Edizione del Festival, finalizzato alla diffusione e promozione del lavoro e delle imprese sul mercato nazionale e mondiale, il cui tema nel 2025 sarà "Rischi e scelte fatali. L'Europa al bivio".
- **Global Welfare Summit (Roma):** seconda edizione, in programma durante l'autunno 2025, finalizzato al confronto, autorevole e qualificato, sulle best practice del settore del welfare, attraverso l'ascolto di esperti, aziende, istituzioni, enti previdenziali e sanitari.
- **Festival del Lavoro (Genova):** 16ª edizione che si terrà dal 29 al 31 maggio dedicato alle sfide e alle opportunità poste dal mercato del lavoro.

L'elenco delle attività non è esaustivo e potrebbe subire modifiche in base al budget disponibile o a nuove priorità legate all'attivazione di specifiche campagne nel corso dell'anno.

Parallelamente, l'Istituto intende rafforzare le sinergie con i media nazionali e locali, e le relazioni con gli organi di informazione, come le agenzie di stampa, consentendo di diffondere con maggiore efficacia informazioni sui servizi e sulle iniziative dell'INPS, garantendo una comunicazione più trasparente e capillare. Grazie a queste collaborazioni, l'Istituto consolida il proprio ruolo di riferimento nel settore previdenziale e rafforza la propria vicinanza alla comunità e alle esigenze del territorio.

Macro-obiettivo: "Coinvolgere i dipendenti"

Rafforzare il senso di appartenenza dei dipendenti per favorirne l'adesione a valori comuni

L'INPS punta a rafforzare il senso di appartenenza dei propri dipendenti, dedicando particolare attenzione a iniziative di aggregazione e condivisione, fondamentali per consolidare il legame con l'Istituto. Inoltre, per favorire il benessere organizzativo verranno diffuse comunicazioni su tematiche legate alla sicurezza sul lavoro e alla gestione dello stress lavoro correlato.

Inoltre, l'Istituto intende promuovere eventi dedicati alla valorizzazione delle competenze trasversali del personale, attraverso occasioni di espressione artistica e culturale, nonché iniziative per favorire la connessione tra i dipendenti e il riconoscimento del contributo di ciascuno (es. premi e rassegne). Un ulteriore impegno da parte dell'Istituto è rivolto alla promozione delle attività formative, con eventi dedicati a far conoscere le opportunità offerte e a consolidare la cultura della crescita professionale, come nel caso dell'Accademia INPS. Infine,

L'Istituto si impegna a gestire la platea dei dipendenti come una comunità, con l'obiettivo di soddisfare le specifiche esigenze del personale. Per questo motivo verranno create rubriche su servizi specifici, come, ad esempio, le guide per i nuovi assunti e per i dipendenti vicini alla pensione, utilizzando non solo articoli ma anche strumenti più efficaci, come ad esempio i tutorial. L'insieme di queste iniziative contribuisce a creare un ambiente lavorativo più coeso e partecipativo, favorendo il dialogo e la condivisione di valori all'interno dell'Istituto. Nell'ottica di condivisione dei valori e dell'appartenenza all'Istituto va intesa la realizzazione di strumenti e materiali quali calendari, *planning* e brochure.

Ottimizzare la Intranet aziendale per migliorare l'esperienza dei dipendenti

L'Istituto continua a investire nel miglioramento della comunicazione interna, rendendo la Intranet un punto di riferimento centrale per i dipendenti. Il portale sarà arricchito con un flusso costante di notizie, contenuti multimediali (es. foto, video, interviste) e volumi tematici, garantendo un accesso rapido e strutturato alle informazioni. Inoltre, la redazione Intranet continuerà a pubblicare non solo news relative a servizi e prestazioni, ma anche articoli su giornate commemorative, fatti di particolare rilievo e temi di comunicazione esterna di interesse per i dipendenti. In parallelo, verranno integrati all'interno di un'apposita sezione gli eventi di maggiore rilevanza, così da offrire un quadro sempre aggiornato della vita aziendale. Inoltre, i dipendenti potranno trovare contenuti redatti con un linguaggio più semplice e accessibile, grazie a un approccio che renderà le informazioni più coinvolgenti e fruibili.

