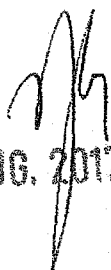


**INPS**

**DETERMINAZIONE n. 114 del**

**7 LUG. 2017**



**Oggetto: Piano di Comunicazione 2017.**

**IL PRESIDENTE**

**Visto** il DPR 30 aprile 1970 n. 639;

**Vista** la Legge 9 marzo 1989 n. 88;

**Visto** il Decreto Legislativo del 30 giugno 1994 n. 479 e successive modifiche e integrazioni;

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

**Visto** l'art. 7, comma 8, del Decreto Legge 31 maggio 2010 n. 78, convertito con modificazioni dalla Legge 30 luglio 2010 n. 122;

**Visto** il D.P.R. 16 febbraio 2015 con il quale il Prof. Tito Boeri è stato nominato, per la durata di un quadriennio a decorrere dalla data del decreto medesimo, Presidente dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

**Visto** il D.M. del 13 gennaio 2017 con il quale è stata nominata la dott.ssa Gabriella Di Michele, direttore generale dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale;

**Visto** il Regolamento di organizzazione dell'Istituto adottato con determinazione presidenziale n. 89 del 30 giugno 2016, come modificato con determinazioni presidenziali n. 100 del 27 luglio 2016 e n. 132 del 12 ottobre 2016;

**Visto** l'Ordinamento delle funzioni centrali e territoriali dell'INPS adottato con determinazione presidenziale n. 110 del 28 luglio 2016, come modificato con determinazione presidenziale n. 13 del 24 gennaio 2017;

**Vista** la determinazione presidenziale n. 169 del 27 dicembre 2016, con la quale è stato approvato il progetto di bilancio di previsione per l'esercizio 2017;

**Vista** l'approvazione del bilancio di previsione per l'esercizio 2017 da parte del Ministro del lavoro e delle politiche sociali ai sensi dell'articolo 3, comma 4, del d.lgs. n. 479/1994, intervenuta con nota 6946 del 20 aprile 2017;

**Vista** la Legge 7 giugno 2000, n. 150 (Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni);

**Considerato** che la comunicazione istituzionale rappresenta una funzione essenziale per gestire le relazioni con tutti gli interlocutori dell'amministrazione pubblica;

**Considerato** che l'Ordinamento delle Funzioni centrali e territoriali dell'Istituto ha istituito, in luogo della Direzione centrale Comunicazione, del Presidio Sponsorizzazioni e valorizzazione dei beni e dell'Ufficio stampa, la nuova Direzione centrale Relazioni esterne;

**Considerato** che il Piano di comunicazione 2017 dell'Istituto è stato predisposto in linea con quanto previsto dal nuovo Ordinamento delle Funzioni centrali e territoriali, dalla Relazione programmatica 2017-2019 del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza approvata con deliberazione n. 5/2016 e dalla Circolare n. 179 del 21 settembre 2016 sull'avvio del processo di programmazione e budget per l'anno 2017;

**Considerato** che il Piano di comunicazione INPS 2017 è stato elaborato nel rispetto delle disposizioni vigenti per il contenimento della spesa pubblica;

**Considerato** che le risorse finanziarie per la realizzazione del Piano di Comunicazione 2017 sono stanziare sul capitolo di spesa 5U1104058 "Spese per l'informazione e la comunicazione istituzionale" alla voce 03 "Spese per l'acquisto di beni e servizi" e sul capitolo di spesa 5U1104001 "Acquisto libri, pubblicazioni tecniche, quotidiani e riviste" alla voce 02 "Acquisto e abbonamenti a quotidiani e periodici, anche in forma elettronica e on line, incluse le agenzie di stampa" del Bilancio di previsione 2017;

**Ritenuto** che gli stanziamenti ipotizzati per la realizzazione degli interventi pianificati nell'ambito del Piano di comunicazione, descritti nell'allegato 1), sono indicativi, fermo restando l'importo complessivo del capitolo di spesa, e potranno essere rimodulati nel corso dell'anno secondo le esigenze e per consentire il migliore perseguimento degli obiettivi indicati;

**Vista** la relazione predisposta sull'argomento dalla Direzione generale;

**Su** proposta del Direttore generale,

#### **DETERMINA**

- di approvare il Piano di comunicazione INPS 2017, che costituisce parte integrante della presente determinazione. Le spese per le attività

per un importo pari a € 1.115.876,00, graveranno sul capitolo di spesa 5U1104058 "Spese per l'informazione e la comunicazione istituzionale" alla voce 03 "Spese per l'acquisto di beni e servizi" e per un importo di € 357.432,20 sul capitolo di spesa 5U1104001 "Acquisto libri, pubblicazioni tecniche, quotidiani e riviste" alla voce 02 "Acquisto e abbonamenti a quotidiani e periodici, anche in forma elettronica e on line, incluse le agenzie di stampa" del Bilancio di previsione 2017;

- di dare mandato al Direttore Generale di porre in essere tutte le attività necessarie per la realizzazione del Piano di Comunicazione 2017.

IL PRESIDENTE

Tito Michele Boeri

Documento firmato in originale

**#piùFacilepiùInps**  
**trasparenza ed efficienza al servizio del Paese**  
**piano di comunicazione INPS 2017**

"... il nostro acronimo potrebbe essere declinato come  
**IN**formazione sulla **Pro**tezione **Sociale**"  
(Relazione annuale del Presidente, luglio 2016)

## **1. L'analisi dello scenario**

*I nostri utenti ci chiedono sempre più informazioni.*

La crescente complessità delle norme su lavoro e protezione sociale alimentano la necessità di sviluppare il servizio di consulenza ed orientamento. Le misure recentemente adottate per introdurre elementi di flessibilità richiedono strumenti informativi che assicurino a tutti la possibilità di comprendere le implicazioni delle decisioni con riguardo alle ricadute sul loro futuro previdenziale.

Al tempo stesso, l'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale ripensa la sua organizzazione per gestire la complessità e dare risposte sempre adeguate alle aspettative dell'utenza.

*Il contesto sociale ed economico*

Il quadro generale del Paese mostra ancora i segni della crisi economica che da anni frena la crescita.

Il tasso di crescita del PIL nel 2016 si è attestato al +1%. Il tasso di occupazione rilevato a dicembre 2016 è al 57,3%, il tasso di disoccupazione al 12% (dati ISTAT).

Intanto s'intensifica il calo demografico che ha interessato la popolazione italiana a partire dal secondo dopoguerra. Basti pensare che nel 2015 (dato ISTAT) il valore del tasso di fecondità totale della popolazione residente è stato pari ad 1,35 (1,27 per le donne italiane, 1,94 per le straniere).

