



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Strategia di comunicazione

Documento a cura
dell'Autorità di Gestione del
PON Ricerca e Innovazione 2014-2020

Revisione Giugno 2019

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

**PON Ricerca e Innovazione 2014-2020
(CCI: 2014IT16M2OP005)**

Indice

1. Premessa	4
2. Contesto di riferimento	5
2.1 Quadro normativo	5
2.2 Obiettivi e strategia di intervento del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020	7
3. L'esperienza della comunicazione del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020	10
4. Strategia	11
4.1 Caratteristiche della Strategia.....	12
4.2 Destinatari	12
4.3 Obiettivi	13
4.4 Azioni e strumenti.....	15
5. Budget	21
6. Organizzazione e governance	22
7. Valutazione annuale e strategica	23
7.1 Struttura e finalità del processo di valutazione.....	23
7.2 Il Sistema di Monitoraggio e Valutazione: ambiti e indicatori	24
7.3 Esempio di indicatori e di strumenti	25

1. Premessa

Il presente documento rappresenta una revisione della Strategia di comunicazione (Strategia) (art.116 del Reg. UE 1303/2013), approvata dal Comitato di Sorveglianza del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020 (PON o Programma) nel marzo 2016 e contenente gli elementi che caratterizzano l'approccio adottato per comunicare il PON; principali misure, azioni e strumenti; struttura organizzativa; budget e modalità di valutazione delle attività realizzate che accompagnano l'intero ciclo d'attuazione del Programma.

Nell'ottica di una maggiore **flessibilità** e per consentire un corretto **indirizzamento** delle azioni previste, l'art. 116 prevede la possibilità di modificare la Strategia di comunicazione nel corso del periodo di programmazione, sempre con l'approvazione del Comitato di Sorveglianza (CdS).

Il documento che segue, pertanto, illustra la Strategia di comunicazione relativa al Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020, da un lato, in continuità con la versione precedente, fornendo linee di indirizzo per orientare la progettazione, attuazione e valutazione delle misure di informazione e comunicazione previste dalle norme regolamentari europee; dall'altro, introducendo nuove indicazioni sulle azioni in materia di comunicazione, informazione e visibilità, sulla base dello stato di avanzamento del Programma, anche a seguito delle modifiche al documento del PON approvate dalla Commissione Europea con Decisione C(2018) del 19 luglio 2018, n. 4923 e con Decisione C(2018) del 12 dicembre 2018, n.8840.

Il principale approccio adottato per comunicare il PON si fonda sulla comunicazione **integrata e partecipata**, ovvero una comunicazione sistemica, coerente e in grado di stimolare un coinvolgimento attivo e interattivo degli stessi destinatari e, in particolare, dei cittadini delle comunità dei territori obiettivo¹.

In quest'ottica, la Strategia definisce, descrive e contestualizza le iniziative di informazione e comunicazione, destinate principalmente ai *potenziali beneficiari*, ai *beneficiari effettivi*, al *grande pubblico*, agli *stakeholder* e ai *soggetti moltiplicatori d'informazione*², che consentiranno (a) di dare diffusione alle opportunità di finanziamento; (b) di informare sull'attuazione degli interventi programmati e sui tempi di avanzamento; (c) di garantire adeguata visibilità ai risultati degli investimenti e al ruolo dell'Unione europea nel sostegno offerto con l'attuazione delle azioni del PON finanziate dal Fondo Sociale Europeo (FSE), dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e dal Fondo di Rotazione nazionale (FdR).

¹ I *territori obiettivo* del PON sono le regioni del Mezzogiorno d'Italia, categoria statistica: *meno sviluppate*, Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, e, Categoria statistica: *in transizione*, Abruzzo, Molise e Sardegna.

² Soggetti moltiplicatori [punto 2.3 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) n. 1303/2013]

Responsabile dell'elaborazione della Strategia di comunicazione è l'Autorità di Gestione (AdG) (art. 115 del Reg. UE 1303/2013). La Strategia di comunicazione comprende gli elementi indicati nell'Allegato XII (art. 116 del Reg. UE 1303/2013).

Su queste premesse, la Strategia - la cui struttura presenta ed esplicita tutti gli elementi obbligatori indicati nel Regolamento (UE) 1303/2013 e indicati, segnatamente, nell'Allegato XII.4 - è stata predisposta dall'Autorità di Gestione del PO (art.115 del Reg. UE 1303/2013)³ e rappresenta lo strumento strategico con cui la stessa Autorità punta ad ottenere la massima visibilità del Programma, perseguendo una gestione efficace ed efficiente di tutte le misure di informazione e comunicazione finalizzate ad assicurare la massima trasparenza e inclusione attiva nell'attuazione e valutazione del PON.

2. Contesto di riferimento

2.1 Quadro normativo

❖ **Regolamento (UE) 1303/2013** del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio.

- PARTE III - TITOLO III “Sorveglianza, Valutazione, Informazione e Comunicazione”.
 - CAPO I “Sorveglianza e Valutazione”: art. 111 (Relazioni di attuazione per l'obiettivo Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione), 4b);
 - CAPO II “Informazione e Comunicazione”: art. 115 (Informazione e Comunicazione); art. 116 (Strategia di comunicazione); art. 117 (Funzionari incaricati dell'informazione e della comunicazione e relative reti);
- ALLEGATO XII “Informazioni e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi”.

❖ **Regolamento di esecuzione (UE) N. 821/2014** della Commissione del 28 luglio 2014 recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le modalità dettagliate per il trasferimento e la gestione dei contributi dei programmi, le relazioni sugli strumenti finanziari, le caratteristiche tecniche delle

³ Designata con Decreto Direttoriale del 19 febbraio 2018 n. 329 nel Dirigente pro-tempore dell'Ufficio IV – Programmi operativi comunitari finanziati dai fondi strutturali dell'Unione europea e programmi e interventi relativi al Fondo Aree Sottoutilizzate.

misure di informazione e di comunicazione per le operazioni e il sistema di registrazione e memorizzazione dei dati.

- o CAPO II - “Caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione relative alle operazioni e istruzioni per la creazione dell’emblema dell’Unione e per la definizione dei colori standard” [Articolo 115, paragrafo 4, del Regolamento (UE) 1303/2013]; art. 3 “Istruzioni per la creazione dell’emblema e per la definizione dei colori standard”; art. 4 “Caratteristiche tecniche per la visualizzazione dell’emblema dell’Unione e riferimento al fondo o ai fondi che sostengono le operazioni”; art. 5 “Caratteristiche tecniche delle targhe permanenti e dei cartelloni temporanei o permanenti”.

❖ **Regolamento (UE) N. 1046/2018** della Parlamento Europeo e del Consiglio del 18 luglio 2018 che stabilisce le regole finanziarie applicabili al bilancio generale dell’Unione, che modifica i regolamenti (UE) n. 1296/2013, (UE) n. 1301/2013, (UE) n. 1303/2013, (UE) n. 1304/2013, (UE) n. 1309/2013, (UE) n. 1316/2013, (UE) n. 223/2014, (UE) n. 283/2014 e la decisione n. 541/2014/UE e abroga il regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012.