Queste iniziative mirano a trasformare la Intranet in un ambiente digitale moderno, intuitivo e sempre più vicino alle esigenze quotidiane dei lavoratori.

Macro-obiettivo: "Consolidare l'identità dell'Istituto"

Sviluppare comunicazioni semplici e chiare sui servizi offerti dall'INPS, sui diritti degli utenti e sui processi decisionali

L'INPS si impegna a rendere la comunicazione con gli utenti più chiara, accessibile e coerente con i servizi offerti, migliorando l'esperienza di navigazione sul portale istituzionale e garantendo un costante aggiornamento delle informazioni disponibili, anche in modalità multilingue.

Al fine di rendere il portale più intuitivo per i visitatori, il menu INPS Comunica della home page sarà riorganizzato nelle sue voci principali ed aggiornato nei suoi contenuti, utilizzando un linguaggio più orientato all'utente. Le sezioni ritenute più importanti saranno messe in maggiore evidenza, per aumentare la visibilità dei contenuti chiave della comunicazione esterna. Per facilitare la comprensione e l'accesso ai servizi, viene posta particolare attenzione alla semplificazione sia del linguaggio web, seguendo anche i criteri SEO (*Search Engine Optimization*), per migliorare la navigazione degli utenti e l'indicizzazione da parte dei motori di ricerca, sia del linguaggio utilizzato nei documenti e nelle comunicazioni, assicurando messaggi chiari e facilmente fruibili da tutti i destinatari. In questo contesto, si intende lavorare anche alla creazione di un lessico condiviso, volto a garantire coerenza terminologica e maggiore chiarezza espositiva nei testi ufficiali. Parallelamente, si punta a rendere la modulistica più intuitiva e comprensibile, accompagnandola con guide pratiche per supportare l'utenza nella corretta compilazione. L'adozione di strumenti innovativi come video guide personalizzate e tutorial esplicativi consente inoltre di comunicare in modo più efficace le novità e le informazioni di rilievo, migliorando la diffusione e la fruizione dei contenuti. Infine, verranno sviluppati materiali di supporto sia per agevolare il corretto utilizzo delle procedure interne, sia per supportare la realizzazione degli eventi promossi a livello centrale e territoriale.

Gestire le situazioni di emergenza e tutelare l'immagine dell'INPS

Nell'ambito della funzione di Crisis Management in linea con quanto previsto nel Piano operativo di prevenzione e gestione delle crisi comunicative, nel 2025 verrà ulteriormente consolidato il flusso di segnalazione interna e gestione degli Eventi Non Ordinari introdotto nel 2024. Questi eventi si riferiscono a situazioni che possono avere un impatto sull'utenza, anche in caso di attività o lavorazioni corrette da parte dell'Istituto, come innovazioni, modifiche normative e/o tecnologiche, e cambiamenti nei modelli operativi e/o organizzativi. Il processo parte dal monitoraggio delle fonti interne - inclusi referenti della RUC, altri membri dell'organizzazione, Contact Center, portale web INPS e PEC, e dalle fonti esterne, quali rassegna stampa, social media, piattaforme di recensioni e web. Nella logica di rafforzare la cultura della comunicazione di crisi saranno sensibilizzati, inoltre, i referenti delle reti di comunicazione sul territorio rispetto a segnalazioni di eventi non ordinari o potenzialmente critici. Nel 2025, tale attività sarà oggetto, in via sperimentale, di monitoraggio mensile e annuale come base per l'aggiornamento del Piano.

Rafforzare e valorizzare il ruolo delle reti di comunicazione dell'Istituto (RUC e URP)

L'Istituto intende rafforzare e valorizzare il ruolo delle reti di comunicazione promuovendo un coinvolgimento sempre più attivo e proattivo dei referenti delle attività di comunicazione (Reti RUC e URP), affinché possano diventare veri e propri ambasciatori dell'Istituto, contribuendo in modo significativo al rafforzamento della sua immagine e autorevolezza. Tale attività si concretizza migliorando costantemente e in modo strutturato il flusso di comunicazione, sia a livello centrale, garantendo coerenza e tempestività delle informazioni, sia nell'interazione tra il centro e il territorio, assicurando una diffusione capillare e armonizzata dei messaggi istituzionali, con un impatto positivo sulla percezione e sulla partecipazione attiva di tutti gli attori coinvolti. Inoltre, per rispondere al meglio alle richieste di informazione degli utenti verrà attivato anche un canale di informazione con gli URP e il Contact Center.

