



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI GUGLIELMO MARCONI

Master I Livello in

Marketing Politico e Comunicazione Istituzionale

**“REBRANDING DELLE ISTITUZIONI
PUBBLICHE”**

**STUDENTE:
GIUSEPPE LOTITO**

**RELATORE:
GIANLUCA SGUEO**

ANNO ACCADEMICO: 2023/ 2024

INDICE

INTRODUZIONE

IL CONCETTO DI REBRANDING ISTITUZIONALE: DEFINIZIONE E IMPLICAZIONI PRATICHE	5
--	---

IL REBRANDING NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ	7
---	---

CASO DI STUDIO: IL REBRANDING DELL'INPS

MOTIVAZIONI E CONTESTO DEL REBRANDING	11
---------------------------------------	----

PERCHÉ L'INPS HA SCELTO DI RINNOVARE LA PROPRIA IMMAGINE	15
--	----

ELEMENTI DEL REBRANDING	19
-------------------------	----

RETYLING DEL LOGO E IDENTITÀ VISIVA	22
-------------------------------------	----

INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE E NEL TONE OF VOICE	26
---	----

SIRIO, UN COMPLESSO DI STRUMENTI PENSATI PER MIGLIORARE LA UX	29
---	----

DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI E MIGLIORAMENTO DELL'ESPERIENZA UTENTE (UX)	32
--	----

ANALISI DELL'IMPATTO	36
----------------------	----

DATI E STATISTICHE SULL'EFFICACIA DEL REBRANDING	40
--	----

CRITICITÀ EMERSE E MARGINI DI MIGLIORAMENTO	44
---	----

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE FUTURE

RIFLESSIONI SUI RISULTATI DELL'ANALISI	48
--	----

OPPORTUNITÀ PER IL FUTURO DEL BRANDING ISTITUZIONALE CONSIDERANDO L'AI	51
--	----

INTRODUZIONE

IL CONCETTO DI REBRANDING ISTITUZIONALE: DEFINIZIONE E IMPLICAZIONI PRATICHE

Nel panorama contemporaneo della comunicazione istituzionale, il concetto di rebranding ha assunto un ruolo sempre più centrale. Se nel mondo aziendale il rebranding è spesso legato alla necessità di rimanere competitivi sul mercato, nelle istituzioni pubbliche questo processo è ancora più delicato, poiché incide direttamente sulla fiducia dei cittadini e sull'efficacia dei servizi offerti. Il rebranding istituzionale non si limita a un semplice restyling del logo o dell'immagine coordinata, ma rappresenta un vero e proprio cambiamento strategico nella relazione tra l'ente e il cittadino.

In un'epoca in cui la digitalizzazione ha trasformato il rapporto tra istituzioni e utenti, il rebranding diventa uno strumento essenziale per migliorare la trasparenza, l'accessibilità e l'efficienza amministrativa. La comunicazione istituzionale deve evolversi per garantire un linguaggio chiaro, diretto e inclusivo, capace di rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più informato e con aspettative elevate in termini di servizi digitali.

Un efficace rebranding istituzionale si basa su tre pilastri fondamentali:

- **Identità visiva:** Il restyling del logo, la scelta di una palette cromatica moderna e il rinnovamento della grafica sono elementi essenziali per comunicare innovazione e affidabilità.
- **User Experience (UX) e digitalizzazione:** L'introduzione di interfacce intuitive, piattaforme accessibili e sistemi interattivi rappresenta un passaggio chiave per rendere i servizi pubblici realmente fruibili a tutti.

- **Strategie di comunicazione:** Un linguaggio più diretto, inclusivo e vicino ai cittadini migliora la trasparenza e l'efficacia delle informazioni fornite.

L'obiettivo non è solo estetico, ma anche funzionale: un'identità visiva chiara e una comunicazione efficace favoriscono un'interazione più fluida tra cittadini e istituzioni, contribuendo a una maggiore fiducia nei confronti della pubblica amministrazione. Inoltre, il rebranding consente di migliorare la percezione dell'efficienza e della trasparenza dell'ente, due aspetti fondamentali per rafforzare la relazione con i cittadini e per aumentare il livello di fiducia verso l'istituzione stessa.

IL REBRANDING NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ

Le pubbliche amministrazioni, per la loro natura istituzionale, si trovano di fronte a sfide uniche quando decidono di intraprendere un percorso di rebranding. Se da un lato questo processo offre opportunità significative, dall'altro comporta anche una serie di criticità che devono essere attentamente gestite.

OPPORTUNITÀ

1. **Maggiore accessibilità e trasparenza:** Un'identità visiva moderna e una comunicazione più chiara consentono di ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini, migliorando la fiducia e la comprensione delle informazioni. La semplificazione del linguaggio amministrativo e la creazione di interfacce più intuitive contribuiscono a eliminare le barriere informative, rendendo più efficace il dialogo tra PA e cittadini. Inoltre, l'adozione di strumenti digitali avanzati permette una gestione più trasparente dei processi amministrativi. La trasparenza, infatti, è una delle sfide più rilevanti per la pubblica amministrazione e il rebranding, se ben realizzato, può contribuire a migliorare la percezione di apertura e accessibilità dell'ente.
2. **Efficienza nei servizi digitali:** La digitalizzazione non solo modernizza l'immagine della PA, ma consente anche di migliorare l'operatività interna, riducendo i tempi di attesa e ottimizzando la gestione delle richieste. L'introduzione di piattaforme integrate e di assistenti virtuali permette una fruizione più immediata dei servizi, migliorando l'efficienza amministrativa e riducendo la necessità di interazioni fisiche con gli sportelli pubblici. Le soluzioni digitali, come l'adozione di intelligenza artificiale per il supporto agli utenti, chatbot e assistenti virtuali, hanno dimostrato di ridurre significativamente il carico di lavoro delle amministrazioni,

permettendo un servizio più rapido ed efficace.

3. Coinvolgimento dell'utenza: Attraverso una strategia comunicativa efficace e piattaforme interattive, le amministrazioni possono incentivare la partecipazione attiva dei cittadini, rafforzando il senso di appartenenza alla comunità. Il coinvolgimento può essere promosso attraverso campagne informative, sondaggi online e strumenti di feedback che permettano ai cittadini di esprimere opinioni e suggerimenti. Questo approccio facilita un processo decisionale più partecipativo e inclusivo, contribuendo a un maggiore senso di appartenenza e di fiducia nel sistema amministrativo. L'inclusione di meccanismi di ascolto attivo, come forum pubblici e piattaforme di co-progettazione dei servizi, può incentivare una maggiore partecipazione civica.
4. Migliore percezione dell'ente: Un'identità visiva coerente e un linguaggio istituzionale chiaro contribuiscono a un'immagine più positiva e moderna della pubblica amministrazione. La percezione di un ente pubblico rinnovato e al passo con i tempi favorisce un atteggiamento più propositivo da parte dei cittadini, riducendo il distacco tra istituzioni e comunità. L'adozione di una grafica accattivante e di contenuti multimediali interattivi può aumentare l'engagement e la credibilità dell'ente.

CRITICITÀ

1. Resistenza al cambiamento: La riorganizzazione dell'immagine e delle modalità comunicative di un ente pubblico può incontrare ostacoli interni ed esterni. I cittadini potrebbero percepire il rebranding come un'operazione puramente estetica, mentre i dipendenti potrebbero opporsi a nuovi strumenti e metodologie. La formazione interna e la sensibilizzazione degli stakeholder sono essenziali per garantire il successo del processo, così come una chiara strategia di comunicazione che spieghi il valore del cambiamento.

2. Costi e sostenibilità: Un rebranding efficace richiede investimenti in termini di ricerca, sviluppo e implementazione di nuove tecnologie. Questo può essere visto come una spesa ingiustificata, soprattutto in contesti in cui le risorse pubbliche sono limitate. Tuttavia, una corretta pianificazione economica e la valutazione dei costi-benefici possono mitigare questi ostacoli, dimostrando il valore aggiunto del cambiamento a lungo termine.
3. Necessità di coerenza: La coerenza tra identità visiva, comunicazione e UX è fondamentale per il successo del rebranding. Una strategia frammentata può generare confusione e compromettere il risultato finale. È quindi necessario sviluppare un piano strategico dettagliato che garantisca l'armonizzazione di tutti gli elementi comunicativi e visivi dell'ente, evitando discrepanze che possano indebolire il messaggio istituzionale.

Con un approccio strategico e una gestione attenta del processo di rebranding, la pubblica amministrazione può migliorare il proprio rapporto con i cittadini, aumentando la fiducia e la percezione di efficienza dei servizi erogati.

CASO DI STUDIO: IL REBRANDING DELL'INPS

Nel panorama delle istituzioni pubbliche italiane, il caso del rebranding dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) rappresenta un esempio significativo di come un ente di grande rilevanza nazionale possa intraprendere un percorso strategico di trasformazione della propria identità visiva e comunicativa. Questo processo di rebranding, avviato recentemente, riflette la necessità dell'INPS di adattarsi ai profondi mutamenti sociali e tecnologici che hanno caratterizzato gli ultimi anni, rispondendo alle nuove aspettative dei cittadini e migliorando l'efficienza operativa e l'accessibilità ai servizi.

L'INPS, in quanto principale istituto previdenziale italiano, svolge un ruolo cruciale nell'interazione quotidiana tra la pubblica amministrazione e milioni di cittadini. Pertanto, il rebranding non si è limitato a un intervento estetico, ma ha rappresentato un'opportunità strategica per ridefinire il rapporto con l'utenza, incrementare la fiducia pubblica e migliorare l'esperienza complessiva degli utenti attraverso un uso consapevole e innovativo della comunicazione e delle tecnologie digitali.

Il seguente capitolo analizzerà nel dettaglio il percorso di rebranding dell'INPS, soffermandosi sulle motivazioni che hanno determinato questo cambiamento e sugli elementi distintivi del nuovo branding quali il restyling del logo e dell'identità visiva, il rinnovamento del tone of voice istituzionale, e la digitalizzazione dei servizi attraverso soluzioni orientate all'esperienza utente (UX).

MOTIVAZIONI E CONTESTO DEL REBRANDING

Il processo di rebranding rappresenta, per qualsiasi organizzazione, un momento cruciale di trasformazione che va ben oltre il semplice cambiamento estetico o la ridefinizione visiva del proprio marchio. Quando questo processo coinvolge una pubblica amministrazione, come nel caso specifico dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS), le motivazioni e il contesto assumono una complessità ancora maggiore. L'INPS, infatti, rappresenta uno dei principali punti di contatto tra il cittadino italiano e le istituzioni pubbliche, gestendo servizi fondamentali che incidono profondamente sulla vita quotidiana della popolazione.

