

PON GOVERNANCE E CAPACITÀ ISTITUZIONALE 2014-2020

Piano di Comunicazione

Anno 2016

SOMMARIO

PREMESSA.....	3
OBIETTIVI e TARGET	4
AZIONI.....	5
COMUNICAZIONE ON LINE: WEB E SOCIAL.....	5
Sito web del Programma	5
Ambiente di collaborazione.....	7
Social media.....	8
Webinar	8
Open Data PON.....	9
COMUNICAZIONE DIRETTA: EVENTI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE	9
COMUNICAZIONE CON I MEDIA	9
PUBBLICAZIONI E STRUMENTI DI SUPPORTO.....	10
DEFINIZIONE IMMAGINE COORDINATA E MATERIALE PROMOZIONALE.....	10
CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITÀ.....	11
BUDGET INDICATIVO	11
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	12
Indicatori di realizzazione fisica.....	12
Indicatori di risultato (quantitativi)	13
Indicatori di risultato (qualitativi).....	14
Indicatori di impatto (qualitativi)	15

PREMESSA

Il documento presenta il piano delle attività di informazione e comunicazione del PON Governance e Capacità Istituzionale per il 2016, descrivendone gli obiettivi operativi, le azioni e gli strumenti per raggiungerli, il budget indicativo, il cronoprogramma delle attività e le relative modalità di monitoraggio e valutazione.

Il Piano, redatto in conformità con quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 - art. 116, c. 3 e Allegato XII, punto 4, declina operativamente - per l'anno di riferimento - gli orientamenti contenuti nella Strategia di comunicazione settennale del Programma (luglio 2015).

La pianificazione assume nel 2016, primo anno di effettiva operatività del Programma, un valore particolare: è infatti in questo anno che sarà necessario definire le modalità per rendere la comunicazione un'attività di reale accompagnamento all'intero ciclo di attuazione del Programma e, conseguentemente, una leva strategica per potenziare l'efficacia degli interventi. Il 2016 rappresenta dunque un'opportunità unica per gettare le basi di un percorso che si sviluppi lungo i prossimi otto anni in modo parallelo alla vita del Programma.

Un primo anno di attuazione che si riflette anche sui contenuti della comunicazione, focalizzata sull'impianto strategico, i temi, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal PON, da diffondere in modo pienamente trasparente e capillare presso tutti i potenziali beneficiari con l'obiettivo di stimolare una progettazione di qualità rispondente agli indirizzi di riforma della PA in cui si inquadrano gli interventi del PON.

Un anno in cui, accanto alle modalità di funzionamento e alle opportunità di finanziamento sarà importante comunicare il contesto della politica di coesione in cui si inserisce il Programma e il valore aggiunto dell'intervento dell'Unione - rispetto a cui i più recenti dati¹ confermano per l'Italia una percezione sull'impatto degli interventi tra le peggiori a livello comunitario - anche in considerazione del ruolo svolto dal PON attraverso l'Asse 4 nel supporto all'attuazione e nella comunicazione dell'Accordo di Partenariato e della titolarità attribuita all'Agenzia per la Coesione Territoriale, e della sua missione istituzionale focalizzata sull'accompagnamento all'attuazione della programmazione 2014-2020.

Un primo anno, infine, che consente di definire la governance delle azioni di informazione e comunicazione, in primis tra Autorità di Gestione e Organismi Intermedi, condividendo la scelta delle priorità e mettendo a punto i flussi di lavoro relativamente all'implementazione delle diverse linee previste; ma anche rispetto ai beneficiari per costruire sin dall'avvio un sistema di azioni e strumenti che rientrino in un unico frame di comunicazione.

¹ Cfr. EUROBAROMETRO FLASH 423 – (giugno 2015), indagine relativa al grado di "Consapevolezza e percezione della politica regionale della UE da parte dei suoi cittadini". In Italia, rispetto alla medesima indagine realizzata nel 2013 diminuisce (-5%) la percentuale di chi ha sentito parlare di progetto cofinanziati dalla UE per migliorare l'area di riferimento (e si attesta al 43%; dato Ue a 28 al 34%); aumenta (+6%) la percentuale di chi non ne ha mai sentito parlare (e si attesta al 57%; dato Ue a 28 al 64%) ma soprattutto aumenta - passando dal 20 al 22% contro una media Ue a 28 pari al 9% - la quota di chi pensa che il sostegno comunitario abbia avuto un impatto negativo sullo sviluppo della propria città o regione, posizionando l'Italia quale penultimo SM nella valutazione positiva sul valore della politica regionale.