Infine, l'Istituto prevede ulteriori iniziative di supporto agli Organi per garantire un'efficace governance e comunicazione istituzionale, favorendo, ad esempio, l'adozione delle linee guida del CUG che forniscono indicazioni e strumenti per promuovere le pari opportunità, il benessere organizzativo e la prevenzione di discriminazioni nei luoghi di lavoro pubblici.

Potenziare la strategia per la gestione dei touchpoint utenti-Istituto in ottica di cross-canalità

L'Istituto intende potenziare la strategia per la gestione dei *touchpoint* tra gli utenti e l'Istituto attraverso lo sviluppo e la promozione di un punto unico e semplificato di accesso alle notizie e ai servizi, facilitando così le interazioni con gli utenti e migliorando l'efficienza delle comunicazioni. Inoltre, l'Istituto intende implementare uno strumento innovativo di comunicazione multimediale (i.e. house organ), che avvicinerà sempre di più l'Istituto ai cittadini. Questo strumento avrà l'obiettivo di creare Valore Pubblico, offrendo contenuti informativi e coinvolgenti che rafforzino il legame tra l'Istituto e la comunità.

Garantire il rispetto delle linee guida di experience

Nel 2025, l'Istituto intende rafforzare l'identità e l'esperienza utente su tutti i canali attraverso le seguenti azioni:

- Garantire la coerenza visiva e comunicativa su tutti i *touchpoint*, continuando l'azione di allineamento progressivo dei canali e *touchpoint* alle Linee guida di Brand, per assicurare un'immagine istituzionale unitaria e riconoscibile.

- Rafforzare ed estendere il ruolo dell'Experience Authority, affinché:
 - un numero sempre maggiore di servizi digitali raggiunga gli standard di usabilità e accessibilità;
 - venga adottato in modo sistematico il *Design System Sirio* per garantire coerenza tra le interfacce;
 - il processo di progettazione utente-centrico, definito nel framework INPS Experience System (IES), diventi prassi consolidata;
 - le Direzioni di Prodotto e la Direzione Centrale Tecnologia Informatica e Innovazione (DCTII) ricevano supporto continuo nella progettazione di servizi e *touchpoint* conformi alle Linee guida di Experience.
- Proseguire e ampliare le attività di semplificazione del linguaggio, attraverso:
 - l'uso di tecnologie innovative, come l'intelligenza artificiale, per migliorare la comprensione dei contenuti;
 - la revisione dei testi su tutti i canali per renderli più chiari, semplici e inclusivi.
- Sviluppare e promuovere l'identità culturale dell'Istituto, valorizzando il patrimonio storico e artistico, anche nell'ambito del progetto Arte e Cultura. Le attività previste comprendono:
 - mostre e iniziative culturali;
 - aperture straordinarie e visite guidate;
 - collaborazioni con musei, archivi e istituzioni culturali.

Queste azioni rafforzeranno il ruolo dell'INPS non solo come garante del welfare, ma anche come promotore di cultura e identità collettiva.

Macro-obiettivo: "Potenziare l'attività di ascolto"

Promuovere un ciclo di miglioramento continuo sulla base dell'ascolto

L'ascolto è un elemento chiave per favorire l'evoluzione costante dell'Istituto, adottando un approccio dinamico e proattivo capace di intercettare tempestivamente i bisogni emergenti e tradurli in interventi mirati. A tal fine, l'INPS si impegna a: implementare un sistema di ascolto strutturato, volto a raccogliere i *feedback* degli utenti attraverso i diversi *touchpoint* disponibili, assicurando un monitoraggio continuo delle loro esigenze e aspettative; creare un sistema di retroazione, finalizzato a trasformare i riscontri ricevuti in azioni concrete, con l'obiettivo di migliorare l'efficacia dei servizi e l'esperienza complessiva degli utenti. Inoltre, l'INPS intende

proseguire con iniziative di co-partecipazione degli utenti finali nelle pratiche di generazione di valore attraverso il loro coinvolgimento nella progettazione e realizzazione dei servizi.