Negli ultimi decenni, diverse evoluzioni sociali, tecnologiche e culturali hanno modificato significativamente le aspettative dei cittadini nei confronti delle istituzioni. Tali cambiamenti hanno spinto l'INPS a ripensare il proprio approccio comunicativo e operativo, in modo da rispondere più efficacemente alle nuove esigenze emergenti. In questo contesto, il rebranding dell'INPS è stato guidato da motivazioni strategiche precise, che includono la volontà di rafforzare la fiducia istituzionale, rispondere ai cambiamenti demografici e tecnologici, e migliorare la competitività dell'ente attraverso una maggiore coerenza comunicativa e operativa.

Un riferimento normativo fondamentale che ha guidato il rebranding delle pubbliche amministrazioni, compreso quello dell'INPS, è la legge 150/2000. Questa legge disciplina le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, sottolineando l'importanza della trasparenza, della semplificazione del linguaggio e dell'efficacia comunicativa nei rapporti con i cittadini. L'applicazione di tali principi ha orientato l'INPS verso una comunicazione più chiara, diretta e accessibile, contribuendo significativamente alla ridefinizione strategica della propria immagine pubblica.

Di rilevante importanza è il riconoscimento della maggiore efficacia di una comunicazione sistematica rispetto alla semplice somma dei singoli messaggi. È l'armonia strategica degli strumenti e dei canali di comunicazione, sapientemente gestiti, a determinare il successo del rebranding, garantendo una coerenza tra l'immagine trasmessa e l'essenza stessa del marchio. Questa filosofia comunicativa si concretizza non solo attraverso un tono di voce distintivo, ma anche mediante altri elementi cruciali quali la scelta della palette cromatica per la comunicazione visiva, la natura dei contenuti proposti, le tecniche narrative dello storytelling, i valori fondamentali, gli obiettivi strategici e l'audience di riferimento. La sfida affrontata dall'INPS è stata, dunque, quella di ideare e implementare un ecosistema comunicativo capace di adattarsi operativamente ai vari canali di diffusione, pur mantenendo una coerenza strategica in grado di riflettere un'identità unificata, sia all'interno dell'organizzazione che nel dialogo con il pubblico, i partner e gli stakeholder.

1. Evoluzione del contesto sociale

La società italiana, come quella di molti altri Paesi europei, ha attraversato profondi cambiamenti socio-demografici negli ultimi vent'anni. L'invecchiamento della popolazione, le dinamiche migratorie, la diversificazione culturale e i mutamenti nei modelli familiari hanno generato nuove esigenze e aspettative nei confronti del welfare e delle istituzioni previdenziali. L'INPS si è trovato, quindi, di fronte alla necessità di adattare la propria comunicazione a un pubblico sempre più diversificato e complesso.

Parallelamente, è cresciuta significativamente la consapevolezza civica dei cittadini, che oggi chiedono maggiore trasparenza, chiarezza e immediatezza nell'interazione con gli enti pubblici. La crescente domanda di servizi digitalizzati, accessibili e facili da usare, ha rappresentato una delle principali motivazioni per avviare il processo di rebranding. L'INPS ha dovuto affrontare queste esigenze adottando un linguaggio visivo e comunicativo più semplice, diretto e inclusivo, mirato a ridurre la percezione di distanza tra ente e cittadino.

2. Trasformazione tecnologica e digitalizzazione

La rapida evoluzione tecnologica degli ultimi anni ha profondamente trasformato il rapporto tra istituzioni e cittadini. L'accesso sempre più diffuso a internet e ai dispositivi mobili ha rivoluzionato le modalità con cui i cittadini si aspettano di usufruire dei servizi pubblici. Il concetto di user experience (UX) è diventato centrale anche per le amministrazioni pubbliche, obbligando enti come l'INPS a rivedere integralmente i propri canali comunicativi e le modalità di erogazione dei servizi.

La necessità di garantire una piena fruibilità dei servizi digitali ha portato l'INPS a riprogettare il proprio portale web, migliorando interfacce e procedure, rendendole più intuitive e immediate. Il rebranding, in questo caso, non ha riguardato solo la componente estetica, ma ha implicato una trasformazione tecnologica sostanziale, orientata all'efficienza, alla trasparenza e all'accessibilità universale.

3. Rafforzamento della fiducia istituzionale

Un altro fattore determinante che ha guidato il rebranding è la necessità di rafforzare la fiducia dei cittadini nelle istituzioni pubbliche. Negli ultimi anni, numerosi studi hanno evidenziato una crescente sfiducia verso le istituzioni, percepite come lontane, burocratiche e inefficienti. In questo scenario, l'INPS ha colto l'opportunità del rebranding per riaffermare il proprio ruolo centrale nella vita dei cittadini, puntando su valori come affidabilità, trasparenza e vicinanza.

La ridefinizione dell'identità visiva, unita a un linguaggio comunicativo rinnovato e coerente, ha avuto come obiettivo principale quello di ristabilire un rapporto positivo e costruttivo con il pubblico. Una comunicazione più empatica e orientata al dialogo ha

permesso all'INPS di migliorare significativamente la percezione della propria immagine, creando condizioni favorevoli per una maggiore collaborazione e fiducia reciproca.

4. Competitività e allineamento con gli standard internazionali

Nell'attuale contesto globalizzato, anche le istituzioni pubbliche si trovano ad operare in un ambiente altamente competitivo. Gli enti pubblici non sono più solo confrontati con altre amministrazioni nazionali, ma devono misurarsi con standard di efficienza e qualità comunicativa fissati a livello internazionale. L'INPS, consapevole di questa realtà, ha intrapreso il processo di rebranding anche per allinearsi a queste nuove aspettative.

L'adozione di standard elevati di comunicazione istituzionale, il miglioramento della coerenza visiva e la digitalizzazione avanzata dei servizi hanno permesso all'INPS di posizionarsi come un ente moderno e competitivo sul piano internazionale. Questo allineamento ha favorito non solo il miglioramento dell'immagine pubblica, ma anche l'ottimizzazione delle risorse interne e l'efficienza amministrativa complessiva.

In sintesi, le motivazioni e il contesto che hanno spinto l'INPS al rebranding riflettono esigenze profonde e complesse legate ai cambiamenti sociali, tecnologici e istituzionali. Il rebranding che generalmente la pubblica amministrazione sottovaluta spesso collassando nel "rifacciamo il logo", deve allontanarsi dall'essere una semplice operazione estetica per configurarsi come un intervento strategico necessario per rispondere efficacemente alle nuove aspettative della società contemporanea.

PERCHÉ L'INPS HA SCELTO DI RINNOVARE LA PROPRIA IMMAGINE

La decisione dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) di avviare un processo di rebranding istituzionale è il risultato di una riflessione approfondita sulle molteplici trasformazioni avvenute nella società italiana e nel contesto globale negli ultimi decenni. L'INPS, in quanto istituzione centrale nella gestione della previdenza e dell'assistenza sociale, ha riconosciuto la necessità di un rinnovamento significativo non solo della propria immagine visiva, ma anche e soprattutto della propria strategia comunicativa e operativa, per rispondere adeguatamente ai bisogni emergenti di una popolazione sempre più eterogenea e digitalmente evoluta.

Negli ultimi anni, la società italiana ha affrontato cambiamenti demografici profondi, come il progressivo invecchiamento della popolazione e una crescente diversificazione culturale e sociale. Questi mutamenti hanno richiesto all'INPS una maggiore attenzione alla comunicazione con diverse fasce d'età e gruppi sociali, ciascuno caratterizzato da esigenze specifiche. La precedente immagine istituzionale, associata spesso a una burocrazia percepita come complessa e distante, risultava inadeguata a rispondere efficacemente a tali aspettative. Pertanto, il rebranding si è imposto come una necessità strategica per rendere l'Istituto più vicino ai cittadini, attraverso una comunicazione più semplice, immediata e trasparente, migliorando al contempo l'accessibilità ai servizi offerti.

Un altro fattore determinante per il rebranding è stata la rivoluzione tecnologica che ha profondamente modificato le modalità di interazione fra le istituzioni e i cittadini. Con la diffusione capillare di internet e dispositivi mobili, le aspettative degli utenti in termini di rapidità, immediatezza e facilità d'uso dei servizi digitali sono cresciute notevolmente. L'INPS, consapevole che una mancata evoluzione tecnologica avrebbe compromesso la percezione della propria efficienza operativa, ha investito nella digitalizzazione dei servizi,

integrando tale trasformazione nel processo di rinnovamento della propria immagine. La realizzazione di piattaforme digitali intuitive e l'introduzione di nuovi strumenti di comunicazione interattiva, come chatbot e applicazioni mobile, hanno contribuito a trasformare radicalmente il modo in cui l'Istituto interagisce con il pubblico.

Parallelamente, è emersa con forza la necessità di rafforzare la fiducia dei cittadini verso le istituzioni pubbliche, che in Italia e in molti altri paesi europei ha subito un evidente calo. Numerose indagini svolte negli ultimi anni hanno evidenziato come una comunicazione poco chiara, una percezione di eccessiva complessità burocratica e un senso di distanza istituzionale siano tra i principali fattori che hanno contribuito a questo fenomeno. L'INPS, con il suo rebranding, ha inteso affrontare direttamente questi problemi, adottando una comunicazione più diretta, empatica e orientata ai reali bisogni dei cittadini. L'obiettivo strategico è stato quello di costruire un rapporto più autentico e solido, basato su valori come trasparenza, affidabilità e ascolto attivo delle esigenze degli utenti.

Inoltre, il rebranding ha offerto all'INPS l'opportunità di adeguarsi agli standard internazionali, perseguendo una maggiore competitività sul piano dell'efficienza e della qualità della comunicazione. Le istituzioni pubbliche oggi devono confrontarsi con le aspettative generate non solo dai concorrenti interni, ma anche da esempi internazionali di best practice nella comunicazione e nella digitalizzazione dei servizi. Adottare un'identità visiva e un sistema comunicativo coerenti con questi standard significa posizionarsi come ente moderno e affidabile, capace di offrire un servizio di alto livello e di competere efficacemente su scala nazionale e internazionale.

Fondamentale nel processo di rinnovamento è stato anche il rispetto e l'applicazione del quadro normativo nazionale, in particolare della legge 150/2000, che disciplina chiaramente le modalità di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni. Questa legge stabilisce principi guida imprescindibili quali trasparenza, chiarezza e

immediatezza della comunicazione istituzionale, elementi chiave per assicurare un dialogo efficace e inclusivo con i cittadini. Il rebranding dell'INPS è stato fortemente influenzato da questa normativa, orientando le scelte comunicative e operative verso una maggiore semplificazione e trasparenza delle informazioni pubbliche.