Il piano è stato redatto in accordo con gli Organismi Intermedi del Programma - Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Funzione Pubblica e Ministero della Giustizia - e verrà inviato ai membri del Comitato di Sorveglianza al fine di informarlo sulle attività pianificate e per raccogliere l'eventuale parere espresso in merito².

OBIETTIVI e TARGET

Gli obiettivi di comunicazione descritti nella Strategia verranno raggiunti in modo progressivo, stabilendo in concomitanza con le diverse fasi di sviluppo del Programma gli obiettivi operativi e i pubblici cui indirizzare in via prioritaria le attività.

In particolare, in continuità con gli obiettivi di lancio del Programma su cui sono state incentrate le attività nel 2015, anche le azioni pianificate per il 2016 mireranno principalmente a raggiungere i potenziali beneficiari per diffondere l'informazione sulle opportunità offerte e a porre le basi per un flusso di comunicazione verso tutti i pubblici di riferimento.

Gli obiettivi operativi che nel 2016 concorreranno al raggiungimento degli obiettivi strategici definiti nella Strategia sono:

Obiettivi della Strategia di comunicazione	Obiettivi operativi 2016	Target
OG 2 comunicare contenuti, obiettivi e modalità di accesso al PON alla platea dei potenziali beneficiari degli interventi di rafforzamento istituzionale e di innovazione della Pubblica amministrazione del Programma al fine di favorirne l'implementazione;	OO 2a comunicare in modo puntuale le diverse modalità per accedere alle opportunità offerte dal PON	– potenziali beneficiari
OG 3 accompagnare l'attuazione del Programma lungo l'intero periodo di programmazione assicurando la massima diffusione nell'accesso alle informazioni relativamente a obiettivi, opportunità di finanziamento, attività e operazioni finanziate, risultati ottenuti e supportando i beneficiari negli aspetti tecnico informativi;	OO 3a rendere disponibili strumenti di supporto tecnico-procedurale sul Programma OO3b rendere disponibili strumenti di supporto ai beneficiari per la realizzazione di attività di informazione e comunicazione	– potenziali beneficiari – beneficiari
OG 4 garantire la trasparenza nelle attività di comunicazione verso cittadini e stakeholder al fine di informarli e renderli consapevoli sulle finalità, attività e risultati del PON quale strumento a supporto della strategia nazionale di rafforzamento istituzionale e di	OO 4a comunicare in modo puntuale strategia, obiettivi e interventi del PON a tutti i pubblici di riferimento OO 4b sviluppare modalità di comunicazione web based che consentano una comunicazione simmetrica e trasparente verso tutti i	– potenziali beneficiari – beneficiari – media – cittadini

² Regolamento (UE) n. 1303/2013, art. 116, c.3.

<p>innovazione della PA, fornendo loro strumenti e canali di comunicazione per poter partecipare attivamente allo sviluppo del Programma</p>	<p>pubblici di riferimento</p>	
--	--------------------------------	--

In modo trasversale agli altri obiettivi operativi tutte le azioni poste in essere concorreranno agli obiettivi di contestualizzare il PON nel quadro della politica di coesione 2014-2020 - evidenziando il valore aggiunto del finanziamento europeo a supporto delle strategie nazionali di rafforzamento istituzionale e di riforma e modernizzazione della PA (cfr. OG 1) - e a stabilire modalità di collaborazione con le diverse strutture preposte al fine di coordinare gli interventi e massimizzarne l'efficacia (cfr. OG. 6).

AZIONI

Le azioni pianificate nel 2016 verranno condotte coerentemente con quanto già realizzato nel corso del 2015 in modo funzionale al lancio del Programma.

