

FESR 2014-2020

# PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALITÀ 2019-2020

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE  
CULTURA E SVILUPPO

*Documento approvato nella seduta del  
Comitato di Sorveglianza del 16 luglio 2019*



MINISTERO  
PER I BENI E  
LE ATTIVITÀ  
CULTURALI

# INDICE

1. Premessa .....	2
2. I principali risultati della comunicazione 2018-2019 .....	2
3. Obiettivi strategici del Piano 2019-2020 .....	11
4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2019-2020 .....	12
5. Budget .....	18
6. Monitoraggio e valutazione .....	18

## 1. Premessa

Il presente documento si riferisce alla pianificazione delle azioni di informazione e comunicazione relative al PON Cultura e Sviluppo FERS 2014-2020 per l'annualità 2019-2020, predisposto in coerenza con le priorità definite dalla Strategia di Comunicazione - approvata dal Comitato di sorveglianza in data 05/08/2015 - e con gli obblighi previsti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013.

In linea con i precedenti Piani di Comunicazione 2016/2017 e 2017/2018, il documento presenta una descrizione delle attività di comunicazione previste per il periodo 2019-2020, a partire da quanto realizzato nell'anno precedente e dallo stato di attuazione del Programma.

## 2. I principali risultati della comunicazione 2018-2019

Nel corso della precedente annualità, la comunicazione del PON Cultura e Sviluppo ha puntato prioritariamente a dare informazione rispetto a tutte le iniziative ammesse a finanziamento e realizzate, a diffondere le opportunità offerte dal Programma, mettendo a disposizione strumenti volti a garantire il coinvolgimento e la partecipazione e di supporto dei beneficiari nell'attuazione delle loro attività.

Le azioni di comunicazione realizzate sono state rivolte a quattro gruppi di riferimento principali: grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e partenariato.

Dal punto di vista degli strumenti e delle azioni messe in campo, l'informazione e la comunicazione del PON Cultura e Sviluppo è stata potenziata in primo luogo attraverso l'implementazione della versione 2.0 del [sito istituzionale](http://www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it) [www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it](http://www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it), rilasciata e presentata nel corso del Comitato di Sorveglianza del Comitato di Sorveglianza del luglio 2018.



Nel corso dell'anno il sito è stato curato e aggiornato in maniera costante e si è arricchito di news, documenti e materiali di comunicazione differenti destinati alle diverse tipologie di target, attraverso la predisposizione di contenuti relativi allo stato di avanzamento ed attuazione del Programma, alle opportunità da esso previste, specie per le imprese culturali e creative - oggetto di precipua attenzione con la Misura Cultura Crea ad esse dedicata - alle più generali tematiche inerenti le politiche di coesione. Le sezioni del sito sono state alimentate inoltre, come previsto, con documenti e manuali utili alla corretta attuazione e gestione del Programma da parte di beneficiari, come ad esempio le [Linee guida soggetti beneficiari](#), documento aggiornato e arricchito rispetto alla precedente versione disponibile, frutto dell'attività di serrato monitoraggio posta in essere dall'Autorità di Gestione e di un costante dialogo con i soggetti coinvolti in ogni fase dell'attuazione del Programma.

E' stata infine potenziata la versione in lingua inglese del sito, rendendo disponibili ulteriori pagine dedicate alla descrizione del Programma.

Il presidio e la gestione quotidiana del sito web sembrano aver conseguito gli obiettivi prefissati, con un significativo incremento degli accessi, pari a 2.224.362 nel periodo luglio 2018 – giugno 2019, effettuati da 36.102 visitatori diversi, con un incremento del 71% rispetto alla precedente versione online.

L'attività di informazione sul web è stata curata in maniera costante, sviluppando anche contenuti e strumenti specifici di supporto ai potenziali beneficiari quali la realizzazione di n. 10 [Webinar](#) organizzati dall'UCOGE Invitalia, al fine di presentare le opportunità offerte dalla Misura Cultura Crea ed aiutare i potenziali imprenditori nella fase di presentazione della domanda e di predisposizione dei business plan.

