

Attività di pubbliche relazioni della Confederazione
Rapporto del Controllo parlamentare dell'amministrazione a
destinazione della Commissione della gestione del Consiglio nazionale

del 3 maggio 2019

Alcuni dati



2050

comunicati stampa sono stati pubblicati dalla Confederazione nel 2018



78,6

milioni di franchi è il **costo delle pubbliche relazioni** della Confederazione nel 2017



44%

dei giornalisti intervistati dichiara di incontrare **ostacoli quando chiede informazioni** all'Amministrazione federale



Coordinamento

La Cancelleria federale è responsabile delle pubbliche relazioni del Consiglio federale e assume il coordinamento tra i dipartimenti.



Autonomia

I dipartimenti gestiscono autonomamente le attività di pubbliche relazioni.



Costo

Il costo delle pubbliche relazioni è trattato in un capitolo a parte nei consuntivi della Confederazione.

L'essenziale in breve

Nel loro insieme le attività di pubbliche relazioni della Confederazione sono adeguate. L'attività di comunicazione è conforme alle basi legali ed è adeguata nel suo complesso. Tuttavia sono state constatate lacune per quel che riguarda la precisione di alcune direttive, il coordinamento interdipartimentale e la trasparenza dei costi.

Il Consiglio federale e l'Amministrazione federale hanno il compito di assicurare l'informazione dell'Assemblea federale, dei Cantoni e del pubblico (art. 10 della legge sull'organizzazione del Governo e dell'Amministrazione). A gennaio 2017 le Commissioni della gestione delle Camere federali (CdG) hanno incaricato il Controllo parlamentare dell'amministrazione (CPA) di valutare il modo in cui la Confederazione svolge i propri compiti di pubbliche relazioni.

Riunitasi il 6 luglio 2017, la sottocommissione competente della CdG del Consiglio nazionale (CdG-N), più precisamente la sottocommissione DFI/DATEC, ha deciso che la valutazione doveva estendersi a tutti i dipartimenti federali e alla questione dei costi e dei mandati esterni. La presente valutazione è incentrata sulle attività quotidiane di comunicazione della Confederazione. Non vi rientrano invece le campagne o le informazioni riguardanti le votazioni né la comunicazione in situazioni di crisi.

Per la valutazione il CPA ha analizzato il risultato di quasi trenta incontri, in particolare con i responsabili dei servizi d'informazione e comunicazione di tutti i dipartimenti, della Cancelleria federale, di uffici selezionati appositamente e di giornalisti e specialisti della comunicazione. Inoltre la ditta di analisi Evaluanda è stata incaricata di svolgere un sondaggio per mezzo di questionari distribuiti ai giornalisti di Palazzo federale. Il CPA ha anche analizzato la documentazione pertinente, in particolare quella che riguarda le direttive e i costi delle pubbliche relazioni dell'Amministrazione federale.

Una comunicazione coerente malgrado direttive eterogenee e un coordinamento limitato

Le direttive pubblicate all'interno dell'Amministrazione federale sono caratterizzate da una notevole difformità ed un livello di precisione variabile. Quelle pubblicate dalla Cancelleria federale nel complesso sono adeguate: contengono una quantità minima di informazioni per quel che riguarda l'organizzazione e la ripartizione delle competenze. Il loro obiettivo esplicito è la produzione di informazioni di qualità. Per contro i dipartimenti e gli uffici esaminati non dispongono tutti di direttive sufficienti per garantire la coerenza nelle rispettive attività di pubbliche relazioni. L'eterogeneità delle direttive riflette in particolare il fatto che le unità organizzative non gestiscono le attività di comunicazione in modo uniforme. In genere a direttive dipartimentali precise corrispondono direttive degli uffici meno rigorose e viceversa. Il quadro generale di questi due livelli rivela dunque una certa complementarità.

La Cancelleria federale coordina le attività di informazione e comunicazione dell'Amministrazione federale: il suo compito è trovare un equilibrio tra il controllo

della conformità delle informazioni comunicate dall'Amministrazione federale con le decisioni del Consiglio federale ed il rispetto dell'autonomia dei dipartimenti. La presente valutazione sottolinea i limiti della collaborazione tra i dipartimenti, soprattutto nell'uso collettivo di competenze, in particolare nel settore audiovisivo, o nello scambio di esperienze.

Nonostante indicazioni e gestione multiformi e un coordinamento limitato, i giornalisti interpellati giudicano coerenti e di qualità le informazioni pubblicate dall'Amministrazione federale.

Costi più o meno trasparenti

I costi dichiarati delle pubbliche relazioni della Confederazione non sono aumentati dal 2010 e si aggirano su circa 80 milioni di franchi all'anno. Non vengono tuttavia registrati in modo uniforme. Inoltre il Centro dei media elettronici del Dipartimento federale della difesa, della protezione della popolazione e dello sport dedica una parte importante delle proprie attività alla comunicazione, ma non l'ha contabilizzata come tale fino alla presente valutazione con conseguente, notevole sottostima delle spese in questo ambito.

Prodotti adeguati ma accesso complicato alle informazioni

I giornalisti sono tra i principali destinatari della comunicazione della Confederazione. Secondo loro, i prodotti della comunicazione pubblicata dall'Amministrazione federale corrispondono alle loro esigenze. Per contro, la valutazione diventa più critica quando si tratta di uso e contenuti dei social media. Inoltre l'accesso alle informazioni incontra alcuni ostacoli. Vengono indicati ad esempio i tempi di risposta di determinati servizi e la difficoltà di intrattenersi con esperti. Dal punto di vista dell'Amministrazione federale, l'accesso limitato ai collaboratori competenti si spiega con l'esigenza di garantire informazioni di qualità e una comunicazione univoca e coerente.