Queste iniziative promuovono un ciclo di miglioramento continuo, in cui l'ascolto attivo, sia verso l'utenza interna che verso l'utenza esterna, e l'analisi dei dati raccolti consentono di ottimizzare progressivamente le prestazioni offerte, rendendole sempre più accessibili e rispondenti alle necessità della collettività.

Macro-obiettivo: “Promuovere l’innovazione tecnologica”

Promuovere la digitalizzazione e l’Intelligenza Artificiale

L'INPS sviluppa nuove modalità di interazione con il pubblico, sfruttando il potenziale delle tecnologie digitali per migliorare la comunicazione e semplificare l'accesso ai servizi. L'adozione di strumenti avanzati, tra cui l'Intelligenza Artificiale, consente di ottimizzare i processi, garantire risposte tempestive e rendere l'interazione con l'Istituto più fluida ed efficace. Queste soluzioni permettono di automatizzare procedure ripetitive, ridurre i tempi di attesa, e fornire assistenza personalizzata, migliorando l'esperienza degli utenti e rendendo le prestazioni previdenziali più accessibili.

L'implementazione di servizi digitali innovativi favorisce, inoltre, l'inclusione, assicurando che tutti i cittadini, indipendentemente dal loro livello di familiarità con le tecnologie, possano accedere facilmente alle informazioni e alle prestazioni disponibili.

Eventi e iniziative per la promozione dell’innovazione tecnologica

L'INPS sostiene l'innovazione tecnologica anche attraverso la partecipazione a eventi di rilievo nazionale e internazionale, promuovendo il confronto con istituzioni, aziende e stakeholder per individuare nuove soluzioni digitali e migliorare l'efficienza dei servizi. Appuntamenti come *SMAU* e le *Giornate dell'Innovazione* rivestono un ruolo strategico nel consolidare il posizionamento dell'Istituto e favorire collaborazioni con startup, fornitori di tecnologia e altre realtà del settore.

Questi eventi rappresentano anche un'opportunità per valutare il potenziale delle soluzioni già implementate e approfondire le prospettive di sviluppo tecnologico. Un esempio significativo è l'evento *L'IT e l'INPS*, che ripercorre l'evoluzione digitale dell'Istituto negli ultimi 50 anni, ponendo l'accento sulle sfide future e sul ruolo cruciale dell'innovazione tecnologica nell'ottimizzazione

dell'accessibilità e dell'efficienza dei servizi. Attraverso la partecipazione a questi momenti di confronto, l'INPS rafforza il proprio impegno nell'adozione di strumenti digitali avanzati e nell'integrazione di nuove tecnologie per rispondere in modo sempre più efficace alle esigenze della collettività.

7. Misurazione e Monitoraggio

07

Per garantire una valutazione accurata delle azioni previste dal Piano di Comunicazione 2025, verificare se quanto pianificato è stato effettivamente realizzato, nonché per apportare eventuali interventi correttivi nel corso dell'anno, sarà utilizzato il sistema di misurazione e monitoraggio basato su metodologie definite, indicatori specifici e strumenti operativi.

Il sistema di monitoraggio e misurazione si basa, infatti, su tre obiettivi principali:

- **monitorare in itinere** l'andamento delle azioni e fornire gli elementi necessari per eventuali adeguamenti delle attività non in linea con le aspettative;
- **monitorare ex-post** l'effettiva realizzazione delle azioni;
- **valutare gli impatti delle azioni** in riferimento al conseguimento degli obiettivi istituzionali definiti.

Tale sistema sarà integrato dalle attività di monitoraggio del *sentiment* su social, piattaforme di recensione, stampa, web, radio e tv, e dalla realizzazione di indagini di **Customer Experience** e **reputazionali** al fine di rilevare la percezione dell'immagine dell'Istituto e individuare le aree di miglioramento.

