



Direzione Centrale del Personale

Ufficio Comunicazione Interna

PIANO DI COMUNICAZIONE INTERNA 2008

SOMMARIO

Introduzione.....	3
1. Analisi di contesto	3
2. Obiettivi	4
3. La Rete dei referenti	5
4. Il periodico Pagine.....	5
5. Il portale Page.....	6
6. I servizi innovativi (web tv)	7
7. Altre iniziative	7
8. Acquisizione di servizi dall'esterno	7

Introduzione

Questo documento contiene le linee strategiche di azione della comunicazione interna per il 2008. Le attività ordinarie seguono l'indirizzo già delineato nel Piano dello scorso anno.

Oggetto di questo Piano sono le nuove iniziative che scaturiscono dall'analisi di contesto realizzata per quest'anno e dalle linee strategiche dell'Agenzia indicate nel Piano delle attività aziendali.

1. Analisi di contesto

A giugno 2007 l'istituto Great Place to Work ha realizzato per conto dell'Agenzia una indagine a campione sul clima interno, basata su un questionario standard che questo istituto utilizza da anni per le rilevazioni sul benessere organizzativo nelle maggiori aziende private italiane e mondiali. L'indagine non è conclusa; i dati del questionario saranno oggetto di un'analisi di tipo qualitativo nel corso del 2008. I primi risultati del questionario sono stati utilizzati per definire l'analisi di contesto, dalla quale partono le considerazioni che sono alla base di questo Piano.

Punti di forza:

- orgoglio di appartenere a una Amministrazione la cui missione ha un alto valore sociale;
- ampia e diffusa responsabilità operativa (a cui spesso però non corrispondono adeguati livelli di autonomia decisionale nel lavoro);
- buone le opportunità di formazione e gli strumenti di lavoro;
- sul versante dei nuovi assunti è molto apprezzata la fase di accoglienza;
- il lavoro in Agenzia, infine, è considerato positivamente perché duraturo e ciò, in questo contesto storico, è sicuramente un elemento di forte impatto.

Il livello di percezione più positiva si riscontra tra i Dirigenti/incaricati di funzione dirigenziale e tra il personale con 2 anni di anzianità di servizio.

Punti di debolezza:

- fiducia nei confronti del management: è richiesta maggiore chiarezza e trasparenza nella comunicazione "top down" ai collaboratori sui temi generali e i cambiamenti organizzativi. Conferma la criticità su questa dimensione il fatto che anche gli stessi dirigenti esprimono l'esigenza di un miglioramento;

- capacità del management di gestire gli aspetti organizzativi (ad esempio, la gestione delle risorse umane, la distribuzione dei carichi di lavoro e il coinvolgimento dei collaboratori nelle decisioni che li riguardano): viene percepita una scarsa attenzione del management rispetto a questi temi;
- equità: la rilevazione disegna una preoccupante conflittualità tra “classi”. I più giovani si ritengono penalizzati nei confronti degli anziani e viceversa; le persone con una scolarizzazione più elevata ritengono di non veder riconosciuta la propria preparazione a vantaggio di quelli che sono da più anni in Agenzia e quest’ultimi lamentano che la loro esperienza viene messa in secondo piano rispetto al titolo di studio;
- cameratismo: cooperazione e spirito di squadra risultano aspetti deboli della cultura aziendale. I commenti più positivi legati alla collaborazione sono quelli che si riferiscono al reparto (area o team, a seconda delle dimensioni dell’ufficio) d’appartenenza;
- forte richiesta di nuovi e più significativi “benefit”, che testimonino l’attenzione dell’Amministrazione ai propri dipendenti.

I più critici sono le donne, i dipendenti con anzianità di servizio tra 2 e 15 anni e i colleghi delle direzioni centrali: quest’ultimi non hanno espresso neanche un giudizio positivo rispetto all’affermazione “Tutto considerato direi che questo è un eccellente luogo di lavoro”.

Le donne sono più critiche sui seguenti fattori: l’accessibilità del management e la scarsa attenzione nella gestione delle risorse umane, la capacità di accettare gli errori, la cura delle persone in quanto tali e l’imparzialità di trattamento.