Per valorizzare l'esperienza degli interventi realizzati attraverso il PON 2007-2013 e creare un collegamento con la strategia di capacity building nel ciclo di programmazione 2014-2020, è stato infatti sviluppato un percorso di comunicazione, finanziato con risorse della comunicazione del Programma Governance e AT 2007-2013. In particolare il percorso si è articolato in tre momenti: la partecipazione all'edizione 2015 del FORUM PA con una serie di workshop tecnici di approfondimento su aspetti della strategia del Programma per i potenziali beneficiari; l'organizzazione di un evento itinerante di comunicazione diretta per raccontare il PON a cittadini e stampa a livello territoriale e, infine, l'evento di lancio del PON attraverso un dibattito di taglio politico istituzionale indirizzato a tutti i destinatari principali del Programma. Nel corso del 2015 sono stati elaborati il logo del Programma, le prime pubblicazioni informative e alcuni materiali promozionali. Sul sito dell'Agenzia per la Coesione Territoriale sono state infine pubblicate alcune pagine dedicate, per rendere disponibile la documentazione ufficiale, le versioni digitali delle pubblicazioni realizzate e comunicare gli eventi.

Le azioni pianificate per il 2016 e di seguito presentate sono riferite a tutte le macrotipologie contenute nella strategia settennale.

COMUNICAZIONE ON LINE: WEB E SOCIAL

Sito web del Programma

Questo strumento sarà progettato per esprimere la centralità della linea digitale nell'impianto di informazione e comunicazione del Programma e sarà improntato a una stretta integrazione con le altre linee di attività che troveranno nel web una propria rappresentazione, facendo in modo che il sito divenga il contenitore riassuntivo del complesso delle azioni realizzate.

Fondamentale, in quest'ottica, la connessione con gli strumenti social per consentire la massima simmetria informativa e una raccolta costante di input ed esigenze informative utili per orientare modalità e contenuti delle azioni di informazione e comunicazione.

Il sito del Programma, elemento di novità rispetto alla comunicazione realizzata nel 2007-2013 che ha previsto unicamente una sezione dedicata sul sito istituzionale, consentirà sia una comunicazione di tipo tecnico che divulgativo e svolgerà sia un'azione di informazione sui temi del Programma che di comunicazione. Uno strumento per "fare cultura sul tema", attraverso pubblicazione di notizie, documenti, lancio di eventi, diffusione di buone pratiche nazionali e comunitarie, capace altresì di moltiplicare l'efficacia degli interventi finanziati diffondendo idee, strumenti operativi e soluzioni innovative per la PA.

La progettazione del sito terrà conto delle più recenti indicazioni governative per i siti delle Pubbliche Amministrazioni, con riferimento agli aspetti di architettura delle informazioni e di percorsi di navigazione, per consentire la facile reperibilità e fruibilità dei contenuti³.

La progettazione grafico-editoriale del sito terrà conto anche delle caratteristiche tecniche per la corretta modalità di pubblicazione on line dell'emblema comunitario⁴ e delle linee guida di design per i siti della PA⁵.

Su queste premesse le attività pianificate per il 2016 riguarderanno:

- Programmazione e sviluppo tecnico (dotazione hardware, registrazione dominio, SEO, ottimizzazione per dispositivi mobili, accessibilità, modalità di integrazione e collegamento con altri strumenti di informazione e comunicazione, es. data base, tool di registrazione a eventi, social media, hosting webinar)
- Progettazione grafica
- Progettazione editoriale (architettura informazioni: struttura logico organizzativa e semantica dei contenuti)
- Piano editoriale e definizione del modello organizzativo redazionale
- Attività redazionale

Relativamente alla struttura delle informazioni gli elementi del sito che verranno rilasciati nel 2016 riguarderanno:

- Programmazione e strategia di intervento
- Opportunità e bandi
- Programmazione e gestione
- Sorveglianza
- Valutazione
- Comunicazione
- Documenti
- Struttura organizzativa
- Notizie ed eventi

³ Si fa riferimento all'ultima versione delle "Linee guida per i siti web delle pubbliche amministrazioni" http://www.funzionepubblica.gov.it/media/835828/linee_guida_siti_web_delle_pa_2011.pdf previste in base alla Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 (art. 4) e pubblicate nella versione definitiva nel 2011, documento che contiene anche indirizzi relativamente al tema di accessibilità e usabilità. In tema di accessibilità - per raggiungere il livello di conformità AA così come definito nelle Web Content Accessibility Guidelines - WCAG 2.0 del W3C - i siti delle PA devono rispettare i requisiti tecnici previsti nell'Allegato A del Decreto del Ministro per l'innovazione e le tecnologie 8 luglio 2005 "Criteri e metodi per la verifica tecnica e requisiti tecnici di accessibilità previsti dalla legge 9 gennaio 2004, n. 4" così come aggiornato dal Decreto MIUR 20 marzo 2013 <http://www.agid.gov.it/dm-8-luglio-2005-allegato-A>.