Tutto ciò, oltre a creare tensioni nella tenuta dei complessivi conti del sistema previdenziale, comporterà presumibilmente un aumento delle prestazioni di tipo assistenziale, sia a sostegno della natalità che a prevenzione e sollievo della non autosufficienza. Da un lato, quindi, diminuisce il numero di lavoratori per pensionati, dall'altro è destinato ad aumentare sempre più il numero di persone anziane e bisognose di specifica assistenza.

La riforma pensionistica adottata nel dicembre 2011 ha previsto requisiti più stringenti per accedere alla pensione. Per attenuarne alcuni effetti, sono seguite misure che hanno esonerato specifiche categorie dagli inasprimenti dei requisiti. Il Governo, proprio per superare i limiti di provvedimenti estranei a una coerenza di sistema, sta adottando soluzioni volte a reintrodurre un principio di pensionamento flessibile. Al momento la risposta a tale esigenza è stata l'introduzione dell'Anticipo pensionistico, che vedrà impegnato l'Istituto in un complicato ruolo di gestore del servizio ed interfaccia dei lavoratori e degli operatori finanziari ed assicurativi.

Le innovazioni in materia di ammortizzatori sociali e in materia di genitorialità evidenziano le esigenze di un mercato del lavoro variegato e mutevole.

La sempre più accentuata mobilità dei lavoratori, e dei pensionati, acuisce la necessità per l'INPS di presidiare i servizi che attengono alla sicurezza sociale internazionale. Da una parte, la propensione all'emigrazione aumenta (+12,4% nel 2015 rispetto all'anno precedente), con l'aumento della percentuale di giovani laureati che lasciano il nostro Paese. D'altra parte, i cittadini stranieri residenti in Italia nel 2016 sono stimati in più di cinque milioni (8,3%, dati ISTAT). Aumenta pertanto la necessità di informare adeguatamente i cittadini italiani che svolgono periodi lavorativi all'estero, così come gli stranieri in Italia per lavorare (e che ritornano nei loro Paesi dopo la pensione).

#### *La riorganizzazione dell'Istituto*

Al fine di consolidare la centralità dell'INPS nel sistema di Welfare del Paese, il nuovo Ordinamento dei servizi centrali e territoriali ha ridisegnato la struttura organizzativa a livello centrale e territoriale, secondo le direttrici della separazione e chiarezza dei ruoli, della semplificazione e governabilità, della visibilità organizzativa per ruoli ed attività strategiche.

In particolare:

- a livello centrale è stata prevista una razionalizzazione dei centri decisionali, strumentale all'accrescimento delle funzionalità di regia e governo dei processi;
- a livello territoriale è stata rafforzata l'integrazione e la qualificazione delle relazioni con gli utenti per consolidare il patto fiduciario con lavoratori, pensionati, famiglie ed imprese secondo le peculiarità delle realtà locali.

Riguardo alla necessità di reperire nuove risorse, è programmata l'indizione di un concorso pubblico per funzionari.

#### *Il nuovo modello di servizio*

Il nuovo assetto organizzativo è coerente con l'evoluzione del modello di erogazione del servizio in logica di centralità dell'utente.

Il modello di servizio all'utente, sia esterno che interno, si arricchisce di un'ulteriore dimensione relativa a una più profonda 'conoscenza' dell'utenza,

alla sua profilazione e suddivisione in diversi pubblici di riferimento. Un percorso reso possibile da quanto svolto negli anni passati e dallo sviluppo di una cultura consulenziale interna all'Istituto che, per anticipare le richieste dell'utente, arriva a conoscerne esigenze e peculiarità in termini di reali fabbisogni, ma anche di linguaggio, tempi e modi di interazione e dialogo con l'amministrazione pubblica.

## **2. Gli obiettivi strategici**

Il Piano di comunicazione 2017, in linea con quanto previsto dal nuovo ordinamento delle Funzioni centrali e territoriali, dalla Relazione programmatica 2017-2019 del Consiglio di Indirizzo e Vigilanza (deliberazione n. 5/2016), e dalla Circolare n. 179 del 21 settembre 2016 sull'avvio del processo di programmazione e budget per l'anno 2017, segna un ulteriore passo in avanti rispetto alle attività di coinvolgimento dei cittadini e di riconoscibilità già poste in essere negli anni passati.

In particolare, il CIV chiede:

- l'adozione, nella comunicazione verso i cittadini, di tutti i necessari accorgimenti per evidenziare i servizi resi, con semplicità ed immediatezza, tenendo conto del grado di soddisfazione dell'utenza in termini di tempestività, correttezza e chiarezza dell'informazione. Particolare attenzione va riservata alla comunicazione telematica, avendo cura di non trascurare la circostanza che non tutta l'utenza INPS possiede lo stesso livello di alfabetizzazione informatica;
- l'adozione, nella comunicazione verso l'interno, di tutti i necessari accorgimenti per favorire la circolarità e la tempestività delle informazioni, con una adeguata attenzione agli Organi dell'Istituto, al territorio ed ai vari livelli di responsabilità organizzativi;
- il coinvolgimento delle sedi territoriali dell'INPS e dei partner di servizio che, per la loro distribuzione ramificata sul territorio, sono a diretto contatto con i cittadini e che quindi possono più agevolmente recepirne le istanze.

La comunicazione INPS, pertanto, è sempre più orientata alla semplificazione e trasparenza amministrativa ed al miglioramento della comunicazione verso la comunità, mettendo al centro i bisogni e le esigenze dell'utente esterno ed interno.

L'Istituto si pone così l'ambizione di andare oltre la funzione di 'erogatore di prestazioni' a favore della costruzione di un affidabile ente di sostegno permanente alla persona, alla famiglia e alla comunità nazionale, soprattutto nei momenti di debolezza.

Il dialogo instaurato col cittadino a partire dall'accessibilità presso le sedi territoriali, dal processo di revisione del Portale Inps, dai servizi on-line, dalla