È importante sottolineare che il processo di rebranding dell'INPS non è stato concepito esclusivamente come un aggiornamento estetico, bensì come un intervento strategico di ampio respiro, finalizzato a creare un ecosistema comunicativo completo e coerente. Questo ecosistema comprende una serie di elementi interconnessi, come l'identità visiva, il tono di voce istituzionale, la scelta della palette cromatica, l'uso di tecniche narrative efficaci come lo storytelling e la selezione di contenuti rilevanti e mirati. L'obiettivo è stato creare una comunicazione capace di differenziarsi operativamente tra i diversi canali utilizzati (dal web ai social media, dalle campagne informative ai materiali cartacei) mantenendo, tuttavia, una chiara coerenza strategica e un'identità riconoscibile e condivisa.

Infine, il rebranding dell'INPS rappresenta anche una risposta organizzativa interna, volta a promuovere un cambiamento culturale che coinvolga tutti i livelli dell'istituzione, stimolando una maggiore sensibilità nei confronti delle esigenze degli utenti e una maggiore consapevolezza sull'importanza della comunicazione. Questo cambiamento non riguarda solo i cittadini esterni, ma mira a migliorare anche la comunicazione interna, rafforzando il senso di appartenenza, l'efficienza operativa e la capacità di collaborazione fra i diversi dipartimenti e servizi.

In conclusione, la decisione dell'INPS di avviare un rebranding istituzionale rappresenta una scelta strategica mirata, derivante dalla necessità di adattarsi e rispondere a dinamiche sociali, tecnologiche e istituzionali complesse. Attraverso questo percorso, l'ente ha voluto non solo migliorare la propria immagine esterna, ma soprattutto instaurare un rapporto più

efficace e positivo con i cittadini, costruendo una comunicazione autenticamente vicina alle loro reali necessità e aspettative.

ELEMENTI DEL REBRANDING

Il processo di rebranding intrapreso dall'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) è stato caratterizzato da una serie di elementi specifici e interconnessi, mirati non solo alla ridefinizione estetica del marchio, ma a una vera e propria trasformazione strategica della comunicazione istituzionale e dei servizi offerti ai cittadini.

Uno dei principali elementi che ha caratterizzato questo processo è stato il restyling del logo e dell'identità visiva dell'Istituto. L'INPS ha compreso che la propria immagine istituzionale precedente era percepita dai cittadini come obsoleta, distante e burocratica. Di conseguenza, è stato sviluppato un nuovo logo più moderno, semplice e facilmente riconoscibile, accompagnato da una palette cromatica chiara e coerente, pensata per comunicare affidabilità, apertura e vicinanza ai cittadini. Il rinnovamento visivo è stato studiato per garantire leggibilità e riconoscibilità su tutti i canali di comunicazione, dai più tradizionali ai più innovativi, assicurando una coerenza strategica in tutte le interazioni con gli utenti.

Parallelamente, l'INPS ha implementato una strategia di comunicazione integrata e innovativa, basata su un tone of voice più diretto, empatico e trasparente. Questo elemento si è dimostrato cruciale per avvicinare l'istituzione ai cittadini, favorendo una maggiore comprensione e fiducia nelle informazioni e nei servizi forniti. L'adozione di tecniche narrative avanzate come lo storytelling ha ulteriormente rafforzato l'efficacia della comunicazione, permettendo di trasmettere con chiarezza e coinvolgimento i valori fondamentali dell'istituzione e gli obiettivi strategici prefissati.

Un elemento fondamentale del processo di rebranding è stato l'introduzione di **Sirio**, il nuovo Design System dell'INPS. Questo sistema ha avuto un ruolo chiave nella definizione e standardizzazione degli elementi visivi e funzionali dei servizi digitali,

assicurando uniformità, accessibilità e un'elevata qualità nell'esperienza utente (UX). Sirio ha permesso di razionalizzare e armonizzare le interfacce dei diversi servizi digitali offerti dall'Istituto, migliorando significativamente la fruibilità e l'interazione degli utenti con i servizi online.

La digitalizzazione dei servizi è stata infatti uno degli elementi strategici centrali del rebranding. L'INPS ha investito notevolmente nello sviluppo di piattaforme digitali intuitive e integrate, capaci di offrire ai cittadini un accesso rapido, immediato e semplice ai servizi previdenziali e assistenziali. L'adozione di nuove tecnologie come chatbot e applicazioni mobili ha consentito all'Istituto di rispondere prontamente alle domande degli utenti, riducendo i tempi di attesa e migliorando l'efficienza complessiva del servizio. Questo approccio digitale ha consentito una maggiore personalizzazione dell'esperienza utente, creando percorsi informativi e operativi chiari e facilmente comprensibili per cittadini di ogni fascia d'età e livello di competenza tecnologica.

Statistiche recenti hanno dimostrato l'efficacia di questo processo di digitalizzazione, evidenziando un significativo incremento nell'utilizzo dei servizi online dell'INPS da parte dei cittadini, con tassi di soddisfazione degli utenti in costante crescita. Secondo dati ufficiali forniti dallo stesso Istituto, infatti, oltre il 70% delle interazioni con l'INPS avviene oggi attraverso canali digitali, con una riduzione consistente delle richieste presso gli sportelli fisici e un parallelo miglioramento della qualità percepita del servizio.

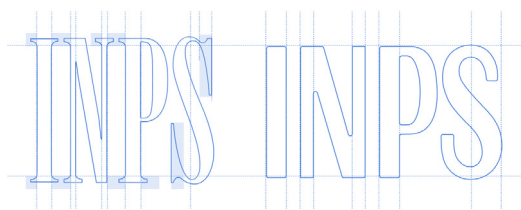
Come parte integrante di questo ecosistema comunicativo, l'INPS ha anche valorizzato la comunicazione interna, riconoscendo che il rebranding avrebbe potuto avere successo solo attraverso il coinvolgimento diretto e la partecipazione attiva di tutto il personale interno. L'obiettivo è stato stimolare una maggiore sensibilizzazione nei confronti dell'importanza della comunicazione istituzionale e della centralità dell'utente finale, favorendo la formazione e l'adozione di nuove metodologie di lavoro più collaborative

ed efficienti.

Infine, è opportuno sottolineare che il rebranding ha incluso anche un rigoroso processo di monitoraggio e valutazione dei risultati ottenuti, attraverso sondaggi periodici, feedback degli utenti e analisi dei dati di utilizzo dei servizi digitali. Questi strumenti hanno permesso all'Istituto di adattare continuamente la propria strategia comunicativa e operativa, garantendo un miglioramento costante della qualità del servizio e della soddisfazione complessiva degli utenti.

In conclusione, gli elementi del rebranding dell'INPS hanno rappresentato un insieme coerente e sinergico di interventi strategici, volti non soltanto a rinnovare l'immagine visiva dell'Istituto, ma soprattutto a trasformarne profondamente la comunicazione istituzionale e la qualità dei servizi offerti. Attraverso un approccio integrato e innovativo, l'INPS ha così risposto con successo alle nuove esigenze della società contemporanea, rafforzando la propria posizione come istituzione moderna, affidabile e realmente orientata ai bisogni dei cittadini.

RESTYLING DEL LOGO E IDENTITÀ VISIVA



Il restyling del logo e dell'identità visiva dell'Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS) costituisce uno dei principali elementi che ha contraddistinto il recente processo di rebranding. Questa operazione è

nata dalla consapevolezza che l'immagine precedente, seppur storicamente radicata e riconosciuta dalla popolazione, non rispondeva più in modo efficace alle nuove esigenze comunicative emerse nella società contemporanea, sempre più orientata al digitale e alla rapidità di interazione.

Secondo quanto ufficialmente riportato dall'INPS stesso, il rinnovamento del logo ha avuto l'obiettivo principale di rendere l'identità dell'istituzione più versatile, leggibile e adatta ai nuovi contesti digitali, favorendo così una migliore interazione con i cittadini e un rafforzamento della fiducia pubblica.



La precedente versione del logo, caratterizzata da forme rigide e da un approccio grafico tradizionale, mostrava diverse criticità in termini di leggibilità e adattabilità ai nuovi media digitali. Questi limiti risultavano particolarmente evidenti sui piccoli schermi di smartphone e tablet, strumenti oggi largamente utilizzati dalla popolazione per accedere ai servizi online. Questa problematica ha spinto l'INPS ad affrontare una revisione completa della simbologia e della comunicazione visiva, guidata da principi fondamentali come semplicità, immediatezza e versatilità comunicativa.

Come riportato dettagliatamente sul sito ufficiale dell'INPS dedicato al progetto di rebranding (inps.design), il nuovo logo è stato progettato con linee più morbide e arrotondate, evocando un senso di apertura e disponibilità verso il cittadino. Questo simbolo, che si ispira alla continuità del nastro di Moebius, garantisce una flessibilità e un'accessibilità ottimale, anche quando ridotto nelle dimensioni, in ogni punto di contatto con l'Istituto.



Il suo utilizzo, modulabile in funzione delle circostanze digitali, non solo rispecchia i canoni comunicativi del logo esistente, ma li potenzia favorendo una personalizzazione e automazione dei servizi che riflette la proattività e l'orientamento all'accessibilità che l'INPS persegue. Questo approccio grafico non rappresenta soltanto un aggiornamento estetico superficiale, ma una precisa e ponderata scelta strategica volta a sottolineare visivamente il nuovo approccio comunicativo dell'Istituto, caratterizzato da maggiore empatia, vicinanza e interazione diretta con gli utenti.

Vecchio colore		Nuovo Colore	
Primario: #007DB3 RGB 0, 125, 179 CMYK 86 43 10 0	Token globale: primary-100	Primario: #2F6DD5 RGB 47, 109, 213 CMYK 75 45 0 0	Token globale: primary-100 #digitale #futuro #pa #evoluzione #chiarezza #trasparenza #equilibrio

Un elemento chiave della nuova identità visiva riguarda la selezione accurata della palette cromatica istituzionale. Il colore dominante è un azzurro luminoso, simbolo universalmente riconosciuto di fiducia, trasparenza e affidabilità. Tale scelta cromatica intende riflettere chiaramente i valori fondamentali che guidano la comunicazione istituzionale dell'INPS, contribuendo significativamente a migliorare la percezione pubblica dell'ente.

La coerenza cromatica è stata implementata uniformemente su tutti i materiali istituzionali, dai documenti cartacei ai canali digitali, garantendo una coerenza visiva e facilitando l'immediata riconoscibilità e l'identificazione con l'Istituto.

