

Sono stati individuati 14 settori:

Ambiente e territorio	Conti nazionali
Popolazione	Lavoro
Sanità	Prezzi
Cultura	Agricoltura
Famiglia e società	Industria
Pubblica amministrazione	Servizi
Giustizia	Commercio estero

4.4 - Gli abbonamenti.

La possibilità di sottoscrivere abbonamenti per singoli settori costituisce una delle principali innovazioni: tende a soddisfare le specifiche esigenze degli utenti, garantendo, rispetto ad un settore, la completezza dell'informazione e la disponibilità dei dati più recenti.

L'abbonamento ad un settore comprende tutta la produzione ad esso relativa: risultati di indagini ed elaborazioni, metodologie delle indagini, studi generali e specifici. *Note rapide* ed opuscoli occasionali. Il *Rapporto Annuale* viene inviato in omaggio a tutti gli abbonati anche ad un solo settore (sono esclusi gli abbonati al solo *Bollettino mensile di statistica*).

Le informazioni sulle nuove modalità di abbonamento sono state veicolate nel 1996 con una campagna pubblicitaria (costo 350 milioni, di cui circa 100 di *direct mail*), articolata in due fasi. Nella prima fase, attraverso comunicati sulla stampa e sulle radio, gli utenti interessati a ricevere ulteriori informazioni sono stati invitati a contattare l'ISTAT (fax, Internet, posta, punti vendita). Nella seconda fase è stata realizzata un'operazione di *direct mail* individuando, tra i nominativi pervenuti, 17 categorie di utenti e sviluppando, a partire da essi, un indirizzario di oltre 35.000 destinatari. Ogni destinatario ha ricevuto una scheda per richiedere l'abbonamento ed un pieghevole, personalizzato secondo l'appartenenza alle diverse categorie, con informazioni sulla nuova politica editoriale e le nuove forme di abbonamento.

Sono state individuate le seguenti categorie di utenti:

Pubblica amministrazione (8.762 destinatari)

Comuni	Ambasciate e Organizzazioni Internazionali
Unità Sanitarie Locali	Province

Categorie produttive ed economiche (11.364 destinatari)

Imprese con oltre 100 addetti	Associazioni industriali
Ordini e collegi professionali	Banche
Consulenze del lavoro	Camere di Commercio
Assicurazioni	Sindacati

Enti di ricerca e studio (14.927 destinatari)

Ospedali	Scuole
Biblioteche	Università
Istituti di ricerca	

Nella prima fase la campagna ha dato la più ampia informazione sulle nuove modalità di abbonamento e, secondariamente, ha individuato le categorie più interessate. Nella seconda fase la pubblicità si è svolta con l'obiettivo di aumentare il numero di abbonati ai settori e di iniziare un colloquio con gli utenti che acquistano singoli volumi. Le categorie che hanno mostrato un interesse maggiore sono state le ambasciate, le assicurazioni e le associazioni industriali. Gli abbonamenti più richiesti hanno riguardato i settori Sanità, Popolazione, Lavoro, Conti nazionali e Prezzi.

4.5 - I risultati nel 1996

Tab. 1 - Abbonamenti 1995 e 1996 (numero)

Tipo di abbonamento	1995	1996	variazione %
<i>Bollettino mensile di statistica</i>	1.405	1.530	8,9
Abbonati a tutti i settori	100	169	69,0
Solo <i>Commercio estero</i>	78	56	-28,2
Altre formule non confrontabili	519	797	53,6
Totale Abbonamenti	2.102	2.552	21,4

L'analisi dei dati sugli abbonamenti 1995 e 1996 fornisce alcune indicazioni: l'abbonamento a tutti i settori è una formula che incontra il favore dell'utenza; la distribuzione degli abbonamenti nei 14 settori (50 in media, 797 in totale), seppure ancora limitata, ha innescato il processo di segmentazione dell'utenza che più interessava. Un altro risultato di questa campagna, rappresentato nella tabella 2, riguarda i 587 nuovi soggetti che hanno preso contatto con l'Istituto a seguito del messaggio⁷.