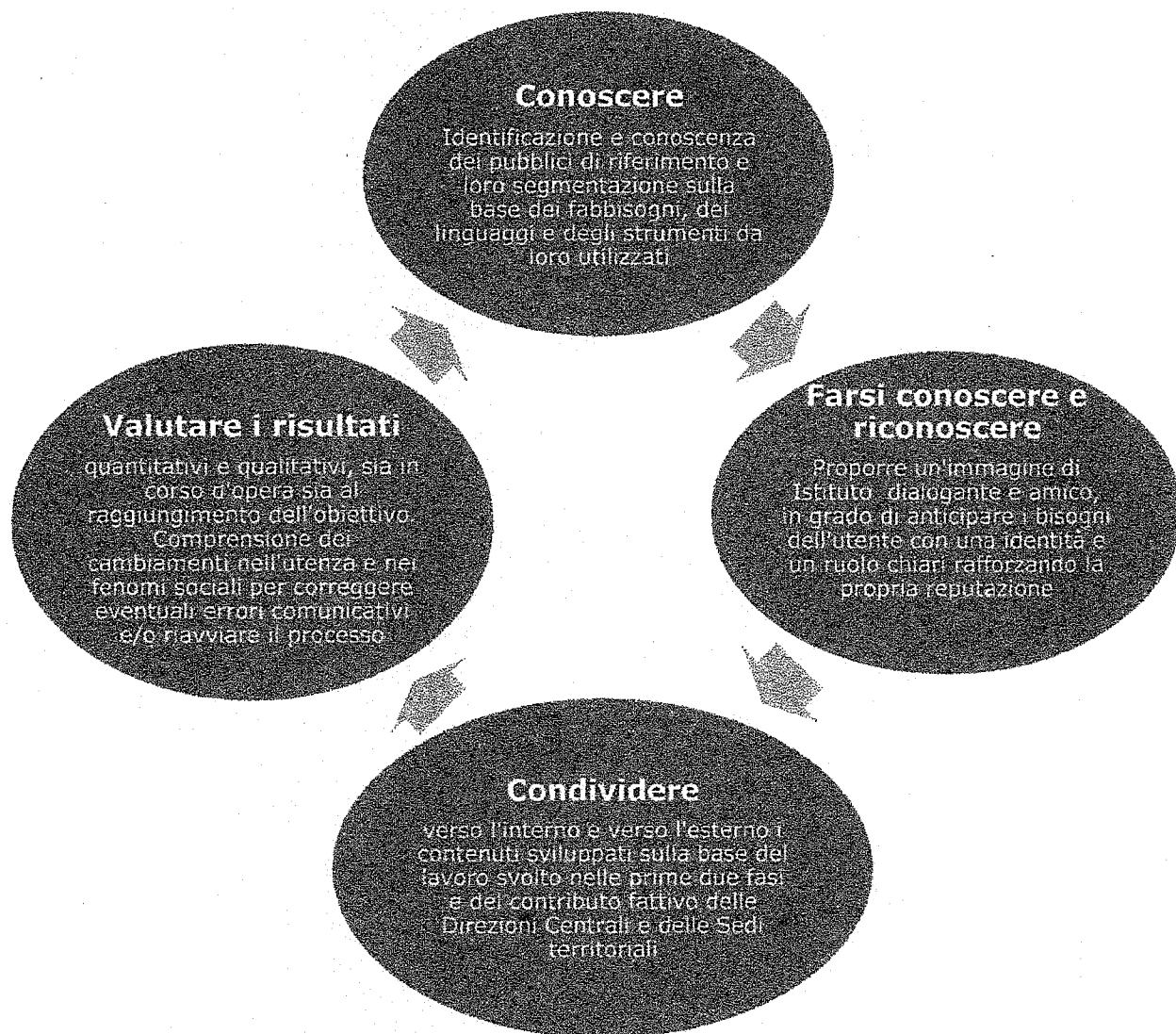
corrispondenza, dal lavoro di informazione attraverso i media, dall'utilizzo dei *social*, dall'organizzazione e partecipazione ad eventi e dal coinvolgimento dei partner di servizio, ha contribuito – e continuerà a farlo – a ridefinire l'immagine dell'Istituto, sempre più interlocutore «amico» dei propri utenti. Tutti gli strumenti di ascolto, condivisione e relazione, infatti, continueranno anche nel 2017 a essere i canali grazie ai quali l'Istituto raggiungerà tutti gli utenti rispondendo alle loro domande, aprendo ulteriori spazi di incontro e confronto e di conoscenza reciproca ed accrescendo, di conseguenza, quella reputazione che è elemento fondamentale per lavorare anche in momenti di crisi comunicativa o di visibilità alterata o non chiara nelle dinamiche dei *media mainstream*.

Nei confronti del cliente interno, una particolare attenzione è posta alla circolarità delle informazioni e all'utilizzo di tecniche comunicative adeguate rispetto allo sviluppo di un modello professionale in linea con le iniziative strategiche e progettuali di evoluzione del modello di offerta del servizio. Tale comunicazione, assieme alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico dell'Istituto, costruisce e rinforza l'identità, il senso di appartenenza e la cultura istituzionale, favorendo lo sviluppo delle conoscenze e delle capacità ed alimenta i processi di apprendimento che consentono di accrescere le competenze, presupposti del miglioramento delle performance.

Il nuovo piano ha l'ambizione di porre al centro di una visione complessiva i bisogni della variegata utenza dell'INPS, interna ed esterna, al fine di realizzare la miglior *user experience* e servizi efficienti per gli utenti. Vuole farlo partendo dalla forza del *brand* dell'INPS e della sua storia.

Per tale ragione il Piano di comunicazione 2017 è stato immaginato come un ciclo in cui tutte le sotto-funzioni comunicative, e gli strumenti che ne rendono possibile la realizzazione, possano essere coinvolti in maniera trasversale e collaborativa col supporto di tutte le Direzioni portatrici di interesse, principalmente di quelle territoriali, ricettori privilegiati dei bisogni e del *sentiment* dell'utenza.

In linea, dunque, con l'esigenza del miglioramento del livello dei servizi all'utenza e della sua soddisfazione, si è ritenuto di sviluppare un percorso che dalla 'conoscenza' dei nostri pubblici di riferimento conduca in maniera armoniosa a un nuovo, o diverso, 'farsi conoscere' e a una sempre maggiore condivisione, sia verso l'interno, come reale interiorizzazione della missione e dei valori dell'Istituto e come *knowledge management*, sia verso l'esterno, dove l'utilizzo armonico di vecchi e nuovi mezzi di comunicazione deve sempre più garantire il superamento di una comunicazione 'uno a molti' che tende a volte a escludere la voce e il ruolo del singolo utente. L'efficacia degli strumenti e delle modalità utilizzate dovrà essere poi verificata per consolidare o riprogrammare le iniziative comunicative.



Il Piano di comunicazione 2016 già aveva fornito alcuni punti fermi da cui partire per sviluppare ulteriormente gli obiettivi strategici, soprattutto in relazione al modello di interazione col cittadino e a quello identitario.

Le buone pratiche, la visibilità della capacità di risposta ai bisogni sociali, le soluzioni adottate, l'utilizzo delle 'buone notizie' continueranno, anche nel 2017, a essere una colonna portante della comunicazione dell'Istituto. Le campagne di trasparenza, da "INPS a porte aperte" a "La mia pensione", continueranno ad essere ulteriormente sviluppate e affiancate da strumenti che mettano a disposizione di un'utenza variegata il patrimonio informativo dell'Istituto.