In maniera coordinata ed integrata all'attività redazionale del sito web, sono proseguite le attività di informazione e comunicazione online attraverso il costante presidio dei canali social [Facebook](#) e [Twitter](#) che, con modalità di interazione immediata e diretta, hanno consentito di raggiungere un pubblico ampio e divulgare informazioni, non solo di diretta pertinenza dell'Autorità di Gestione, ma anche relative ai soggetti beneficiari



e del partenariato istituzionale ed economico-sociale del Programma. Facebook si è rivelato uno strumento efficace di comunicazione diretta con gli utenti del Programma che spesso hanno scelto la bacheca o la messaggistica social per chiedere informazioni e aggiornamenti sulle opportunità messe in campo dal Programma o sugli interventi previsti o in corso nel proprio territorio. L'immediata capacità di riscontro e disponibilità mostrata dagli uffici dell'Autorità di Gestione che gestiscono l'account è stata più volte riconosciuta e apprezzata anche pubblicamente dagli stessi utenti.

A supporto del miglior utilizzo degli strumenti social è stata definita e pubblicata la [social media policy](#) del Programma, redatto allo scopo di informare gli utenti del web sulle finalità, i contenuti e le regole d'uso dei canali social del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020.

Come previsto infine dal Piano dell'annualità 2018-2019, in collaborazione con l'Ufficio Stampa e Comunicazione del Mibac è stata data evidenza alle attività di comunicazione del PON Cultura e Sviluppo anche sul [canale youtube](#) istituzionale, predisponendo la raccolta e selezione dei materiali audiovisivi realizzati nell'ambito delle attività di comunicazione del Programma.

D'intesa ed in sinergia con le attività di comunicazione istituzionali in capo all'Ufficio Stampa e Comunicazione del Mibac, la comunicazione del Programma elabora costantemente news e contenuti destinati al sistema dei media e ai moltiplicatori dell'informazione. Ogni opportunità, ogni procedura avviata o modificata, ogni evento sono oggetto di news che vengono pubblicate tempestivamente sul sito del Programma e rilanciate e valorizzate attraverso la redazione e diffusione, in collaborazione con l'Ufficio Stampa Mibac, di comunicati e note stampa.

Il sito istituzionale e i canali social sono stati essenziali anche per la promozione dell'[Evento annuale "Cultura Crea Cultura"](#), tenutosi a Roma il 11 dicembre 2018, che ha visto l'affluenza di 120 partecipanti, tra addetti ai lavori e grande pubblico e che ha avuto quale fulcro l'ideazione e realizzazione della Mostra espositiva ["Un Viaggio nella Creatività. Le imprese finanziate da Cultura Crea"](#).



La mostra ha inteso essere da un lato un nutshell di quanto realizzato dalle imprese finanziate dal PON nel 2018 ma anche un punto di partenza per rendere ancora più efficace lo strumento di incentivi ad esse dedicato. Per questo motivo è stato ideato un format potenzialmente replicabile, in altre sedi e con il coinvolgimento di nuovi beneficiari, primi testimonial dell'efficacia degli obiettivi e delle strategie d'interventi Programma.

Al fine di aumentare la visibilità sia dell'evento annuale che, più specificatamente, della Mostra, è stata predisposta una **landing page** dedicata, accessibile direttamente dalla homepage del sito, nella quale rivivere gli highlights dell'intera giornata, esplorare virtualmente la Mostra e conoscere le storie e i prodotti delle imprese protagoniste.

Con riferimento alle **attività di comunicazione diretta**, si segnalano alcune iniziative ed incontri che hanno visto protagonista il PON Cultura:

- **Progetto Integrity Pacts - “Civic Control Mechanism for Safeguarding EU funds”.**

Il PON Cultura e Sviluppo ha aderito al Progetto lanciato nel 2015 dalla Commissione Europea, attraverso la DG per le Politiche Regionali, ed è oggi uno 4 progetti pilota in corso di svolgimento in Italia, con l'obiettivo di testare i Patti d'Integrità nelle procedure di gare d'appalto per le opere finanziate con fondi strutturali e di investimento europei. Uno strumento che mira a rendere più trasparente il processo di una gara d'appalto, istituendo un "patto" di fiducia e reciproco impegno a principi di correttezza, lealtà e trasparenza tra tutti gli attori in gara. Il PON partecipa al progetto di monitoraggio civico con due interventi, del valore complessivo di 2 milioni di euro, in Regione Calabria, presso il Museo Archeologico Nazionale della Sibaritide e il Parco Archeologico di Sibari.