- PARTE II - “Modifiche alle norme settoriali specifiche”
- Articolo 272 “Modifiche del regolamento (UE) n. 1303/2013”: art. 49 (art. 115 - Informazione, comunicazione e visibilità); art. 50 (art. 116 - Strategia di comunicazione); art. 51 (art. 117 - Funzionari incaricati dell’informazione e della comunicazione e relative reti).

❖ **Accordo di Partenariato 2014-2020 con l’Italia**

- SEZIONE 4 – Modalità per garantire l’efficace attuazione dei Fondi SIE; 4.2 Modalità per garantire la trasparenza e la disponibilità pubblica di dati e informazioni su tutti programmi cofinanziati dai Fondi SIE, ai sensi dell’art. 115 del Regolamento generale: OpenCoesione e Gruppo Tecnico su qualità e trasparenza dei dati;
- ALLEGATO II – Elementi salienti della proposta di SI.GE.CO 2014-2020; 1.5 “Presidio Nazionale di Vigilanza e Coordinamento” (PCM/Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica; Agenzia per la Coesione Territoriale; MLPS; MIPAF; MEF). “Il presidio nazionale, in argomento, si concretizza nell’istituzione di un apposito tavolo permanente di coordinamento nazionale, presieduto dalla

Presidenza del Consiglio dei Ministri – Sottosegretario con delega alle politiche di Coesione Territoriale, che si riunisce periodicamente”. (...). “L’azione di vigilanza e coordinamento sul corretto ed efficace funzionamento dei sistemi di gestione e controllo, opera attraverso le seguenti linee: (...); assicurazione di adeguata informazione e pubblicità sulla politica di coesione attraverso il rafforzamento della comunicazione verso la collettività di cittadini, imprese e partenariato economico e sociale”; 1.8 “Informazione e Pubblicità” che ribadisce – analogamente a quanto indicato nella sezione 4 - il ruolo di OpenCoesione quale portale unico nazionale per una comunicazione trasparente ed efficace della politica di coesione in Italia (cfr. art. 115, Regolamento (UE) 1303/2013) fissando inoltre la responsabilità delle Autorità di Gestione dei singoli fondi relativamente alle “specifiche azioni di informazione e pubblicità previste dai rispettivi regolamenti”.

❖ **Programma Operativo Nazionale (FSE – FESR) “Ricerca e Innovazione” 2014-2020 – Asse III “Assistenza Tecnica”**

- Obiettivo Specifico III.2 - “Accrescere e sviluppare nuove forme di comunicazione e pubblicità volte a garantire la massima diffusione e consapevolezza sui risultati conseguiti con il Programma. Assicurare la diffusione delle conoscenze sulle opportunità offerte dal PON”.

❖ **Piano di comunicazione 2018-2019** del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020.

❖ **Piano di valutazione** del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020.

2.2 Obiettivi e strategia di intervento del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020

Il Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020 si sviluppa in coerenza con gli obiettivi strategici dei programmi europei Horizon 2020 e Cosme, in sinergia con la Strategia Nazionale di Specializzazione Intelligente (SNSI) e con i programmi operativi e le strategie regionali di specializzazione intelligente. Focalizza la propria azione su obiettivi di ricerca, di sviluppo tecnologico e di innovazione coerenti con le strategie nazionali per la ricerca (PNR) per costruire la cornice entro cui i sistemi produttivi locali possono migliorare le proprie performance competitive. In quest’ottica, nel corso dell’attuazione, in continuità con gli anni precedenti, il PON è caratterizzato dalla gestione e dall’attivazione di azioni integrate volte a creare opportunità di

sviluppo territoriale: il mondo della ricerca è chiamato a presentare al MIUR progetti integrati che si caratterizzino per la capacità di valorizzare e potenziare il Capitale Umano e rafforzare le Infrastrutture della ricerca considerate critiche/cruciali per i sistemi transeuropei, nazionali e regionali, al fine di riposizionare competitivamente le regioni più svantaggiate del Mezzogiorno. La capacità di presentare progetti con queste caratteristiche è individuata, da un lato, nelle Università ed Enti di Ricerca Pubblici e Privati e, dall'altro, analogamente e secondo una logica di reciprocità, nel mondo delle imprese, dei cluster e dei distretti tra loro integrati.

La principale "mission" del PON è il riposizionamento competitivo dei territori meridionali e orientare la mobilitazione delle sue complessive risorse (circa 1,2 miliardi di euro) per introdurre mutamenti di valenza strutturale, per accrescere nei territori obiettivo la capacità di produrre e utilizzare ricerca e innovazione di qualità, per innescare uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo.

Gli ambiti di applicazione del programma sono 12: Aerospazio, Agrifood, Blue Growth (economia del mare), Chimica verde, Design, Creatività e Made in Italy (non R&D), Energia, Fabbrica intelligente, Mobilità sostenibile, Salute, Smart, Secure and Inclusive Communities, Tecnologie per gli Ambienti di Vita, Tecnologie per il Patrimonio Culturale.

L'obiettivo, nell'ambito di queste 12 Aree, è di creare opportunità di sviluppo territoriale e di incentivare la formazione di veri e propri "laboratori di innovazione", all'interno dei quali coltivare nuove conoscenze, talenti, imprenditorialità innovativa, opportunità di attrazione di competenze. Coerentemente con questa impostazione strategica, il PON prevede due Assi, più un Asse di Assistenza Tecnica.

Asse I - Interventi in Capitale Umano

Cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo (FSE), con un importo complessivo di 262 milioni di euro, punta alla valorizzazione delle risorse umane operanti nel mondo della ricerca, attraverso: (i) il rafforzamento dell'alta formazione e della specializzazione post laurea di livello dottorale in coerenza con i fabbisogni del sistema produttivo nazionale e con la SNSI (Dottorati di ricerca innovativi con caratterizzazione industriale); (ii) il supporto alla contrattualizzazione di giovani dottori di ricerca da indirizzare alla mobilità internazionale e di giovani ricercatori attualmente operanti fuori dalle regioni obiettivo del PON, da indirizzare verso i territori in ritardo di sviluppo (Mobilità dei Ricercatori - inclusa l'attrazione); (iii) il sostegno dei percorsi di istruzione terziaria di ricercatori e studenti (universitari e post-universitari) al fine di rafforzare le competenze dei destinatari agevolando la partecipazione a percorsi di alta formazione attraverso l'attivazione

dello strumento finanziario Fondo di Fondi (Istruzione terziaria in ambiti coerenti con la SNSI e sua capacità di attrazione).

Asse II – Progetti tematici

Cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR), con un importo complessivo di 880 milioni di euro, punta a potenziare le infrastrutture di ricerca, la capacità di sviluppare l'eccellenza per la ricerca e l'innovazione e a promuovere centri di competenza, in particolare quelli di interesse europeo attraverso: (i) il potenziamento delle infrastrutture di ricerca esistenti per l'implementazione di progetti che risultino rispondenti ad uno o più ambiti *European Strategy Forum on Research Infrastructures* e che risultino di notevole impatto sulle traiettorie della SNSI (Infrastrutture di ricerca); (ii) il sostegno di progetti di ricerca industriale e sviluppo sperimentale attinenti alle 12 Aree di Specializzazione individuate dal PNR 2015-2020 e coerenti con quelle previste dalla SNSI (Progetti di ricerca industriale e sviluppo sperimentale nelle 12 aree di specializzazione); (iii) il supporto di progetti di ricerca e innovazione sviluppati delle 12 Aree di Specializzazione individuate dal PNR 2015-2020 che privilegiano le tecnologie abilitanti (Key Enabling Technologies - KETs) attraverso l'attivazione dello strumento finanziario Fondo di Fondi (Istruzione terziaria in ambiti coerenti con la SNSI e sua capacità di attrazione Key Enabling Technologies - KETs).