Tab. 2 - Campagna abbonamenti

Veicolo del messaggio	Contatti	Nuovi abbonati	Valore (000)
Pubblicità tabellare	168	13	7.655
Direct marketing	131	96	39.530
Pagine verdi	79	59	28.035
Operazioni diverse(*)	209	12	5.230
TOTALE	587	180	80.450

(*) *Note rapide, Cifre per conoscersi, ISTAT nel 1996, CIS, Fiere*

Circa il 30% di coloro che hanno contattato l'ISTAT, ha sottoscritto uno o più abbonamenti, per un valore complessivo che supera gli 80 milioni.

Nel corso dell'anno si è intervenuti non solo per il miglioramento dei servizi e dei prodotti, ma anche per il contenimento dei costi interni ed esterni, agendo su tutti i punti in cui è stata ravvisata la possibilità di ottenere un risparmio. Tali punti sono:

- la revisione dei contratti di stampa. Per il 1996, sulla base di una stima provvisoria e non totalmente comparabile (esistenza di diversi contratti a fronte di un unico attuale) la riduzione dei costi in sede di gara si è attestata intorno al 20%;
- il rilancio del Centro stampa, sul quale è stata ricollocata parte della produzione precedentemente indirizzata all'esterno. Le innovazioni tecnologiche introdotte permettono la produzione di 8.000 supporti in pellicola per grafici e copertine, destinati a tipografie esterne e alla stampa interna, consentendo

⁷ Non è altrettanto facile misurare a quanti sia giunto il messaggio pubblicitario: in teoria a milioni quello tabellare, ad alcune decine di migliaia, quello diretto, quello delle pagine verdi dei volumi e quello delle altre iniziative.

un risparmio sulle pellicole in quadricromia che all'esterno hanno un costo di L. 160.000 a pagina. *Conoscere l'Italia* e la collana *Essays* sono impaginati e portati su pellicola interamente all'interno del Centro stampa. Il crescente indirizzamento della produzione editoriale su carta verso la diffusione *off line* e *on line* (*Conti trimestrali* e *Indici dei prezzi* su floppy disk; *Indicatori mensili* su BBS⁸), riducendo i consumi di carta, determina una sensibile riduzione dei costi e garantisce maggiore tempestività nel rilascio dei dati;

- la riduzione delle tirature. L'analisi delle rese di quasi tutte le pubblicazioni ha portato ad una riduzione complessiva delle tirature: gli *Annuari* passano da 1.300 a 1.000 copie; la collana *Informazioni* passa da 1.200 a 900; *Conoscere l'Italia* passa da 70.000 a 50.000 e, nel 1998 le copie del *Bollettino mensile di statistica* scendono da 5.000 a 3.000;
- la revisione degli omaggi non strettamente a carattere istituzionale o promozionale.

Il contenimento dei costi è stato accompagnato da una riduzione dei tempi di rilascio dei dati rispetto a quanto avveniva negli anni precedenti, come risulta da uno studio sui tempi di rilascio e la data di riferimento dei dati. Ne risulta una maggiore tempestività nelle uscite dei volumi. L'anticipo stimato è di circa tre mesi, in media, rispetto al 1992; per il volume sulle forze di lavoro l'anticipo è stato di un anno.

Vanno inoltre ricordate altre iniziative avvenute tra il 1996 e il 1997:

- l'adozione dei codici internazionali ISBN⁹ e EAN¹⁰ come importanti adempimenti per fare dell'Istituto un editore a tutti gli effetti, anche nella prospettiva di assumere compiti editoriali nei confronti degli enti del Sistan. L'Istituto sarà inoltre iscritto all'Associazione Italiana Editori e sarà presente sui siti Internet riguardanti l'editoria;
- la stabilizzazione nel Dipartimento diffusione di una funzione dedicata all'organizzazione di eventi con rilevanza esterna (convegni, seminari, mo-

⁸ BBS: bacheca elettronica che offre vari servizi fra cui la possibilità di ottenere via rete dati statistici in formato elettronico (dischetti).

