



0034294-09/11/2016-SCCLA-PCGEPRE-A



Presidenza del Consiglio dei Ministri

IL SOTTOSEGRETARIO ALLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI CON DELEGA ALL'INFORMAZIONE E ALL'EDITORIA

VISTO l'articolo 5 della legge 23 agosto 1988, n. 400, recante "Disciplina dell'attività di Governo e ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri", e successive modificazioni;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303, recante "Ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri, a norma dell'articolo 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59", e successive modificazioni;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 286, recante "Riordino e potenziamento dei meccanismi e strumenti di monitoraggio e valutazione dei costi, dei rendimenti e dei risultati dell'attività svolta dalle amministrazioni pubbliche, a norma dell'articolo 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59", e, in particolare, l'articolo 8, concernente la direttiva generale annuale dei Ministri sull'attività amministrativa e sulla gestione;

VISTO il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, recante "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche", e successive modificazioni;

VISTA la legge 4 marzo 2009, n. 15, recante "Delega al Governo finalizzata all'ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e alla efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni nonché disposizioni integrative delle funzioni attribuite al Consiglio nazionale dell'economia e del lavoro e alla Corte dei conti";

VISTO il decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150, recante "Attuazione della legge 4 marzo 2009, n. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni" e successive modificazioni e integrazioni;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 22 novembre 2010, recante "Disciplina dell'autonomia finanziaria e contabile della Presidenza del Consiglio dei Ministri";

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 9 febbraio 2011, n. 131, "Regolamento recante attuazione della previsione dell'articolo 74, comma 3, del decreto legislativo n. 150 del 2009, in relazione ai Titoli II e III del medesimo decreto legislativo";

VISTA la legge 6 novembre 2012, n. 190 recante "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione";

VISTO il decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, recante "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni";

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 20 dicembre 2013 recante "Modalità applicative degli obblighi di trasparenza in PCM, ai sensi dell'art. 49 del d.lgs. n. 33/2013";

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 27 novembre 2003, concernente i criteri di valutazione della dirigenza;

VISTA la Direttiva del Segretario Generale del 15 settembre 2015, per la formulazione delle previsioni di bilancio per l'anno 2016 e per il triennio 2016-2018;

VISTO il vigente contratto collettivo nazionale di lavoro del comparto dirigenza - area VIII per il quadriennio normativo 2006-2009 e il biennio economico 2006-2007, sottoscritto in data 4 agosto 2010;

VISTO il Documento di Economia e Finanza del 9 aprile 2016;

VISTA la legge 28 dicembre 2015, n. 208, recante "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2016)";

VISTA la legge 28 dicembre 2015, n. 209, recante "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2016 e bilancio pluriennale per il triennio 2016-2018";

VISTA la circolare del Ministero dell'economia e delle finanze del 7 maggio 2015, n. 19, avente ad oggetto "Assestamento del bilancio di previsione e Budget rivisto per l'anno finanziario 2015 - Previsioni di bilancio per l'anno 2016 e per il triennio 2016 - 2018 e Budget per il triennio 2016 - 2018";

VISTA la Direttiva del Segretario generale 15 settembre 2015, per la formulazione delle previsioni di bilancio per l'anno 2016 e per il triennio 2016-2018, ai sensi dell' articolo 3, comma 2, del decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 22 novembre 2010;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 21 dicembre 2015 recante "Approvazione del bilancio di previsione della Presidenza del Consiglio dei Ministri, per l'anno finanziario 2016";

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 25 novembre 2015, con il quale sono state adottate le linee guida per l'individuazione di indirizzi e obiettivi strategici e operativi ai fini dell'emanazione delle Direttive per l'azione amministrativa e la gestione delle strutture generali della Presidenza del Consiglio dei Ministri per l'anno 2016;