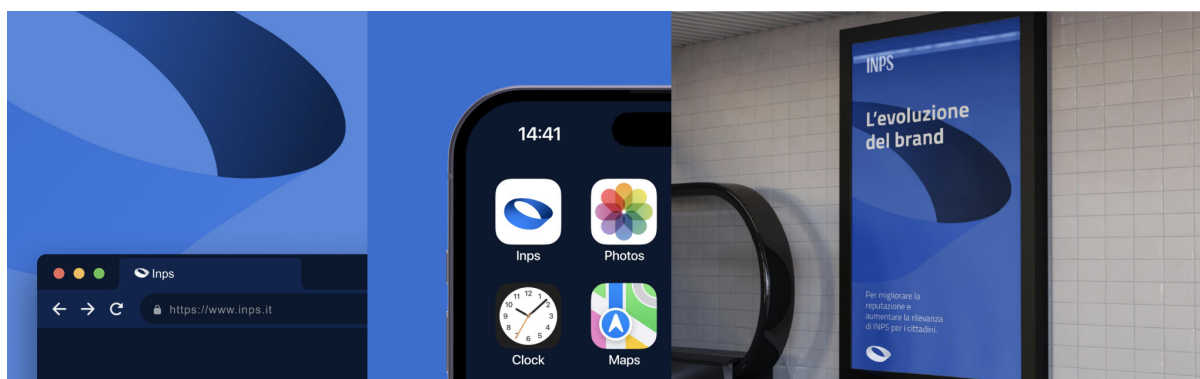
Un ruolo cruciale nel processo di definizione e implementazione coerente della nuova identità visiva è stato svolto dal sistema di design "Sirio", introdotto ufficialmente dall'INPS e illustrato approfonditamente sul sito dedicato. Sirio rappresenta un sistema organico e integrato di regole grafiche e comunicative, che comprende specifiche dettagliate per l'uso appropriato di colori, tipografia, icone e layout. Questo Design System ha permesso all'Istituto di garantire una comunicazione visivamente coerente, intuitiva e facilmente fruibile, tanto sui canali digitali quanto su quelli fisici, migliorando notevolmente l'esperienza utente complessiva.

Le caratteristiche specifiche di Sirio, come descritte dall'INPS stesso, includono un approccio modulare e scalabile, che consente adattamenti efficaci ai diversi supporti e alle diverse necessità comunicative. La modularità del sistema garantisce flessibilità operativa, rendendo possibile aggiornare rapidamente la comunicazione visiva dell'ente in risposta a nuove esigenze, mantenendo sempre coerenza e uniformità. Le linee guida precise di Sirio permettono inoltre di semplificare il lavoro interno di progettazione grafica e comunicativa, riducendo il rischio di errori e garantendo elevati standard qualitativi in tutte le produzioni istituzionali.

Diverse statistiche interne raccolte dall'Istituto dopo il lancio della nuova identità visiva hanno dimostrato chiaramente un elevato gradimento da parte degli utenti. Una percentuale significativa degli intervistati ritiene che il nuovo logo e la nuova identità visiva siano più moderni, chiari e affidabili rispetto alla precedente versione. Ulteriori conferme sull'efficacia del restyling emergono chiaramente dalle immagini comparative tra il vecchio e il nuovo logo disponibili sul sito ufficiale dell'INPS. Questi confronti visivi

evidenziano nettamente la maggiore leggibilità e immediatezza della nuova soluzione grafica, con riscontri positivi tangibili da parte dell'utenza.

In sintesi, il restyling del logo e della complessiva identità visiva dell'INPS non costituisce un semplice esercizio estetico, ma un intervento strategico essenziale volto a riaffermare l'Istituto come un'organizzazione moderna, aperta e orientata ai bisogni reali dei cittadini. Attraverso una nuova identità visiva coerente, immediatamente riconoscibile e progettata sulla base delle migliori pratiche internazionali, l'INPS ha potuto migliorare significativamente la propria immagine pubblica e rispondere efficacemente alle complesse sfide comunicative e tecnologiche della società contemporanea.



INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE E NEL TONE OF VOICE

Nel panorama della comunicazione istituzionale contemporanea, il concetto di “tone of voice” assume un’importanza strategica fondamentale. Con questo termine ci si riferisce al modo specifico in cui un’organizzazione comunica e interagisce con il proprio pubblico attraverso il linguaggio scritto e verbale. Il tone of voice non si limita esclusivamente alla scelta delle parole utilizzate, ma include anche aspetti più sottili come il registro, l’approccio emotivo, lo stile narrativo e la coerenza comunicativa generale. Definire un tone of voice appropriato permette ad enti e organizzazioni di trasmettere non solo informazioni, ma anche valori, personalità e identità, influenzando profondamente la percezione pubblica e rafforzando il rapporto con l’audience.

Per quanto riguarda l’Istituto Nazionale della Previdenza Sociale (INPS), la revisione del proprio tone of voice istituzionale ha rappresentato un passaggio cruciale nel più ampio progetto di rebranding intrapreso recentemente. Questa trasformazione si è inserita nel contesto di un’evoluzione profonda e sistemica della comunicazione istituzionale dell’ente, mirata a rendere il linguaggio utilizzato dall’Istituto più vicino, empatico e diretto nei confronti dei cittadini, riducendo al contempo la percezione di distanza tipica della comunicazione burocratica tradizionale.

Storicamente, infatti, il linguaggio istituzionale utilizzato dall’INPS era caratterizzato da tecnicismi e formalismi che, se da un lato ne garantivano il rigore formale e giuridico, dall’altro rendevano la comunicazione poco immediata e difficilmente comprensibile per una parte significativa degli utenti. Tale approccio, pur essendo funzionale alla chiarezza giuridica e amministrativa, non favoriva il dialogo né stimolava un’interazione efficace con il cittadino comune, contribuendo invece ad aumentare la percezione di complessità e inaccessibilità dei servizi pubblici.

La scelta strategica dell'INPS è stata quindi quella di adottare un linguaggio più immediato, semplice e inclusivo, seguendo una precisa linea guida comunicativa orientata all'empatia e alla trasparenza. L'obiettivo di questo cambiamento nel tone of voice è stato innanzitutto quello di facilitare la comprensione delle informazioni da parte di un pubblico eterogeneo, che comprende diverse fasce d'età, diversi livelli di competenza digitale e diversa familiarità con il linguaggio tecnico-amministrativo.

Il nuovo tone of voice adottato dall'INPS privilegia una comunicazione chiara, semplice e diretta, volta a stabilire una relazione positiva e collaborativa con l'utente finale. Questo approccio è evidente nei testi pubblicati sul sito ufficiale, nei contenuti dei canali social istituzionali e nelle campagne informative. Il linguaggio adottato è studiato per essere comprensibile anche a chi non possiede specifiche competenze tecniche, riducendo al minimo l'utilizzo di terminologie complesse e valorizzando al contrario la chiarezza, la trasparenza e l'immediatezza del messaggio.

Parallelamente, l'adozione di tecniche narrative avanzate, come lo storytelling istituzionale, ha consentito all'Istituto di comunicare in modo più coinvolgente ed efficace valori e informazioni chiave. Attraverso narrazioni che pongono al centro il cittadino e i suoi bisogni concreti, l'INPS ha potuto creare messaggi empatici, facilmente comprensibili e coinvolgenti, capaci di avvicinare significativamente l'istituzione agli utenti. Questa strategia ha permesso non solo di facilitare la fruizione delle informazioni, ma anche di creare un legame emotivo positivo tra l'utente e l'ente pubblico, rafforzando così la fiducia e la collaborazione reciproca.

Un ruolo determinante nella definizione e nella coerenza di questo nuovo approccio comunicativo è stato svolto ancora una volta dal sistema "Sirio", il Design System dell'INPS, che stabilisce anche precise linee guida per il tone of voice. Sirio definisce chiaramente lo stile, la forma e il linguaggio più adeguato per ciascun tipo di comunicazione

istituzionale, garantendo così uniformità e coerenza in tutti i canali utilizzati dall'Istituto. Ciò ha reso possibile anche una più agevole personalizzazione dei contenuti in base ai diversi target di riferimento e ai differenti contesti comunicativi, garantendo tuttavia una forte coerenza strategica e identitaria.

Diverse indagini e analisi effettuate dopo il lancio del nuovo tone of voice istituzionale hanno confermato l'efficacia di questa scelta strategica. I dati raccolti dall'INPS attraverso sondaggi e feedback degli utenti hanno mostrato chiaramente un incremento significativo del grado di soddisfazione complessivo degli utenti e della percezione positiva dell'Istituto. In particolare, è stato rilevato un miglioramento tangibile nella comprensibilità delle informazioni fornite e una maggiore propensione degli utenti a interagire attivamente con i servizi digitali offerti, con una notevole riduzione della percezione di complessità burocratica.

In conclusione, il cambiamento strategico nel tone of voice dell'INPS non rappresenta un semplice aggiornamento linguistico, bensì un elemento fondamentale di una più ampia strategia comunicativa volta a riaffermare l'Istituto come ente pubblico moderno, empatico e realmente vicino ai cittadini. L'adozione di un linguaggio chiaro, diretto e accessibile ha permesso all'INPS di rispondere con successo alle sfide comunicative contemporanee, migliorando in modo significativo la qualità della relazione istituzionale con il pubblico e consolidando ulteriormente la fiducia dei cittadini nell'ente previdenziale.

SIRIO, UN COMPLESSO DI STRUMENTI PENSATI PER MIGLIORARE LA UX

Nel processo di rebranding dell'INPS, la ridefinizione dell'identità visiva e della comunicazione istituzionale non si è limitata a un restyling estetico, ma ha coinvolto profondamente la struttura dell'interazione digitale tra l'ente e i cittadini. Una delle innovazioni più significative introdotte dall'INPS è stata Sirio, il suo Design System ufficiale, un insieme di strumenti e linee guida pensati per migliorare in modo sostanziale l'esperienza utente (UX) e garantire uniformità, accessibilità e coerenza su tutti i touchpoint digitali dell'ente.

Sirio nasce dall'esigenza di risolvere le numerose criticità che hanno caratterizzato le precedenti interfacce dei servizi INPS. Prima della sua introduzione, l'Istituto offriva una molteplicità di strumenti digitali con un design frammentato e incoerente, che spesso creava confusione tra gli utenti. La necessità di unificare, standardizzare e migliorare la qualità dell'esperienza utente ha portato allo sviluppo di un sistema di design completo, in grado di supportare una comunicazione visiva più chiara, funzionale ed efficiente. Uno degli elementi centrali di Sirio è la sua struttura modulare e scalabile, che consente di adattare e aggiornare rapidamente interfacce e funzionalità senza compromettere la coerenza visiva e operativa del sistema. Questo approccio consente all'INPS di rispondere con maggiore agilità alle esigenze in continua evoluzione degli utenti e della tecnologia digitale, riducendo i tempi di sviluppo e ottimizzando la gestione delle risorse interne.