⁹ ISBN: International Standard Book Number.

¹⁰ EAN: European Article Numer.

- stre ecc.), nella consapevolezza che anche questo aspetto fa parte del più generale compito di diffusione e divulgazione dell'informazione statistica;
- il riordino della produzione editoriale a carattere divulgativo (*Italia in cifre*, *Conoscere l'Italia*, *Note Rapide* ecc.), orientato ad eliminare sovrapposizioni e ad identificare i destinatari principali di ogni prodotto;
 - la creazione e la progressiva affermazione del sito Internet, principale mezzo per la diffusione di notizie istituzionali, comunicati stampa e dati sulla produzione editoriale, destinato a contribuire, nel tempo, ad una notevole riduzione di costi;
 - la progressiva ricollocazione della produzione editoriale non inserita in contenitori predefiniti (i cosiddetti "fuori collana");
 - l'inserimento nel Dipartimento diffusione del Servizio "Comunicazione e immagine" (da ottobre 1997), al fine di coordinare più strettamente le attività di divulgazione e di comunicazione esterna con le attività di diffusione;
 - la massiccia azione di rinnovo dell'edizione 1997 dell'*Annuario statistico italiano*;
 - la proposta agli utenti di pacchetti personalizzati (La biblioteca statistica del Comune; il pacchetto "Multiscopo"; Le statistiche generali per le biblioteche) attraverso azioni di *mailing* e informazione diffusa con iniziative mirate;
 - il consolidamento della rete dei Centri d'informazione statistica regionale.

4.6 - I risultati nel 1997

L'analisi dell'andamento della diffusione nel 1997 ha diverse componenti che possono essere raccolte in tre paragrafi: gli abbonamenti e le entrate, i costi e il rapporto tra ricavi e costi (il cosiddetto *break even point*).

Sul fronte degli abbonamenti e delle entrate si registrano fenomeni sui quali va operata una attenta valutazione.

Tra gli aspetti positivi vanno segnalati il consistente aumento degli abbonamenti (*tab.3*), segno del successo della campagna promozionale condotta nel 1996.

Un aumento del 10% degli abbonamenti si è tradotto in un aumento di fatturato, relativo al settore abbonamenti, del 15%.

Tab. 3 - Vendita per abbonamento secondo il settore

SETTORE	1996		1997		Variazione % 1997/1996	
	Numero Abbonamenti	Valore (*) (migliaia)	Numero Abbonamenti	Valore (*) (migliaia)	Numero Abbonamenti	Valore
Bollettino mens.stat.	1.530	(*)	1.399	186.171	-8,6	(*)
Generale (BMS+ASI)	181		260	43.520	43,6	
Singoli settori	624		886	142.526	41,9	
Tutti i settori (esclu. C.E.)	61		62	95.419	1,6	
Tutti i settori	108		139	247.699	28,7	
Totale	2.504	623.311	2.746	715.335	9,7	14,8
(*) Al netto dell'IVA						
(**) Dato non disponibile						

Risulta particolarmente significativa la crescita degli abbonati a singoli settori, a tutti i settori e alla particolare proposta BMS+ASI che, nei prossimi anni, sostituirà interamente l'abbonamento al solo BMS.

Fa parte di questo scenario anche la riduzione, minima, considerando il settore Generale, degli abbonati al *Bollettino mensile di statistica*. Difficile risulta arrestarla se non si interviene sulla concezione stessa del Bollettino, ormai inadatto ai tempi per molti utenti, ma nello stesso tempo, insostituibile per altri. Una apposita Commissione di studio sta per essere costituita con la finalità di trovare soluzioni operative già a partire dal gennaio 1999.