Asse III – Assistenza Tecnica

Cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e del valore complessivo di 47,6 milioni di euro punta a assicurare alle autorità designate (AdG e AdC), il necessario supporto delle funzioni loro assegnate e garantire la corretta gestione, controllo, comunicazione e valutazione del Programma.

In quest'ottica, il PON diventa un efficace strumento in grado di mobilitare risorse utili per rispondere alle istanze economiche e sociali dei territori coinvolti.

Dal Programma si evince un nuovo approccio, fortemente inclusivo e cooperativo, ma anche negoziale e competitivo: tra i suoi caratteri peculiari, che devono guidare e ispirare ogni attività di comunicazione pubblica del Programma, certamente spiccano il perseguimento di finalità di rilevanza nazionale e una progettazione orizzontale e integrata, strutturata in Assi, Obiettivi Tematici e relative Azioni che, nel corso dell'attuazione del programma, tenderanno a loro volta a integrarsi.

Attraverso la comunicazione pubblica del Programma, l'attività di informazione, comunicazione e visibilità diffonderà una maggiore consapevolezza circa l'importanza di un incremento della

competitività del Sistema Paese sui mercati internazionali e, contestualmente, opererà per facilitare, favorire e accelerare dinamiche di integrazione, attivando canali, strumenti e sistemi a disposizione.

3. L'esperienza della comunicazione del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020

Così come la ridefinizione della strategia d'intervento del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020 ha tenuto conto dello stato di avanzamento del Programma e dell'esperienza complessiva del PON fino ad oggi, analogamente, la ridefinizione della Strategia di comunicazione del Programma non può prescindere da una valutazione dei risultati delle attività di comunicazione realizzate a partire dal 2016, anno di avvio degli interventi specifici in attuazione della Strategia e dei relativi Piani di comunicazione, adottati nel corso di attuazione del Programma stesso.

Se, infatti, le attività condotte a partire dal 2016 e fino alla fine del 2018 sono state orientate a presentare l'identità del PON, informando i potenziali beneficiari sulle opportunità di finanziamento, dall'inizio del 2019 l'impianto comunicativo ha puntato a raccontare in modo articolato i diversi ambiti di intervento del PON, mediante una classe di strumenti più ampia, capace di rendere evidente la strategia d'intervento complessiva del Programma.

Le attività realizzate dal 2018 e nel 2019, infatti, hanno dato rilievo al supporto del PON (a) al raggiungimento degli obiettivi di avanzamento del ciclo di programmazione 2014-2020, (b) al coordinamento e alla cooperazione istituzionale tra PA e territorio verso la costruzione di un modello di *governance* multilivello, (c) agli interventi per rafforzare la trasparenza dell'azione amministrativa e per aumentarne la partecipazione da parte dei cittadini.

In particolare, le azioni di informazione e comunicazione realizzate nel corso del 2017, 2018 e nei primi mesi del 2019, hanno offerto un'occasione per sperimentare le possibili azioni da realizzare nella fase finale della programmazione: ampliando i pubblici destinatari; semplificando il linguaggio; sperimentando nuovi formati; implementando strumenti di comunicazione editoriale, multimediale e digitale, come lo sviluppo e l'implementazione del sito web del Programma che, attraverso una costante e curata attività di comunicazione, ha permesso di raggiungere e coinvolgere un pubblico più ampio, facendo leva sul valore strategico della conoscenza e della partecipazione.

Tale impostazione complessiva è stata anche rafforzata (a) dalla realizzazione e diffusione di materiale informativo, con particolare attenzione a prodotti realizzati per chiarire particolari aspetti relativi agli obblighi di informazione e comunicazione da parte dei beneficiari dei finanziamenti; (b) dalla ideazione, strutturazione e montaggio di video multimediali; (c) dall'organizzazione e partecipazione a eventi e fiere locali che hanno permesso di creare

direttamente sui territori di riferimento alcuni momenti significativi di visibilità e diffusione del Programma e dello stato di avanzamento dello stesso.

Hanno ricoperto un ruolo importantissimo per favorire e facilitare il confronto e lo scambio delle buone pratiche:

- le reti nazionali dei comunicatori FESR (Agenzia per la Coesione Territoriale) e dei comunicatori FSE (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro);
- le reti transnazionali dei comunicatori FESR (INFORM) e FSE (INIO) promosse e gestite dai servizi della Commissione.

I risultati raggiunti dal 2016 al 2018, in termini quantitativi e qualitativi, misurati attraverso l'analisi degli indicatori di realizzazione fisica e di risultato (Piano di comunicazione 2018-2019) evidenziano che le iniziative, mentre sono in grado di coinvolgere pienamente i destinatari principali, risultano ancora non pienamente sufficienti nel raggiungere adeguatamente i cittadini. Pertanto, se da un lato le attività di comunicazione continueranno ad essere, come il passato, fortemente orientate all'obiettivo di "comunicare" e "rendere visibili" gli investimenti promossi attraverso i fondi europei, dall'altro, ulteriori azioni saranno programmate al fine di rafforzare la capacità di coinvolgimento dei cittadini, facendo convergere, verso questo obiettivo, le attività di informazione e comunicazione programmate dall'Autorità di Gestione con quelle che realizzeranno direttamente i Beneficiari, nel quadro delle loro singole strategie di intervento.

Le future azioni di comunicazione saranno programmate in tal senso, al fine di far leva su una comunicazione che contribuisca in modo proattivo ad una maggiore visibilità e comprensione dei benefici dei fondi europei, anche attraverso il coinvolgimento diretto degli stakeholder e dei cittadini.

4. Strategia

La presente Strategia coprirà l'intero arco di attuazione del Programma e - come da disposizioni regolamentari e coerentemente a quanto fatto negli anni precedenti - verrà declinata in Piani annuali di comunicazione, che dettaglieranno le azioni programmate di anno in anno.

I report sullo stato di avanzamento e le valutazioni che verranno condotte annualmente consentiranno, al tempo stesso, di introdurre eventuali adeguamenti in itinere della Strategia.

L'approccio complessivo con cui la Strategia di comunicazione è stata costruita dovrà comunque mantenere alcuni elementi caratterizzanti lungo l'intero periodo, descritti di seguito.

4.1 Caratteristiche della Strategia

Le misure di informazione e comunicazione del PON devono essere realizzate in coerenza con le norme e gli standard europei ed essere caratterizzate da una maggiore efficacia, incisività e utilità per i vari destinatari, sensibilizzandoli ad un coinvolgimento pubblico più attivo e diffuso.

La Strategia deve assicurare, da un lato, l'applicazione degli obblighi di legge in materia di informazione, comunicazione e visibilità, attuando le previste misure con un approccio integrato; dall'altro lato, deve facilitare il coinvolgimento pubblico e l'impegno di tutti gli attori interessati dagli interventi del Programma.

La Strategia è fortemente caratterizzata da una comunicazione **integrata** e **partecipata**, potenzialmente capace di facilitare e favorire il coinvolgimento e l'impegno sia degli stakeholder, sia dei cittadini appartenenti alle comunità locali dei territori interessati.