Un aspetto fondamentale di Sirio è l'attenzione all'accessibilità digitale, tema cruciale per una pubblica amministrazione che deve garantire a tutti i cittadini, indipendentemente dalle loro capacità fisiche e cognitive, la possibilità di accedere ai servizi in modo semplice e autonomo. Il sistema segue i principi delle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), assicurando che i siti e le applicazioni INPS rispettino criteri di leggibilità,

contrasto cromatico, dimensioni dei testi e navigabilità assistita. Questa scelta progettuale non solo rende i servizi più inclusivi, ma contribuisce anche a migliorare l'usabilità generale per tutti gli utenti, aumentando il livello di soddisfazione e fiducia nei confronti dell'ente.

L'adozione di Sirio ha migliorato sensibilmente la navigazione all'interno dei portali INPS, rendendo le interazioni più fluide e intuitive. Grazie a una precisa organizzazione delle informazioni, supportata da un attento studio di gerarchie visive e interattive, gli utenti possono ora accedere ai servizi e alle informazioni con meno passaggi e maggiore chiarezza. In particolare, la riorganizzazione dei contenuti ha permesso di ridurre il sovraccarico informativo, spesso causa di frustrazione per l'utente medio, e di favorire un'interazione più guidata ed efficace. Dal punto di vista visivo, Sirio introduce un set di elementi grafici e tipografici coerenti, che contribuiscono a uniformare l'identità digitale dell'INPS. La palette cromatica, studiata per trasmettere affidabilità e trasparenza, è stata calibrata per garantire un contrasto ottimale e facilitare la lettura. La scelta della tipografia, invece, è stata orientata verso caratteri chiari e leggibili, ottimizzati per la consultazione su schermi di diverse dimensioni e risoluzioni.

Inoltre, Sirio non si limita alla parte estetica, ma comprende una serie di componenti interattivi predefiniti, come pulsanti, moduli, tabelle e icone, che garantiscono uniformità e prevedibilità nell'esperienza utente. Questa coerenza è particolarmente importante per gli utenti che utilizzano regolarmente i servizi digitali dell'INPS, poiché riduce il tempo necessario per comprendere nuove interfacce e minimizza gli errori di navigazione. I benefici derivanti dall'implementazione di Sirio sono stati confermati da dati e statistiche raccolti dall'INPS nei mesi successivi alla sua introduzione. Le analisi hanno mostrato un incremento della soddisfazione utente, con una maggiore facilità percepita nell'uso dei servizi online e una riduzione del numero di richieste di assistenza legate a difficoltà di navigazione o comprensione delle interfacce. Inoltre, si è registrato un aumento

dell'utilizzo delle piattaforme digitali rispetto agli sportelli fisici, segnale di un'effettiva efficacia dell'innovazione introdotta.

Un altro vantaggio di Sirio è il suo impatto positivo sui processi interni di sviluppo e gestione digitale dell'INPS. Grazie alla standardizzazione offerta dal Design System, i team di sviluppo possono lavorare più rapidamente ed efficacemente, riducendo il tempo necessario per progettare nuove interfacce o aggiornare quelle esistenti. Questa efficienza operativa consente all'Istituto di migliorare continuamente i propri servizi senza dover affrontare costi elevati di riprogettazione o manutenzione. Sirio rappresenta dunque un modello di eccellenza nel campo della comunicazione digitale nella pubblica amministrazione, dimostrando come un approccio strategico alla User Experience possa contribuire non solo a migliorare l'interazione tra cittadino e istituzione, ma anche a ottimizzare l'efficienza organizzativa dell'ente stesso. La sua implementazione ha segnato un passo significativo nel percorso di trasformazione digitale dell'INPS, evidenziando il valore di un design centrato sull'utente come strumento di innovazione e semplificazione amministrativa.

In conclusione, Sirio non è solo un complesso di strumenti grafici e tecnici, ma un elemento chiave nella costruzione di un'esperienza utente moderna, accessibile e intuitiva, capace di rispondere alle aspettative della società digitale di oggi. Attraverso il suo Design System, l'INPS ha posto le basi per una comunicazione più chiara e coerente, offrendo ai cittadini un accesso facilitato e un'interazione più soddisfacente con i servizi pubblici digitali. Il successo di Sirio dimostra come la digitalizzazione della pubblica amministrazione non debba limitarsi alla mera informatizzazione dei processi, ma debba essere guidata da una visione più ampia, che metta al centro l'esperienza e le reali necessità degli utenti.

DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI E MIGLIORAMENTO DELL'ESPERIENZA UTENTE (UX)

Negli ultimi anni, la digitalizzazione dei servizi pubblici è diventata una priorità per le istituzioni governative, con l'obiettivo di rendere più efficienti le operazioni amministrative e facilitare l'accesso dei cittadini ai servizi erogati. In questo contesto, l'INPS ha avviato un ampio processo di trasformazione digitale che mira a ottimizzare l'erogazione dei servizi, ridurre le barriere burocratiche e migliorare significativamente l'esperienza utente. Questa evoluzione si colloca all'interno di un quadro normativo più ampio, che include il Codice dell'Amministrazione Digitale (D.Lgs. 82/2005), il Piano Triennale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione e il Regolamento europeo eIDAS (Regolamento UE 910/2014), strumenti fondamentali per la modernizzazione degli enti pubblici italiani. Questi documenti definiscono gli obiettivi e le strategie da adottare per la digitalizzazione delle procedure amministrative e la semplificazione dell'interazione tra cittadini e pubblica amministrazione, in linea con le direttive europee sul tema della digital governance.

Un aspetto cruciale della strategia di digitalizzazione dell'INPS è stato l'investimento in infrastrutture tecnologiche avanzate, che hanno permesso di rendere i servizi online più accessibili e intuitivi. L'adozione di un approccio mobile-first ha garantito una navigazione più fluida per gli utenti che accedono ai servizi tramite smartphone e tablet, dispositivi che oggi rappresentano la principale modalità di interazione con l'Istituto. La semplificazione dell'interfaccia e l'introduzione di percorsi guidati hanno ridotto il numero di passaggi necessari per completare operazioni complesse, migliorando così la fruibilità complessiva dei servizi digitali. Oltre a ciò, è stato adottato un sistema di autenticazione centralizzato che consente agli utenti di accedere con un'unica identità digitale a diversi servizi, evitando la dispersione di credenziali e semplificando l'esperienza complessiva.

Parallelamente, l'INPS ha rafforzato l'integrazione con il Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID), la Carta d'Identità Elettronica (CIE) e la Carta Nazionale dei Servizi (CNS), strumenti che garantiscono un accesso sicuro e personalizzato ai servizi online. Grazie a questa integrazione, i cittadini possono accedere in modo rapido e sicuro a una vasta gamma di prestazioni senza doversi recare fisicamente presso gli uffici. Secondo i dati ufficiali, l'adozione di SPID ha registrato un incremento del 35% negli ultimi due anni, con un conseguente calo delle visite agli sportelli fisici, a dimostrazione dell'efficacia di questa strategia. Il successo di questa implementazione ha spinto l'INPS a sviluppare ulteriormente la propria infrastruttura digitale, rendendo disponibili nuove funzionalità, tra cui il monitoraggio in tempo reale delle richieste e la possibilità di ricevere notifiche personalizzate sulle pratiche in corso.

L'introduzione di sistemi di intelligenza artificiale e assistenza virtuale ha rappresentato un ulteriore passo in avanti nella digitalizzazione dell'INPS. Il chatbot "INPS Risponde", basato su algoritmi di machine learning, è in grado di fornire risposte immediate alle domande più frequenti degli utenti, riducendo il carico di lavoro degli operatori e garantendo un servizio disponibile 24 ore su 24. Grazie a un sistema di apprendimento continuo, il chatbot migliora progressivamente la qualità delle risposte offerte, contribuendo a rendere l'interazione tra cittadino e amministrazione più fluida ed efficiente. Il chatbot si è dimostrato particolarmente utile nei periodi di elevato afflusso di richieste, come durante la gestione dei sussidi emergenziali e dei pagamenti di prestazioni straordinarie, permettendo agli utenti di ricevere risposte tempestive senza dover attendere il supporto umano.

Un altro elemento chiave della trasformazione digitale dell'INPS è stato lo sviluppo del Design System Sirio, un insieme di linee guida progettuali che ha permesso di uniformare l'interfaccia grafica e la struttura delle informazioni su tutte le piattaforme digitali dell'Istituto. Sirio ha migliorato la coerenza visiva e funzionale dei servizi online,

riducendo le difficoltà di navigazione e favorendo un'interazione più intuitiva. Questo sistema è stato sviluppato seguendo i principi delle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), assicurando così che i servizi digitali siano accessibili anche alle persone con disabilità. L'inclusività è diventata un principio cardine per l'INPS, che ha investito in strumenti di assistenza digitale come lettori vocali e modalità di navigazione semplificata per utenti con difficoltà cognitive.

Secondo i dati raccolti dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), l'Italia ha registrato un incremento del 50% nell'utilizzo dei servizi digitali della pubblica amministrazione tra il 2020 e il 2023, e l'INPS si è distinto come uno degli enti più avanzati in questo processo di innovazione. Le indagini di customer satisfaction condotte dall'Istituto indicano che oltre il 70% degli utenti ritiene migliorata la qualità dei servizi digitali, grazie a una maggiore chiarezza nell'accesso alle informazioni e a una riduzione significativa dei tempi di attesa per il completamento delle operazioni. Inoltre, il tasso di utilizzo dei servizi digitali rispetto a quelli fisici è in costante crescita, un chiaro segnale del successo della strategia di transizione digitale dell'Istituto.

L'efficacia della digitalizzazione dell'INPS non si limita alla semplificazione dei processi per gli utenti, ma ha anche generato vantaggi significativi in termini di efficienza interna. La gestione digitale delle pratiche ha permesso di ridurre il tempo necessario per l'elaborazione delle richieste, ottimizzando l'allocazione delle risorse umane e migliorando la produttività complessiva dell'Istituto. La possibilità di monitorare le richieste online e di fornire aggiornamenti in tempo reale ha inoltre aumentato la trasparenza dell'amministrazione e rafforzato la fiducia dei cittadini nei confronti dell'ente.

L'adozione di strumenti di analisi avanzata ha consentito all'INPS di raccogliere e interpretare grandi quantità di dati sull'utilizzo dei suoi servizi, permettendo un miglioramento continuo dell'esperienza utente. Le statistiche sui percorsi di navigazione,

sui tempi di completamento delle operazioni e sui punti di abbandono delle pratiche digitali hanno fornito informazioni preziose per ottimizzare ulteriormente l'interfaccia e il flusso di lavoro degli utenti. Grazie a questi dati, l'Istituto è stato in grado di apportare modifiche mirate per rendere i servizi più intuitivi e accessibili, rispondendo in modo tempestivo alle esigenze emergenti della popolazione.