Tutte le altre voci di entrata (tab.4) hanno subito dei regressi in parte attesi e fisiologici, in parte legati a fattori sui quali sarà opportuno riflettere più attentamente.

Tab. 4 - Importi commercializzazione prodotti per modalità di vendita e tipologia di prodotti (milioni di lire)

Modalità di vendita e tipologia di prodotti	Valori assoluti ^(a)		Variazione % 1997/1996
	1996	1997	
Vendita centralizzata	2.400	2.009	-16,3
- Abbonamenti	642	749	16,7
- Pubblicazioni	462	275	-40,5
- Lavori a richiesta	1.296	985	-24,0
Vendita diretta	625	572	-8,5
- Centro diffusione di Roma	232	201	-13,4
- CIS Regionali	393	371	-5,6
Totale	3.025	2.581	-14,7

(a) Importi comprensivi di IVA

Si possono considerare fisiologici, o comunque nelle aspettative:

- la riduzione della "vendita per corrispondenza" di volumi, strettamente correlata all'accettazione delle proposte di abbonamento e all'esaurirsi di precedenti formule, quali quella della prenotazione;
- la stasi della vendita nei CIS, legata ad una stabilizzazione successiva al significativo exploit degli anni passati (si ricorda che si è passati da zero a 400 milioni in tre anni).

Di diverso significato è invece la riduzione delle entrate per lavori ad hoc. In parte, anche in questo caso, hanno avuto influenza fattori fisiologici o voluti dall'ISTAT, quali l'esaurirsi delle richieste relative ai censimenti e la progressiva eliminazione dei "fuori collana", inseriti nella produzione corrente con conseguente riduzione dei prezzi (molti dischetti sono passati dalle precedenti 60.000 lire a 40.000 o 20.000 lire).

Altri fattori possono, infine, aver influenzato la riduzione delle entrate come la mancata soluzione di limiti alla diffusione derivanti dal rischio di identificabilità dei rispondenti, in particolare per il settore imprese, e l'aumento del numero e della qualità delle convenzioni/accordi con altri enti pubblici che prevedono uno scambio di dati in luogo della possibilità di rimborso dei costi.

Il costo della produzione dei supporti di diffusione è una componente importante della valutazione anche dell'entità delle entrate. Infatti il principio che guida la politica di diffusione dell'ISTAT e di molti altri istituti di statistica europei è quello di coprire, attraverso le entrate per i volumi o altri supporti, i costi vivi sostenuti per produrli. In questo senso, seppure l'operazione non è semplice e meccanica, l'Istituto trasferisce volentieri nei prezzi e nelle condizioni di acquisto, risparmi o incrementi di efficienza che riesce a registrare.

Le spese vive che interessano la diffusione sono quelle di fotocomposizione, stampa, confezionamento e spedizione dei volumi e le spese di pubblicità non a carattere strettamente istituzionale.

Le spese di pubblicità nel 1996 sono state precedentemente descritte (punto 4.4) ed hanno avuto l'effetto di moltiplicare il numero degli abbonamenti nel 1996 e nel 1997.

Nel 1997 l'ISTAT non ha ritenuto necessario insistere sugli abbonamenti, ma ha limitato le iniziative pubblicitarie al rinnovo dell'*Annuario statistico italiano*. Le spese di acquisto di spazi sui giornali sono quindi consistentemente diminuite.

In sintesi, quindi, considerando diversi raggruppamenti, le spese sostenute per iniziative promozionali nel 1996 e nel 1997 sono descritte nella tabella 5.

Tab. 5 - Spese di promozione (milioni di lire)

Tipologie di promozione	1996	1997
Pubblicità istituzionale (Seat, Guide, Agende, Televideo, etc)	250	250
Pubblicità di prodotto o di iniziative editoriali	270	100
Iniziative di mailing (spese di stampa e spedizione)	80	60

Per quanto riguarda la scelta dei giornali per la pubblicità sull'*Annuario statistico italiano*, l'Istituto ha evitato il ricorso ad una agenzia esterna e sono stati scelti gli stessi suggeriti dall'agenzia nella gara del 1996. Sui prezzi, la contrattazione ha finito per spuntare le stesse condizioni concesse l'anno precedente.