VISTA la nota del Segretario Generale della Presidenza del Consiglio dei Ministri prot. UCI n. 1927 del 22 dicembre 2015, relativa alla trasmissione alle strutture delle predette linee guida e all'indicazione delle modalità di pianificazione strategica per l'anno 2015;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 5 febbraio 2016, recante l'adozione del Piano triennale per la prevenzione della corruzione 2016-2018 e l'aggiornamento del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2016-2018;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 1 ottobre 2012, recante "Ordinamento delle strutture generali della Presidenza del Consiglio dei Ministri", ed in particolare l'articolo 30, concernente il Dipartimento per l'informazione e l'editoria, e successive modificazioni e integrazioni;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 26 maggio 2016, concernente l'organizzazione interna del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, registrato dalla Corte dei conti il 20 giugno 2016;

VISTO il decreto del Presidente della Repubblica 28 febbraio 2014 con il quale l'On. Dott. Luca Lotti è stato nominato Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 23 aprile 2014 con il quale al Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri On. Dott. Luca Lotti sono state delegate le funzioni spettanti al Presidente del Consiglio dei Ministri in materia di informazione e comunicazione del governo, editoria e prodotti editoriali, diritto d'autore, vigilanza sulla SIAE e sul nuovo IMAIE, nonché l'attuazione delle relative politiche nonché le funzioni di indirizzo nelle materie di competenza del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, incluse quelle relative alla stipula degli atti convenzionali con il concessionario del servizio pubblico radiotelevisivo e con le agenzie di stampa.

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri in data 9 aprile 2014, registrato alla Corte dei Conti in data 29 aprile 2014 al n.1153, con il quale è stato conferito al cons. Roberto G. Marino l'incarico di Capo del Dipartimento per l'informazione e l'editoria e di titolare del Centro di responsabilità amministrativa n. 9 "Informazione ed Editoria" del bilancio autonomo della Presidenza del Consiglio dei Ministri;

VISTA la Direttiva generale per l'azione amministrativa e la gestione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria del Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri On. Luca Lotti, in data 15 giugno 2015, "vistata dalla Corte dei conti in data 20 luglio 2015;

VISTO il contratto collettivo nazionale di lavoro del comparto dirigenza - area VIII per il quadriennio 2006/2009 e biennio economico 2006-2007, sottoscritto in data 4 agosto 2010;

CONSIDERATO che il complesso degli obiettivi definiti costituisce oggetto della valutazione della dirigenza per l'anno 2016;

Luca

EMANA

la seguente

DIRETTIVA GENERALE PER L'AZIONE AMMINISTRATIVA E LA GESTIONE DEL DIPARTIMENTO PER L'INFORMAZIONE E L'EDITORIA DELLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI PER L'ANNO 2016

La presente Direttiva è destinata al Capo del Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri e, per il suo tramite, ai dirigenti di prima fascia preposti alle strutture del Dipartimento di seguito indicate:

- Ufficio per l'informazione e la comunicazione istituzionale e per la tutela del diritto d'autore;
- Ufficio per il sostegno all'editoria;

La finalità della direttiva è di garantire l'attuazione delle priorità politiche e strategiche del Governo e la programmazione dell'attività amministrativa. La Direttiva per l'azione amministrativa e la gestione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria trova il proprio fondamento, nell'ambito del quadro delineato dagli obiettivi di Governo e dalle politiche intersettoriali che da questi discendono, nella cornice normativa di recente evoluzione che più direttamente può influire sulle modalità di svolgimento dell'azione amministrativa, nonché dall'allocazione delle risorse finanziarie afferenti le politiche attuate dal Dipartimento, come individuate nella legge di stabilità per l'anno 2016 e nel bilancio di previsione della Presidenza del Consiglio dei Ministri - Centro di responsabilità n. 9 "Informazione ed editoria" per l'anno 2016.