Indicatori

La misurazione sarà effettuata utilizzando strumenti e indicatori quantitativi e qualitativi di realizzazione, risultato e soddisfazione (vedi dettaglio Allegato 1).

Gli indicatori sono i seguenti:

- **Indicatori di realizzazione** che descrivono gli strumenti o le attività che l'INPS individua per un determinato progetto/prodotto. A titolo esemplificativo si terrà conto del numero di:
 - comunicati stampa/interviste realizzati/e;
 - seminari/eventi/fiere/convegni organizzati;
 - post pubblicati;
 - news pubblicate;
 - materiali prodotti (video/pubblicazioni/dossier/prodotti editoriali);
 - collaborazioni attivate.
- **Indicatori di risultato** che riportano, in termini numerici, gli effetti delle attività realizzate. A titolo esemplificativo:
 - numero lanci di agenzia su comunicati;
 - aumento numero complessivo di follower;

- numero visualizzazioni pagine;
- numero accessi e numero utenti unici;
- numero copie stampate/distribuite/scaricate.
- **Grado di soddisfazione dell'utenza** interna ed esterna.

Sentiment

La misurazione delle performance delle attività di comunicazione richiede un monitoraggio costante e puntuale, supportato da un'attenta analisi del **sentiment**. Tra le attività mirate al **consolidamento della fiducia degli utenti** vi sono quelle propedeutiche e di valutazione ex-post, legate al monitoraggio *del* sentiment e della reputazione dell'INPS sulla stampa tradizionale e web, nelle discussioni sui principali social media e nelle recensioni presenti su piattaforme quali TrustPilot, AppStore e PlayStore.

Per ciascuno di questi ambiti (stampa, piattaforme social e piattaforme di recensioni) si continuerà, in linea con le attività e iniziative degli scorsi anni, a realizzare report di **sentiment analysis**, allo scopo di individuare ambiti di opportunità e/o potenziali criticità su cui intervenire per migliorare il servizio all'utenza e rafforzare la reputazione dell'Istituto, nell'ottica della prevenzione e identificazione precoce di eventuali situazioni potenzialmente critiche.

Nel 2025 tale attività potrà essere ulteriormente consolidata e ampliata:

- continuando il processo, ormai strutturato negli anni, di analisi sulle recensioni della piattaforma TrustPilot;
- estendendo gradualmente l'analisi a nuove piattaforme;
- individuando nuovi ambiti tematici, di interesse per l'INPS e i suoi utenti, da rilevare e analizzare;
- migliorando i format di reportistica al fine di raggiungere una ancor più immediata fruizione.

Indagini di Customer Experience e reputazionali

In linea con la Linea Guida Gestionale *"Rafforzamento del sistema di rilevazione del grado di soddisfazione degli utenti interni ed esterni, in ottica di partecipazione attiva alla produzione del Valore Pubblico e di miglioramento dei servizi"* proseguirà la vocazione dell'Istituto all'ascolto anche nel 2025. Sfruttando l'analisi dei diversi target di utenti/cittadini saranno effettuate campagne di *Customer Experience* e reputazionali che ingaggiano i diversi segmenti con modalità diversificate e in linea con le loro abitudini.

8. Budget

08

Le spese per le attività connesse alla realizzazione delle iniziative previste all'interno del Piano graveranno nel Bilancio di previsione 2025 per i seguenti importi:

- 605.660 euro sul capitolo di spesa 5U1104001, alla voce 02 "Acquisto pubblicazioni e varie";
- 971.500 euro sul capitolo di spesa 5U1104058, alla voce 04 "Comunicazione e relazioni esterne";
- 1.109.000 euro sul capitolo di spesa 5U1104058, alla voce 05 "Comunicazione interna e organizzativa".



Insieme. Sempre

La forza del Welfare generativo

Allegato 1

Azioni di comunicazione 2025



Per ciascun ambito di intervento previsto nel Piano di Comunicazione 2025, sono elencate le tipologie di azioni e gli indicatori qualitativi e quantitativi associati, con l'obiettivo di agevolare la rendicontazione.