4.2 Destinatari

I principali destinatari-protagonisti dell'attività di "Informazione, Comunicazione e Visibilità" del Programma, aggregati in gruppi target da coinvolgere/impegnare, sono raggruppabili in cinque principali categorie:

- *Potenziali beneficiari*: Università, Organismi di ricerca pubblici e privati, Imprese, Enti Pubblici Amministrazioni pubbliche, centrali e locali, nonché altri organismi pubblici individuati dal Programma, secondo ciascun Asse di intervento, in modo puntuale per Azione;
- *Beneficiari effettivi*: ovvero i soggetti che, in base al Regolamento (UE) 1303/2013, art. 2 comma 10, sono "responsabili dell'avvio o dell'avvio e dell'attuazione delle operazioni" cofinanziate nel quadro del Programma;
- *Soggetti moltiplicatori d'informazione*, che intendono condividere la Strategia di comunicazione del PON, impegnandosi per "un'ampia diffusione delle informazioni di cui all'articolo 115, paragrafo 1";
- *Stakeholder del Programma*: rientrano in questo gruppo gli organismi coinvolti a vari livelli nell'attuazione del PON e, più in generale, negli interventi di politica di coesione nel ciclo 2014-2020:
 - Autorità di Gestione del Programma;
 - Autorità di Certificazione del Programma;
 - Autorità di Audit del Programma;
 - Pubblica Amministrazione e altri soggetti coinvolti nell'attuazione della programmazione 2014-2020;

- Responsabili dell'informazione e comunicazione dei PO FSE e FESR, come protagonisti delle reti nazionali ed europee per la comunicazione sui fondi europei.

- *Grande Pubblico*: rappresenta il pubblico non direttamente coinvolto nella realizzazione degli interventi, ma che beneficia, in quanto parte della comunità, degli investimenti promossi dal PON. È il target nei confronti del quale operare un'azione di sensibilizzazione e informazione relativamente al ruolo svolto dall'Unione europea, ai risultati attesi e raggiunti e al valore aggiunto del sostegno del FESR e del FSE per la crescita dei territori target del Programma. Nel quadro del grande pubblico, oltre ai cittadini, attenzione particolare viene riservata a tre gruppi da considerare particolarmente "strategici": **imprese** – le imprese sono destinatarie indirette del complesso di azioni di riforma promosse attraverso il Programma che maggiormente possono impattare sull'incremento della competitività del sistema economico-produttivo; **media** – gli organi di informazione rappresentano un importante veicolo e moltiplicatore di informazione, permettendo di veicolare le informazioni sul territorio tramite canali tradizionali e web, a diffusione locale; **giovani ricercatori** – i giovani ricercatori rappresentano un target su cui stimolare, in modo particolare, forme di cittadinanza attiva, di conoscenza, consapevolezza e partecipazione alle scelte di investimento pubblico rese possibili dalla disponibilità di strumenti tecnologici e di dati aperti, oltre che – più in generale – da una cultura della trasparenza e dell'apertura della PA verso i cittadini, elemento qualificante e distintivo del PON.

La segmentazione dei destinatari/protagonisti della strategia deve svilupparsi nella prospettiva di una programmazione condivisa, circolare, diffusa e reticolare, basata sulla rilevazione dei reali bisogni d'informazione, comunicazione e visibilità di tutte le parti interessate, in particolare nell'ambito dei territori obiettivo, anche per promuovere azioni partecipate di *civic innovation*.

4.3 Obiettivi

Gli obiettivi della Strategia di comunicazione del PON Ricerca e Innovazione 2014-2020 rispondono alle specifiche finalità previste dall'art. 115 del Reg. (UE) n. 1303/2013 secondo cui, attraverso la Strategia di comunicazione, l'AdG deve assicurare:

- l'informazione sui programmi operativi e sull'accesso agli stessi;
- l'informazione ai potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento;
- la pubblicizzazione presso i cittadini del ruolo e delle realizzazioni dei fondi europei.

In linea con l'approccio scelto, la Strategia è declinata attraverso obiettivi, che operano a livello trasversale, in ottica integrata tra i due fondi FESR e FSE, focalizzandosi su temi comuni alla politica di coesione dell'Unione, sia a livello di programma operativo, sia di interventi cofinanziati,

evidenziando anche le specificità degli obiettivi tematici su cui si concentrano gli investimenti promossi dai diversi fondi.

Gli obiettivi della Strategia intendono valorizzare l'esistenza e il valore aggiunto della politica di coesione dell'Unione europea, con una particolare attenzione alla semplificazione, all'accessibilità delle informazioni e all'engagement dei cittadini e del partenariato nei confronti delle opportunità di crescita intelligente, sostenibile e inclusiva promosse dal Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca attraverso il programma operativo per il periodo 2014-2020. Gli obiettivi definiti dalla Strategia, inoltre, sono pensati per motivare i destinatari e per sostenere i potenziali beneficiari nelle fasi di preparazione e gestione degli interventi promossi dal PON Ricerca, con una particolare attenzione alla qualità, tempestività e coerenza dei contenuti.

In particolare, attraverso l'attuazione della presente Strategia di comunicazione, si punterà a:

- *rafforzare la consapevolezza* del ruolo dell'Unione europea e del valore aggiunto che i fondi europei apportano alle politiche per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva del territorio, evidenziando il ruolo che l'Unione svolge nella programmazione e attuazione delle politiche nazionali per il rafforzamento amministrativo;
- *comunicare contenuti, obiettivi e modalità di accesso* al PON alla platea dei potenziali beneficiari degli interventi;
- *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, supportando al contempo i beneficiari negli aspetti tecnici e informativi;
- *garantire la trasparenza* nelle attività di comunicazione verso i cittadini e gli stakeholder, al fine di informarli e renderli consapevoli riguardo alle finalità, attività e risultati del PON quale strumento a supporto della strategia nazionale di rafforzamento della ricerca, dello sviluppo tecnologico, dell'innovazione e del miglioramento della qualità dell'istruzione superiore, fornendo loro strumenti e canali di comunicazione per poter partecipare attivamente allo sviluppo del Programma;
- *collaborare* con la struttura di comunicazione del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e i Beneficiari del Programma, al fine di coordinare gli interventi di comunicazione massimizzandone l'efficacia.

Gli obiettivi riguardano tutti i destinatari delle misure di informazione e comunicazione del Programma e sono correlati ad azioni e strumenti descritti in seguito.

4.4 Azioni e strumenti

L'attuazione degli obiettivi in cui si articola la Strategia di comunicazione del PON prevede uno sviluppo progressivo, implementato nell'ambito degli aggiornamenti annuali, che tiene conto delle fasi che hanno caratterizzato e caratterizzano il ciclo di vita del programma operativo, in particolare, avvio, attuazione ed esecuzione, chiusura. Per ciascuna delle fasi, infatti, possono essere individuati degli obiettivi di comunicazione cui assicurare un maggiore grado di priorità.

In particolare, nella fase di avvio del programma operativo, le azioni di comunicazione e informazione si sono focalizzate sulla presentazione degli obiettivi e degli ambiti di intervento del PON, dando enfasi alle opportunità per i potenziali beneficiari e destinatari.