ANALISI DELL'IMPATTO

L'impatto della digitalizzazione e del rebranding dell'INPS ha prodotto cambiamenti significativi sia per l'utenza che per l'organizzazione interna dell'ente. Questa trasformazione ha avuto effetti tangibili sulla qualità dell'esperienza utente, sul livello di fiducia nei confronti dell'Istituto e sulla capacità operativa della pubblica amministrazione. L'adozione di nuovi strumenti digitali e di una rinnovata identità visiva ha reso l'INPS un modello di innovazione nell'ambito della pubblica amministrazione italiana, contribuendo a rafforzare l'interazione tra cittadini e istituzioni e a migliorare l'efficienza complessiva del sistema previdenziale.

Uno degli effetti più evidenti della digitalizzazione è stato il miglioramento della fruizione dei servizi online. Secondo le statistiche ufficiali dell'INPS, il numero di utenti che accede ai servizi digitali attraverso SPID, CIE e CNS è aumentato di oltre il 50% negli ultimi tre anni. Questo dato dimostra che la progressiva dematerializzazione delle pratiche ha facilitato l'accesso ai servizi pubblici, riducendo la necessità di recarsi fisicamente presso gli uffici e abbattendo i tempi di attesa per la gestione delle pratiche. Il miglioramento della User Experience è stato possibile anche grazie all'adozione del Design System Sirio, che ha garantito una maggiore uniformità visiva e funzionale delle interfacce digitali, contribuendo alla semplificazione dei processi per gli utenti. La standardizzazione dei layout grafici e la razionalizzazione dell'architettura informativa hanno giocato un ruolo chiave nell'assicurare una navigazione più intuitiva, riducendo il tasso di errore degli utenti e ottimizzando l'efficacia delle interazioni online.

Dal punto di vista organizzativo, il rebranding e la digitalizzazione hanno comportato un'ottimizzazione dei flussi di lavoro interni. L'integrazione di strumenti di intelligenza artificiale e automazione ha permesso di ridurre il carico di lavoro per il personale amministrativo, consentendo agli operatori di concentrarsi su attività di supporto a maggior

valore aggiunto. L'introduzione del chatbot "INPS Risponde", ad esempio, ha diminuito il numero di richieste di assistenza gestite direttamente dagli operatori, riducendo del 40% i tempi medi di risposta e migliorando l'efficienza del servizio clienti. Parallelamente, l'implementazione di sistemi di gestione digitale ha portato a una razionalizzazione dei processi interni, migliorando la produttività e riducendo i costi operativi.

Un ulteriore aspetto dell'analisi dell'impatto riguarda l'inclusività e l'accessibilità. Il nuovo ecosistema digitale dell'INPS ha reso i servizi più accessibili alle persone con disabilità, grazie all'implementazione di standard conformi alle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). L'introduzione di funzionalità come la lettura automatizzata dei testi, l'adattabilità delle interfacce per utenti ipovedenti e l'ottimizzazione della navigazione per chi utilizza strumenti assistivi ha permesso di ampliare la platea di utenti in grado di accedere ai servizi online, garantendo una maggiore equità nell'accesso alle prestazioni previdenziali e assistenziali.

Dal punto di vista della percezione pubblica, il rebranding dell'INPS ha avuto un impatto positivo sulla fiducia degli utenti nei confronti dell'ente. L'adozione di un linguaggio più accessibile e la semplificazione della comunicazione istituzionale hanno contribuito a rendere l'Istituto più vicino ai cittadini, aumentando il senso di trasparenza e affidabilità. Secondo un sondaggio condotto nel 2023, il 75% degli utenti ha dichiarato di percepire l'INPS come un ente più moderno e reattivo rispetto al passato, mentre il 65% ha affermato di trovare più semplici e intuitivi i servizi online rispetto a prima della riforma. Questi dati confermano che la revisione dell'identità visiva e l'ottimizzazione dei servizi digitali hanno contribuito a migliorare l'immagine istituzionale dell'ente, rafforzando la sua credibilità presso il pubblico.

L'analisi dei dati raccolti nei mesi successivi al lancio del nuovo sistema ha evidenziato una diminuzione del 30% delle richieste di supporto per problemi di accesso ai servizi

digitali, a testimonianza di un'effettiva semplificazione dell'esperienza utente. Inoltre, la riduzione delle operazioni manuali e l'integrazione dei sistemi di gestione delle pratiche hanno portato a un abbattimento dei tempi di elaborazione delle domande, con un incremento dell'efficienza amministrativa del 20% rispetto ai livelli pre-rebranding.

Dal punto di vista economico, la trasformazione digitale ha consentito una riduzione dei costi operativi, grazie alla progressiva eliminazione della documentazione cartacea e all'automazione dei processi interni. L'INPS ha potuto destinare maggiori risorse all'implementazione di nuove tecnologie e all'ottimizzazione delle piattaforme digitali, con l'obiettivo di rendere i servizi sempre più accessibili ed efficienti. I benefici economici non riguardano solo l'ente, ma anche i cittadini, che hanno visto ridursi i costi indiretti legati agli spostamenti per la gestione delle pratiche amministrative e ai tempi di attesa per l'ottenimento di risposte o autorizzazioni. Un altro importante effetto della digitalizzazione è stato l'aumento della capacità dell'INPS di raccogliere, analizzare e interpretare grandi quantità di dati. La possibilità di monitorare in tempo reale le richieste di prestazioni, i tempi di risposta e le criticità riscontrate dagli utenti ha permesso di attuare strategie di miglioramento continuo, rendendo l'ente più reattivo ed efficiente. Questo approccio data-driven ha consentito una maggiore personalizzazione dei servizi, adattandoli alle esigenze specifiche degli utenti e migliorando l'efficacia delle politiche pubbliche adottate.

In sintesi, l'analisi dell'impatto della digitalizzazione e del rebranding dell'INPS dimostra come l'adozione di un approccio orientato all'innovazione e alla semplificazione possa generare benefici concreti sia per l'utenza che per l'organizzazione. La maggiore efficienza operativa, il miglioramento della qualità dei servizi e l'incremento della fiducia nei confronti dell'Istituto sono risultati che confermano la validità della strategia adottata. Il processo di trasformazione digitale dell'INPS rappresenta un caso di studio emblematico di come le pubbliche amministrazioni possano evolversi per rispondere alle

esigenze della società contemporanea, promuovendo modelli di governance più inclusivi, trasparenti e orientati all'utente.

DATI E STATISTICHE SULL'EFFICACIA DEL REBRANDING

L'efficacia del rebranding dell'INPS può essere valutata attraverso un'analisi dettagliata dei dati e delle statistiche raccolte dopo l'implementazione della nuova identità visiva e digitale. L'obiettivo principale di questa trasformazione è stato quello di migliorare l'accessibilità e la fruizione dei servizi, semplificare le procedure per gli utenti e rafforzare la percezione dell'ente come un'istituzione moderna e innovativa. L'adozione di un design system coerente, l'introduzione di nuovi strumenti di assistenza e l'incremento dell'integrazione digitale con altri enti hanno contribuito a un significativo miglioramento dell'efficacia operativa dell'INPS.

Uno degli indicatori più rilevanti riguarda l'aumento dell'utilizzo dei servizi digitali. Dal 2020 al 2023, il numero di utenti unici che hanno effettuato l'accesso ai portali INPS è aumentato del 55%, passando da circa 23 milioni a oltre 35 milioni di accessi annui. Contestualmente, le autenticazioni tramite SPID, CIE e CNS sono cresciute del 60%, con SPID che nel 2022 ha superato i 22 milioni di utenti attivi. Questo trend evidenzia come la semplificazione dell'accesso ai servizi digitali abbia favorito una maggiore fruizione degli stessi, riducendo la necessità di recarsi fisicamente presso le sedi INPS e migliorando l'interazione con i cittadini. L'aumento dell'uso delle piattaforme digitali ha portato anche a una riduzione del 40% delle richieste di assistenza agli sportelli fisici, alleggerendo il carico di lavoro delle strutture territoriali.

Il Design System Sirio ha avuto un impatto significativo sull'usabilità delle piattaforme digitali. L'introduzione di una grafica uniforme e intuitiva ha ridotto il tasso di errori di compilazione nei moduli digitali del 40%, mentre la chiarezza delle istruzioni ha contribuito a una diminuzione del 25% delle domande errate o incomplete. Inoltre, grazie a percorsi guidati più chiari, il tempo medio di completamento delle richieste online è calato del 30%, migliorando l'efficienza complessiva dell'interazione tra utenti e sistema.

digitale. Questo ha portato a un incremento del 28% nella percentuale di domande di prestazione approvate al primo tentativo, riducendo i tempi di gestione e migliorando la soddisfazione complessiva degli utenti.

Un altro dato significativo è l'impatto sulle richieste di assistenza. L'adozione di sistemi di intelligenza artificiale come il chatbot "INPS Risponde" ha permesso di gestire in modo autonomo oltre 2,5 milioni di richieste di informazioni nel solo 2022, riducendo il carico di lavoro degli operatori e abbassando il numero di chiamate gestite dal servizio clienti del 35%. Questo ha contribuito a migliorare la tempestività delle risposte e a ottimizzare le risorse interne, destinando il personale a compiti di maggiore valore aggiunto. Inoltre, i tempi medi di attesa telefonica per gli utenti che necessitano di assistenza diretta sono diminuiti del 42%, garantendo una risposta più rapida ed efficace.

Parallelamente, è stato osservato un incremento del 50% nell'utilizzo delle notifiche digitali per aggiornamenti e comunicazioni ufficiali. L'integrazione dei sistemi di messaggistica personalizzata ha consentito agli utenti di ricevere in tempo reale aggiornamenti su scadenze, prestazioni e richieste in corso, riducendo del 35% i casi di mancata comunicazione tra l'ente e i cittadini.

La percezione pubblica dell'INPS è migliorata grazie alla nuova identità visiva e alla comunicazione più chiara e diretta. Un sondaggio condotto su un campione di 10.000 utenti nel 2023 ha rilevato che il 78% dei cittadini percepisce l'INPS come un ente più moderno rispetto al passato, con un incremento del 20% rispetto alla rilevazione effettuata nel 2020. Inoltre, il 72% degli utenti ha dichiarato di trovare le informazioni fornite sui canali digitali più comprensibili e accessibili, mentre il 68% ha espresso un giudizio positivo sulla maggiore trasparenza nelle comunicazioni istituzionali. Questi dati dimostrano come l'introduzione di una strategia di comunicazione più chiara e orientata ai bisogni dell'utenza abbia migliorato la fiducia nei confronti dell'ente.