⁴ Art. 4 Reg. 821/2014

⁵ <http://design.italia.it/> pubblicate a novembre 2015 in versione alfa e contenenti indicazioni relativamente a colori, font, bottoni, iconografica per arrivare alla definizione di un design coerente con l'immagine del Programma e a tempo stesso coerente con l'identità grafico visiva indicata nelle linee guida per la pubblica amministrazione centrale.

- Open data PON
- Sezione indagini on line

La home del sito verrà progettata per rappresentare un “mosaico” riassuntivo degli elementi informativi principali e ospiterà finestre di collegamento con i social e con il sistema di monitoraggio del Programma da cui, attraverso appositi widget, verranno resi disponibili grafici e tabelle sullo stato di attuazione.

Si prevede di tradurre in inglese le principali pagine del sito web; gli aspetti di inclusione delle persone disabili verranno garantiti rispettando gli standard di accessibilità.

Ambiente di collaborazione

L’ambiente di collaborazione rappresenterà uno strumento attuativo del Programma, capace di raccogliere idee, proposte, candidature, generare progettazione di qualità, rafforzare il partenariato, creare spazi di confronto, consentire all’Autorità di Gestione, agli Organismi Intermedi, ai potenziali beneficiari e ai beneficiari non solo di dialogare ma di costruire un percorso di collaborazione aperto e partecipato.

Si tratta di uno strumento che verrà sviluppato prioritariamente per potenziali beneficiari e beneficiari del Programma e le cui prime funzionalità consentiranno:

- ai potenziali beneficiari:
 - di scambiare informazioni con l’Autorità di Gestione e gli Organismi Intermedi nonché con i beneficiari coinvolti nell’attuazione del Programma;
 - di rispondere alle *call for proposal* pubblicate nel sito consentendo all’Autorità di Gestione e agli Organismi Intermedi di raccogliere proposte progettuali finanziabili a valere sulle risorse del Programma per specifici obiettivi. Le *call for proposal* potranno definire particolari requisiti, ad esempio relativamente a tempi di attuazione, risorse disponibili ovvero tipologia o composizione del partenariato coinvolto;
 - di proporre all’Autorità di Gestione e agli Organismi Intermedi idee, soluzioni innovative, interventi specifici, modelli di gestione, capaci di concorrere al conseguimento degli obiettivi del Programma su specifici ambiti. L’Autorità di Gestione darà notizia delle relative *call for ideas* attraverso i canali di informazione e comunicazione disponibili;
 - di disporre di uno spazio di co-progettazione e collaborazione con altri potenziali beneficiari;
- ai beneficiari:
 - di consentire lo scambio di informazioni con l’Autorità di Gestione e gli Organismi Intermedi nonché con altri beneficiari coinvolti nell’attuazione del Programma;
 - di acquisire documenti e materiali di supporto relativi ad attuazione, rendicontazione, comunicazione, ecc;
 - di disporre di uno spazio di collaborazione con altri beneficiari coinvolti in progetti analoghi;
 - di pubblicare i progetti realizzati in uno spazio dedicato – una “banca dati” - dell’ambiente di collaborazione
 - di supportare i beneficiari attraverso un servizio di help.

L’ambiente di collaborazione, infine, ospiterà l’area riservata ai componenti del Comitato di Sorveglianza del Programma, lo spazio dedicato ai webinar e ad eventuali incontri in videoconferenza fra gli attori coinvolti nell’attuazione del Programma e la Commissione europea.

Su queste premesse le attività pianificate per il 2016 riguarderanno:

- Programmazione e sviluppo tecnico
- Progettazione grafica
- Progettazione editoriale (architettura informazioni: struttura logico organizzativa e semantica dei contenuti)
- Piano editoriale e definizione del modello organizzativo redazionale
- Attività redazionale
- Animazione
- Supporto tecnico

Social media

La linea di comunicazione on line prevede nel 2016 anche l'utilizzo dei social media, azione mirata a stimolare l'interazione interpretando gli interlocutori del Programma non unicamente come destinatari della comunicazione ma anche come partner in grado di incidere positivamente sull'attuazione e a sfruttare l'effetto moltiplicatore proprio di questi strumenti.