Il Dipartimento per l'informazione e l'editoria, di seguito Dipartimento, è la struttura di supporto al Presidente del Consiglio dei Ministri che opera nell'area funzionale relativa al coordinamento delle attività di comunicazione istituzionale, alla promozione delle politiche di sostegno all'editoria ed ai prodotti editoriali, ed al coordinamento delle

attività volte alla tutela del diritto d'autore. Con decreto del Sottosegretario delegato del 26 maggio 2016 ne è stata modificata l'organizzazione, prevedendo l'accorpamento di due uffici e la riduzione di due posti di funzione dirigenziale. Si è voluto attendere la registrazione del provvedimento, per fare riferimento, nella presente direttiva, al nuovo assetto organizzativo.

La Direttiva individua:

- le aree strategiche **di riferimento**, nell'ambito delle quali si inquadrano gli obiettivi strategici del Dipartimento per l'informazione e l'editoria per l'anno 2016;
- gli **obiettivi strategici**, finalizzati a conseguire, nelle aree di competenza del Dipartimento, risultati tangibili, misurabili e percepibili dalla collettività ed individuati assicurando massima coerenza con gli obiettivi e gli indicatori definiti nella nota integrativa al bilancio;
- la **programmazione operativa**, elaborata per i singoli obiettivi strategici, nella quale si dettagliano l'articolazione temporale e le risorse umane dedicate.

AREE STRATEGICHE E OBIETTIVI STRATEGICI PER L'AZIONE AMMINISTRATIVA

L'attività di programmazione strategica del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, in coerenza con quanto disposto dalle Linee guida del Presidente del Consiglio dei Ministri per il 2016, adottate con DPCM 25 novembre 2015, individua un numero ristretto di obiettivi strategici significativi che ricadono nelle tre aree strategiche individuate dal DPCM 25 novembre 2015. Tali obiettivi strategici, affiancandosi all'ordinaria attività degli Uffici, mirano al consolidamento dei risultati sino ad ora raggiunti negli specifici settori di intervento e favoriscono la realizzazione delle priorità



dell'attività di Governo, nel rispetto dell'allocazione delle risorse finanziarie definita nel bilancio e con il fine ultimo di favorire la crescita economica e la competitività del Paese.

Pertanto, il Capo Dipartimento ed i Coordinatori degli Uffici, oltre ad essere impegnati nell'attività ordinaria, definita sia dal DPCM 26 maggio 2016 di organizzazione interna del Dipartimento sia dai decreti individuali di conferimento degli incarichi, dovranno perseguire la realizzazione degli specifici obiettivi strategici, individuati come tali per la rilevanza che svolgono ai fini dello sviluppo dei settori di riferimento. Gli obiettivi strategici, , saranno realizzati tenendo conto anche della necessità di un più attento governo della spesa, di un miglioramento del monitoraggio e del controllo della qualità e dell'appropriatezza degli interventi.

Si sarebbe voluta considerare tra gli obiettivi strategici la predisposizione dei decreti delegati previsti dal disegno di legge di riforma del sistema di sostegno pubblico all'editoria, attualmente all'esame del Senato (AS 2271, che avranno un impatto rilevante sul settore dell'editoria quotidiana e periodica e sulla stessa attività del Dipartimento. Poiché però non è possibile prevedere con esattezza i tempi della sua approvazione, né il suo contenuto definitivo, si è preferito individuare obiettivi strategici a legislazione vigente, programmabili entro coordinate normative e temporali più certe.

Con riferimento ai contratti da stipulare con le agenzie di stampa, il Dipartimento nel corso dell'anno sarà impegnato nel ripensamento di una parte rilevante delle procedure relative sia all'individuazione dei fabbisogni che alla selezione dei fornitori, in conseguenza dell'introduzione del D. Lgd. 50/2016 (c.d. Nuovo Codice degli appalti). Per questa attività, che riveste carattere prioritario a ragione dell'esigenza istituzionale di assicurare l'erogazione dei servizi giornalistici-informativi alle amministrazioni dello

M

Stato, non è stato previsto un obiettivo strategico, poiché rientra nelle competenze ordinarie del Dipartimento.