L'iniziativa ha visto la realizzazione di diverse attività rivolte alla cittadinanza e agli stakeholders locali, tra le quali la “Scuola di integrità” che, oltre a prevedere seminari e workshop, ha aperto alla visita dei partecipanti **i cantieri del PON** per la realizzazione del nuovo allestimento museale e multimediale del Museo archeologico nazionale della Sibaritide e per la musealizzazione e sistemazione esterna dell'area archeologica denominata "Casa Bianca". Al “cantiere aperto”



hanno partecipato anche due gruppi di studenti di istituti d'istruzione calabresi aderenti al progetto "A Scuola di OpenCoesione" (ASOC).

Il Progetto e il percorso partecipativo realizzato a Sibari sono stati presentati lo scorso 28 novembre 2018 a Bruxelles, nell'incontro "**Stakeholders event**", tra la DG Regio e tutti gli attori interessati dai Patti di Integrità stipulati nell'ambito dei 17 progetti pilota. Nel corso dell'evento, le esperienze di Monitoraggio civico finanziate dal PON Cultura e Sviluppo in Calabria sono state indicate tra le Best Practices dell'iniziativa, grazie anche alla collaborazione e al costruttivo dialogo intrapreso con ActionAid.

- La **partecipazione ad incontri, seminari e workshop**: tra questi l'evento "Il patrimonio culturale digitale. Iniziative in Europa e in Italia, il 24 ottobre 2018 organizzato dalla rete dei Centri di documentazione europea (Cde) di Roma e il Cde della Biblioteca Centrale 'G. Marconi' del Cnr; il seminario "Gli incentivi alle imprese culturali e creative. Gli strumenti MiBAC per favorire la nascita e il consolidamento delle ICC" in collaborazione con UniMarconi, svoltosi a Roma il 30 novembre 2018; un seminario di approfondimento nell'ambito del "Master in Progettazione e accesso ai fondi europei per la cultura, la creatività e il multimediale", presso l'Università degli Studi di Perugia il 23 marzo 2019.

Tutti gli eventi e gli incontri svolti hanno rappresentato l'occasione per distribuire e divulgare materiali informativi e promozionali predisposti dall'Autorità di Gestione: dai booklet sullo stato di attuazione ed avanzamento del Programma, all'"**Indagine sul sistema produttivo culturale e creativo del Mezzogiorno**", realizzata in collaborazione con Demoskopika, e la pubblicazione "**Storie di Cultura Crea**", un catalogo che racconta le imprese finanziate ed i loro progetti d'investimento nel settore culturale e creativo, concretizzate anche grazie al sostegno della Misura del PON ad essa dedicata.

Il Programma ha infine preso parte, come ormai di consueto, agli incontri di coordinamento e confronto con la **Rete Nazionale dei comunicatori FESR**, partecipando alle iniziative da essa promosse in forma congiunta. A tal riguardo, nel corso dell'annualità di riferimento, è stato realizzato un **reportage foto ed un video** quale



contributo alla realizzazione della mostra fotografica e del video #EuropeForCulture #EuropeForSocialRights, dedicati ai 30 Anni delle Politiche di Coesione e all'Anno Europeo del Patrimonio Culturale, presentati a Matera in occasione della Riunione Annuale di Riesame con la Commissione Europea del 27-28 settembre 2018.

Il contributo video realizzato riguarda gli interventi finanziati sugli attrattori culturali della Basilicata: Museo Archeologico Nazionale di Metaponto, Parco Archeologico dell'Area Urbana e Tempio delle Tavole Palatine.

Con riferimento ai materiali di comunicazione audiovisivi, nel corso dell'annualità di riferimento sono stati inoltre realizzati cinque video reportage (uno per ciascuna regione interessata dal Programma) sullo stato di attuazione al 2018 di interventi del PON e l'impatto sugli attrattori e sul territorio. Questi cinque video – in corso di post produzione e a breve online - potranno essere adattati ai diversi mezzi di diffusione ed integrati con infografiche e dati esplicativi.

Nella tabelle che seguono si riporta il riepilogo dello stato di avanzamento delle attività di comunicazione realizzate rispetto al Piano di comunicazione 2018-2019, approvato dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 26 luglio 2018, e un quadro generale di sintesi sugli indicatori di output al 30 giugno 2019.