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Progetto INPS per i giovani "Insieme per il futuro"	— Percorsi educativi nelle scuole e nelle università per inserire la previdenza sociale nella formazione dei giovani, fornendo strumenti utili a prendere decisioni informate — Produzione di video e campagne informative su strumenti come la piattaforma SISL, oltre alla promozione di servizi utili — Organizzazione di eventi e manifestazioni mirati ad avvicinare i giovani al mondo del welfare e alle opportunità previdenziali	• Realizzazione sì/no • Numero di video guide, tutorial e podcast realizzati • Eventi realizzati
Progetto Arte e Cultura	— Progetti congiunti insieme a musei, biblioteche e archivi storici, come mostre e aperture straordinarie di siti storici — Visite guidate ai palazzi e alle proprietà storiche dell'Istituto, con percorsi educativi e informativi pensati per il pubblico — Partecipazione e organizzazione di eventi culturali nazionali e internazionali per rafforzare il ruolo dell'istituto di promotore culturale	• Realizzazione sì/no • Eventi realizzati
Progetto Sostegno alla Genitorialità	— Strumenti volti a supportare la genitorialità (es. congedo obbligatorio di maternità; congedo di paternità; congedo parentale) — Iniziative di sensibilizzazione per promuovere una cultura della genitorialità condivisa, attraverso campagne di comunicazione mirate, guide interattive e webinar informativi	• Realizzazione sì/no • Numero di video guide, tutorial e podcast realizzati

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Promuovere la consapevolezza previdenziale tra i giovani	Campagne mirate, incontri informativi e strumenti digitali pensati per un pubblico giovane. Le campagne verranno veicolate attraverso: — Ufficio mobile itinerante, installato in corrispondenza dei maggiori eventi di comunicazione a livello nazionale e/o presso strutture pubbliche ad alto tasso di ricettività (ospedali, università, fabbriche, nuclei sociali ad alta densità, ecc.) — Fiere, convegni, congressi, campagne di comunicazione, in partnership con il Ministero del Lavoro ed altre istituzioni; — Video guide dedicate specificatamente ai giovani nella fascia 18/30 anni — Video pillole didattiche in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione e del Merito e il Ministero dell'Università e della Ricerca sui principali temi della previdenza e rafforzamento della politica di alfabetizzazione previdenziale — Servizi di supporto alla comunicazione per il sostegno e la realizzazione di nuovi eventi centrali e nazionali a favore delle nuove campagne	• Realizzazione sì/no • Numero di video guide, tutorial e podcast realizzati • Eventi realizzati

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Promuovere la consapevolezza su questioni sociali	— Campagne di comunicazione mirate su tematiche sociali rilevanti — Eventi su temi fondamentali (es. sostegno alla genitorialità, i servizi per la famiglia, parità di genere, contrasto alla violenza sulle donne, inclusione delle persone con disabilità) — Momenti di dialogo e sensibilizzazione su comportamenti ecologici e sostenibili — Comunicazione inclusiva e facilmente comprensibile per utenti stranieri — Supporto immediato ai cittadini durante eventi straordinari e per facilitare l'accesso alle prestazioni nei momenti di maggiore necessità	• Realizzazione sì/no • Eventi realizzati • Numero seminari realizzati • Tipologia convegni • Grado di soddisfazione dell'utente esterno • Indice Gulpease
Promuovere iniziative di sviluppo su servizi e strumenti offerti dall'Istituto	— Campagne promozionali su strumenti digitali per l'accesso ai servizi (es. SIISL, SEND, Contact Center Multicanale, PUE, APP mobili) — Campagne promozionali su prestazioni, servizi, iniziative e aggiornamento delle misure esistenti — Campagne promozionali sulle opportunità offerte dai fondi previdenziali	• Realizzazione sì/no • Numero di attività realizzate • Grado di soddisfazione dell'utente esterno