Per quanto riguarda nello specifico il dialogo col cittadino, che unisce le fasi del 'conoscere' e 'farsi conoscere' in un prezioso unicum processuale, il 2017 sarà caratterizzato dalla riorganizzazione del sito web secondo una logica di centralità dell'utente e riconoscimento specifico della sue peculiarità, assieme a un utilizzo integrato dei *social* come strumento di ascolto e reciproca conoscenza.



A questi punti fermi si aggiunge, sulla base dell'esperienza maturata, l'ulteriore sviluppo e messa a sistema della capacità di intervento dell'Inps in situazioni di grave emergenza.

Per il rafforzamento del modello identitario, il Piano 2017 continua il suo percorso di valorizzazione delle individualità e delle professionalità interne.

Anche il Piano 2017, come i precedenti Piani di comunicazione, assume un orizzonte temporale pluriennale che garantisce una fluidità e una capacità di adattamento sia rispetto alle continue innovazioni normative, sia rispetto alle esigenze dell'utenza, che ai mutamenti del contesto socio-economico in cui la comunicazione dell'Istituto è chiamata ad agire. Per la stessa ragione, il Piano si pone come strumento fluido rispetto ad eventi non preventivabili o novità che possano verificarsi nel corso del 2017, che necessitino di interventi comunicativi supportati da ulteriori o diverse risorse strumentali e che, pertanto, al momento non è possibile programmare nel dettaglio.

### **3. "Conoscere" l'utenza**

Per garantire servizi rispondenti ai reali bisogni dell'utenza, in prospettiva predittiva, è stato necessario individuare le tipologie di pubblici di riferimento, in base ad esigenze e comportamenti omogenei, superando le tradizionali categorie collegate alle gestioni previdenziali. La 'conoscenza' dei lavoratori interessati ad accedere in anticipo alla pensione, ad esempio, consente di promuovere l'attività di consulenza da parte dell'Istituto e di diffondere le informazioni di base per fare scelte consapevoli.

Il processo incrementale di profilazione dell'utenza e di anticipazione delle relative esigenze si snoda, a sua volta, attraverso i diversi canali di comunicazione e coinvolge tutta la gamma di azioni divulgative da attivare nel breve e medio periodo. La profilazione degli utenti, infatti, comporta la previsione di un set di bisogni potenziali cui fare riferimento anche per rendere gli stessi utenti partecipi delle attività svolte e dei servizi resi dall'Istituto.

Le strategie di comunicazione per l'anno 2017 tendono, di conseguenza, a rafforzare la presenza dell'Inps rispetto a tematiche e prestazioni di nuova istituzione e, soprattutto, a quelle di maggiore interesse dal punto di vista dell'utente.

### **4. Azioni comunicative: #piùFacilepiùInps**

Dai mutamenti in atto nel sistema politico, sociale ed economico del Paese, dall'evoluzione del modello organizzativo e di servizio e dalla programmazione strategica dell'Istituto, calati nell'ambito dei principi sopra descritti, scaturiscono gli obiettivi di comunicazione che l'Inps intende perseguire nel corso del 2017.

I macro-obiettivi strategici, che mirano a prevedere le esigenze dell'utenza, del territorio di riferimento, dell'organizzazione e degli individui che la compongono per fornire l'esperienza migliore, vengono così declinati in azioni comunicative coordinate in una narrazione collettiva ed articolate in alcuni momenti essenziali che seguono il modello già illustrato:

- 'farsi conoscere', ossia rendere evidenti i valori che l'Istituto vuole comunicare, in modo che siano chiari, espliciti e veritieri rispetto alle reali potenzialità dell'organizzazione. La comunicazione si muoverà lungo tre filoni:

a) efficienza:

- sviluppare le attività istituzionali in conformità alle esigenze manifestate
- evidenziare le buone pratiche e le innovazioni a favore delle diverse categorie di utenza, i progetti e le iniziative volti a diffondere la consapevolezza dei diritti e dei doveri previdenziali, i nuovi servizi realizzati e quelli modificati per semplificare e migliorare l'accesso alle prestazioni ed alla consulenza, lo sviluppo delle competenze digitali atte a ridurre il *digital divide*;

b) trasparenza:

- sviluppare progetti in materia previdenziale quali:
  - "La mia Pensione futura"
  - INPS a porte aperte
  - Osservatori statistici
- realizzare attività e documentazione di studio sulle politiche di sicurezza sociale a livello nazionale ed europeo

c) sviluppo delle risorse umane:

- diffondere e rafforzare la cultura aziendale
  - garantire la tempestività e la circolarità delle informazioni
  - supportare l'evoluzione del nuovo modello organizzativo
  - promuovere il nuovo concorso pubblico per funzionari;
- 'condividere i contenuti', ovvero coinvolgere il pubblico interno ed esterno instaurando un rapporto diretto attraverso la selezione e la creazione di contenuti rilevanti per i target di riferimento, da diffondere attraverso mezzi di divulgazione multicanale. Si realizza così un approccio in grado di far nascere una vera e propria comunità che si confronti con INPS in merito ad informazioni, consigli e dubbi sul mondo della sicurezza sociale. Tale condivisione si attua:
    - verso l'esterno, in particolare attraverso momenti di incontro con le rappresentanze degli utenti e con intermediari qualificati nel corso dei quali rendere conoscibile il portafoglio dei servizi, raccogliere osservazioni e spunti, anche critici, utili a semplificare l'accesso alle

- prestazioni, migliorarne l'efficacia dei servizi ed a sviluppare altre attività che rappresentino un valore aggiunto;
- o all'interno, per rafforzare il sistema identitario, anche realizzando strumenti per aggregare e contestualizzare i contenuti al fine di favorire la circolarità di informazioni e il senso di partecipazione di tutti i dipendenti.

## **5. Obiettivi operativi**

### *Evoluzione del portale e dei servizi on-line*

L'INPS ha investito molto sul rifacimento del sito istituzionale, con un progetto partito nel 2015 e che ha visto il rilascio on-line del nuovo portale lo scorso 3 aprile.

Proseguirà nel 2017 l'attività di evoluzione permanente del nuovo sito istituzionale sulla base delle esigenze dei diversi pubblici di riferimento e nell'ottica di:

- a) personalizzazione dell'informazione del nuovo portale, costruito sulla navigazione multidimensionale per migliorarne progressivamente l'esperienza d'uso
- b) miglioramento dell'organizzazione delle informazioni attraverso la nuova struttura di navigazione, anche con la possibilità di accedere ai servizi on-line dalle pagine informative
- c) ottimizzazione della nuova grafica del portale (mettendo in evidenza i contenuti) e standardizzazione progressiva della struttura e del *lay-out* dei servizi all'utenza
- d) semplificazione linguistica e traduzione nelle principali lingue straniere di parti significative del portale
- e) aggiornamento continuo dei contenuti on-line
- f) sviluppo della funzionalità predittiva del nuovo portale che, anche attraverso un sistema avanzato di profilazione dell'utente (pensionato, lavoratore dipendente, lavoratore autonomo, lavoratore pubblico, lavoratore migrante, azienda, famiglia, e così via), riesca a proporre la navigazione corretta verso i prodotti e i servizi di interesse
- g) sviluppo dell'area personalizzata MyInps per la sua evoluzione nel sistema predittivo e profilato di offerta all'utente delle informazioni e delle funzionalità
- h) rilevazione del gradimento del nuovo portale, analisi e fornitura alle strutture coinvolte di report mensili dei dati di utilizzo del portale per pubblici e sezioni di competenza, per il miglioramento continuo della qualità dei contenuti.

