



tegorie (casalinghe) anche da parte di tutti stranieri al settore assicurativo, esigono un più efficace orientamento dell'opinione pubblica verso l'I.S.N.A. 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 ideologiche 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 £ 15.000.000:- (quindici milioni) rinviando al Presidente e al Direttore generale la determinazione dei criteri di erogazione di detta somma e di scelta dei giornali e periodici da utilizzare.

Il Vice Direttore generale, vista la suesposta relazione del Servizio Organizzazione, Sviluppo e Propaganda, sottopone quanto in essa contenuto al Comitato permanente per le determinazioni di sua competenza.

Il Comitato esprime parere favorevole ed invia al Consiglio.