L'attività verrà sviluppata gradualmente partendo nel 2016 da una previsione della presenza del Programma sia da un punto di vista strategico - integrando l'attività con la comunicazione social dell'Agenzia e definendo pubblico e obiettivi specifici per i diversi canali scelti - che sotto il profilo operativo, stabilendo una policy di utilizzo interna, rivolta ai soggetti produttori di contenuti, e una policy di utilizzo esterna⁶, che regoli la relazione tra l'Amministrazione e gli utilizzatori dei social, nonché definendo un piano editoriale relativo a tipologia e stili dei messaggi e ai tempi di gestione delle attività in una prospettiva di medio e lungo termine.

Su queste premesse le attività previste per l'anno di riferimento riguarderanno:

- Creazione del profilo Twitter
- Piano editoriale e definizione del modello organizzativo redazionale
- Policy media
- Animazione del profilo
- Valutazione

Webinar

Nel 2016 per la comunicazione sul Programma si prevede l'organizzazione di n. 2 webinar destinati al pubblico dei potenziali beneficiari sulle opportunità offerte dal Programma e sulle modalità per accedere ai finanziamenti e uno dedicato a raccontare obiettivi e finalità del PON a un pubblico di operatori del settore della comunicazione. Con l'organizzazione di un seminario in presenza i due appuntamenti on line comporranno un ciclo di 3 appuntamenti di taglio tecnico da realizzarsi tra giugno e novembre.

Le attività pianificate per la realizzazione dei 3 webinar saranno:

- Progettazione editoriale del ciclo di appuntamenti
- Attività redazionale
- Attività di promozione

⁶ Valutando un possibile processo di consultazione pubblica, cfr. MEF <http://www.mef.gov.it/policy/index.html>

- Supporto tecnico
- Valutazione

Open Data PON

Il sito del Programma prevederà un collegamento con il portale unico OpenCoesione. Attraverso l'utilizzo dei widget predisposti per l'esportazione sul sito del PON di informazioni pubblicate su OpenCoesione e provenienti dalla BDU, tra cui ad esempio quelle relative alle operazioni finanziate, queste verranno rese disponibili in formato aperto sul sito web del PON. La lista, in formato CSV o XML sarà organizzata secondo il tracciato definito nel rispetto dell'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013.

COMUNICAZIONE DIRETTA: EVENTI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Le attività pianificate, coerentemente con gli obiettivi fissati, saranno prioritariamente indirizzate verso i destinatari principali degli interventi - le Amministrazioni pubbliche - per trasmettere loro conoscenze su obiettivi, finalità e sulle opportunità offerte dal Programma.

L'organizzazione di eventi di comunicazione diretta, anche a livello territoriale, rappresenta un'opportunità per consolidare la cooperazione interistituzionale con le Amministrazioni locali e rafforzare il sistema di governance multilivello delle politiche di investimento pubblico, una delle finalità esplicite di intervento del Programma.

Su questa linea, nel corso del 2016, si realizzeranno:

- partecipazione del PON al Forum PA nell'ambito dello stand dell'Agenzia della Coesione Territoriale;
- giornate di incontro sul territorio dedicate all'informazione sulle opportunità del Programma destinate ai potenziali beneficiari;
- seminario di approfondimento di taglio tecnico per potenziali beneficiari sulle opportunità offerte dal Programma da organizzare eventualmente nel corso di una manifestazione espositiva di settore;
- evento annuale del Programma da realizzare secondo un format sviluppato con modalità e tecniche di comunicazione innovative per consentire l'apertura dei temi del Programma ai cittadini, destinatari indiretti degli interventi. L'evento annuale si terrà in autunno, a un anno di distanza dall'evento di lancio, preferibilmente nelle regioni del centro nord, per un coinvolgimento diretto di territori per la prima volta coinvolti da un Programma nazionale di governance, diversamente dal ciclo 2007-2013 che interessava unicamente le regioni Convergenza;

Gli aspetti di inclusione delle persone disabili verranno garantiti con la traduzione dei segni per l'evento annuale, così come già realizzato per l'evento di lancio del Programma.