Alla riprogettazione integrale del sito istituzionale si connette l'attività, a supporto e in collaborazione con le altre Direzioni competenti, volta ad

incoraggiare l'accesso ai servizi on-line e *mobile* nell'ottica di migliorare l'interazione col cittadino, favorire il superamento del *digital divide*, promuovere la diffusione dell'identità digitale in collaborazione con AGID e così accompagnare gli utenti verso un utilizzo semplice e semplificato dei servizi telematici («educazione all'identità digitale»):

1. s'intensificherà l'attività di pubblicizzazione delle procedure on-line;
2. continuerà la collaborazione col Dipartimento della Funzione pubblica e con AGID nelle campagne sull'*open government* e su SPID;
3. si predisporranno strumenti di ausilio all'utilizzo delle procedure on-line, sia in formato elettronico, anche mediante *tutorial*, sia mediante brevi pubblicazioni;
4. si promuoverà, in raccordo con le Direzioni regionali, l'organizzazione di corsi di alfabetizzazione informatica e di introduzione alle procedure on-line INPS;
5. si verificheranno le funzionalità dell'applicazione Inps Mobile.

Completano la riprogettazione del sito e dei servizi gli interventi relativi alla modulistica cartacea ed alla corrispondenza massiva.

### *Canali social*

Il potenziamento della presenza dell'Istituto sui *social media* mira a ottimizzare l'ascolto e il dialogo coi diversi pubblici di riferimento al fine di incrementare riconoscibilità e reputazione e coinvolgere l'audience sia interna che esterna. È stata adottata una profilazione per il pubblico che utilizza tali mezzi di comunicazione. Le pagine Facebook, infatti, sono suddivise in base a quattro specifici pubblici di riferimento individuati tra quelli con maggiori bisogni o più specifiche richieste nei confronti dell'Istituto: famiglia, dipendenti pubblici, lavoratori migranti e giovani.

Il canale Twitter, invece, è improntato ai fabbisogni di un'utenza variegata e utilizzato principalmente per comunicare aggiornamenti, notizie e informazioni in tempo reale su servizi e nuove iniziative intraprese dall'Istituto, ma anche per recepire esigenze e criticità rilevate dagli utenti.

Il tutto con un linguaggio e una modalità di interazione che tengono conto sia dello strumento utilizzato sia dei pubblici di riferimento coinvolti di volta in volta.

Anche il canale YouTube dovrà evolvere da deposito di video a canale di comunicazione col pubblico.

Nel 2017 sarà sviluppato ulteriormente il ricorso ai *social* per:

- sviluppo di ulteriori strumenti e modalità di interazione per "conoscere" gli utenti secondo un approccio proattivo;
- diffusione di informazioni e promozione delle novità istituzionali in stretto rapporto con le campagne e gli eventi;

- supporto nell'utilizzo dei servizi (ascolto della problematica e indicazione del canale di risoluzione);
- promozione dell'immagine dell'Istituto in un'ottica di "ente amico" e più moderno in grado di parlare a pubblici giovani;
- coinvolgimento dell'utenza interna, anche mediante la creazione di canali dedicati;
- sviluppo di strumenti di ricerca e produzione di analisi sulla base dei dati dell'utilizzo dei profili *social* dell'INPS, dei contenuti espressi e del gradimento;
- rilevazione di elementi utili alla valutazione del rischio reputazionale
- individuazione e valutazione di eventuali ulteriori canali *social* su cui sviluppare la presenza dell'Istituto.

### *Campagne ed eventi*

La realizzazione di specifiche campagne consente all'Istituto non solo di promuovere nuovi servizi e prestazioni, ma anche di raccogliere i bisogni di un'utenza appositamente profilata.

In questa ottica, per il 2017 la Direzione centrale Relazione esterne intende mettere in atto una serie di attività per sviluppare e diffondere campagne rivolte a specifici pubblici di riferimento o a supporto della diffusione di specifiche tematiche. Inoltre, per facilitare l'accesso ai servizi, sarà garantita la presenza dell'Istituto sul territorio in occasione di fiere e manifestazioni, o a seguito di situazioni critiche e imprevedibili (come le calamità naturali).

Particolare cura sarà dedicata a consolidare le relazioni istituzionali, curando i rapporti con gli Organi di Governo, i Ministeri, gli Enti pubblici e privati.

In particolare, l'Inps vuole realizzare iniziative di comunicazione finalizzate a:

- favorire un rapporto virtuoso fra amministrazione e contribuenti, atto a creare un canale di comunicazione privilegiato e a facilitare la conoscenza delle regole e degli strumenti messi a disposizione dall'Inps per adempiere agli obblighi contributivi
- diffondere e consolidare la conoscenza delle regole e degli strumenti del sistema previdenziale e finanziario, per consentire alle nuove generazioni di proteggere e costruire il loro presente e pianificare il futuro in modo consapevole
- esporre il contenuto e le dimensioni dell'attività svolta dall'Istituto nelle diverse realtà provinciali, mediante eventi di presentazione al pubblico di cadenza annuale organizzati localmente secondo un format nazionale
- sviluppare iniziative dedicate ai servizi per l'assistenza alle persone non autosufficienti, coinvolgendo e valorizzando ogni risorsa sociale disponibile
- sviluppare una campagna contro le truffe ai pensionati

- promuovere il bando di concorso per il reperimento di nuove risorse umane
- coinvolgere nella comunicazione istituzionale le sedi territoriali dell'Istituto che, per la loro distribuzione ramificata sul territorio, sono a diretto contatto coi cittadini e quindi possono più agevolmente recepirne le istanze
- coinvolgere i partner di servizio.

In questo ambito si colloca anche un richiamo importante alla definizione di un'identità visiva che, nel 2017, interesserà tutti gli operatori coinvolti nelle attività esterne dell'Istituto, la cui pronta riconoscibilità si pone come immediato valore aggiunto.

### *Carta dei servizi*

L'Inps segue da diversi anni il percorso della trasparenza, della semplificazione e del miglioramento dei servizi che ha una natura pervasiva rispetto ai diversi obiettivi strategici dell'Istituto.

