

Un tagliando per la PA, nel segno del servizio al cittadino e della comunicazione pubblica digitale

PA | Pratica Amministrativa | 15 febbraio 2021 | di Sergio Talamo

Il governo Draghi vede correttamente la PA italiana come uno degli snodi cruciali della ripartenza. Per questo obiettivo, dopo anni di grande attivismo normativo, occorrerebbe un “tagliando”: focalizzare obiettivi, identificare risorse, concentrare le energie fissando un timing ben preciso. Ma a patto di sfatare alcuni stereotipi che sarebbero piombo sulle ali di qualsiasi innovazione. Siamo certi che siano i ritardi della PA a rallentare le potenzialità italiane, o non piuttosto il contrario, cioè che siano le endemiche debolezze politico-decisionali ad essere la vera palla al piede dell’Amministrazione? Sono oggi sul tavolo temi fondamentali, che hanno tutti al centro il tema della qualità dei servizi ai cittadini e alle imprese. E’ in questa chiave che vanno lette le modalità di lavoro “smart” e i contratti da rinnovare, la performance partecipata e la ripresa dei concorsi, la riforma della comunicazione pubblica e la trasparenza. Non si può sbagliare né perdere tempo: sul destino di tutti pesano i 141 miliardi di aumento del debito legati alla gestione della pandemia – risorse a fondo perduto rastrellate sul mercato – e il FMI che taglia di ben due punti le stime di ripresa del Pil italiano. Il tagliando serve per andare dritti verso gli obiettivi. E’ naturale che lo sguardo di tutti sia sull’efficienza della pubblica amministrazione, ma è anche giusto chiedersi come può fare una macchina statale a migliorare e adeguarsi ai tempi, quando negli anni le norme si accavallano e si contraddicono, le indicazioni operative sono spesso illeggibili o confuse, le risorse umane e finanziarie si riducono costantemente, e così gli investimenti in formazione.

Ogni innovazione ha come spina dorsale la trasformazione digitale e la cultura del risultato, che oggi si fonda su investimenti ragguardevoli: nel Pnrr (Piano nazionale di riforma e resilienza) sono previsti 11,4 miliardi per digitalizzazione, innovazione e sicurezza nella PA, con in primo piano le competenze, il cloud computing e la cybersecurity. Ma le condizioni di partenza non sono le migliori. Il ForumPA, nel report annuale presentato pochi giorni fa, fornisce una grigia fotografia dell’esistente, in cui si va dal “caleidoscopio interessante” del 2019 al “cigno nero” del 2020 e 2021, con la pandemia che ha provocato prima una reazione civile positiva poi un pericoloso blocco della capacità di proposta politica. I dati di scenario ad oggi sono questi: l’età media dei dipendenti pubblici è 50,7 anni (oltre il 45% over 54, il 16,9% over 60), che aumenta considerevolmente se si escludono i dipendenti delle forze di sicurezza. Senza questi ultimi, gli “under 30” passano dal 2,9 per cento del totale allo 0,5, cioè 5 su mille. Età media a parte, dai dati emerge che gli investimenti in formazione, già tradizionalmente insufficienti, sono stati dimezzati negli ultimi 10 anni, fino ad arrivare ai 48 euro annui per dipendente di oggi; che in 10 anni il personale si è ridotto di 212mila; che il turn over in realtà non funziona, anche per il blocco delle selezioni; e che nel 2021, per la prima volta, avremo in Italia più pensionati ex dipendenti pubblici che lavoratori pubblici attivi.