Tabella 1. Attività realizzate rispetto a quanto previsto dal Piano di comunicazione 2018-2019

PIANO DI COMUNICAZIONE 2018-2019	
Attività previste	Attività realizzate
<b>Informazione e comunicazione su web</b>	- Aggiornamento sito istituzionale e canali social; - nuove pagine in inglese del sito web; - attivazione link canale youtube Mibac; - Realizzazione Webinar; - Realizzazione Landing page Mostra “Un Viaggio nella Creatività. Le imprese finanziate da Cultura Crea”;
<b>Relazioni con i media</b>	Comunicati e note stampa
<b>Materiali a stampa e audiovisivi</b>	- Booklet #STORIEDICULTURACREA; - Booklet #PONCULTURAESVILUPPO; - 5 video reportage sullo stato di avanzamento del PON;
<b>Iniziative di comunicazione diretta - IL CANTIERE</b>	Scuola di integrità e “Cantieri del PON organizzati nell'ambito del Progetto Integrity Pacts.
<b>Eventi</b>	Evento Annuale - Mostra “Un Viaggio nella Creatività. Le imprese finanziate da Cultura Crea”;
<b>Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato</b>	Linee guida soggetti beneficiari (v.2.0); Linee guida e manuale d’uso comunicazione a cura dei Beneficiari (v.2.0). Partecipazione incontri Rete dei comunicatori FESR e iniziative di comunicazione Agenzia Coesione.
<b>Monitoraggio e valutazione</b>	- Monitoraggio comunicazione web e canali social; - indagine sul sistema produttivo culturale e creativo del Mezzogiorno – FOCUS CULTURA CREA.

Tabella 2. Avanzamento indicatori di output Attività di comunicazione (Asse III) al 31.6.2019

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2019	Output
Linee guida, documenti metodologico-operativi	N.	7	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istruzioni operative per i beneficiari;</li> <li>• Linee guida beneficiari in materia di informazione e pubblicità;</li> <li>• Manuale d'uso Community MiBAC</li> <li>• Asse I - Linee guida Soggetti Beneficiari;</li> <li>• Social media policy</li> </ul>

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2019	Output
Prodotti informativi e pubblicitari	N.	25	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sito web PON;</li> <li>•Attivazione e gestione di due pagine "social" Facebook e Twitter;</li> <li>•Piattaforma online "Forum permanente delle Imprese culturali e creative".</li> <li>•Brochure <i>CulturaCrea</i>;</li> <li>•Video <i>CulturaCrea</i>;</li> <li>•Brochure PON;</li> <li>•PON editato e stampato;</li> <li>•Newsletter "PON News" n. 1/2017;</li> <li>•Newsletter "PON News" n. 2/2017;</li> <li>•Quaderno <i>CulturaCrea</i>. Finanziamenti per le imprese culturali e creative;</li> <li>•Booklet #PONCULTURAESVILUPPO</li> <li>•Booklet #STORIEDICULTURACREA</li> <li>•Booklet #PONCULTURAESVILUPPO (dic. 2018)</li> <li>•Landing page <i>Cultura crea Cultura</i></li> <li>•Video Riunione di Riesame</li> <li>•5 video reportage sullo stato di avanzamento del PON</li> </ul>
Attività di informazione e disseminazione (giornate, seminari, ecc.)	N.	15	33	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Evento lancio PON 9/6/2015;</li> <li>•<i>CulturaCrea</i> evento di lancio;</li> <li>• 4 seminari regionali;</li> <li>•Partecipazione <i>Borsa archeologica Mediterraneo - Paestum</i> (Ed. 2015-2016);</li> <li>•Partecipazione <i>Forum PA 2017</i>;</li> <li>- Webinar <i>Cultura Crea - 2017</i>:</li> <li>•27/07/2017</li> <li>•14/09/2017</li> <li>•10/11/2017</li> <li>- Webinar <i>Cultura Crea - 2018</i></li> <li>•28/02/2018</li> <li>•19/04/2018</li> </ul>

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2019	Output
				<ul style="list-style-type: none"> <li>•23/05/2018</li> <li>•12/06/2018</li> <li>•24/07/2018</li> <li>•28/09/2018</li> <li>•31/10/2018</li> <li>•28/11/2018</li> <li>- Webinar Cultura Crea - 2019</li> <li>•21/02/2019</li> <li>•08/03/2019</li> <li>•03/04/2019</li> <li>•08/05/2019</li> <li>•05/06/2019</li> <li>•26/06/2019</li> <li>•Tavolo stakeholders ICC 6/10/2017;</li> <li>•Tavolo stakeholders ICC 9/11/2017;</li> <li>•Stati Generali delle imprese culturali e creative - Roma, 1-2/2/2018;</li> <li>• “Il patrimonio culturale digitale. Iniziative in Europa e in Italia” - Centro di documentazione europea (Cde) CNR - Roma, 24.10.2018</li> <li>• “Stakeholders event”- Bruxelles, 28.11.2018</li> <li>• Seminario "Gli incentivi alle imprese culturali e creative. Gli strumenti MiBAC per favorire la nascita e il consolidamento delle ICC" UniMarconi - Roma, 30.11.2018</li> <li>•Evento Annuale Cultura Crea Cultura, Roma 11.12.2018</li> </ul>