Strumento di qualità, informazione e trasparenza è la Carta dei servizi, che rappresenta un patto di fiducia con cui l'Istituto, nell'ottica di erogare servizi accessibili, efficienti e coerenti con i bisogni dell'utenza, ha l'opportunità di assumere una serie di impegni nei confronti dei pubblici di riferimento individuando principi e definendo regole rispetto a:

- tipologia dei servizi offerti,
- standard di qualità garantiti
- meccanismi di partecipazione, tutela e verifica.

La carta dei servizi dell'Inps:

- costituisce uno strumento di trasparenza e responsabilità, conoscenza e comunicazione, rivolta a tutti coloro che a qualsiasi titolo si rapportano con l'Istituto;
- rappresenta un contratto morale, assunto nei confronti dei cittadini, assicurati e aziende attraverso cui presentare le modalità di erogazione dei propri servizi con l'impegno a un continuo miglioramento.

### *Trasparenza*

Continueranno e s'intensificheranno le iniziative volte a mettere a disposizione dell'utenza e dell'opinione pubblica in generale le informazioni contenute nel patrimonio informativo dell'Istituto, anche al fine di rendere conto al Paese sui risultati raggiunti.

È questo, ad esempio, lo spirito che ha accompagnato la campagna 'La Mia Pensione'. L'iniziativa ha interessato milioni di italiani che hanno potuto effettuare on-line la simulazione o hanno ricevuto a casa la cosiddetta 'Busta Arancione'. Il doppio canale non ha solo rispettato l'utente nella sua unicità, oltretutto nel suo diverso atteggiamento verso l'utilizzo dei mezzi informatici, ma è rientrato in pieno in quella «telematizzazione dal volto umano» che vuole

accompagnare tutti i cittadini verso un utilizzo semplice e semplificato dei servizi on-line garantendo un'informazione puntuale ed accessibile a tutti.

A tale fine l'Istituto intende:

- offrire una panoramica sugli obiettivi e sui risultati delle molteplici attività, in relazione ai temi connessi a quella larga parte dello Stato sociale di cui l'Istituto assicura il funzionamento, anche mediante la progettazione grafica e la diffusione delle pubblicazioni istituzionali annuali, quali il Rapporto Annuale e il Bilancio sociale;
- continuare nella promozione del progetto "La mia pensione", da estendere progressivamente a tutte le tipologie di dipendenti;
- offrire sempre nuove applicazioni che consentano agli utenti di accedere in modo semplice alle informazioni sulle prestazioni;
- riorganizzare la sezione "Osservatori statistici" del sito Internet, al fine di renderla più immediatamente fruibile, anche da parte di un pubblico non specialistico;
- diffondere le elaborazioni originali in tema di politiche di sicurezza sociale a livello nazionale ed europeo proprie dell'Istituto nonché degli organismi anche internazionali cui l'Inps aderisce.

#### *Revisione del Manuale di immagine coordinata*

Il manuale di immagine coordinata, corredato delle istruzioni operative, deve diventare il riferimento per la corretta ed univoca gestione dell'immagine interna ed esterna dell'ente. Attraverso una specifica attività promozionale, dovrà essere assicurata l'applicazione di regole organiche per l'uso degli strumenti di comunicazione, quali ad esempio modelli di lettera, cartellonistica, manifesti promozionali.

#### *Valorizzazione dei beni artistici*

Proseguirà l'attività di valorizzazione del patrimonio artistico e storico dell'Istituto attraverso pubblicazioni, eventi, proposte di collaborazione con Musei. Particolare attenzione sarà posta allo sviluppo di sezioni dedicate nei siti Internet ed Intranet, nonché all'implementazione e rinnovazione dell'applicazione mobile Museo Multimediale.

Il risalto da dare al patrimonio artistico dell'Istituto può sì contribuire a sviluppare senso di identità ed appartenenza all'interno, ma anche migliorare la relazione coi cittadini.

Ogni occasione di fruizione sarà progettata mirando a porre in relazione i valori e il ruolo dell'Istituto nella storia del Paese, come ente di servizio sempre al fianco del cittadino e delle imprese al passo con l'evoluzione dei bisogni della società. Inoltre per favorire l'incontro tra personale Inps della Direzione generale e delle Direzioni regionali ed utenti, si avrà cura di coinvolgere tutte le persone interessate e motivate a prendere parte ad eventi e iniziative di valorizzazione.

### *Sviluppo della rete di comunicazione centro/territorio e di comunicazione interna*

Un target strategico è rappresentato dal personale dell'Istituto. La comunicazione dovrà tendere a rafforzare il sistema identitario e di appartenenza, a supportare la completa attuazione del nuovo assetto organizzativo, ad assicurare la tempestività e la circolarità delle informazioni ed a supportare gli interventi di formazione. La distribuzione dei contenuti sarà centrata sull'utente, mediante la definizione di attivazioni *ad hoc* o contenuti profilati.

Le azioni previste dalla Direzione centrale Relazioni esterne, in tale ottica, sono:

- sviluppare e supportare le attività di comunicazione verso l'interno per favorire la circolarità e la tempestività delle informazioni;
- diffondere le informazioni sulle attività dell'Istituto e sviluppare una cultura di condivisione di documenti, normativa e buone pratiche;
- supportare organicamente la riorganizzazione in corso, anche attraverso la Intranet e una newsletter dedicata;
- promuovere la carta dei valori come strumento di sostegno all'identità ed all'appartenenza;
- attivare una «rete di comunicatori», scelti in ogni direzione centrale fra il personale che dimostra di avere più competenze e sul territorio privilegiando il personale con esperienza diretta di relazioni col pubblico, con il compito di facilitare lo scambio delle informazioni, diffondere campagne comunicative e favorire la comunicazione interna;
- riprogettare la Intranet dell'Istituto come «scrivania virtuale», offrendo una maggiore personalizzazione di contenuti e servizi;
- coinvolgere il personale nei nuovi percorsi di sviluppo di competenze e nelle nuove modalità di lavoro, utilizzando anche la piattaforma di *socialnetworking* aziendale "AGORÀ" e proponendo periodicamente sondaggi on-line per «ascoltare» il personale e calibrare le attività di comunicazione interna;
- razionalizzare i canali di comunicazione interna, anche riguardo alla posta elettronica;
- avviare la sperimentazione di uno scadenario delle attività istituzionali relativo a benefici, opportunità, doveri del dipendente;
- in accordo con le funzioni coinvolte, introdurre nella Intranet una sezione dedicata al benessere aziendale ed alla sicurezza dei dipendenti;
- monitorare e aggiornare, in collaborazione con i partner esterni, il palinsesto e i contenuti di "Inps Tv" da diffondere all'interno degli Uffici



Relazioni con il Pubblico su tutto il territorio allo scopo di divulgare al massimo i servizi dell'Istituto.