AREA STRATEGICA 1: "Azioni per la modernizzazione del sistema delle pubbliche amministrazioni e per il rafforzamento della capacità amministrativa"

- Obiettivo strategico n. 1: **Promozione di campagne di comunicazione istituzionali digitali e virali** (*Ufficio per l'informazione e la comunicazione istituzionale e per la tutela del diritto d'autore*).

La comunicazione istituzionale si rivolge, nella maggior parte dei casi, a target generalisti. Da numerosi studi di settore si rileva come questo target non fruisca più soltanto dei media tradizionali - TV, radio e stampa - ma si orienti in misura crescente sull'uso del web e dei social media. I contenuti multimediali possono essere diffusi in rete velocemente e con costi di pianificazione sensibilmente inferiori rispetto ai costi della comunicazione tradizionale. Ulteriori segmentazioni del target permettono, con le tecnologie attualmente disponibili, di attribuire a ciascuna tipologia di utenza il suo luogo virtuale preferito.

I dati recenti sull'uso dei social media in Italia (report Digital in 2016, realizzato da We are social), indicano che un numero sempre crescente di cittadini utilizza i social media con almeno un account attivo, a cui accede tramite pc, tablet o smartphone. Le funzioni disponibili nei siti di social networking sono in continua evoluzione, trattandosi di strumenti di comunicazione in perenne divenire, versatili e adatti ad intercettare i target più diversificati. Le recenti rilevazioni indicano la crescita del gradimento di questo tipo di comunicazione da parte di un'utenza sempre più varia, che non è costituita esclusivamente dai cosiddetti Millennials (giovani di età compresa tra i 18 e i 34 anni).

Da queste considerazioni di base, e constatate le evoluzioni in tal senso avvenute nel campo della comunicazione realizzata nel settore privato, è oggi più che mai opportuno ripensare le modalità di ideazione e realizzazione della comunicazione istituzionale, realizzando campagne digitali e possibilmente "virali" in grado di ottenere un elevato engagement che generi condivisione e sia in grado di autoalimentarsi. Il Dipartimento è pertanto chiamato a utilizzare al meglio il web, ed in particolare gli spazi di social networking, nel processo di diffusione delle campagne di comunicazione istituzionale. A tal fine, il Dipartimento sarà impegnato nel 2016 in un'azione di *capacity building* per sviluppare campagne di comunicazione digitali e virali, che includano *Social Media Strategies*, da affiancare progressivamente alle campagne di comunicazione tradizionali. Il rafforzamento della capacità amministrativa in questo campo consentirà alle risorse umane dell'Ufficio di svolgere con efficacia crescente nel tempo e con competenze aggiornate il tradizionale ruolo di coordinamento e supporto per la comunicazione istituzionale sia delle strutture della Presidenza sia delle altre amministrazioni centrali. All'attuale specializzazione in materia di comunicazione ATL e BTL di tipo tradizionale, si dovrà quindi aggiungere quella in materia di campagne per il web 2.0 e di strategie per i social media. Parimenti sarà opportuno sviluppare un nuovo modello di brief di comunicazione, più adatto alla realizzazione di campagne digitali e virali.

I vantaggi attesi sono:

- si possono raggiungere facilmente ampie fasce di popolazione e target diversificati;
- i costi di pianificazione sono sensibilmente inferiori rispetto a quelli della comunicazione tradizionale;
- l'engagement generato da una campagna social è in grado di autoalimentarsi e può contribuire a prolungare la diffusione della campagna nel tempo, evitando la caduta di interesse che spesso si verifica al termine della programmazione sui canali tradizionali;



- una campagna social, in tutte le sue fasi, costituisce un eccellente strumento di monitoraggio in tempo reale dell'andamento della campagna stessa e dei risultati prodotti: grazie al monitoraggio si può arrivare a disporre di un grande archivio sulle attività, i temi e l'operato della PA;
- attraverso una campagna social è possibile misurare il livello di soddisfazione dei cittadini e raggiungere un alto grado di profilazione dell'utente.