2. Obiettivi

L’attività di comunicazione interna si svolgerà lungo due direttrici:

- potenziare le attività di comunicazione interna tradizionali, con particolare attenzione alla diffusione delle informazioni di carattere strategico/gestionale;
- differenziare l’attività di comunicazione interna per segmenti di popolazione aziendale. L’analisi di contesto, infatti, ha sollevato alcune problematiche relative a particolari target (es. le donne). Per andare a colmare tali criticità, gli strumenti di comunicazione tradizionali, intranet e periodico, strutturati per parlare a tutta l’organizzazione senza distinzioni, saranno affiancati da **interventi** pensati per

accompagnare il lavoratore nelle varie fasi della sua vita lavorativa (come l'assunzione, il congedo per maternità, la fase precedente il pensionamento, ecc.).

La definizione di questi progetti avverrà nel corso del 2008 anche a seguito di incontri con le strutture centrali e regionali interessate.

3. La Rete dei referenti

Al fine di monitorare il funzionamento degli strumenti tradizionali e di ricevere input relativi ai bisogni comunicativi dell'organizzazione, si avvieranno interventi sulla Rete dei referenti della comunicazione interna. La necessità è quella di potenziare la funzione di ascolto organizzativo, attività questa attualmente poco diffusa.

Gli interventi sulla Rete si realizzeranno soprattutto mediante i già collaudati corsi di formazione, base e avanzato, compatibilmente con il piano generale di formazione dell'Agenzia.

Nel corso dell'anno saranno inoltre realizzati incontri presso le sedi regionali tra la Rete dei referenti, lo staff regionale e lo staff centrale di comunicazione interna.

4. Il periodico Pagine

La linea editoriale della rivista non subirà modifiche sostanziali. L'intervento principale avverrà sul versante della redazione dei testi per raggiungere una maggiore uniformità di stile dei contributi pubblicati. La realizzazione degli articoli sarà prevalentemente a cura della redazione. Per gli argomenti di provenienza regionale sarà individuata una rete di collaboratori che avrà il compito di scrivere gli articoli o di realizzare interviste per la propria regione di competenza.

Ferma restando l'importanza di mantenere la ricchezza di voci che attualmente caratterizza il periodico, l'obiettivo è di avere dei collaboratori che, grazie alle loro caratteristiche personali e professionali, siano in grado di valorizzare gli argomenti di punta provenienti dalla loro regione.

La rete dei collaboratori sarà scelta dalla redazione all'interno di ogni staff regionale della comunicazione interna, di concerto con il responsabile regionale.

Sul versante dei contenuti, il focus della rivista sarà sempre incentrato sulle persone che lavorano in Agenzia, sia nella loro vita lavorativa che extra-lavorativa. L'obiettivo è promuovere lo sviluppo di una cultura condivisa, nella convinzione che la conoscenza reciproca aiuti la costruzione dell'identità collettiva.

Particolare attenzione sarà dedicata agli argomenti di attualità e alla diffusione e condivisione delle *best-practice*.

5. Il portale Page

Il contesto nel quale si svolgeranno le attività legate allo sviluppo e alla gestione ordinaria del portale PAGE è caratterizzato dal completamento della migrazione della piattaforma di sviluppo del portale alla nuova versione del prodotto IBM websphere.

Nel primo semestre del 2008, la redazione intranet, in collaborazione con Sogei, verificherà le potenzialità della nuova piattaforma tecnologica con particolare riguardo alla possibilità di offrire agli utenti del portale soluzioni personalizzate, come previsto dal progetto iniziale.

La redazione intranet verificherà, inoltre, assieme all'Ufficio Organizzazione e Qualità le soluzioni più efficaci per veicolare, attraverso il portale, le schede di descrizione del processo che verranno di volta in volta messe a punto dal Gruppo di lavoro appositamente costituito dal Direttore dell'Agenzia. La definizione puntuale dei processi lavorativi svolti all'interno dell'Agenzia e la loro descrizione analitica consentirà di offrire a tutti i dipendenti una informazione completa e affidabile sulle attività da svolgere e, in questo senso, rappresenta un'occasione anche per il miglioramento dell'efficienza del portale quale strumento di supporto alle attività. La progettazione di nuove modalità di diffusione delle informazioni contenute nelle schede processo, già avviata in maniera sperimentale alla fine del 2007, verrà svolta valutando i suoi impatti sulla attuale organizzazione delle informazioni all'interno del portale e prendendo in considerazione eventuali modifiche a tale organizzazione.