Dal lato dei costi di stampa e fasi connesse si sono avuti ulteriori risparmi. Il costo medio per pagina delle pubblicazioni cartacee comparabili è sceso da 30,51 lire a 28,21, vale a dire del 7,5%.

Più significativo ancora è il risparmio per tutta la produzione della serie *Informazioni e Informazioni congiunturali*. Nel primo caso, si è conclusa a fine 1996 la fase sperimentale che comportava un costo medio intorno ai 7 milioni a numero e la produzione corrente 1997 è stata inserita nell'ambito dei contratti ordinari portando a costi medi inferiori ai 3 milioni a fascicolo (si tratta dei volumi con poche pagine e dischetti allegati).

Infine la serie *Informazioni congiunturali*, pur segnando un significativo miglioramento di tempestività e di qualità informativa nei confronti dell'utenza, ha implicato un costo minimo per l'Istituto. Nella maggior parte dei casi è il Centro stampa dell'Istituto a provvedere alla duplicazione dei dischetti e al confezionamento, limitando i costi esterni alla sola acquisizione dei supporti (dischetti e contenitori). Anche quando, per motivi di carico di lavoro, si deve ricorrere all'affidamento di duplicazione e confezione, il costo complessivo per numero non supera mai il milione di lire.

4.7 - Il rapporto tra ricavi e costi.

Nel corso dell'anno 1996 il Consiglio ha approvato il Piano editoriale che aveva lo scopo di rinnovare e arricchire il corpo delle pubblicazioni edite dall'ISTAT e di incrementarne la diffusione, non tanto per avere un ritorno economico, ma soprattutto per meglio illustrare all'opinione pubblica, oltre che agli esperti del settore, i compiti e l'attività dell'Istituto.

Lo scopo è stato sicuramente raggiunto, non fosse altro per il notevole aumento delle vendite dei prodotti editoriali quali risultano dal conto consuntivo.

E', peraltro, necessario che il Consiglio proceda ad un esame globale dei risultati di questa iniziativa che vada al di là del dato positivo legato all'aumento delle vendite. Ancorché il Piano editoriale non debba essere caratterizzato da una finalità commerciale, non si può prescindere dall'esaminare il risultato gestionale sotto due profili: quello degli effetti positivi della maggiore diffusione del prodotto, e conseguentemente dell'immagine dell'Istituto, e quello dei relativi costi.

Ora, se è vero che l'ISTAT non può essere mosso da puri intenti di profitto, lo stesso non può, di contro, non considerare l'onerosità di certe scelte. Il punto di equilibrio potrebbe essere raggiunto individuando quelle pubblicazioni la cui stampa è indispensabile per la conoscenza delle elaborazioni statistiche e della realizzazione dei lavori compresi nel Piano Statistico Nazionale (P.S.N.), da quelle che hanno un contenuto di elementare divulgazione o un circuito di diffusione molto ridotto.

L'ISTAT, peraltro, ha già avviato nel corso del 1997 quest'opera di rivalutazione complessiva della produzione editoriale ottenendo risultati apprezzabili nel rapporto ricavi e costi, anche se ancora limitato alle pubblicazioni di maggiore diffusione, come può rilevarsi dallo specchietto riassuntivo della tab.6.

Tab. 6 - Break even point per tre tipologie di pubblicazioni

Tipologie di pubblicazioni	Costo medio 1997	Prezzo medio di copertina	Prezzo effettivo (sconti e abbonati)	N di copie da vendere per coprire i costi di stampa	Preveduto medio con gli abbonamenti	Guadagno
<i>Annuari</i>	7.000.000	35.000	26.000	270	265	-110.000
<i>Informazioni</i>	3.000.000	30.000	21.000	143	265	+2.562.000
<i>Informazioni congiunturali</i>	1.000.000	20.000	17.000	60	265	+3.485.000

5 - LA FORMAZIONE DEL PERSONALE

5.1 - L'attivazione dei programmi nel biennio 1996-1997.