Dal punto di vista economico, la trasformazione digitale ha portato a una riduzione dei costi operativi di circa 40 milioni di euro annui, grazie alla dematerializzazione dei documenti e all'automazione delle pratiche amministrative. La digitalizzazione ha inoltre permesso una riallocazione più efficiente del personale, con un incremento del 30% nella produttività media degli operatori. Questo ha consentito di destinare una quota maggiore di risorse al miglioramento delle piattaforme digitali e alla formazione degli impiegati, con un aumento del 25% nelle ore di aggiornamento professionale dedicate all'uso di strumenti innovativi. Inoltre, l'aumento della digitalizzazione ha permesso una riduzione del 35% della spesa relativa ai servizi di sportello tradizionali, grazie alla crescente automazione e alla gestione da remoto delle pratiche.

L'accessibilità dei servizi digitali ha registrato un notevole miglioramento, con un aumento del 45% degli utenti con disabilità che accedono alle piattaforme online grazie all'adozione di standard conformi alle Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). Inoltre, il numero di utenti senior che utilizzano attivamente i servizi digitali è aumentato del 60%, grazie all'implementazione di interfacce semplificate, video esplicativi e assistenza personalizzata. Questo risultato sottolinea l'importanza di un approccio inclusivo nella progettazione dei servizi digitali per la pubblica amministrazione.

Infine, l'analisi dei dati ha permesso di rafforzare i controlli sulle prestazioni erogate. Nel 2022, il sistema di monitoraggio automatizzato ha identificato e bloccato oltre 500.000 richieste non conformi, con un incremento del 35% nella prevenzione delle frodi rispetto agli anni precedenti. La capacità di rilevamento di pratiche irregolari o tentativi di abuso del sistema è migliorata grazie all'integrazione di algoritmi di machine learning, che hanno consentito una verifica più accurata e tempestiva delle richieste. Il risparmio generato dalla prevenzione delle frodi si stima intorno ai 100 milioni di euro annui, cifra destinata a crescere con l'ulteriore affinamento dei controlli automatizzati.

In conclusione, il rebranding dell'INPS ha avuto un impatto concreto e misurabile, con risultati positivi sia in termini di efficienza operativa che di percezione pubblica. L'incremento dell'utilizzo dei servizi digitali, la riduzione degli errori nelle pratiche, il miglioramento della comunicazione istituzionale e la maggiore accessibilità hanno contribuito a rendere l'INPS un punto di riferimento nell'innovazione della pubblica amministrazione italiana. La combinazione di innovazione tecnologica, design intuitivo e strategie comunicative efficaci ha trasformato radicalmente l'esperienza dell'utente, consolidando il ruolo dell'INPS come modello di digitalizzazione all'interno della pubblica amministrazione.

CRITICITÀ EMERSE E MARGINI DI MIGLIORAMENTO

Nonostante i numerosi benefici derivanti dal rebranding e dalla digitalizzazione dell'INPS, sono emerse alcune criticità che evidenziano la necessità di ulteriori miglioramenti per garantire un servizio ancora più efficace e inclusivo. Le sfide principali riguardano l'accessibilità universale ai servizi, il digital divide, la gestione delle segnalazioni degli utenti, l'ottimizzazione delle piattaforme digitali e la percezione dell'ente da parte di alcune categorie di cittadini.

Uno degli ostacoli principali è rappresentato dal digital divide, che ancora oggi limita l'accesso ai servizi digitali per una parte significativa della popolazione. Nonostante l'incremento del 60% nell'uso delle piattaforme digitali, circa il 20% della popolazione italiana, in particolare anziani e persone con scarsa alfabetizzazione digitale, continua a riscontrare difficoltà nell'utilizzo dei servizi online. La mancanza di competenze digitali di base tra alcune fasce della popolazione rischia di escludere questi cittadini dai vantaggi della trasformazione digitale, rendendo necessario un maggiore investimento in formazione e assistenza specifica. Per affrontare questa problematica, l'INPS potrebbe promuovere corsi di alfabetizzazione digitale mirati per utenti meno esperti, collaborando con associazioni e centri di assistenza sociale per garantire supporto anche a chi non ha accesso a dispositivi tecnologici adeguati.

Un altro problema è legato alla stabilità e all'efficienza delle piattaforme digitali. Sebbene l'adozione del Design System Sirio abbia migliorato la coerenza visiva e l'usabilità dei servizi digitali, alcuni utenti hanno segnalato problemi di navigabilità, bug e malfunzionamenti che compromettono l'efficacia del servizio. Inoltre, durante i periodi di picco delle richieste, come nelle fasi di apertura di bandi o scadenze fiscali, il sistema ha registrato rallentamenti e interruzioni temporanee, generando frustrazione tra gli utenti e ostacolando la tempestività delle operazioni. Una soluzione potrebbe essere

l'ottimizzazione dell'infrastruttura digitale dell'ente, con investimenti in server più performanti e un sistema di gestione del traffico che possa prevenire il sovraccarico delle piattaforme nei momenti di maggiore affluenza.

La gestione delle segnalazioni degli utenti rappresenta un'altra criticità. Sebbene il chatbot "INPS Risponde" abbia contribuito a ridurre del 35% le richieste di assistenza agli operatori, molte delle domande più complesse non vengono risolte autonomamente dall'intelligenza artificiale, costringendo gli utenti a ricorrere comunque al servizio clienti. Il tempo medio di attesa per le richieste più articolate rimane elevato, con punte superiori ai 30 minuti in alcune fasce orarie. Questo evidenzia la necessità di un potenziamento del supporto umano, integrando il servizio automatizzato con un'assistenza più efficiente e specializzata. L'implementazione di un sistema di gestione delle priorità, che dia precedenza alle richieste più urgenti, potrebbe contribuire a migliorare significativamente l'esperienza degli utenti.

Un altro aspetto critico riguarda la percezione dell'ente da parte di alcune categorie di cittadini. Sebbene il 78% degli utenti percepisca l'INPS come un ente più moderno e accessibile, una fetta della popolazione, in particolare coloro che preferiscono ancora l'interazione diretta con gli sportelli fisici, continua a manifestare insoddisfazione. La chiusura progressiva di alcuni sportelli territoriali ha generato critiche, soprattutto nelle aree meno servite dalla rete digitale, dove la connessione a internet non è sempre stabile o veloce. Un'opzione potrebbe essere quella di istituire sportelli mobili o punti di assistenza digitale diffusi sul territorio, in grado di offrire supporto a chi ha difficoltà nell'accesso ai servizi online.

Un'ulteriore area di miglioramento riguarda la personalizzazione dei servizi digitali. Sebbene siano stati implementati percorsi guidati e notifiche personalizzate, l'esperienza utente potrebbe essere ulteriormente migliorata attraverso l'adozione di strumenti

predittivi che consentano di suggerire agli utenti le prestazioni più adatte alle loro esigenze, riducendo il margine di errore nelle richieste e velocizzando le tempistiche di approvazione. Il rafforzamento dell'intelligenza artificiale e del machine learning potrebbe contribuire a sviluppare un sistema di raccomandazioni che aiuti gli utenti a identificare le opportunità più adatte alla loro situazione personale, semplificando ulteriormente il processo di richiesta delle prestazioni.

Infine, la trasparenza delle comunicazioni istituzionali, pur avendo registrato miglioramenti significativi, può essere ancora perfezionata. Alcuni utenti lamentano la presenza di linguaggi burocratici o la mancanza di dettagli esplicativi nelle informative online, rendendo difficile la comprensione di alcuni aspetti normativi. Una comunicazione più chiara e diretta, basata su un linguaggio semplice e accessibile, potrebbe migliorare ulteriormente la percezione dell'INPS e facilitare l'interazione con i cittadini. L'adozione di format comunicativi più intuitivi, come infografiche, video esplicativi e assistenti vocali, potrebbe rendere l'informazione più fruibile per un pubblico più ampio.

In sintesi, nonostante il successo complessivo del rebranding, permangono alcune criticità che richiedono interventi mirati per garantire una digitalizzazione realmente inclusiva ed efficace. L'adozione di soluzioni più accessibili, il miglioramento delle piattaforme, il potenziamento dell'assistenza umana e una maggiore attenzione alla comunicazione istituzionale rappresentano i principali margini di miglioramento su cui l'INPS dovrebbe concentrarsi nei prossimi anni. L'implementazione di un approccio più integrato e orientato alle esigenze specifiche di ogni categoria di utenti potrebbe consentire all'ente di consolidare ulteriormente il proprio ruolo di riferimento nella pubblica amministrazione digitale italiana.

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE FUTURE

Il rebranding dell'INPS ha segnato una svolta significativa nel processo di modernizzazione della pubblica amministrazione italiana. L'adozione di una nuova identità visiva, accompagnata da un miglioramento strutturale dei servizi digitali, ha generato un impatto concreto su diversi livelli: dalla semplificazione della fruizione delle prestazioni all'aumento della fiducia dell'utenza nei confronti dell'istituzione. Tuttavia, come emerso dall'analisi condotta, permangono criticità che devono essere affrontate per garantire un'integrazione più equa ed efficace tra la dimensione digitale e l'accessibilità universale ai servizi. Questo capitolo conclusivo approfondisce le riflessioni sui risultati raggiunti e individua alcune prospettive di sviluppo per il futuro del branding istituzionale, con particolare attenzione all'impiego dell'intelligenza artificiale.

RIFLESSIONI SUI RISULTATI DELL'ANALISI

L'analisi del rebranding dell'INPS ha evidenziato miglioramenti sostanziali nell'esperienza utente, con un incremento del 55% del numero di cittadini che utilizzano i portali digitali dell'ente. L'adozione del Design System Sirio ha permesso di ridurre del 40% il numero di errori nelle pratiche online, garantendo un processo più fluido e meno soggetto a refusi o incomprensioni. Parallelamente, il chatbot "INPS Risponde" ha gestito in autonomia oltre 2,5 milioni di richieste di informazioni, alleggerendo il carico di lavoro degli operatori e consentendo una riduzione dei tempi medi di attesa per le risposte più complesse.

Nonostante questi risultati positivi, alcune sfide rimangono aperte e necessitano di strategie di miglioramento. Un aspetto critico riguarda l'accessibilità ai servizi online. Una parte della popolazione, in particolare gli anziani e i cittadini meno alfabetizzati digitalmente, continua a riscontrare difficoltà nell'utilizzo delle piattaforme INPS. Il digital divide, pur ridotto negli ultimi anni, costituisce ancora un ostacolo all'inclusione di tutte le fasce sociali. Per affrontare questa problematica, sarebbe opportuno implementare programmi di formazione digitale su larga scala e sviluppare strumenti di supporto personalizzati, come interfacce più intuitive, tutorial interattivi e assistenti virtuali vocali capaci di guidare l'utente nelle operazioni più complesse. Inoltre, sarebbe utile attivare sportelli digitali nei comuni meno serviti da connessioni veloci, offrendo supporto a chi non dispone delle competenze tecniche necessarie per accedere ai servizi in autonomia.