Parallelamente, questo ufficio continuerà a collaborare con le strutture centrali competenti per l'integrazione, all'interno del portale, delle applicazioni in uso agli uffici dell'Agenzia. In particolare, nel corso del 2008, aumenterà il numero di applicazioni che saranno gestite dal *single sign on* (sistema unico di autenticazione) e questo consentirà una più immediata integrazione delle applicazioni stesse all'interno del portale.

Nel corso del primo semestre 2008, verrà avviata l'implementazione, all'interno del portale, degli spazi informativi riservati agli uffici locali (cosiddette "bacheche web"). Il piano di attivazione prevede una prima fase sperimentale alla quale seguirà la migrazione, all'interno del portale, dei siti locali già in esercizio (circa 100) e, quindi, l'attivazione di nuovi spazi. In parallelo, verranno definite, in collaborazione con le strutture regionali competenti in materia di comunicazione interna, le modalità con le quali avviare uno specifico percorso formativo rivolto ai referenti della comunicazione in servizio presso gli uffici locali per l'utilizzo degli strumenti di *content management* da utilizzare per l'alimentazione del sito locale.

6. I servizi innovativi (web tv)

Nel corso del 2008 è previsto l'avvio di un nuovo canale di comunicazione: la Web TV. Questo progetto, che nasce per completare l'offerta di canali di comunicazione sia interna che esterna, si pone come una via di mezzo tra il sistema di videoconferenze e il sistema di comunicazione via web. Utilizzando i monitor installati insieme ai nuovi eliminacode, saranno realizzati per il personale prodotti informativi multimediali di breve durata. Il canale sarà utilizzato per un breve videogiornale interno (a periodicità stabilita) e per somministrare brevi pacchetti informativi di tipo tecnico. Tali contributi, almeno in fase iniziale, per ottimizzare gli apparati di produzione, saranno realizzati con finalità interne ed esterne (contribuenti, professionisti, Caf, ecc). La definizione del palinsesto e la creazione di una struttura redazionale specializzata saranno affidate ad una serie di iniziative da realizzarsi nel corso dell'anno, in sintonia con il Settore Comunicazione Istituzionale e la Direzione Centrale Servizi ai Contribuenti.

Il progetto prevede, in una fase successiva, la creazione di un vero e proprio canale televisivo via web accessibile dalla intranet con trasmissioni in diretta ed in differita (*streaming live, streaming on demand*).

7. Altre iniziative

Nel corso del 2008 tutta la rete di comunicazione interna sarà coinvolta nella campagna di promozione del progetto di beneficenza della Fondazione "Il Ponte onlus".

Per rispondere alle domande di maggiori "benefit" emerse nell'analisi di contesto, saranno promossi i servizi che vanno incontro ai bisogni del personale, come le convenzioni stipulate per prestiti personalizzati, mutui, polizze assicurative auto e sanitarie, la realizzazione di asili aziendali, ecc.

La gestione dei servizi e le relative convenzioni saranno curate dalle competenti strutture centrali e regionali.

8. Acquisizione di servizi dall'esterno

La società Online Group S.r.l., con la quale è stato stipulato un contratto per la fornitura dei servizi di consulenza grafica fino al 2008, affiancherà la redazione interna nella fase di impostazione grafica e di impaginazione dei sei numeri del periodico Pagine.

La stampa e la distribuzione saranno assicurati dalla società che si aggiudicherà i servizi di stampa e distribuzione per tutti i prodotti editoriali dell'Agenzia.

I servizi per la gestione e lo sviluppo del portale saranno garantiti dalla Sogei sulla base degli impegni concordati nel Piano Tecnico Annuale. Il progetto di realizzazione del portale è stato cofinanziato dal CNPA nell'ambito delle iniziative di sostegno all'informatizzazione della P.A.

I costi relativi alle attività formative interne destinate alla Rete dei referenti locali della comunicazione interna saranno individuati nell'ambito delle attività di pianificazione delle iniziative formative per il 2008.

Per quanto concerne l'approfondimento delle aree critiche emerse dalla rilevazione del clima interna, sono state avviate le procedure amministrative per l'acquisizione dei servizi professionali richiesti.