Il progetto sarà realizzato in più fasi, dettagliate nella scheda relativa all'obiettivo: una fase di formazione iniziale che avrà un'intensità maggiore ad inizio anno e consentirà l'avvio del progetto, per proseguire con diverse occasioni di approfondimento nel corso dell'anno; un momento di confronto con operatori specializzati nel settore; la predisposizione di una bozza di brief specifico da utilizzare nelle campagne web 2.0; la realizzazione di una campagna pilota i cui risultati saranno analizzati e monitorati.

AREA STRATEGICA 2: "Azioni per la semplificazione amministrativa, organizzativa e gestionale, il miglioramento della qualità della regolamentazione e la riduzione degli oneri amministrativi"

- Obiettivo strategico n. 2: **Realizzazione di una banca dati per la gestione dei contributi diretti alle imprese editrici.** *(Ufficio per il sostegno all'editoria).*

L'obiettivo si inquadra nell'area strategica delle azioni volte a semplificare le attività amministrative, a ridurre i costi, a snellire e rendere più efficaci i processi interni e l'organizzazione delle fasi di formazione degli atti, anche in coerenza con gli obiettivi individuati nell'Agenda per la semplificazione per il triennio 2015 – 2017. Più in particolare, declinato nel contesto delle attività dell'Ufficio finalizzate alla gestione

delle politiche di sostegno alle imprese editoriali, l'obiettivo si collega alla necessità di digitalizzare i processi che implicano rapporti tra cittadini/imprese e pubblica amministrazione, di rendere meno costosi e più efficaci i processi di gestione delle misure di sostegno all'editoria, nella prospettiva di favorire ed accelerare anche l'implementazione degli strumenti di sostegno che saranno delineati dai provvedimenti legislativi di riforma del settore, attualmente in discussione in Parlamento.

Il Servizio per i contributi diretti alla stampa, nell'ambito dell'Ufficio per il sostegno all'editoria del Dipartimento per l'informazione e l'editoria cura le istruttorie dei procedimenti di erogazione dei contributi alle imprese editrici di giornali quotidiani e periodici. Si tratta di diverse tipologie di contributi a favore di: cooperative di giornalisti, fondazioni e enti morali, associazioni dei consumatori, pubblicazioni a tutela delle minoranze linguistiche, editoria speciale per non vedenti, stampa periodica italiana all'estero, la cui finalità è la tutela del pluralismo dell'informazione, con particolare riguardo alla piccola editoria presente nelle realtà territoriali locali e meno strutturata industrialmente.

I procedimenti, ad istanza di parte, hanno cadenza annuale e la liquidazione dei contributi avviene mediante un sistema di ripartizione "a torta" tra gli aventi diritto, sulla base di risorse predeterminate per legge ovvero stanziare di anno in anno sui capitoli di bilancio della PCM destinati alle politiche a sostegno dell'editoria.

I contributi sono erogati alle imprese che risultano in possesso dei requisiti tassativamente previsti dalla legge. L'istruttoria si basa su un controllo cartolare dei documenti comprovante il possesso di detti requisiti.

Il contributo a favore delle cooperative di giornalisti (e delle altre categorie ad esse assimilate dalla legge n. 250 del 1990) si compone di due quote:

a) la prima calcolata sulla base di alcune voci di costo connesse alla produzione della testata.

M

Tali spese vengono rimborsate fino al 50 per cento dei costi sostenuti ed entro limiti fissati per legge;

b) la seconda è calcolata sulla base delle copie vendute, prevedendo quote di rimborso diverse in relazione alla tipologia del giornale e sempre con la previsione di tetti massimi.

Per le altre categorie di imprese (fondazioni e enti morali, associazioni dei consumatori, editoria speciale per non vedenti, stampa periodica italiana all'estero), il contributo è legato ad altri criteri, quali la tiratura del giornale, il numero delle pagine pubblicate, le copie diffuse etc..