### 3. Obiettivi strategici del Piano 2019-2020

La comunicazione per l'annualità 2019-2020 sarà sempre più orientata alla valorizzazione ed alla visibilità dei progetti finanziati, alla pubblicizzazione dei risultati raggiunti dal Programma ed alla promozione delle opportunità di finanziamento offerte, in particolar modo, dalla misura Cultura Crea.

Sarà inoltre obiettivo prioritario quello di rafforzare la consapevolezza, presso il grande pubblico, del contributo offerto dall'Unione europea e dalle Politiche di coesione a sostegno dello sviluppo innovativo e sostenibile dei territori, raccontando l'impatto che i progetti finanziati hanno sui territori di riferimento e le storie di quanti hanno già beneficiato dei finanziamenti messi a disposizione dal Programma.

Nello specifico, pertanto, le azioni pianificate nel quadro delle diverse linee di attività successivamente descritte avranno quali obiettivi operativi:

- comunicare i risultati raggiunti, evidenziandone l'impatto per lo sviluppo territoriale;
- comunicare l'avvio di nuove iniziative e le attività realizzate dai beneficiari;
- garantire visibilità e informazione a tutte le opportunità offerte dal Programma;
- supportare i beneficiari nelle loro attività di informazione e comunicazione;
- potenziare gli strumenti di raccolta feedback, sia online sia attraverso servizi mirati;
- proseguire nell'attività di collaborazione e comunicazione interistituzionale, con tutti i soggetti a diverso titolo coinvolti, a partire dalle strutture periferiche in cui è articolato il Mibac, alle Regioni di riferimento per l'attuazione del Programma, alle autorità nazionali (Agenzia per la Coesione Territoriale, Portale unico dell'informazione e della comunicazione 2014-2020 *OpenCoesione*, Rete Nazionale dei comunicatori FESR).

## 4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2019-2020

Per poter conseguire tali obiettivi, verranno utilizzate **azioni integrate** di comunicazione, rivolte ai cinque gruppi di riferimento già individuati dalla Strategia di Comunicazione del Programma (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori dell'informazione e partenariato).

### 4.1. Comunicazione on line: web e social

Il sito web continuerà a costituire il principale strumento di comunicazione del Programma focalizzandosi primariamente, sui principali risultati raggiunti, sullo stato di avanzamento degli interventi e sulle esperienze più significative degli imprenditori finanziati con la misura Cultura Crea, sulle opportunità offerte dal Programma.

Oltre alla ordinaria attività di aggiornamento della sezione relativa alle news del Programma e delle iniziative legate alla Politica di Coesione, sarà implementata la sezione "PON in cifre" sullo stato di attuazione degli interventi finanziati sia sull'Asse I che sull'Asse II, attraverso l'aggiornamento trimestrale dei dati, resi fruibili e accessibili direttamente dalla home page del sito istituzionale. In particolare saranno predisposte infografiche interattive in grado di comunicare in maniera immediata i dati di attuazione, leggibili per tutte le tipologie di utenti. Tali strumenti integreranno e completeranno le informazioni già previste e restituite dal documento "**Elenco delle operazioni**" e rappresentano un utile supporto all'Autorità di Gestione nella rappresentazione user friendly dello stato di avanzamento del Programma, anche al fine di garantire trasparenza e immediatezza di informazione sull'utilizzo dei fondi comunitari.

Sempre nell'ottica di garantire un focus sull'attuazione del Programma, sarà data evidenza alle più importanti iniziative realizzate nell'ambito degli interventi dell'Asse I ed alle esperienze imprenditoriali dell'Asse II, attraverso l'implementazione della sezione "Storie dal PON", coinvolgendo direttamente i protagonisti con video-interviste al fine di

far conoscere al grande pubblico i risultati raggiunti direttamente attraverso la voce dei protagonisti.

