



Ministero
dell'Economia
e delle Finanze

IL PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE DEL **MEF** PER IL 2024



IL PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE DEL MEF PER IL 2024

Introduzione

Il *Programma di Comunicazione del Ministero dell'Economia e delle Finanze per il 2024* (PdC MEF 2024) rappresenta il principale strumento di pianificazione strategica delle campagne di comunicazione e delle altre iniziative di comunicazione ed integra, in una visione unitaria, i temi e le attività di comunicazione che il MEF e le Agenzie Fiscali (Agenzia delle Entrate, Agenzia delle Dogane e dei Monopoli ed Agenzia delle Entrate-Riscossione) ritengono prioritari al fine di diffondere al meglio la conoscenza delle misure di politica economica, delle azioni ed altri interventi di carattere politico e amministrativo, oltre che dei servizi offerti dalle strutture del Ministero e dalle Agenzie.

Il Ministero dell'Economia e delle Finanze è consapevole dell'esigenza e della necessità di definire, elaborare e gestire un insieme di strumenti e di canali di comunicazione che veicolino adeguatamente le informazioni e, al contempo, garantiscano la corretta e completa conoscenza dell'articolato insieme di norme, istruzioni, direttive ed indicazioni che esso presiede e gestisce.

Per il MEF, la comunicazione istituzionale costituisce una leva di implementazione delle politiche pubbliche. Infatti, con l'azione di comunicazione istituzionale si vuole diffondere la conoscenza delle politiche e degli interventi di competenza, garantire i diritti di trasparenza, imparzialità ed accesso, nonché condividere le scelte collettive con i cittadini, destinatari ultimi delle misure adottate.

Le politiche di comunicazione pubblica, per chiarire e far apprezzare le proprie finalità, sono sempre più vincolate a spiegare le amministrazioni ed i propri comportamenti. Comunicare significa influire sulla propria immagine attraverso la costruzione consapevole di una identità condivisa e attraverso comportamenti coerenti con gli obiettivi perseguiti.

Diventa importante informare della validità delle iniziative adottate affinché una "*buona comunicazione*" riesca a sostenere efficacemente una "*buona amministrazione*".

La Strategia di comunicazione del MEF

La strategia di comunicazione messa in campo dall'Amministrazione è definita in coerenza con l'indirizzo e il coordinamento del Portavoce e dell'Ufficio Stampa e attuata dalle strutture di comunicazione dipartimentale. Punta a valorizzare la missione e le decisioni strategiche assunte dall'Amministrazione attraverso la costruzione di un percorso espositivo e narrativo degli interventi e delle azioni che in concreto sono costruiti nel corso dell'agire politico-amministrativo. L'obiettivo principale che si pone di raggiungere è la condivisione delle azioni promosse dal Ministero con il cittadino e la costruzione di un'informazione sul merito delle politiche pubbliche intraprese.

Il Portavoce e l'Ufficio Stampa indirizzano e coordinano l'attività di informazione e comunicazione istituzionale del Ministero, promuovendo una gestione integrata del flusso informativo verso i media, i cittadini, le istituzioni nazionali, europee e internazionali, nonché verso tutti i soggetti interessati attraverso l'utilizzo sia di canali e strumenti tradizionali, sia di nuovi strumenti digitali, con attenzione anche ai social media. Svolgono poi un ruolo centrale e di impulso nella predisposizione, sviluppo e pianificazione delle campagne di comunicazione e informazione istituzionale promosse dal Ministero e dalle Agenzie Fiscali.

Favorire la conoscenza e la comprensione dei problemi, migliorare la percezione che il cittadino ha dell'azione amministrativa, coinvolgere il pubblico sui temi rilevanti, sviluppare la capacità di ascolto dell'Amministrazione, sono tutti aspetti fondanti della strategia di comunicazione del MEF diretta alla creazione di relazioni stabili e durature col cittadino, inteso quale fruitore, utente, interlocutore, *stakeholder*. Nel corso del 2024 sarà realizzato il nuovo portale del MEF che, nel rispetto delle linee guida Agid, valorizzerà il coordinamento dell'identità visiva del Ministero sul web anche attraverso i siti dipartimentali.

I temi prioritari della strategia comunicativa del *MEF* sono rivolti a:

- I. promuovere la diffusione della conoscenza e la condivisione delle informazioni delle iniziative di politica fiscale e di bilancio, della normativa, delle sue applicazioni e degli effetti verso i destinatari;
- II. favorire l'accesso a diversi livelli delle informazioni con particolare riguardo ai servizi forniti ai cittadini, alle collettività o ad altri enti e soggetti;

- III. promuovere ed orientare comportamenti positivi e responsabilità individuali;
- IV. sostenere i processi di semplificazione delle procedure e dei procedimenti amministrativi;
- V. promuovere l'immagine del MEF, delle istituzioni e dell'Italia.

Per il perseguimento della strategia di diffusione della conoscenza è importante rielaborare le informazioni tecniche e specialistiche per favorirne la diffusione attraverso un linguaggio chiaro che consenta un'ampia e diffusa circolazione del contenuto degli interventi. Inoltre, in un'ottica di trasparenza e condivisione delle informazioni, vengono resi disponibili i principali documenti ufficiali e gli altri documenti utili ad informare correttamente i cittadini.

Le Campagne di comunicazione del MEF

Tra le Campagne di comunicazione che il MEF intende realizzare, promuovere e diffondere nel 2024, suddivise per aree tematiche, si segnalano le seguenti:

a) Campagna informativa su specifiche disposizioni normative

- Campagna informativa sui contenuti della legge delega per la riforma fiscale (DF);
- Campagna di informazione fiscale sulle novità introdotte dalla legge delega di Riforma fiscale (AE);
- Dichiarazione precompilata 2024 (AE);
- Le novità della riscossione (AER);

b) Campagna informativa sui servizi per i cittadini e/o per le imprese

- Campagne a supporto del collocamento di BTP "retail" (DT);
- La Definizione agevolata delle cartelle (*Rottamazione Quater*) (AER).
- I servizi digitali per la riscossione (AER);
- Implementazione del Portale del Dipartimento della Giustizia Tributaria (DGT);
- Il Programma di razionalizzazione degli acquisti della PA (DAG).
- NoiPA (DAG);

c) Campagna di sensibilizzazione su temi di interesse pubblico o sociale

- Educazione Finanziaria (DT-Comitato EDUFIN);
- Attività di comunicazione e sensibilizzazione nell'ambito della *Cybersecurity awareness* (DAG).

d) Presentazione dell'attività e/o del funzionamento di una Istituzione

- Azioni di comunicazione a supporto di eventi internazionali (DT);
- GLACIATION – "*Green responsible privacy preserving data operation*" (DAG);