Quello che davvero cambia davanti ai nostri occhi è la “full immersion” degli italiani nel digitale. Da qui si può ricostruire un disegno moderno e partecipato della funzione pubblica. Qualche altro numero può dare l’idea dei mutamenti in corso: 97 milioni di transazioni sulla piattaforma PagoPA, con un tasso di crescita annuo del 93%, oltre 16 milioni di Spid, le identità digitali trainate dal Cashback, con circa 10 milioni di cittadini che hanno scaricato l’App IO. Il filosofo Luciano Floridi ha edificato in poche mirate parole il necessario ponte fra la tecnologia come concetto e la tecnologia come protagonista della vita quotidiana: “Il digitale ci sta permettendo di fare il salto decisivo”. E’ esattamente così. Non c’è solo il lavoro: il digitale è diventato centrale negli acquisti, nell’istruzione, nei rapporti fra Stato e cittadino. Durante la pandemia, la velocità e l’interattività della comunicazione social si sono rivelate una risorsa insostituibile della tenuta civile del Paese, come è emerso in modo lampante durante la maratona live “La PA a portata di smartphone”, organizzata il 16 dicembre dal Gruppo di Lavoro della Funzione Pubblica per la Social media policy di indirizzo nazionale. I social media, se usati in modo sistematico e professionale, hanno un effetto di accelerazione grandissimo per una PA che si decide a comunicare nell’ottica della customer satisfaction. Un treno in continua evoluzione: la rete di PAsocial, l’associazione dei comunicatori digitali, è già sbarcata su Clubhouse, e ogni lunedì entra in “stanza” per parlare di giornalismo e comunicazione.

Il nuovo ministro della PA, Renato Brunetta, avviò nel 2009 una riforma che aveva come cardini l’open government, la trasparenza, il servizio al cittadino, le semplificazioni, la performance, tutti obiettivi unificati dall’idea dell’amministrazione che anche nel linguaggio cambiava pelle, e veniva quindi intesa come azienda che risponde a dei cittadini-clienti. Fu il ministro che lanciò “Linea Amica”, contact center multicanale gestito dal Formez che dal 2009 al 2015 ha risposto a circa 200mila quesiti all’anno dei cittadini, creando un network delle pa italiane che sperimentò il passaggio “dalla prestazione al servizio” e avanzate pratiche collaborative orientate all’utente. E fino al 2015 non c’erano ancora le piattaforme social, che permettono un’interazione diretta, in tempo reale, senza costi ed “erga omnes”. Con accenti più o meno differenti, sul solco della riforma del 2009 si sono mosse la ministra Madia, che ha varato la cittadinanza digitale, la performance partecipata e il “Foia italiano”, la ministra Bongiorno che ha sbloccato il turn over e ha accelerato sulla valutazione e la ministra Dadone, che ha puntato sulla digitalizzazione, lo smart working, la riforma della trasparenza e della comunicazione pubblica, a cui si aggiunge il lavoro per qualificare e armonizzare le Social media policy delle pa. Infine, con la legge 120 del settembre 2020, che fissa il nuovo “switch off” verso la digitalizzazione dei servizi pubblici al 28 febbraio 2021, l’Italia ha cercato di uscire dal lockdown più efficiente e digitale.

Le cose non sono andate come si sperava, soprattutto per la fiammata del virus che ha scaraventato non solo l’Italia ma tutto il pianeta nell’incubo. L’importante, ora, è non fermarsi, ma anzi realizzare uno scatto di iniziativa politica, per non lasciare ancora una volta il riformismo amministrativo italiano nel mare della vaghezza e del rinvio. La comunicazione ne è il simbolo. Le date che fanno da “switch off” non funzionano anche perché la comunicazione digitale non è fatta da un giorno magico, è un metodo che mira a rendere gli uffici pubblici e i cittadini-utenti pezzi

dello stesso mosaico. In questi mesi, il cantiere sempre aperto della comunicazione ha fatto intravedere un processo che abitua ad usare il digitale per tutti i processi che vanno al cittadino, ricevendo feedback preziosi per ricalibrare e riorientare i servizi. Se ne parlerà il 25 febbraio al Digital Italy Program, una web conference dove la PA si confronta con le aziende ICT: un altro volto della ripresa economica da acciuffare per via digitale. Ma se ne dovrebbe parlare anche in sede di contrattazione pubblica, ad esempio legando la premialità alla “citizen satisfaction”, con un focus delle nuove assunzioni su professionalità del digitale e sui “problem solver”, con piani di formazione mirati e accelerando la riforma della comunicazione pubblica, che gli esperti dell’interazione digitale con i cittadini li fa entrare dalla porta principale.