### *Relazioni con i media*

L'attività muove dall'analisi della presenza dell'Istituto nei mass media. Occorre mettere in atto una strategia di comunicazione al fine di svincolare la presenza dell'Inps esclusivamente nella cronaca, spesso di connotazione negativa, per creare contesti che permettano di presentare l'Istituto nel suo agire positivo. A tale scopo appare utile percorrere tutti i possibili canali che l'informazione è in grado di offrire:

- si proporrà ad emittenti radiotelevisive la creazione di rubriche periodiche che possano consentire di parlare degli argomenti di maggiore attualità ed interesse e permettere, nel contempo, di fornire una completa informazione di servizio, aiutando gli ascoltatori nell'esercizio dei propri diritti;
- medesima operazione sarà compiuta con giornali, quotidiani o periodici, e con le maggiori testate presenti sul web.

Questa operazione richiede il coinvolgimento delle Direzioni di prodotto.

Proseguirà la redazione di comunicati stampa e l'organizzazione di conferenze stampa per diffondere notizie e, principalmente, per portare a conoscenza della generalità dei cittadini novità legislative e regolamentari, ma anche per fornire chiarimenti sull'operato dell'Istituto.

Saranno adottate misure volte a garantire la coerenza fra i contenuti divulgati dagli uffici centrali e quelli diffusi localmente.

### *Realizzazione di prodotti per la comunicazione istituzionale esterna ed interna*

Le attività sono articolate sulla base delle esigenze istituzionali che vedono impegnato l'Inps verso l'utenza esterna ed interna e consistono nell'ideazione e progettazione di materiale editoriale volto alla corretta diffusione dei contenuti in forme trasmissibili attraverso il sito e tramite prodotti cartacei in occasione di eventi.

Si prevedono per il 2017:

- la cura dell'immagine dell'Istituto in occasione di iniziative istituzionali, anche di respiro internazionale in collaborazione con le Direzioni di volta in volta coinvolte;
- la progettazione grafica delle pubblicazioni istituzionali annuali, quali il Rapporto Annuale e il Bilancio sociale, che offrono una panoramica sui risultati e sugli obiettivi delle molteplici attività dell'Ente in relazione ai temi connessi a quella larga parte dello stato sociale di cui l'Istituto assicura il funzionamento;
- le pubblicazioni varie;
- la progettazione e realizzazione di prodotti audiovisivi sia a scopi di comunicazione esterna, che di comunicazione interna a supporto dei processi di riorganizzazione e con l'obiettivo di promuovere e far

conoscere le attività dell'Istituto anche in occasione di eventi di natura eccezionale o di progetti tematici;

- *tutorial video* per l'utilizzo dei servizi online di maggiore rilievo.

### *Biblioteca della comunicazione*

La biblioteca della comunicazione è una raccolta organizzata di contenuti definiti per comunicazione multi-target e multicanale: video, infografiche animate, presentazioni, newsletter, demo, e così via. L'output risponderà ai seguenti obiettivi:

- materiali già pronti assemblabili in modo veloce e semplice;
- selezione dei contenuti idonei a target diversificati e pronti ad essere divulgati attraverso vari canali (social media, meeting, eventi);
- costante aggiornamento ed integrazione dei contenuti.

In particolare, per il target del personale interno, saranno disponibili contenuti non solo istituzionali ed informativi, ma anche ingaggianti.

## **6. Strumenti**

Per raggiungere gli obiettivi individuati saranno utilizzati tutti gli strumenti comunicativi a disposizione, declinati tenendo conto dei pubblici di riferimento specifici per ciascuna azione comunicativa.

In particolare il nuovo portale Inps assumerà una sempre maggiore centralità nelle dinamiche e negli snodi comunicativi con l'utenza.

Una sfida decisiva per il 2017 è rappresentata dall'integrazione dell'Ufficio Relazioni con i Media nell'ambito della Direzione centrale Relazioni esterne.

Le spese per le attività connesse alla realizzazione delle iniziative previste all'interno del Piano, per un importo pari a € 1.115.876,00, graveranno sul capitolo di spesa 5U1104058 "Spese per l'informazione e la comunicazione istituzionale" alla voce 03 "Spese per l'acquisto di beni e servizi" e per un importo di € 357.432,20 sul capitolo di spesa 5U1104001 "Acquisto libri, pubblicazioni tecniche, quotidiani e riviste" alla voce 02 "Acquisto e abbonamenti a quotidiani e periodici, anche in forma elettronica e on line, incluse le agenzie di stampa" del Bilancio di previsione 2017.

Gli stanziamenti ipotizzati per la realizzazione degli interventi pianificati nell'ambito del Piano di comunicazione, descritti nella tavola allegata (all.1), sono indicativi e potranno essere rimodulati nel corso dell'anno secondo le esigenze e per consentire il migliore perseguimento degli obiettivi indicati.

## **7. Collaborazioni**

Le azioni elencate richiedono un dialogo continuo e un supporto reciproco con una serie di soggetti senza i quali non è possibile raggiungere i diversi pubblici di riferimento e, di conseguenza, gli obiettivi individuati.

Dal punto di vista interno, la collaborazione con le Direzioni centrali e territoriali è condizione fondamentale e necessaria a garantire una comunicazione autorevole, coerente ed efficace. Con riferimento alle iniziative che coinvolgeranno il personale interno, adeguata partecipazione, ai sensi delle regole vigenti, sarà assicurata alle organizzazioni sindacali.

All'esterno, è necessario continuare a sviluppare contatti con enti pubblici e privati e partner di servizio per realizzare progetti concreti, ottimizzare le risorse disponibili e moltiplicare gli effetti comunicativi. A tale scopo, continueranno e saranno ulteriormente sviluppate le collaborazioni con:

- Istituzioni governative, *in primis* il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e la Presidenza del Consiglio, in particolare il Dipartimento della Funzione Pubblica e l'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID);
- Regioni ed enti locali;
- Istituzioni europee;
- Organizzazioni datoriali e sindacali;
- Patronati e Caf;
- Consulenti del Lavoro;
- Enti produttori di servizi assistenziali, ricreativi e culturali;
- Aziende di servizi alla persona (ASP);
- Associazioni di categoria;
- Associazioni che si occupano di migranti.

## **8. Valutare i risultati**

Ricevere e valutare la risposta al messaggio da parte del destinatario rappresenta una fase fondamentale della strategia aziendale di comunicazione. A consuntivo, sarà portata a termine la verifica sui risultati conseguiti per rilevare ed evidenziare:

- eventuali scostamenti rispetto alle previsioni
- elementi di criticità riscontrati
- impatto delle iniziative sugli ambiti di azione.

Tali verifiche saranno svolte mediante indagini di tipo quali-quantitativo interne ed esterne anche in collaborazione con altre Direzioni centrali direttamente interessate alla *customer satisfaction* dell'utente e del personale Inps.