L'Istituto nazionale di statistica si trova in una fase di transizione dovuta non soltanto alla crescente domanda di informazione statistica, ma anche all'evoluzione del complessivo contesto istituzionale.

Le funzioni statistiche si vanno, infatti, progressivamente decentrando e l'integrazione europea implica modalità operative rinnovate e integrate; il consolidarsi della indipendenza della funzione statistica e l'esigenza di approfondire il ruolo e i compiti della ricerca statistica impongono, inoltre, di coniugare l'evoluzione dei principi istituzionali con gli strumenti che ne consentano un'efficace attuazione.

In questa situazione di rapida e fluida evoluzione il ruolo delle risorse umane appare centrale.

Le attività di formazione, che sono una delle componenti principali delle politiche delle risorse umane, stanno quindi subendo forti sollecitazioni e processi di adeguamento.

L'evoluzione della formazione in ISTAT dà conto dell'impegno profuso per consentire una crescita formativa corrispondente alle aspettative dell'amministrazione e di tutto il personale.

Quadro sintetico dell'attuazione dei programmi di formazione 1996-1997

FORMAZIONE STATISTICA

La formazione statistica costituisce un riferimento primario delle attività di formazione che si muove lungo due direttrici:

- a) per il personale di più alto livello (I-III): aggiornamento professionale e stimolo verso processi di integrazione interdisciplinare;
- b) per il personale dei livelli IV-X: azioni formative tese ad assicurare o consolidare una base di conoscenze statistico-informatiche nonché una crescente padronanza delle diverse fasi delle indagini e dei progetti.

La formazione statistica è assicurata prevalentemente dal Formstat¹¹. Altre iniziative formative integrano tali interventi, in particolare le iniziative del TES Institute¹², alle quali correntemente partecipa personale dell'Istituto.

Fin dal 1997 la collaborazione di Formstat è stata sottoposta a un processo di razionalizzazione, teso a consentire maggiore agilità di intervento ed enfasi sulla cura delle fasi di progettazione analitica.

Formazione statistica 1996-1997

Anno	eventi formativi ¹³	presenze	dipendenti	gg/uomo	importo (x1000) ¹⁴
1997	44	265	129	1.216	282.000
1996	27	242	205	823	105.000

¹¹ Consorzio con la partecipazione di Istat, Università La Sapienza di Roma, Istituto Tagliacarne ecc., costituito appositamente per sviluppare interventi di formazione statistica nel Paese.

¹² Istituto indipendente di diritto lussemburghese di recente costituzione con partecipazione di istituti di statistica europei; la sigla sta per Teaching European Statisticians; promana da un precedente ente che afferiva al CESD-communautaire. Per assicurare migliore funzionalità è stata sviluppata la suddetta formula associativa. I diversi stati membri possono aderire acquisendo diritti nelle partecipazioni agli organi.

¹³ Per evento formativo si intendono sia i corsi di formazione (che sono comunque prevalenti quantitativamente) sia altri eventi riferibili come categoria alla formazione seppure, talvolta, collaterali o integrativi rispetto ad essa, come nel caso di seminari, workshop o convegni.

¹⁴ Gli importi (x1000) sono calcolati a prescindere dall'esercizio nel quale sono imputati. E' noto infatti che, in alcuni casi, vengono espletate gare in un determinato esercizio e la relativa esecuzione si verifica poi in parte in esercizi successivi.