Nella fase di esecuzione e attuazione del programma, potrà essere implementata, anche in ottica di rafforzamento della motivazione e mobilitazione dei potenziali beneficiari e destinatari verso le opportunità offerte, un'attività di informazione specifica sui progetti finanziati e, successivamente, sulle prime realizzazioni raggiunte e sugli ulteriori risultati attesi.

Oltre a fornire aggiornamenti in merito all'attuazione del programma, in questa fase andrà inoltre assicurato un focus di approfondimento sulle iniziative di affiancamento e supporto in favore dei beneficiari in relazione alla gestione degli interventi, inclusi gli obblighi e le responsabilità di informazione e comunicazione.

La fase di chiusura sarà dedicata alla presentazione dei progetti e degli interventi ritenuti maggiormente esemplificativi per la crescita dell'occupazione, il rafforzamento dell'inclusione sociale, il miglioramento del sistema di istruzione e formazione e il rafforzamento della capacità amministrativa. Le iniziative si focalizzeranno sul consolidamento di una percezione positiva e sul rafforzamento della fiducia nell'effettiva capacità delle politiche promosse dall'Unione europea e dal MIUR di sostenere e conseguire benefici tangibili per la crescita dei territori meridionali.

Di seguito, vengono presentate le principali misure di informazione, comunicazione e visibilità previste al fine di assicurare il conseguimento degli obiettivi definiti dalla Strategia e il rispetto degli obblighi previsti dal Regolamento (UE) 1303/2013. Le misure verranno attuate attraverso gli strumenti descritti nel paragrafo successivo.

Azioni

Per il raggiungimento degli obiettivi della Strategia di comunicazione del Programma e in linea con le più ampie finalità di pubblicizzazione del ruolo e delle realizzazioni della politica di coesione e dei fondi contenute nel Regolamento (UE) 1303/2013, art. 115, si descrivono di seguito le principali azioni che l'Autorità di Gestione intende intraprendere nel periodo di riferimento.

In continuità con quanto fatto negli anni precedenti, l'AdG attuerà misure di informazione e comunicazione, obbligatorie secondo le indicazioni contenute nel Regolamento (UE) 1303/2013 (Allegato XII, punto 2):

- a) realizzerà, una **attività informativa principale** all'anno (punto 2.1.2b);
- b) fornirà **informazioni aggiornate** sull'attuazione del Programma Operativo, attraverso l'aggiornamento del sito del Programma (punto 2.1.2f), con particolare riguardo alla sezione dedicata agli *"esempi di operazioni"* finanziate dal Programma (punto 2.1.2e).

Sulla base delle misure obbligatorie e ad integrazione di queste, la Strategia di comunicazione del PON Ricerca, per il raggiungimento dei propri obiettivi, prevede il ricorso a **ulteriori tipologie di azioni di informazione, comunicazione e visibilità**, con i relativi **strumenti** idonei ad assicurarne l'attuazione.

In particolare, si definiscono le seguenti azioni:

- Migliorare e potenziare il **sito internet** del PON, per renderlo sempre più **accessibile e responsive**, con l'obiettivo di informare i beneficiari e i cittadini: sullo stato di avanzamento del Programma; sulle opportunità offerte attraverso gli avvisi e le relative modalità di partecipazione; sulle best practices sviluppate sui diversi territori coinvolti; sui risultati ottenuti durante la Programmazione. Il sito verrà progressivamente sviluppato con aggiornamenti nelle sue diverse sezioni, implementati nell'ambito di specifici piani editoriali.
- Sviluppare contenuti *ad hoc* da veicolare sul sito del PON Ricerca e sui canali social del MIUR per informare i potenziali beneficiari, anche attraverso un'efficace **video strategy** per raccontare lo stato di avanzamento del Programma e i risultati delle singole Azioni.
- Realizzare **campagne pubblicitarie** finalizzate ad aumentare l'*awareness* del PON, la conoscenza dei suoi obiettivi generali e delle opportunità che mette a disposizione: l'utilizzo di media pubblicitari permette di raggiungere il target di riferimento "opinione pubblica", promuovendo la conoscenza del Programma e del ruolo svolto dai fondi europei.
- **Incrementare la visibilità e la conoscenza del PON nel contesto mediatico nazionale**, con l'obiettivo di arrivare in maniera più efficace agli stakeholder di riferimento e ai beneficiari/destinatari degli interventi. Tali attività potranno essere condotte in collaborazione con gli uffici comunicazione delle Università, degli Enti di ricerca, delle Imprese, degli Enti e delle Amministrazioni pubbliche, centrali e locali, e di altri soggetti coinvolti nell'attuazione e gestione del programma.
- Progettare e realizzare **azioni nei territori** per il coinvolgimento dei cittadini delle comunità territoriali locali, per la divulgazione delle informazioni, ma anche per sperimentare pratiche di

ascolto attivo e di partecipazione attiva e interattiva del Pubblico attraverso (a) l'organizzazione di **eventi a forte impatto mediatico** per contribuire a creare un contesto favorevole, di consenso e di valorizzazione del PON (si prevede la progettazione di format che consentano di valorizzare le opportunità, la diffusione della conoscenza e l'implementazione della visibilità delle azioni previste dai finanziamenti gestiti dal Ministero); (b) la realizzazione di **seminari e workshop a livello locale**, in concomitanza con l'avvio di ogni Azione o nel corso dello svolgimento delle stesse.

- Attivare e coordinare **strumenti digitali e iniziative** che incentivino il coinvolgimento costante e sistemico dei partner per la diffusione di informazioni ai cittadini e agli stakeholder durante l'intero ciclo di attuazione delle iniziative del PON e per la **valorizzazione delle best practice**, al fine di favorire la disseminazione di esperienze positive.
- Ideare e realizzare **materiali informativi con un approccio divulgativo**, volto alla semplificazione della complessità dei contenuti e del linguaggio per raggiungere un pubblico più ampio.
- Diffondere **dati e notizie sui canali social** con modalità volte a favorire la comprensione delle informazioni, attraverso la collaborazione con MIUR Social.
- Valutare le azioni di informazione e comunicazione del PON, degli interventi e del ruolo svolto dai fondi europei, mediante un **sistema di monitoraggio e valutazione** condiviso e mediante **sondaggi** presso l'opinione pubblica delle regioni target del Programma.

Strumenti

Canali e strumenti digitali

- Il **sito web del PON** è lo strumento a cui rimandano tutte le azioni di comunicazione, il punto di riferimento per cittadini, beneficiari, effettivi e potenziali, e stakeholder, progettato secondo un'architettura che consenta il doppio registro comunicativo: tecnico e divulgativo. Uno strumento innovativo, fortemente responsive per facilitare la navigazione da dispositivi mobili, accessibile per i disabili nel rispetto di quanto stabilito dalla Legge Stanca e ss.mm.ii. L'aggiornamento del sito segue un approccio prototipale e ha caratteristiche dinamiche: per migliorare continuamente quanto offerto ai diversi target; per introdurre miglioramenti continui coerenti alle esigenze e ai bisogni correlati all'attuazione del PON e allo stato di avanzamento del Programma stesso; per supportare l'evoluzione del sito verso attività di *community management*. Il sito web del PON Ricerca – collegato al portale unico nazionale individuato nell'Accordo di Partenariato in OpenCoesione www.opencoesione.gov.it per poter

disporre di informazioni sul Programma – fornirà esempi di operazioni finanziate e diffonderà le principali realizzazioni, mediante l'accesso al sito web unico, nel rispetto di quanto stabilito dal Regolamento (UE) 1303/2013, Allegato XII.