Nel corso dell'anno, l'Ufficio realizzerà una banca dati dinamica, che consenta la gestione più veloce e flessibile delle domande di ammissione al contributo pubblico da parte delle imprese editrici di quotidiani e periodici.

I vantaggi attesi dalla banca dati sono:

- l'immediatezza delle informazioni relative allo status dei procedimenti e ai contributi erogati attraverso la rapida consultazione dei dati e criteri di ricerca agevolati: più utenti accedendo alla base dati potranno avere in tempo reale la situazione di ogni impresa, sia per l'anno in corso (iter istruttorio, contributo erogato, decreto di liquidazione, etc.) che per gli anni precedenti;
- l'utente standard (funzionario istruttore) sarà supportato soprattutto nella fase relativa al calcolo del contributo - che oggi rappresenta la parte più complessa e delicata del procedimento - poiché l'applicativo, una volta inseriti tutti i dati (costi di produzione, copie vendute, etc.) calcolerà automaticamente l'importo del contributo teoricamente spettante all'impresa (100%), sulla base del quale sarà poi determinato il contributo effettivamente liquidato secondo la percentuale di riparto spettante in relazione alle risorse disponibili;

M

- la banca dati avrà una gestione "multiutente" e quindi potrà essere alimentata, anche in contemporanea, da ciascun istruttore per le pratiche di competenza, attraverso l'inserimento delle informazioni necessarie al calcolo del contributo.

La realizzazione del progetto dovrà necessariamente tenere conto anche delle nuove regole di funzionamento dei contributi (nuovi requisiti e nuove modalità di calcolo) delineate nel disegno di legge di riforma dell'editoria attualmente in discussione in Parlamento, così da consentire l'avvio più veloce e funzionale della gestione del nuovo sistema. Per questo, alcune scelte tecniche relative alle funzionalità della banca dati potranno essere adeguatamente precisate al momento dell'approvazione del disegno di legge, quando il quadro regolamentare sarà cristallizzato.

La realizzazione richiederà l'applicazione del personale dell'Ufficio, esperto nella gestione dei contributi e delle relative problematiche, ed il supporto di risorse umane con competenze informatiche specialistiche, necessarie all'implementazione della piattaforma e delle funzionalità richieste: queste risorse specialistiche dovranno essere fornite dall'Ufficio per l'informatica.

Il progetto sarà realizzato in più fasi, dettagliate nella scheda relativa all'obiettivo: una prima fase di progettazione della banca dati, che porterà alla costruzione di un "modulo base" per i contributi, e che - come già detto - dovrà tenere conto delle regole del nuovo sistema di sostegno attualmente in discussione in Parlamento; una, successiva, seconda fase di creazione della funzionalità *Web access*, nella quale sarà possibile alimentare la banca dati anche "dall'esterno", cioè direttamente dagli utenti interessati, previa autenticazione e rilascio delle credenziali di accesso alla procedura.

M

MONITORAGGIO DELLA DIRETTIVA

Il monitoraggio dello stato di avanzamento delle attività connesse al raggiungimento degli obiettivi assegnati a ciascuna struttura con la presente direttiva rappresenta un indispensabile strumento operativo di buona amministrazione. Il monitoraggio, coordinato dal Capo Dipartimento, sarà effettuato in collaborazione con l'Ufficio controllo interno, trasparenza e integrità, attraverso un'attività sinergica ed integrata, che assicuri la circolarità delle informazioni e l'interdipendenza delle fasi di pianificazione strategica, controllo di gestione e valutazione della dirigenza e che attivi meccanismi di *feedback* finalizzati a confrontare i dati a consuntivo con gli obiettivi programmati.

L'attività di monitoraggio prevede, altresì, l'utilizzo del sistema informatizzato SICI, accessibile sulla rete intranet della Presidenza del Consiglio dei Ministri, al fine di attivare l'implementazione e l'aggiornamento delle fasi operative programmate.