FORMAZIONE AMMINISTRATIVA E ORGANIZZATIVO-MANAGERIALE

Di pari passo con il processo di cambiamento organizzativo dell'Istituto, determinatosi in particolare con l'articolazione dei servizi in progetti e unità operative, sono stati pianificati interventi di sostegno al management. Ciò è avvenuto con preliminari interventi di introduzione alle nuove problematiche e opportunità organizzative; si sta procedendo ora a un'integrazione fra le esigenze di pronto adeguamento alle sollecitazioni provenienti dall'esterno (gestione di progetti integrati con altri partners, gestione della contrattualistica propria dei progetti finanziati dall'UE, trasformazioni nei processi delle indagini determinate da nuove normative, italiane e internazionali, processi di riforma del pubblico impiego, nuovi contratti ecc.) e costituzione dell'identità del dirigente Istat, il quale -va sottolineato- è sostanzialmente un manager della ricerca e quindi soggetto al crocevia fra le approfondite conoscenze tecniche e la capacità di gestire risorse impegnate in processi produttivi complessi quali sono le rilevazioni statistiche.

Si è mantenuta costante l'attenzione all'aggiornamento amministrativo individuando anche forme di progettazione adeguate a renderlo più efficace e programmabile con adeguata flessibilità.

Formazione amministrativa e organizzativo-manageriale 1996-1997

Anno	Area	corsi	presenze	dipendenti	gg/uomo	Importo (x1000)
1997	formazione amministrativa	29	44	35	129	51.000
1996	formazione amministrativa	42	80	51	198	107.000
1997	formazione organizzativa e manageriale	51	480	235	1.292	121.000
1996	formazione organizzativa e manageriale	37	418	200	1.385	154.000

FORMAZIONE INFORMATICA

La formazione informatica si è sviluppata di pari passo con la trasformazione della corrispondente funzione dell'Istituto. Sono stati quindi presi a riferimento operativo:

- a) l'esigenza di preparare un graduale processo di acculturazione del personale orientato alla trasformazione in corso;
- b) la più possibile pronta adattabilità del personale alle sollecitazioni provenienti dall'innovazione tecnologica;
- c) l'addestramento delle figure-chiave impegnate nelle strutture a gestire le nuove attrezzature;
- d) l'addestramento degli utenti finali dei nuovi prodotti.

In tale contesto, ha rappresentato una circostanza-pilota il ricorso a modalità gradualmente più articolate e flessibili di modalità didattiche, quali training on the job, che, sperimentate con soddisfazione, sono ora sempre più frequentemente adottate anche in contesti diversi rispetto alla formazione informatica.

Formazione informatica 1996-1997

Anno	corsi	presenze	dipendenti	gg/uomo	Importo (x1000)
1997	160	1.771	748	6.573	373.000
1996	179	1.441	645	5.396	400.000

FORMAZIONE ALLE LINGUE STRANIERE

Dopo una prima fase nella quale si è proceduto a interventi di base pervasivi, recentemente è stato fatto uno sforzo progettuale per rendere gli interventi formativi calibrati alle esigenze (dettate dai prerequisiti e dalle finalità lavorative). Sulla scorta di tale esperienza progettuale, la prossima programmazione accennerà le caratteristiche di intervento formativo fortemente a ridosso delle specifiche esigenze delle singole strutture.

Formazione alle lingue straniere 1996-1997

Anno	corsi	presenze	dipendenti	gg/uomo	Importo (x1000)
1997	10	62	43	310	10.000
1996	11	62	41	310	11.000

FORMAZIONE PER GLI ENTI SISTAN

La formazione del personale degli enti del Sistan è delegata all'Istat dal D. Lgs. 322/89. I primi interventi sono stati sostanzialmente di alfabetizzazione e sono stati dettati dalla rilevazione delle esigenze registrate in particolare attraverso le interazioni fra gli uffici regionali e le amministrazioni locali. Tali interventi si sono inseriti nel quadro della progressiva crescita del sistema, che ha visto gradualmente incrementare il numero degli uffici di statistica.

Sta ora maturando la seconda fase di interventi, orientati prevalentemente ad accrescere gli strumenti per definire la (o le) indennità professionale dei soggetti impegnati negli uffici di statistica, in modo che possano sempre più inserirsi nei processi di decisione, gestione e controllo nei quali la funzione statistica appare importante e funzionale alla crescita complessiva della PA.