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Rafforzare la presenza dell'INPS nei luoghi e nelle manifestazioni di rilevanza nazionale	Partecipazione a eventi e incontri istituzionali per il dialogo con cittadini, enti e associazioni. Tra questi ricordiamo: — Pordenone Legge - Festa del libro e della libertà — Barcolana 57 (Trieste) — Global Money Week (Roma) — Salone del Libro (Torino) — IOLAVORO (Torino) — OrientaSUD (Napoli) — JOB&Orienta (Verona) — Lucca Comics & Games — Just the woman I am (Torino) — Brand Journalism Festival (Roma) — Villaggio per la Terra (Roma) — Giffoni (Giffoni Valle piana) — Meeting di Rimini — TEDxPiazzaCampodeFiori (Roma) — Contemporanea (Milano) — Stati Generali della Natalità (Roma)	• Realizzazione sì/no • Eventi realizzati

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Sviluppare sinergie con partner istituzionali al fine di incentivare l'innovazione, l'analisi di scenari futuri, e anticipare i fabbisogni degli utenti	Sinergie con partner istituzionali, enti locali, organizzazioni di settore, istituzioni internazionali, media e organi di informazione attraverso la partecipazione a eventi dedicati all'innovazione amministrativa, al mondo del lavoro, alla cultura previdenziale e allo sviluppo economico. Tra questi ricordiamo: — ForumPA (Roma) — Luci sul Lavoro (Montepulciano) — Anci Expo (Bologna) — Identitaly (Roma) — Festival dell'Economia di Trento 2025 — Global Welfare Summit (Roma) — Festival del Lavoro (Genova)	• Realizzazione sì/no • Tipologia convegni • Eventi realizzati
Rafforzare il senso di appartenenza dei dipendenti per favorirne l'adesione a valori comuni	— Organizzazione di iniziative di aggregazione e condivisione per consolidare il legame con l'Istituto — Campagne promozionali su tematiche di sicurezza sul lavoro e gestione dello stress — Promozione e organizzazione eventi per la valorizzazione delle competenze trasversali del personale (es. premi, rassegne) — Promozione delle attività formative o sulla cultura della crescita professionale (es. Accademia INPS) — Rubriche informative per i dipendenti (es. guide per nuovi assunti o per i dipendenti in prossimità dell'età pensionabile) — Strumenti e materiali a disposizione dei dipendenti (es. calendari, planning e brochure)	• Realizzazione sì/no • Attività realizzate • Grado di soddisfazione dell'utente interno

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Ottimizzare la Intranet aziendale per migliorare l'esperienza dei dipendenti	— Presenza sulla Intranet di notizie, contenuti multimediali (es. foto, video, interviste) e volumi tematici — Pubblicazione di news relative a servizi e prestazioni, e articoli su giornate commemorative, fatti di particolare rilievo e temi di comunicazione esterna di interesse per i dipendenti — Promozione in un'apposita sezione degli eventi di maggiore rilevanza per offrire un quadro sempre aggiornato della vita aziendale — Utilizzo di un linguaggio più semplice e accessibile, grazie a un approccio che renderà le informazioni più coinvolgenti e fruibili	• Realizzazione sì/no • Attività realizzate

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Sviluppare comunicazioni semplici e chiare sui servizi offerti dall'INPS, sui diritti degli utenti e sui processi decisionali	— Aggiornamento delle informazioni disponibili sul portale istituzionale, anche in modalità multilingue — Riorganizzazione delle voci e aggiornamento dei contenuti del menu INPS Comunica nel portale internet — Semplificazione del linguaggio web, seguendo anche i criteri SEO per migliorare la navigazione degli utenti — Utilizzo di un lessico condiviso, volto a garantire coerenza terminologica e maggiore chiarezza espositiva nei testi ufficiali — Modulistica più intuitiva e comprensibile, accompagnandola con guide pratiche per supportare l'utenza nella corretta compilazione — Video guide personalizzate e tutorial esplicativi — Materiali di supporto per agevolare il corretto utilizzo delle procedure interne e la realizzazione degli eventi	• Grado di soddisfazione dell'utente esterno • Indice Gulpease • Attività realizzate • Numero di video guide, tutorial e podcast realizzati • Realizzazione sì/no
Gestire le situazioni di emergenza e tutelare l'immagine dell'INPS	Monitoraggio delle potenziali situazioni di crisi e gestione sulla base di quanto previsto nel Piano operativo di prevenzione e gestione delle crisi comunicative	• Numero segnalazioni gestite