Ai fini del monitoraggio finale il responsabile della struttura e degli obiettivi strategici avrà cura di trasmettere all'Autorità politica il Report e gli eventuali allegati attestanti lo stato di attuazione degli obiettivi strategici relativi alla programmazione 2016 entro il 20 gennaio 2017.

La presente direttiva sarà trasmessa ai competenti organi di controllo per la registrazione.

Roma, **02 NOV. 2016**

PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
SEGRETARIATO GENERALE
UFFICIO DEL BILANCIO E PER IL RISCONTRO
DI REGOLARITA' AMMINISTRATIVO CONTABILE
VISTO E ANNOTATO AL N. 2345/2016
Roma, 7.11.2016

IL REVISORE

Seopii

IL DIRIGENTE

Prota

IL SOTTOSGREGARIO DI STATO

Am. Luca I. Di ...

UFFICIO DI CONTROLLO SUGLI
ATTI DELLA PRESIDENZA
DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
DEL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA
E DEL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI

CORTE DEI CONTI
UFFICIO CONTROLLO ATTI P.C.M.
MINISTERI GIUSTIZIA E AFFARI ESTERI

Reg.ne - Prev. n. 2986

15 NOV 2016

IL MAGISTRATO



OBIETTIVO STRATEGICO n. 1

Area strategica	Azioni per la modernizzazione del sistema delle pubbliche amministrazioni e per il rafforzamento della capacità amministrativa
Descrizione dell'obiettivo strategico	Promozione di campagne di comunicazione istituzionale digitali e virali
Risultati attesi (output/outcome)	Raggiungimento di ampie fasce di popolazione e target diversificati con maggiore facilità e costi di pianificazione sensibilmente inferiori rispetto a quelli della comunicazione tradizionale. Realizzazione di campagne con un <i>engagement</i> in grado di autoalimentarsi e prolungarne la diffusione, evitando la caduta di interesse che spesso si verifica al termine della programmazione sui canali tradizionali. Migliore misurazione dei risultati della campagna.
Indicatori di performance (output/outcome)	Rispetto delle scadenze previste per la realizzazione del progetto
Indicatori finanziari (se pertinenti)	
Target	100%
Missione	001: 001: Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale e Presidenza del Consiglio dei Ministri 015: Comunicazione
Programma	003: Presidenza del Consiglio dei Ministri 004: Sostegno all'editoria
Macro-aggregato	9.1.1 Funzionamento 9.1.2 Interventi
Capitolo	560
Responsabile della struttura e dell'obiettivo strategico	Capo Dipartimento Cons. Roberto G. Marino
Dirigenti referenti per il conseguimento dell'obiettivo strategico	Coordinatore dell'Ufficio per le attività di informazione e comunicazione istituzionale e, dopo la riorganizzazione, dell'Ufficio per l'informazione e la comunicazione istituzionale e per la tutela del diritto d'autore Coordinatore del Servizio per la comunicazione istituzionale

Data di inizio	1/1/2016	Data di completamento	31/12/2016	Priorità	Alta
----------------	----------	-----------------------	------------	----------	------

M

Programmazione operativa

Periodo	Attività	Output	Peso %
Da 1/1/2016 A 31/12/2016	<i>Fase I - Formazione iniziale:</i> una formazione mirata, di tipo sia teorico che pratico, rivolta ai funzionari dell'Ufficio e realizzata all'interno del programma formativo della Presidenza del Consiglio dei Ministri e con la partecipazione a seminari esterni, dedicati al tema della comunicazione virale e sui social media.	Capitolo del report finale riepilogativo della formazione effettuata e delle risorse umane coinvolte.	25%
Da 1/3/2016 A 30/4/2016	<i>Fase II - Incontri con le agenzie specializzate:</i> finalizzati ad ottenere informazioni sull'offerta di servizi specifici per le campagne di comunicazione social, digital e virali.	Documento di sintesi sui servizi specifici offerti dalle agenzie specializzate nella comunicazione digitale e virale, che costituirà anche un capitolo del report finale	25%
Da 1/5/2016 A 31/5/2016	<i>Fase III - Messa a punto di un nuovo modello di brief:</i> predisposizione di un modello di brief specifico per realizzare campagne web 2.0.	Format di brief specifico per realizzare campagne web 2.0 da allegare a capitoli o lettere di richiesta offerta	20%
Dal 1/6/2016 al 31/12/2016	<i>Fase IV - Campagna pilota:</i> sarà effettuata una campagna pilota, i cui risultati saranno analizzati e monitorati.	Report all'autorità politica riepilogativo dell'attività svolta, contenente i precedenti tre output nonché l'illustrazione della campagna pilota ed un'analisi finale dei punti di forza della stessa, osservazioni e proposte.	30%