In quanto **elemento portante** del sistema di comunicazione, il sito del Programma funzionerà da strumento di informazione e promozione anche di tutte le altre attività di comunicazione realizzate nell'ambito del Programma stesso, fungendo da piattaforma unica anche per gli altri strumenti e servizi digitali che verranno implementati, esemplificati nei punti che seguono.

- Disponibilità in **formato digitale** delle pubblicazioni e degli altri materiali realizzati.
- Possibilità di **registrazione on line** per ricevere pubblicazioni, inviti, newsletter, email alert e alimentare una banca dati di contatti, con profilazione degli utenti, funzionale a tutte le attività di informazione e comunicazione;
- Collegamento a **piattaforme per la gestione automatica delle attività di comunicazione diretta** (eventi, partecipazione a manifestazioni espositive, incontri), relativamente all'afflusso dei partecipanti, alla diffusione di programmi ed eventuali materiali collegati e possibilità di acquisire – tramite la procedura di registrazione on line - informazioni utili a integrare la banca dati dei contatti del Programma con una segmentazione di utenza;
- Predisposizione di **sezioni** - dedicate prioritariamente ai potenziali beneficiari, ai media – con finalità di **condivisione, collaborazione e co-progettazione**;
- Creazione di strumenti di **supporto informativo e collaborativo**, quali ad esempio la disponibilità di **materiali tecnici**, la pubblicazione di **FAQ** e di **tutorial**.

Stampa e media

- **Acquisizione di spazi pubblicitari sulla stampa nazionale e locale**, per incrementare la conoscenza del Programma, diffondendo messaggi sugli obiettivi generali del PON, sulle opportunità che mette a disposizione per la crescita e lo sviluppo e sui risultati raggiunti.
- Realizzazione di **spot audio-video** con un approccio fortemente divulgativo, volti ad aumentare l'*awareness* del PON e a semplificare la sua comprensione, comunicando il suo valore per la crescita del territorio, le azioni previste e le modalità di attuazione ed evidenziando il ruolo dei fondi europei.

Social media

La **presenza sui canali social del MIUR** prevede la creazione di contenuti innovativi e di qualità, per alimentare la conoscenza e il passaparola sul PON, la cooperazione delle parti interessate e per favorire la partecipazione da parte del grande pubblico. La strategia e l'attenzione ai contenuti acquisiranno un ruolo fondamentale per comunicare e interagire con un'audience non esclusivamente tecnico-istituzionale.

In questo quadro, si prevede l'utilizzo dei canali social MIUR: (a) **Facebook** e **Twitter**, quali strumenti per il raggiungimento degli obiettivi di informazione, comunicazione e visibilità; (b) **Instagram**, per la sua innata predisposizione al trattamento di creatività visual: foto, video, stories.

Al fine di comporre un sistema integrato di strumenti di comunicazione online si prevede, inoltre, l'alimentazione del canale **Youtube** già attivo, tramite cui condividere i materiali audiovisivi realizzati.

Eventi di presenza

- **Evento annuale**, per presentare lo stato d'attuazione del Programma, progetti e operazioni finanziate, esperienze da valorizzare e buone pratiche, oltre ai risultati del PON.
- **Incontri a livello territoriale** (convegni, seminari, workshop) rivolti prioritariamente ai potenziali beneficiari, ai beneficiari e ad altri stakeholder, per diffondere gli obiettivi del Programma, esplicitandone le finalità e le opportunità per ogni singolo Asse di intervento, le attività, i risultati e per stabilire occasioni di collaborazione tra Amministrazioni.
- **Eventi di informazione e sensibilizzazione per il grande pubblico**, finalizzati: (a) a garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse, comunicando attività, operazioni finanziate, risultati ottenuti; (b) a comunicare il valore aggiunto della politica di coesione comunitaria nel supporto alla strategia nazionale di rafforzamento istituzionale e di riforma e modernizzazione della PA; (c) ad aprire la Pubblica Amministrazione al confronto e alla partecipazione della cittadinanza.
- **Partecipazione con stand e/o organizzazione di workshop/laboratori tematici a fiere e manifestazioni espositive** di interesse per il Programma (es. Forum PA, Notte dei ricercatori).

Pubblicazioni e prodotti informativi

La realizzazione di pubblicazioni e strumenti tecnici di supporto risponde all'obiettivo di illustrare e approfondire la conoscenza del Programma disponendo di una gamma di prodotti diversi,

differenziati per target di riferimento e taglio editoriale. Le pubblicazioni offriranno informazioni sugli obiettivi e le opportunità di finanziamento del Programma, sugli interventi finanziati, sui risultati ottenuti e verranno realizzate attraverso:

- **brochure informative** (anche con infografiche) sul programma e azioni del PON e **materiali informativi** da realizzare con un approccio fortemente divulgativo e valorizzando al massimo la componente grafica della comunicazione, per evidenziare dati e informazioni relativi alla crescita e allo sviluppo innescati dalle azioni realizzate nell'ambito del PON.
- **Documenti per i lavori del Comitato di sorveglianza.**
- **Schede sui contenuti PON, schede tematiche, pubblicazioni di approfondimento, video e altri materiali audiovisivi** previsti nella strategia editoriale implementata tramite i piani editoriali, finalizzati ad incrementare e rendere più efficace l'interazione con il pubblico dei cittadini.
- **Manifesti e poster**, ad eventuale supporto degli eventi di presenza.

Le pubblicazioni e gli strumenti informativi descritti saranno destinati ai potenziali beneficiari e ai beneficiari (oltre che a tutti gli stakeholder del Programma) con l'obiettivo di rappresentare dei veri e propri strumenti di lavoro (ad esempio linee guida, manuali e vademecum) in grado di fornire informazioni chiare e aggiornate sulla normativa di settore, sulle procedure, sulle scadenze, sulle strutture di riferimento e su tutta la documentazione di interesse nell'attuazione del Programma.

Reti e partenariato

I diversi soggetti coinvolti dal Programma (enti pubblici, cittadini, beneficiari, effettivi e potenziali, stakeholder) costituiscono una risorsa di enorme importanza per l'attuazione del Programma stesso e una rete di eccezionale efficacia per la sua comunicazione e visibilità. Per garantire che questo network esprima appieno tutte le sue potenzialità, occorre predisporre e diffondere strumenti di interazione e coinvolgimento che rendano semplice ed efficace lo scambio di informazioni tra i soggetti coinvolti.

In quest'ottica, **il sito del PON** deve costituire una piattaforma privilegiata attraverso la quale veicolare informazioni relative al Programma, stimolare la partecipazione attiva di cittadini e beneficiari, condividere esperienze, consolidare i rapporti tra i partner.

Il sito del PON costituisce, in questa prospettiva, uno strumento di fondamentale importanza, oltre che rappresentare una fonte qualificata di informazioni a supporto dell'attività di monitoraggio e valutazione della strategia di informazione, comunicazione e visibilità.