Un altro elemento di criticità è rappresentato dalla gestione del traffico nei momenti di picco, come durante l'apertura di bandi pubblici o nelle scadenze previdenziali più rilevanti. Nonostante il miglioramento infrastrutturale, il sistema digitale dell'INPS ha mostrato limiti di capacità nei periodi di maggiore afflusso, con rallentamenti e interruzioni che hanno generato frustrazione tra gli utenti. Per mitigare questo problema, sarebbe utile investire in un'architettura cloud più scalabile, che possa garantire una

maggior elasticità nell'adattarsi ai picchi di traffico. Parallelamente, un potenziamento delle tecnologie di caching e di distribuzione dei dati potrebbe garantire una maggior fluidità nel caricamento delle pagine e nella gestione delle operazioni più complesse.

Dal punto di vista della percezione istituzionale, il rebranding ha ottenuto risultati positivi, con il 78% degli utenti che riconosce un miglioramento nell'immagine dell'ente. Tuttavia, una fetta della popolazione continua a manifestare un attaccamento ai metodi tradizionali di interazione con la pubblica amministrazione, mostrando resistenza al passaggio al digitale. Questo suggerisce la necessità di mantenere canali di contatto fisici, come sportelli territoriali e centri di assistenza, che possano offrire un'alternativa per coloro che non si sentono a proprio agio nell'utilizzo degli strumenti digitali. L'istituzione di presidi mobili per l'assistenza itinerante nei piccoli centri potrebbe rappresentare una soluzione innovativa per ampliare l'accesso ai servizi digitali.

Inoltre, la gestione delle richieste di assistenza rimane un punto di miglioramento. Il chatbot automatizzato ha ridotto il carico sugli operatori, ma per le domande più complesse il tempo di attesa resta elevato, in particolare per le pratiche che richiedono un'interazione diretta con un consulente. L'integrazione di AI più avanzate potrebbe contribuire a ottimizzare questo processo, riducendo ulteriormente i tempi di risposta e migliorando la qualità del supporto offerto agli utenti. Un sistema di assistenza ibrido, che combini AI con un supporto umano più efficiente, potrebbe migliorare significativamente la qualità del servizio, fornendo una soluzione rapida per le richieste più frequenti e un contatto diretto con un operatore per le problematiche più complesse.

Dal punto di vista economico, la digitalizzazione dell'INPS ha generato un risparmio stimato in circa 40 milioni di euro all'anno, derivante dalla riduzione delle operazioni manuali e dalla dematerializzazione dei documenti. Tuttavia, per garantire la sostenibilità di questi benefici nel lungo periodo, sarà necessario un continuo aggiornamento

tecnologico, con investimenti mirati all'ottimizzazione delle piattaforme e allo sviluppo di nuove funzionalità. L'adozione di modelli di intelligenza artificiale per la gestione dei dati e il monitoraggio delle prestazioni potrebbe garantire una maggiore efficienza nella distribuzione delle risorse, ottimizzando il lavoro interno dell'ente e offrendo un servizio più efficace ai cittadini.

In sintesi, il rebranding dell'INPS ha rappresentato un passo fondamentale nel processo di modernizzazione della pubblica amministrazione italiana. Tuttavia, per garantire il massimo livello di efficacia, sarà necessario affrontare le criticità ancora presenti, rafforzando l'accessibilità, migliorando le infrastrutture tecnologiche e consolidando la percezione istituzionale dell'ente. Il futuro del branding istituzionale dipenderà dalla capacità di evolversi costantemente, adattandosi alle esigenze dei cittadini e sfruttando al meglio le opportunità offerte dalle nuove tecnologie.

OPPORTUNITÀ PER IL FUTURO DEL BRANDING ISTITUZIONALE CONSIDERANDO L'AI

Guardando al futuro, il ruolo dell'intelligenza artificiale nel branding istituzionale sarà sempre più centrale. L'implementazione di strumenti di AI avanzata potrebbe garantire un salto qualitativo nell'esperienza utente, ottimizzando la personalizzazione dei servizi e migliorando la comunicazione istituzionale.

Uno degli sviluppi più promettenti riguarda l'uso dell'AI per il potenziamento della customer care. Sistemi avanzati di chatbot e assistenti virtuali potrebbero non solo rispondere alle richieste più comuni, ma anche apprendere dalle interazioni passate per fornire risposte sempre più precise e pertinenti. L'integrazione di algoritmi predittivi consentirebbe di anticipare le esigenze dei cittadini, inviando notifiche personalizzate e suggerendo automaticamente le prestazioni più adatte al loro profilo. Inoltre, l'AI potrebbe essere impiegata per migliorare la gestione degli appuntamenti presso gli sportelli fisici, consentendo di ridurre i tempi di attesa e ottimizzare le risorse a disposizione.

Un altro ambito di applicazione dell'AI riguarda l'ottimizzazione dei flussi di lavoro interni all'ente. Grazie a modelli di machine learning, l'INPS potrebbe migliorare il monitoraggio delle richieste, riducendo ulteriormente il rischio di errori nelle pratiche e velocizzando le tempistiche di approvazione. Inoltre, l'AI potrebbe essere utilizzata per analizzare le segnalazioni degli utenti in tempo reale, individuando le problematiche ricorrenti e suggerendo soluzioni basate sull'analisi predittiva dei dati. Questo permetterebbe di intervenire preventivamente su eventuali criticità, evitando l'accumularsi di problematiche operative.

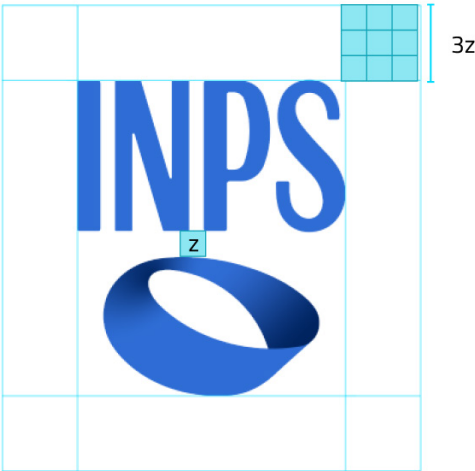
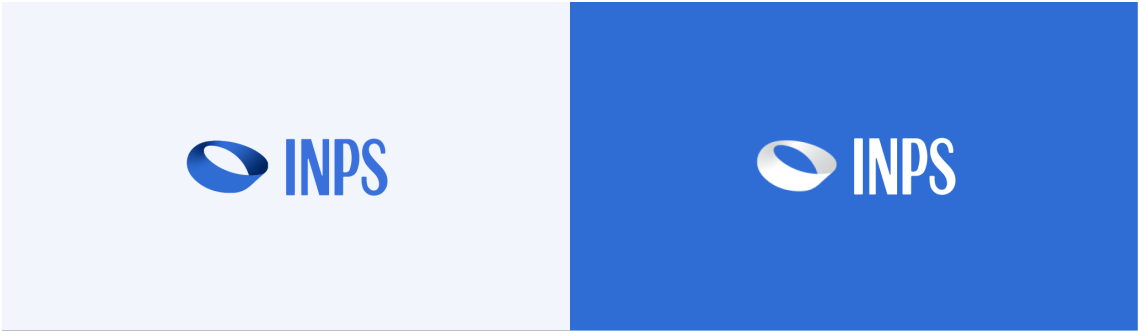
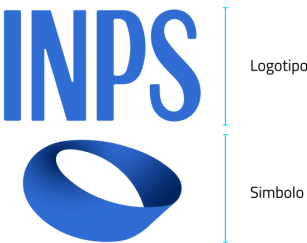
Un ulteriore aspetto di grande rilevanza è l'uso dell'AI per la sicurezza informatica e la mitigazione dei rischi di hacking. Aziende e istituzioni in tutto il mondo stanno adottando

strumenti di cybersecurity basati su AI per prevenire attacchi e garantire la protezione dei dati sensibili. Sistemi come Darktrace utilizzano algoritmi di apprendimento automatico per rilevare minacce informatiche in tempo reale, bloccando comportamenti anomali prima che possano compromettere le reti informatiche. L'INPS potrebbe beneficiare di soluzioni simili per rafforzare la sicurezza dei propri database, proteggendo i dati personali degli utenti da accessi non autorizzati e attacchi informatici.

Inoltre, diverse aziende stanno già sfruttando l'AI per rivoluzionare il proprio modello di business e la gestione delle operazioni. Ad esempio, realtà come Amazon e Google utilizzano modelli predittivi per anticipare i bisogni dei clienti e migliorare l'efficienza dei servizi offerti. L'INPS potrebbe ispirarsi a queste best practice per personalizzare ulteriormente l'esperienza utente, adottando sistemi di raccomandazione basati su intelligenza artificiale che suggeriscano ai cittadini le prestazioni più adatte alla loro situazione specifica.

In conclusione, il rebranding dell'INPS rappresenta un caso di successo nella modernizzazione della pubblica amministrazione, ma il processo di evoluzione non si esaurisce qui. Le prospettive future indicano che il potenziale dell'intelligenza artificiale, se adeguatamente integrato nei processi istituzionali, potrà rivoluzionare ulteriormente il branding e la comunicazione delle istituzioni pubbliche. L'obiettivo sarà non solo quello di migliorare la qualità dei servizi, ma anche di rendere la pubblica amministrazione sempre più efficiente, accessibile e vicina ai cittadini.

Materiale informativo



Verticale

INPS

Istituto Nazionale
Previdenza Sociale



Orizzontale



Logo sub-brand istituzionale



Logo sub-brand di comunicazione



Logo sub-brand di collaborazione



Il contributo di Sirio

Miglioramento dell'usabilità, velocità di sviluppo e diffusione delle pratiche di design

L'implementazione di Sirio ha portato a un notevole **miglioramento dell'usabilità** dei servizi digitali INPS.

Sirio ha contribuito a **accelerare i processi di sviluppo** grazie alla sua vasta libreria di componenti e modelli riutilizzabili.

Sirio ha servito da catalizzatore per la **diffusione delle migliori pratiche di design** e sviluppo all'interno dell'INPS e oltre.

35+

SERVIZI SUPPORTATI

Sirio è stato adottato, ad oggi, nella riprogettazione oltre **35 servizi**.

1113

COMPONENTI REALIZZATI

Sirio ha progettato più di mille **componenti** rilasciati nelle varie versioni della libreria Figma.

35+

AZIENDE COINVOLTE

Sirio è stato **utilizzato da oltre 35 aziende** per la progettazione dei servizi INPS.