COMUNICAZIONE CON I MEDIA

Questa linea verrà potenziata, anche sulla scia delle indicazioni emerse sia dalle indagini sulle fonti di informazione – EUROBAROMETRO 2013 e 2015 e indagine DOXA 2013 – che dall’esperienza di comunicazione sul Programma di Governance e Assistenza Tecnica 2007-2013, per costruire un rapporto più strutturato con i media che consenta una comunicazione di accompagnamento al Programma lungo tutto il periodo di attuazione. Le attività previste nel 2016 saranno dunque indirizzate a individuare e stabilire un contatto diretto e costante con giornalisti, testate tradizionali e web di settore - potenzialmente interessati a seguire i temi di riforma e di innovazione della PA attraverso lo sviluppo degli interventi di supporto finanziati dal Programma – e organizzare occasioni di coinvolgimento diretto.

In particolare nel 2016 si prevede di realizzare:

- Individuazione principali testate di riferimento
- Predisposizione press kit
- Invito a briefing informali di informazione/formazione sul PON
- Organizzazione interviste con Autorità di Gestione e Organismi Intermedi
- Attività di media relations in concomitanza degli eventi di comunicazione diretta
- Rassegna stampa

PUBBLICAZIONI E STRUMENTI DI SUPPORTO

A completamento delle prime pubblicazioni realizzate nel 2015 di presentazione del PON - progetto grafico-editoriale del testo del Programma, sintesi del Programma, brochure e infografica - nel quadro di questa linea nel 2016 si realizzerà:

- materiale a stampa di accompagnamento tecnico agli eventi di comunicazione diretta;
- 1 pubblicazione digitale (video) divulgativo sul Programma, da sviluppare in concomitanza con l’evento annuale;
- eventuali altri materiali di supporto tecnico-informativo.

Relativamente ai materiali di supporto ai beneficiari specifici in materia di informazione e comunicazione, nel corso del 2016 verrà realizzato un documento di linee guida, redatto sulla base del manuale di identità visiva del Programma (cfr. linea “Immagine coordinata e materiale promozionale”), inviato a tutti i beneficiari unitamente ai file degli emblemi da utilizzare e pubblicato sul sito.

Si prevede di produrre il video con sottotitoli in inglese e in italiano.

DEFINIZIONE IMMAGINE COORDINATA E MATERIALE PROMOZIONALE

Nel corso del 2015 è stato sviluppato il logo del PON declinato sui materiali di informazione e comunicazione finora realizzati per assicurarne l’immediata riconoscibilità e sono stati prodotti materiali promozionali personalizzati - segnaletica, gadget - utilizzati/distribuiti nel corso degli eventi di comunicazione diretta precedentemente descritti.

A partire dalla definizione dell’emblema, nel corso del 2016 verrà realizzato:

- il manuale di identità visiva del Programma, sulla cui base verrà redatto il documento di linee guida per i beneficiari;
- il materiale promozionale per l'evento di lancio progettato in funzione del taglio, del luogo e della focalizzazione tematica dell'evento.

CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITÀ

LINEA	Azioni	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D
COMUNICAZIONE ON LINE: WEB E SOCIAL	Attività di comunicazione del sito web del PON												
	Ambiente di collaborazione												
	Social media (Twitter)												
	Webinar												
COMUNICAZIONE DIRETTA	Partecipazione manifestazioni espositive												
	Evento annuale del PON												
	Seminario tecnico												
COMUNICAZIONE CON I MEDIA	Incontri sul territorio												
	Attività di ufficio stampa												
PUBBLICAZIONI E STRUMENTI DI SUPPORTO	Video sul PON 2014-2020												
	Linee guida per i beneficiari per la realizzazione di attività di informazione e comunicazione												
IMMAGINE COORDINATA E MATERIALE PROMOZIONALE	Manuale di identità visiva del PON												
	Realizzazione materiale promozionale												
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	Indagine sul grado di apprezzamento degli strumenti di comunicazione on line												
	Indagine sul grado di apprezzamento dell'informazione fornita nel corso negli eventi												
	Indagine sul grado di apprezzamento delle pubblicazioni realizzate												
	Indagine sul grado di conoscenza del Programma da parte dei potenziali beneficiari												
	Indagine sul grado di conoscenza del Programma da parte dei beneficiari												
	Indagine sul grado di conoscenza del Programma presso il grande pubblico												
	Indagine sul grado di interesse dei media sui contenuti e le attività del Programma												