In considerazione del ruolo fondamentale svolto nel facilitare e favorire il confronto e scambio di buone pratiche in merito ai fondi europei, l'azione del PON Ricerca rafforzerà la collaborazione con le reti nazionali dei comunicatori FESR (Agenzia per la Coesione Territoriale), dei comunicatori FSE (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro) e con le reti transnazionali dei comunicatori FESR (INFORM) e FSE (INIO).

5. Budget

Il Budget fa riferimento al sostegno programmato del FESR-Fondo Europeo di Sviluppo Regionale per Asse III – Assistenza Tecnica. In particolare, l'Azione III.2 prevede, per l'intero periodo di programmazione 2014-2020, risorse finanziarie complessive a valere sul FESR pari a Euro 3.217.750,00 (tremilioniduecentodiciassettemilasettecentocinquanta/00).

Tabella 1 – Budget Azione III.2

BUDGET AZIONE III.2				
FESR – Azione III.2 per categoria di regione			Azione III.2	Azione III.2
Categoria di regione	Codice	Valore in Euro	Contropartita nazionale	Finanziamento totale
Meno sviluppate	123 – Informazione e comunicazione	2.298.320,41	574.580,10	2.872.900,51
In transizione	124 – Informazione e comunicazione	206.909,69	137.939,79	344.849,48
		2.505.230,10	712.519,90	3.217.750,00
		Importi FESR, per codice e categoria di regione, così come riportati in Tab.14 – Asse III – del PON approvato con decisione C(2018)8840 del 12.12.2018 (pag. 102)	Contropartita nazionale corrispondente al sostegno FESR per codice di categoria di regione	Totale dotazione Azione III.2 (FESR + contropartita nazionale)

A valere sulle risorse finanziarie complessive disponibili (cfr. Tabella 1), si è proceduto ad acquisire in *outsourcing*, nel rispetto della normativa europea degli appalti pubblici, i necessari servizi di *assistenza tecnica specialistica* per supportare l'Ufficio IV nell'attuazione delle misure di informazione, comunicazione e visibilità del PON, nel perseguire gli obiettivi, nell'attuarne le azioni, nell'attivazione dei relativi strumenti e servizi per la comunicazione pubblica sui fondi strutturali del Programma fino al 31 dicembre 2023.

Le risorse vengono inoltre utilizzate per la realizzazione di azioni direttamente gestite dall'Amministrazione, per l'acquisto di materiali destinati all'informazione, comunicazione e visibilità del PON e per l'implementazione di ogni altra attività prevista nella presente Strategia e nei Piani annuali di comunicazione.

6. Organizzazione e governance

In materia di informazione e comunicazione, il Regolamento (UE) 1303/2013 pone l'accento su una maggiore "responsabilizzazione" delle figure e delle strutture competenti nell'attuazione della Strategia di comunicazione settennale di cui è responsabile l'Autorità di Gestione.

La norma regolamentare stabilisce, infatti, che *"ciascuna Autorità di Gestione nomina una persona responsabile dell'informazione e della comunicazione a livello del programma operativo e ne informa la Commissione"*.

Tale figura deve garantire il **raccordo con la rete di comunicatori** designati per ciascun Programma Operativo e il **raccordo con il funzionario** incaricato dell'informazione e della comunicazione che coordina le azioni di informazione e di comunicazione **a livello nazionale** e che cura l'informazione nei confronti della Commissione Europea.

Tale figura, inoltre, dovrà **rappresentare il Programma nelle attività svolte dalle reti di comunicatori a livello comunitario**, sia relative al Fondo Sociale Europeo sia al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, trattandosi di un Programma Operativo plurifondo.

Relativamente all'implementazione della Strategia di comunicazione del Programma, il responsabile dovrà infine:

- informare annualmente il Comitato di Sorveglianza sui progressi nell'attuazione della Strategia di comunicazione e sulle attività previste per l'anno successivo;
- presentare nelle Relazioni di attuazione annuali del 2017 e del 2019, in base al Regolamento (UE) 1303/2013, art. 111 *"i risultati delle misure di informazione e pubblicità dei fondi promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione"* in base alle modalità contenute nel Regolamento di esecuzione (UE) 207/2015 relativamente alle relazioni di attuazione;
- coordinare il collegamento con il portale web nazionale, assicurandosi che vengano forniti esempi di operazioni sul Programma, tradotti anche in una lingua ufficiale dell'Unione di ampia diffusione e diversa dalla lingua italiana;
- garantire che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato.

In ottemperanza alla disposizione riportata al comma 3, articolo 117 del Regolamento (UE) N. 1303/2013, l’Autorità di Gestione ha nominato la risorsa responsabile dell’informazione e della comunicazione, a livello di PON, informandone la Commissione.

Riferimenti organizzativi di responsabilità:

- ❖ Autorità di Gestione, Antonio Di Donato, dirigente Ufficio IV, e-mail: segreteria.adg@miur.it;
- ❖ Responsabile dell’informazione e della comunicazione, a livello di PON, Marina Panattoni, funzionario Ufficio IV, e-mail: comunicazione.ponricerca@miur.it

Nell’ambito del Programma, il Dirigente dell’Ufficio IV (Autorità di Gestione) assicura il coordinamento delle attività e delle risorse della comunicazione e il responsabile dell’informazione e comunicazione assicura, tra l’altro, che tutte le misure di informazione, comunicazione e visibilità del PON siano realizzate conformemente alla Strategia di comunicazione del programma e che queste stesse mirino alla massima copertura mediatica, utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione a livello appropriato.

A livello organizzativo le leve di miglioramento sono: le persone, i processi gestionali, i sistemi e le strutture organizzative stesse. Per esempio, nella prospettiva evolutiva (in presenza di manifestazioni d’interesse da parte di cittadini e operatori) di avviare e migliorare le necessarie attività di *community management* per implementare nel sito funzioni e servizi per favorire comunità e reti online. Naturalmente, il tutto in coerenza tra il possibile ottimale mix di risorse disponibili e la priorità dettata dalla stessa missione organizzativa.

La *governance* della comunicazione s’inquadra nell’ambito della generale *governance* a più livelli e trova i suoi principali momenti di manifestazione a livello di Comitato di sorveglianza e di Autorità di Gestione.

7. Valutazione annuale e strategica

7.1 Struttura e finalità del processo di valutazione

Secondo quanto previsto dall’Allegato XII, punto 4, lettera g) del Regolamento (UE) n.1303/2013, la valutazione delle azioni di comunicazione e informazione è diretta alla verifica dei risultati in termini di visibilità della politica, del programma operativo, delle operazioni implementate, del ruolo svolto dai fondi europei e di sensibilizzazione rispetto alla loro azione.

La valutazione si articola su due piani: una valutazione annuale (sistematica) e una valutazione strategica (puntuale), da attuare a metà percorso e alla fine. In particolare, la valutazione annuale

(sistematica) ha lo scopo di monitorare e orientare le attività di attuazione della Strategia attraverso lo strumento dei Piani annuali, in una logica di miglioramento della qualità dei processi e dei servizi e per gruppi di destinatari.

La valutazione è uno strumento necessario ad orientare i processi decisionali, a definire ed aggiornare gli obiettivi strategici ed operativi, assicurandone la coerenza con l'orientamento del MIUR, in qualità di Autorità di Gestione, rispetto alle dimensioni⁴ della gestione integrata e strategica di programma.

