

Consiglio nazionale

09.3605

Interpellanza Reymond Esplosione dei costi

Testo dell'interpellanza dell'11 giugno 2009

Secondo quanto riportato recentemente dalla stampa, nel 2008 le spese della Confederazione per le relazioni pubbliche sono di nuovo sensibilmente aumentate. Le spese complessive sono aumentate di 5,4 milioni (7,8 %), per raggiungere i 74,6 milioni di franchi. Ciò significa che i mezzi attribuiti alle relazioni pubbliche sono aumentati più rapidamente delle spese ordinarie, le quali sono cresciute del 4,9 per cento. Parallelamente, 260 persone si occupano di informazione e relazioni pubbliche nell'amministrazione federale, ossia 23 persone in più rispetto all'anno precedente.

Prendendo in considerazione i singoli dipartimenti federali, è sorprendente notare che quello dell'economia registra una crescita del 55 per cento e, con una spesa di 13,3 milioni di franchi, guida nettamente la speciale classifica. Va rilevato pure il massiccio aumento di spesa registrato dal Dipartimento federale di giustizia e polizia (4,3 milioni di franchi, ossia un incremento del 23 %).

Nel contempo, pare che le spese destinate alla consulenza in generale siano diminuite da 468 a 272 milioni di franchi.

Alla luce di queste considerazioni, invito il Consiglio federale a rispondere alle domande seguenti:

1. come si spiega l'esplosione dei costi presso il dipartimento federale dell'economia e il Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP)?
2. In che misura i compiti in materia di comunicazione presso il DFGP sono cambiati tra il 2007 e il 2008 per giustificare un aumento delle spese pari al 23 per cento?
3. Le spese annunciate di 74,6 milioni di franchi includono anche gli onorari versati alle agenzie private? Tali onorari sono compresi nelle spese generali di consulenza? Qual è la parte, rispettivamente l'importo, spettante alle agenzie di relazioni pubbliche (presentazione per dipartimento)?
4. Il Consiglio federale può indicare quali sono le imprese interessate e fornire informazioni dettagliate sull'oggetto e i costi dei contratti (presentazione per dipartimento)?
5. Dove il Consiglio federale intravede possibilità di conseguire risparmi per l'anno in corso? I dipartimenti hanno impartito istruzioni particolari al loro interno? È prevista una riduzione del numero dei posti (presentazione per dipartimento)?

Cofirmatari

Baettig, Bigger, Bignasca Attilio, Bugnon, Dunant, Estermann, Flückiger, Freysinger, Geissbühler, Glauser, Graber Jean-Pierre, Grin, Hurter Thomas, Kaufmann, Nidegger, Perrin, Pfister Theophil, Reimann Lukas, Rime, Stamm, von Siebenthal (21)

Senza motivazione

Risposta del Consiglio federale

Il Consiglio federale considera le relazioni pubbliche uno strumento dirigenziale importante. L'articolo 10 della legge sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione obbliga il Governo a garantire un'informazione coerente, tempestiva e continua. La Confederazione ha rilevato i costi delle proprie attività in materia di relazioni pubbliche negli anni 2001-2004 e, secondo un'impostazione modificata, a partire dal 2007. La tabella seguente riporta il numero di persone (espresso in posti a tempo pieno) incaricate di mansioni di relazioni pubbliche nella Confederazione, conformemente a tale statistica:

2001	2002	2003	2004	2007	2008
292	275	286	252	237	260

I costi complessivi di 74,6 milioni di franchi per spese di personale e di materiale corrispondono a una quota dello 0,14 per cento della spesa complessiva della Confederazione.

Sulla base dei dati disponibili si può rispondere come segue alle domande poste nell'interpellanza.

Ad 1 e 2:

L'aumento riscontrato nel Dipartimento federale dell'economia (DFE) è riconducibile soprattutto a un aumento dei costi rilevati nella Segreteria di Stato dell'economia (SECO). Infatti nel 2008 la SECO ha registrato per la prima volta le spese in materia di comunicazione di tutti i settori e non soltanto del settore Comunicazione. Inoltre le cifre fornite dalla SECO includono i costi per la campagna contro il lavoro nero (circa 2 mio. fr.).

Per quel che concerne il Dipartimento federale di giustizia e polizia (DFGP) l'aumento è dovuto da un lato alle misure salariali della Confederazione, dall'altro all'attribuzione del posto, precedentemente vacante, di capo del Servizio d'informazione e alla creazione di un posto di assistente nel Ministero pubblico della Confederazione. Complessivamente nel DFGP sono attivi 11 capi dell'informazione ovvero portavoce, soprattutto nell'ambito dei temi migrazione, polizia e giustizia. La quota delle spese di personale alle spese complessive ammonta all'80 per cento e dimostra che le prestazioni connesse a questo settore vengono prodotte in larga misura internamente al Dipartimento. Le spese di materiale hanno subito un aumento in relazione ai campionati di calcio UEFA EURO 2008.

Ad 3 e 4:

La Confederazione non registra dati che permetterebbero di rispondere in modo dettagliato alle domande poste. Gli importi menzionati comprendono le spese per le agenzie associate alle campagne di prevenzione e all'informazione sulle votazioni, indicate nel consuntivo dello Stato. Sono parimenti comprese le indennità versate alle due agenzie di stampa ATS e AP.

Ad 5:

Il Consiglio federale non ha deciso obiettivi generali di risparmio per i Dipartimenti. La cura delle relazioni pubbliche è un compito che la legge attribuisce alla Confederazione. I costi generati da queste attività ammontano a pochi millesimi del bilancio federale complessivo. Negli ultimi anni è peraltro già cambiata la struttura delle spese nel settore delle relazioni pubbliche: sono diminuite fortemente le spese per pubblicazioni e altri prodotti di informazione, mentre ha acquisito maggiore importanza la comunicazione elettronica e via Internet e questa tendenza ha generato un aumento delle relative spese di personale. Inoltre, l'esecuzione della legge sulla trasparenza ha comportato nuovi compiti per i servizi d'informazione. Tuttavia il paragone degli effettivi (espressi in posti a tempo pieno) mostra che oggi i servizi di informazione e comunicazione dei Dipartimenti occupano meno persone rispetto all'inizio del decennio, nonostante l'evoluzione continua del settore dei media in questo periodo (ad esempio media elettronici e giornali gratuiti).