BUDGET INDICATIVO

LINEA	BUDGET INDICATIVO
COMUNICAZIONE ON LINE: WEB E SOCIAL	120.000
COMUNICAZIONE DIRETTA	100.000
COMUNICAZIONE CON I MEDIA	30.000
PUBBLICAZIONI E STRUMENTI DI SUPPORTO	20.000

IMMAGINE COORDINATA	5.000
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	5.000
	280.000

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Così come previsto dalla Strategia di Comunicazione, l'efficacia delle azioni di informazione e comunicazione sarà sottoposta a una costante attività di monitoraggio, al fine di consentire una corretta valutazione delle azioni realizzate e di fornire elementi utili per una sua eventuale revisione nel corso del tempo. Pertanto, le azioni previste nel Piano di Comunicazione saranno misurate mediante indicatori quantitativi e qualitativi che permettano la costruzione progressiva di un quadro coerente sull'andamento delle attività e sui principali risultati raggiunti.

La definizione delle azioni del Piano 2016 tiene conto dell'esperienza realizzata negli ultimi 4 anni nell'ambito delle azioni di informazione e comunicazione finanziate dal PON Governance 2007-2013.

La definizione degli indicatori include l'indicazione dei valori di riferimento e dei valori attesi a fine 2016, determinati sulla base delle azioni previste e delle risorse disponibili.

Relativamente alle azioni, nel Piano è indicata la metodologia di rilevamento degli indicatori di risultato e di impatto.

Nel corso del 2016 verranno realizzate delle indagini per:

- rilevare il grado di apprezzamento delle azioni realizzate nel corso dell'anno
- misurare il grado attuale di conoscenza del PON dei diversi destinatari sia degli interventi che delle azioni di informazione e comunicazione
- costituire una baseline da cui rilevare gli incrementi qualitativi e quantitativi negli anni successivi in termini di conoscenza del Programma e dei suoi interventi.

Indicatori di realizzazione fisica

Linea di Azione	Indicatore di realizzazione fisica	Specifica	Risultato atteso al 31/12/2016
Comunicazione on line: web e social	n. pagine pubblicate	Con riferimento al sito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	20
	n. notizie pubblicate	Con riferimento al sito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	20
	n. aggiornamenti sul portale unico nazionale		1
	n. webinar		3
	n. ambienti di collaborazione		1
	n. tweet	Con riferimento all'account Twitter del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	60

	n. sondaggi on line		6
Comunicazione diretta	n. eventi realizzati per tipologia	Partecipazione manifestazioni espositive	1
		Eventi annuali	1
		Incontri su territorio	3
		Seminari	1
Comunicazione con i media	n. comunicati stampa diffusi		4
		n. press kit prodotti	1
Pubblicazioni e materiali di supporto	n. pubblicazioni realizzate per tipologia	Linee Guida Beneficiari	1
		Manuale di identità visiva	1
	n. pubblicazioni stampate per tipologia	Linee Guida Beneficiari	1
		Manuali (identità visiva)	1
	n. audiovisivi pubblicati	Video PON 14-20	1

Indicatori di risultato (quantitativi)

Linea di Azione	Indicatore di risultato	Specifica	Risultato atteso al 31/12/2016
Comunicazione on line: web e social	n. visitatori unici	Con riferimento al sito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	1.000
	n. visite	Con riferimento al sito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	2.000
	n. pagine visitate	Con riferimento al sito del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020	3.000
	n. utenti registrati on line	Con riferimento all'ambiente di collaborazione	200
	n. partecipanti webinar	Media partecipanti	30
	n. partecipanti sondaggi on line	Media partecipanti	50
	n. follower		200
	score (influenza del profilo Twitter)		35
Comunicazione diretta	partecipazione per tipologia eventi - % (effettivi/attesi)	Media evento annuale + seminario	50%
	distribuzione - % (copie pubblicazioni distribuite per tipologia su partecipanti effettivi)	Su pubblicazioni campione	80%
	gestione feedback - % (moduli feedback compilati su partecipanti effettivi)		50%