Stima delle risorse umane impegnate nella realizzazione dell'obiettivo:

	Numero	gg/uomo
Dirigenti I Fascia	1	30
Dirigenti II Fascia	1	30
Pers. Qualifiche - Cat. A	8	240
Pers. Qualifiche - Cat. B	2	60

M

Variabili critiche che potrebbero influire sul risultato:

Cambi di governo
Disposizioni che prevedano tagli alle risorse finanziarie assegnate

Stima delle risorse finanziarie necessarie:

Ammontare risorse	50.000,00 (per la realizzazione della campagna pilota)
Capitolo	560 p.g. 1

Am

OBIETTIVO STRATEGICO n. 2

Area strategica	Azioni per la semplificazione amministrativa, organizzativa e gestionale, il miglioramento della qualità della regolamentazione e la riduzione degli oneri amministrativi
Descrizione dell'obiettivo strategico	Realizzazione di una banca dati per la gestione dei contributi diretti alle imprese editrici
Risultati attesi (output/outcome)	Rilascio della banca dati con la finalità di aumentare l'efficacia dei processi di gestione delle misure di sostegno all'editoria in termini di ottimizzazione dei tempi di lavoro, snellimento delle procedure e completezza e accessibilità dei dati e delle informazioni gestite, nella prospettiva di favorire ed accelerare anche l'implementazione degli strumenti di sostegno che saranno delineati dai provvedimenti legislativi di riforma del settore, attualmente in discussione in Parlamento
Indicatori di performance (output/outcome)	Rispetto delle scadenze per la realizzazione del progetto
Indicatori finanziari (se pertinenti)	
Target	100%
Missione	001: 001: Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale e Presidenza del Consiglio dei Ministri 015: Comunicazioni
Programma	003: Presidenza del Consiglio dei Ministri 004: Sostegno all'editoria
Macro-aggregato	9.1.1 Funzionamento 9.1.2 Interventi
Capitolo/i e/o utilizzo fondi strutturali	466, 477
Responsabile della struttura e dell'obiettivo strategico	Capo Dipartimento Cons. Roberto G. Marino
Dirigenti referenti per il conseguimento dell'obiettivo strategico	Coordinatore dell' Ufficio per il sostegno all'editoria, cons. Francesco Iannelli Coordinatore del Servizio per il sostegno diretto alla stampa, dott.ssa Stefania Palamara

Data di inizio	1/1/2016	Data di completamento	31/1/2016	Priorità	Alta
----------------	----------	-----------------------	-----------	----------	------

Pers. Qualifiche - Cat. A	11
Pers. Qualifiche - Cat. B	6

Per eventuali esperti esterni specificare numero, costo, fonte di finanziamento (capitolo di bilancio /fondi strutturali): N. 1 tecnico esterno cui affidare la realizzazione del progetto

Variabili critiche che potrebbero influire sul risultato:

Modifiche legislative
Cambi di governo; eventuali ritardi non attribuibili al Dipartimento per l'informazione e l'editoria
Disposizioni che prevedano tagli alle risorse finanziarie assegnate

Stima delle risorse finanziarie necessarie:

Ammontare risorse	Costo stimato del progetto € 45.000/50.000 Iva esclusa
Capitolo	
Fondi strutturali	

Mu