Anno	soggetti partecipanti	giornate docenza	Importo (x1000)
1997	333	93	54.262
1996	371	85	63.115

5.2 - Le prospettive.

La crescita della formazione in ISTAT è testimoniata innanzitutto dai dati di bilancio (2,1% del monte salari nel 1997 e nel 1998) che esprimono un allineamento con le direttive della Circolare 14/95 del Ministro della Funzione Pubblica ("investire in formazione per almeno un punto percentuale del monte salari") e che hanno anticipato gli orientamenti espressi con il contratto collettivo per i livelli I-III del 5/3/1998.

mento episodico e talvolta riservato ad ambiti ristretti, si è trasformata in strumento di massa, assecondando in questo l'esigenza di investimenti adeguati in riqualificazione e aggiornamento delle risorse umane.

Una prima fase è stata quindi attraversata e sostanzialmente superata: quella cioè della presa di coscienza da parte del personale e dei dirigenti che l'investimento in formazione è fondamentale, soprattutto in una fase di evoluzione delle conoscenze e delle competenze che richiede di orientarsi verso la formazione permanente.

Tuttavia, tale "successo" apre nel contempo altri scenari poichè, nel mentre lo si constata, emergono contemporaneamente sollecitazioni nuove che orientano le prospettive di una moderna concezione della formazione. Tali sollecitazioni promanano da tre ordini di fonti:

- a) l'esigenza di superare una cultura della formazione legata ai momenti di formalizzazione statica della formazione ("si impara in aula") e di orientarsi verso modalità che consentano di muoversi verso una "struttura che apprende (*learning organization*)";
- b) l'esigenza di superare la dimensione premiale o curriculare della formazione ("partecipare ai corsi di formazione fa titolo");
- c) la maturazione del ruolo della formazione in atti cruciali di negoziazione quali i recenti contratti collettivi dei dipendenti degli enti di ricerca (che impegnano tra l'altro amministrazione e organizzazioni sindacali a sviluppare la contrattazione decentrata sulle linee generali della formazione) ovvero in normativa speciale (in particolare, la retribuzione della docenza interna, la contrattazione decentrata, l'informativa sui programmi, il tirocinio per ricercatori e tecnologi, la formazione-lavoro).

Con il piano di formazione 1997, che ha progettato l'attività di formazione per il triennio 1998-2000, sono state raccolte da una parte le esigenze codificate e dall'altra le segnalazioni relative ai bisogni formativi legati allo sviluppo delle particolari competenze di settore. L'obiettivo è quello di arrivare a disegnare dei profili professionali di arrivo (ricercatore metodologo, ricercatore dell'indagine statistica, esperto delle risorse umane ecc.), caratterizzati da un complesso di competenze e abilità per le quali si struttureranno gli interventi formativi adeguati. L'adesione a un corso di formazione avverrà quindi non soltanto in base a un'esigenza congiunturale, ma soprattutto in base a un disegno di prospettiva di crescita professionale.

dell'indagine statistica, esperto delle risorse umane ecc.), caratterizzati da un complesso di competenze e abilità per le quali si struttureranno gli interventi formativi adeguati. L'adesione a un corso di formazione avverrà quindi non soltanto in base a un'esigenza congiunturale, ma soprattutto in base a un disegno di prospettiva di crescita professionale.

L'investimento finora attuato consente ora all'Istituto una maggiore flessibilità e un impiego significativo di personale interno nella funzione di co-docenza e di docenza. Tale possibilità è favorita dalla previsione contrattuale di una retribuzione ad hoc per il personale dell'Istituto che sarà chiamato a svolgere tali funzioni. E' ragionevole, pertanto, prevedere un assestamento delle risorse finanziarie destinate alla formazione sugli attuali livelli nel breve periodo e il loro contenimento nel medio-lungo.