Comunicazione con i media	n. articoli pubblicati		6
	n. interviste realizzate		2
Pubblicazioni e materiali di supporto	n. download pubblicazioni per tipologia prodotto	Su pubblicazioni campione	50

Indicatori di risultato (qualitativi)

Indicatore di risultato	Indice	Unità di misura	Metodologia di rilevamento	Valore medio dei risultati delle indagini atteso al 31/12/2016
Grado di apprezzamento degli strumenti di comunicazione on line (indagine non prevista nel 2016)	Chiarezza e comprensibilità del linguaggio utilizzato			ND
	Semplicità e immediatezza nella ricerca delle informazioni ricercate	Valore indice: 1 (minimo) 5 (massimo)	Indagine	ND
	Completezza e utilità delle informazioni presenti			ND
Grado di apprezzamento dell'informazione fornita nel corso negli eventi	Chiarezza e comprensibilità del linguaggio utilizzato nel corso dell'evento			3
	Qualità degli interventi realizzati nel corso dell'evento	Valore indice: 1 (minimo) 5 (massimo)	Indagine	3
	Completezza e utilità delle informazioni fornite nel corso dell'evento			3
Grado di apprezzamento delle pubblicazioni realizzate	Chiarezza e comprensibilità del linguaggio utilizzato nella pubblicazione			3
	Qualità (progettazione editoriale, progettazione grafica) della pubblicazione	Valore indice: 1 (minimo) 5 (massimo)	Indagine	3
	Completezza e utilità delle informazioni presenti nella pubblicazione			3

Indicatori di impatto (qualitativi)

Indicatore di impatto	Indice	Unità di misura	Metodologia di rilevamento	Valore medio dei risultati delle indagini atteso al 31/12/2016
Grado di conoscenza del Programma da parte dei potenziali beneficiari	Conoscenza generale del Programma (finalità, amministrazione titolare, potenziali beneficiari)	Positivo=1	Indagine	3/5
	Conoscenza degli obiettivi specifici / dei risultati attesi del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza delle azioni in cui si articola il Programma	Positivo=1		
	Conoscenza della tipologia di interventi finanziati dal Programma	Positivo=1		
	Conoscenza delle modalità di accesso alle opportunità di finanziamento del Programma	Positivo=1		
Grado di conoscenza del Programma da parte dei beneficiari	Conoscenza delle modalità di archiviazione della documentazione	Positivo=1	Indagine	4/5
	Conoscenza delle modalità di rendicontazione	Positivo=1		
	Conoscenza degli obblighi in capo ai beneficiari in materia di informazione e comunicazione	Positivo=1		
	Conoscenza del sistema informativo del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei criteri di selezione degli interventi	Positivo=1		
Grado di conoscenza del Programma presso il grande pubblico	Conoscenza dell'esistenza del Programma	Positivo=1	Indagine	3/5

	Conoscenza dei temi del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei principali soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei principali destinatari delle azioni del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza delle finalità del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dell'esistenza del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza delle finalità del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei potenziali beneficiari del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza degli obiettivi specifici del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei risultati attesi del Programma	Positivo=1		
Grado di interesse dei media sui contenuti e le attività del Programma	Conoscenza delle azioni in cui si articola il Programma / degli interventi finanziati dal Programma	Positivo=1	Indagine	5/10
	Conoscenza del sito del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dell'account Twitter del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dei principali soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza della dotazione finanziaria del Programma	Positivo=1		
	Conoscenza dell'Amministrazione titolare del Programma	Positivo=1		

Accanto alle attività descritte nel presente documento, la comunicazione del Programma si svilupperà attraverso azioni di informazione e comunicazione realizzate direttamente dagli Organismi Intermedi e dai beneficiari del PON. Tali azioni, coerenti con l'impianto della Strategia di comunicazione del Programma, verranno realizzate in raccordo con le attività dell'Autorità di Gestione al fine di garantire un'immagine

unitaria del Programma. I risultati derivanti dalle attività di monitoraggio condotte dall'Autorità di Gestione potranno valorizzare indicatori dedicati per consentire una rappresentazione il più esaustiva possibile nelle informative in materia di informazione e comunicazione.