Tra i fattori da considerare per 'misurare' l'efficacia comunicativa dell'Istituto potranno essere utilizzati, fra gli altri, i seguenti possibili indicatori:

- per l'evoluzione del portale e dei servizi on-line:
  - incremento nel numero di visite al sito istituzionale
  - maggiore e più semplice accessibilità del sito e dei servizi on-line
  - rilevazione del gradimento dei contenuti e dell'esperienza di navigazione;
- per i canali *social*:

- aumento nel numero di *follower* e *liker* del canale Twitter e delle pagine Facebook
- presenza dell'INPS su nuove piattaforme
- aumento della reputazione dell'Istituto nel Web, rilevato tramite l'analisi automatizzata del gradimento;
- per le campagne ed eventi:
  - numero di persone coinvolte negli eventi;
- per la trasparenza:
  - incremento nell'utilizzo della procedura 'La Mia Pensione';
- per lo sviluppo della rete di comunicazione centro/territorio e di comunicazione interna:
  - personale coinvolto
  - numero di eventi organizzati
  - rilevazione del gradimento e verifica della qualità del sito Intranet.

I dati raccolti saranno utilizzati per l'elaborazione del Piano di Comunicazione 2018 in un'ottica di attivazione di un circuito virtuoso.

**PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE 2017**

<b>Capitolo di spesa 5U1104058.03</b>		
<b>"Spese per l'informazione e la comunicazione istituzionale"</b>		
<b>Obiettivi Operativi</b>	<b>Attività comunicative</b>	<b>Importi</b>
<b>Evoluzione del portale e dei servizi online</b>	personalizzazione dell'informazione con navigazione multidimensionale sviluppo funzionalità predittiva con sistema di profilazione avanzato sviluppo area MyInps miglioramento organizzazione informazioni e accesso servizi on line da pagine informative ottimizzazione nuova grafica e standardizzazione lay-out servizi all'utenza semplificazione linguistica e traduzione multilinguistica aggiornamento continuo contenuti on line rilevazione gradimento nuovo portale aggiornamento e rinnovo dei servizi on line o mobile con rilascio app educazione all'identità digitale (SPID) interventi su modulistica e corrispondenza massiva	
<b>Canali Social</b>	sviluppo di strumenti e modalità di interazione per "conoscere" gli utenti diffusione di informazioni e promozione delle novità istituzionali supporto nell'utilizzo dei servizi promozione dell'immagine dell'Istituto verso i giovani coinvolgimento utenza interna con creazione di canali dedicati sviluppo di strumenti di ricerca e analisi rilevazione elementi per valutazione rischio reputazionale individuazione di altri canali social	€ 15.000,00

<b>Campagne ed eventi</b>	consolidamento delle relazioni istituzionali facilitazione conoscenza di regole e strumenti per obblighi contributivi campagna educazione previdenziale - diffusione e consolidamento di regole e strumenti del sistema previdenziale alle nuove generazioni eventi locali per presentazione attività istituzionali sviluppo iniziative per servizi dedicati all'assistenza delle persone non autosufficienti sviluppo campagna anti truffa coinvolgimento nella comunicazione istituzionale delle sedi territoriali per recepire le istanze dell'utenza coinvolgimento partner di servizio definizione di un'identità visiva	€ 853.808,00
<b>Carta dei servizi *</b>	diffusione Carta dei servizi Inps	€ 20.000,00
<b>Trasparenza</b>	progettazione e diffusione pubblicazioni istituzionali annuali (Rapporto Annuale e Bilancio Sociale) proseguimento promozione progetto "La mia Pensione" creazione applicazioni per accesso semplificato alle informazioni riorganizzazione sezione "Osservatori statistici" diffusione elaborazioni originali in tema di politiche di sicurezza sociale	€ 40.000,00
<b>Revisione del Manuale di immagine coordinata</b>	promozione attività per applicazione regole organiche all'interno dell'Istituto	€ 40.000,00

**\* La Carta dei Servizi è in fase di avanzato aggiornamento ai sensi del D.Lgs.33/2013 e s.m.i.**

<p><b>Sviluppo della rete di comunicazione centro/territorio e di comunicazione interna</b></p>	<p>sviluppo e supporto alla circolarità delle informazioni interne</p> <p>diffusione e condivisione documenti e normativa interna</p> <p>supporto alla riorganizzazione</p> <p>diffusione delle informazioni sulle attività istituzionali e condivisione di documenti, normativa e buone pratiche</p> <p>raccogliere e veicolare informazioni su sviluppo nuovo modello di servizio</p> <p>redazione Carta dei valori</p> <p>attivazione di una "rete di comunicatori" interna per facilitare lo scambio di informazioni</p> <p>trasformazione della intranet in "scrivania virtuale"</p> <p>razionalizzazione dei flussi di comunicazione interna con un unico punto di accesso alle informazioni</p> <p>razionalizzazione dei canali di comunicazione interna e posta elettronica</p> <p>sperimentazione di uno scadenario delle attività istituzionali</p> <p>introduzione nella intranet di una sezione dedicata al benessere aziendale e alla sicurezza</p> <p>monitoraggio e aggiornamento del palinsesto di "Inps TV"</p>	<p>€ 20.000,00</p>
<p><b>Valorizzazione dei beni artistici come valore aggiunto nella relazione coi cittadini</b></p>	<p>valorizzazione del patrimonio artistico con pubblicazioni, eventi e collaborazioni con Musei</p> <p>sviluppo di sezioni dedicate nei siti Internet e Intranet</p> <p>implementazione applicazione mobile Museo Multimediale</p>	<p>€ 27.068,00</p>

<b>Realizzazione di prodotti per la comunicazione istituzionale esterna e interna</b>	cura dell'immagine dell'Istituto nelle iniziative interne ed esterne progettazione grafica delle pubblicazioni istituzionali pubblicazioni varie progettazione e realizzazione di prodotti audiovideo interni ed esterni realizzazione di video tutorial a supporto dei servizi on line	€ 100.000,00
<b>Biblioteca della comunicazione</b>	raccolta organizzata di contenuti definiti per la comunicazione multi target e multicanale	

<b>Capitolo di spesa 5U1104001.02  "Acquisto e abbonamenti a quotidiani e periodici, anche in forma elettronica e on line, incluse le agenzie di stampa"</b>		
<b>Obiettivi Operativi</b>	<b>Attività comunicative</b>	<b>Importi</b>
<b>Relazioni con i media</b>	creazione rubriche periodiche per diffusione radiotelevisiva, stampa e web di argomenti di maggior rilievo  comunicati stampa e conferenze stampa per diffusione notizie  diffusione regole di comportamento per relazioni con stampa locale	€ 357.432,20