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Rafforzare e valorizzare il ruolo delle reti di comunicazione dell'Istituto (RUC e URP)	— Promozione di un coinvolgimento sempre più attivo e proattivo delle attività di comunicazione (Reti RUC ed URP) — Attività volte al miglioramento del flusso di comunicazione, sia a livello centrale, garantendo coerenza e tempestività delle informazioni, sia nell'interazione tra il centro e il territorio, assicurando una diffusione capillare e armonizzata dei messaggi istituzionali — Attivazione di un canale di informazione con gli URP e il Contact Center per rispondere al meglio alle richieste di informazione degli utenti — Iniziative a supporto degli Organi per garantire un'efficace governance e comunicazione istituzionale, favorendo, ad esempio, l'adozione delle linee guida del CUG	• Realizzazione sì/no
Potenziare la strategia per la gestione dei <i>touchpoint</i> utenti-Istituto in ottica di cross-canalità	— Promozione di un punto unico e semplificato di accesso alle notizie e ai servizi — Strumenti innovativi di comunicazione multimediale (<i>i.e. house organ</i>), per avvicinare sempre di più l'Istituto ai cittadini	• Realizzazione sì/no

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Garantire il rispetto delle linee Guida di Experience	— Allineamento progressivo dei canali e <i>touchpoint</i> alle Linee guida di Brand garantendo coerenza visiva e comunicativa — Rafforzamento ed estensione del ruolo dell'Experience Authority, affinché: un numero sempre maggiore di servizi digitali raggiunga standard di usabilità e accessibilità; venga adottato in modo sistematico il <i>Design System Sirio</i>; venga rispettato il processo di progettazione utente centrica; vengano supportate le Direzioni di Prodotto e la DCTII nella progettazione di servizi e <i>touchpoint</i> conformi alle Linee guida di Experience — Semplificazione del linguaggio, attraverso: l'uso di tecnologie innovative (es. IA); la revisione dei testi su tutti i canali per renderli più chiari, semplici e inclusivi — Attuazione delle iniziative di promozione dell'identità dell'Istituto, anche attraverso le comunicazioni legate al Progetto Arte e Cultura per la valorizzazione del vasto patrimonio storico e artistico (es. mostre, aperture straordinarie, visite guidate e collaborazioni con musei e archivi)	• Realizzazione sì/no • Numero di attività realizzate

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Promuovere un ciclo di miglioramento continuo sulla base dell'ascolto	— Sistema di ascolto strutturato, volto a raccogliere i <i>feedback</i> degli utenti attraverso i diversi <i>touchpoint</i> disponibili per assicurare un monitoraggio continuo delle loro esigenze e aspettative — Sistema di retroazione, finalizzato a trasformare i riscontri ricevuti in azioni concrete — Iniziative di co-partecipazione degli utenti finali nelle pratiche di generazione di valore, attraverso il loro coinvolgimento nella progettazione e realizzazione dei servizi	• Realizzazione sì/no
Promuovere la digitalizzazione e l'Intelligenza Artificiale	— Nuove modalità di interazione con il pubblico, sfruttando il potenziale delle tecnologie digitali per migliorare la comunicazione e semplificare l'accesso ai servizi — Automatizzazione di procedure ripetitive, riduzione dei tempi di attesa e personalizzazione dell'assistenza, grazie all'adozione di strumenti avanzati come l'Intelligenza Artificiale — Servizi digitali innovativi che garantiscono l'inclusione ed il raggiungimento di tutti i cittadini	• Realizzazione sì/no • Attività realizzate

Ambito di intervento	Tipologia di azioni	Indicatori
Eventi ed iniziative per la promozione dell'innovazione tecnologica	— Partecipazione a eventi di rilievo nazionale e internazionale, promuovendo il confronto con istituzioni, aziende e stakeholder per individuare nuove soluzioni digitali e migliorare l'efficienza dei servizi (es. SMAU e le Giornate dell'Innovazione) — Organizzazione di eventi per valutare il potenziale delle soluzioni già implementate e approfondire le prospettive di sviluppo tecnologico, creando dei momenti di confronto per rispondere alle esigenze della collettività	• Realizzazione sì/no • Eventi realizzati