La valutazione prende in esame l'attuazione della Strategia e dei Piani annuali (obiettivi, azioni e strumenti per i diversi destinatari), con lo scopo di costituire uno strumento utile a sostenere un processo di miglioramento continuo finalizzato alla soddisfazione dei destinatari (*people satisfaction*) e all'eventuale aggiornamento e correzione della stessa Strategia.

La valutazione deve consentire, in particolare, l'analisi del livello di efficacia raggiunto nell'attuazione degli obiettivi/azioni, a titolo di esempio, in ordine a:

- *conoscenza e consapevolezza* (in termini di visibilità/notorietà) da parte dei cittadini (in particolare quelli residenti nei territori obiettivo) della politica di coesione, del Programma e delle attività ad esso correlate, nonché del ruolo svolto dai fondi FSE e FESR e dall'Unione europea, anche in termini di sensibilizzazione e diffusione presso la cittadinanza;
- *comunicazione e diffusione* verso potenziali beneficiari delle opportunità di finanziamento rese disponibili dal FSE e FESR del PON, anche in termini di affiancamento fornito ai beneficiari effettivi rispetto alle misure di informazione e comunicazione di cui sono direttamente responsabili, durante l'attuazione delle iniziative finanziate, per informare i cittadini del sostegno ottenuto dai fondi europei;
- *mobilitazione* volontaristica di partner dell'informazione e della comunicazione del Programma per la moltiplicazione dell'informazione presso le comunità territoriali locali dei territori obiettivo e la conseguente partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini come diretta conseguenza delle azioni di animazione territoriali in partenariato.

7.2 Il Sistema di Monitoraggio e Valutazione: ambiti e indicatori

La Strategia prevede l'implementazione di un Sistema Monitoraggio e Valutazione (SMV) da applicare a tutte le misure di informazione e comunicazione del PON e a tutte le azioni previste;

⁴ Le dimensioni: trasparenza, collaborazione e partecipazione dei cittadini

tale Sistema viene gestito e sviluppato, durante l'intero ciclo di vita del PON, conformemente alla Strategia e a eventuali aggiornamenti della stessa.

L'analisi periodica delle azioni di informazione, comunicazione e visibilità condotte nell'ambito dell'attuazione dei Piani annuali costituisce anche la base della valutazione di tipo strategico. Tale valutazione permette di analizzare l'efficacia della Strategia e la coerenza dei suoi obiettivi, in modo da poter intervenire consapevolmente con le opportune modifiche e/o integrazioni.

Al fine di verificare l'efficacia della strategia, è stato individuato un set di *indicatori di realizzazione e risultato* (cfr. tabella 2). Gli indicatori di realizzazione sono funzionali alla verifica dell'avanzamento attuativo in riferimento alle azioni di informazione e comunicazione. Gli indicatori di risultato, invece, esprimono i cambiamenti attesi in termini di consapevolezza, conoscenza, attitudine, opinione, disponibilità e accessibilità alle informazioni, in linea con gli obiettivi generali e specifici della strategia.

La Strategia prevede, pertanto, diversi momenti di valutazione nel corso del ciclo di attuazione del Programma, a cura dell'*Unità organizzativa comunicazione*, che integreranno le valutazioni del Programma previste dal Piano di valutazione.

I Piani di comunicazione annuali devono contenere, in modo dettagliato, le azioni, i canali e gli strumenti definiti e adottati dalla Strategia, oltre alle attività previste per la gestione del sistema di monitoraggio e valutazione, basato sugli indicatori di realizzazione e di risultato. I componenti assegnati all'*Unità organizzativa comunicazione* dell'Ufficio IV sono responsabili del monitoraggio e della valutazione annuale delle misure di informazione e comunicazione e collaborano all'elaborazione e all'attuazione del Piano di valutazione del Programma, partecipando attivamente ai lavori dei team per le valutazioni del programma.

7.3 Esempio di indicatori e di strumenti

La valutazione si basa su un'attività periodica e strutturata di misurazione di indicatori di realizzazione e di risultato, appositamente definiti per monitorare le attività svolte e valutarne il livello di efficacia nel perseguimento degli obiettivi. In quest'ottica, per ogni strumento di comunicazione adottato e in riferimento alle azioni e obiettivi definiti, devono essere previsti indicatori adeguati a monitorare i risultati e specifiche attività e strumenti per la loro misurazione.

Nella tabella che segue, vengono riportati gli *indicatori di realizzazione e di risultato* (Tabella 2) associati a ciascuna azione svolta nell'ambito dell'attività di informazione, comunicazione e visibilità.

Tabella 2 - Indicatori di realizzazione e di risultato

TIPOLOGIA AZIONE	INDICATORE DI REALIZZAZIONE FISICA	INDICATORE DI RISULTATO (OUTPUT)
Comunicazione on line: web e social	n. pagine pubblicate	n. visite
	n. materiali/documenti pubblicati	n. pagine visitate
	n. notizie pubblicate	n. pagine visitate
	n. video pubblicati sul canale youtube	n. visualizzazioni
Comunicazione diretta: eventi realizzati per tipologia	Evento annuale	n. partecipazione per tipologia eventi (effettivi/attesi) n. distribuzione materiale (copie pubblicazioni distribuite per tipologia su partecipanti effettivi)
	Partecipazione a fiere	
	Eventi per i beneficiari (Info day)	
	Roadshow con incontri informativi	
Pubblicazioni e materiali di supporto (anche web)	Altri eventi sul territorio	
	n. Locandine/poster	n. affissioni
	n. pubblicazioni realizzate per tipologia (leaflet, brochure, di approfondimento, manualistica, Linee guida, kit di comunicazione eventi...)	n. visualizzazioni pubblicazioni per tipologia prodotto
	n. audiovisivi pubblicati (video/spot/infografiche)	n. visualizzazioni

Inoltre - attraverso rilevazioni periodiche (indagini, sondaggi, interviste, focus group) - verranno alimentati *indicatori di impatto* per misurare:

- il grado di conoscenza del Programma da parte di potenziali beneficiari e beneficiari;
- il grado di conoscenza del Programma presso il grande pubblico;
- il grado di interesse dei media sui contenuti e le attività del Programma.

L'attività periodica di raccolta dei dati e delle informazioni necessarie ad alimentare *gli indicatori di realizzazione, di risultato e di impatto* necessita di definire e strutturare alcuni strumenti per la gestione del sistema di monitoraggio e valutazione. A titolo non esaustivo ed esclusivamente esemplificativo:

- applicazioni per il monitoraggio del sito web e dei social media;
- database delle attività svolte (eventi, congressi, workshop, ecc.) da parte del Programma per informare, comunicare e dare visibilità alle azioni svolte e alle opportunità offerte;
- database elenco delle attività svolte (eventi, congressi, workshop, ecc.) da parte dei Beneficiari per informare i cittadini sui fondi ottenuti;
- analisi e studi sulla visibilità del PON sul Web;
- database del materiale informativo e divulgativo realizzato e distribuito;

- database relativo alle campagne di comunicazione svolte (eventi informativi, campagne stampa e social, news sul sito web del PON, ecc.).

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Formazione Superiore e per la Ricerca
Direzione generale per il coordinamento, la promozione e la valorizzazione della ricerca
Autorità di Gestione PON Ricerca e Innovazione 2014-2020

Via Michele Carcani, 61 - Roma

www.ponricerca.gov.it
comunicazione.ponricerca@miur.it



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

