

di penetrazione presso determinate categorie (casalinghe) anche da parte di enti estranei al settore assicurativo, esigono un più efficace orientamento dell'opinione pubblica verso l'INA e le sue più vantaggiose prestazioni assicurative.

Si rende pertanto necessario intensificare gli interventi a scopo propagandistico - anche se in forma non strettamente pubblicitaria - nella stampa quotidiana e periodica e si propone, a tale riguardo, in analogia a quanto per identiche esigenze fu dal Consiglio di amministrazione stabilito nella seduta del 26 marzo 1956 ed in aggiunta alla somma già stanziata per la pubblicità e propaganda 1957, di effettuare uno speciale stanziamento di lire 15.000.000 (quindicimilioni), rimettendo al Presidente ed al Direttore generale la determinazione dei criteri di erogazione di detta somma e di scelta dei giornali e periodici da utilizzare.

Per quanto sopra il Vice Direttore generale sottopone all'approvazione del Consiglio di amministrazione la sopradescritta proposta di speciale stanziamento di lire 15.000.000 (quindici milioni) per ulteriori interventi propagandistici.

Il Consiglio, in conforme parere favorevole espresso dal Comitato permanente, nella seduta in data odierna, approva.