In costante raccordo con l'attività redazionale del sito del Programma proseguiranno le attività di comunicazione social attraverso i canali **Facebook e Twitter**. Dal punto di vista editoriale si punterà alla creazione di contenuti utili ad aumentare la conoscenza del PON e favorire la partecipazione da parte del grande pubblico. I messaggi saranno declinati secondo le regole proprie di ciascun canale e, per migliorare l'efficacia della comunicazione, saranno utilizzati anche immagini, infografiche, video, nonché dirette streaming in occasione di eventi di particolare importanza. Nell'ottica di accrescere la visibilità e la conoscenza dei Fondi SIE, sarà dato ampio spazio anche alle iniziative rilevanti, soprattutto per affinità tematica, intraprese dagli altri Programmi Operativi Nazionali o Regionali al fine di accrescere la consapevolezza nel cittadino della Politica di Coesione a livello comunitario e nazionale.

Nel corso dell'annualità 2019-2020 sarà implementato infine il **canale youtube** del MiBAC, tramite la produzione e pubblicazione e di video dedicati al PON e alla sua attuazione.

#### **4.2. Iniziative di comunicazione diretta: incontri informativi, webinar e seminari**

L'Autorità di Gestione conferma il suo impegno nel promuovere incontri informativi allo scopo di coinvolgere determinate categorie di pubblico e rispondere a specifici bisogni di comunicazione. Alcuni di questi appuntamenti informativi avranno carattere più tecnico, rivolgendosi prioritariamente ai beneficiari e agli stakeholder e saranno orientati ad approfondire specifiche linee di intervento del Programma. La registrazione in audio-video degli eventi, fruibile in streaming e "in pillole" sul web, ne garantirà la più ampia diffusione dei contenuti. Altri incontri saranno invece rivolti prioritariamente alla cittadinanza e al "partenariato locale": a tal riguardo, d'intesa e in collaborazione con i Segretariati regionali e gli Istituti Mibac potranno essere calendarizzati incontri informativi, open day per le scuole, le associazioni, gli operatori culturali del territorio e visite guidate agli attrattori interessati dagli interventi del PON.



Con specifico riferimento alle attività di comunicazione riguardanti la Misura di incentivi Cultura Crea, proseguirà la collaborazione con l'UCOGE Invitalia per garantire un'informazione capillare ed esaustiva sulle opportunità messe in campo dal Programma, con un'attenzione particolare a colmare i gap informativi riscontrati rispetto a specifici target o territori di riferimento. Saranno quindi organizzati seminari e workshop con i vari stakeholder, le associazioni di categoria, le Università in modo da intercettare e coinvolgere tutti i potenziali beneficiari di Cultura Crea. Considerato poi l'ottimo risultato raggiunto nella precedente annualità dai webinar - che hanno visto il coinvolgimento di n. 170 partecipanti a fronte di una richiesta di accrediti pari a 403 -, sarà garantito il proseguo di tale attività, con appuntamenti mensili, volti a supportare gli imprenditori nella fase di presentazione della domanda e di predisposizione del business plan.

L'AdG prenderà infine in considerazione l'opportunità di partecipare, nel corso dell'annualità di riferimento ad inaugurazioni, manifestazioni, convegni del settore, appuntamenti seminariali di approfondimento, anche attraverso l'eventuale presenza con spazi espositivi dedicati alle attività di informazione diretta al pubblico.

### 4.3. Eventi

Gli eventi, rappresentano occasioni di comunicazione in grado di raggiungere un target eterogeneo e multilivello come quello coinvolto nel Programma.

In linea quindi con quanto previsto dal Regolamento UE n.1303/2013 (Allegato XII, sezione 2, sottosezione 2.1, lettera b), indicativamente nel mese di novembre 2019 sarà organizzato l'evento annuale, di taglio divulgativo, che pubblicizzi lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei risultati raggiunti. Saranno coinvolti i soggetti che svolgono un ruolo centrale in tutte le fasi di definizione e attuazione del Programma, anche al fine di mobilitare il patrimonio di conoscenze presente sui territori e attivare opportune sedi di confronto. L'evento potrà essere seguito anche in diretta streaming e il racconto live sui social con



la pubblicazione di una galleria fotografica, degli highlights della giornata e delle testimonianze dei partecipanti avranno l'obiettivo di coinvolgere non solo i target di riferimento, ma anche il pubblico generalista per interessarlo all'impatto dei progetti realizzati sul territorio.

In considerazione inoltre del successo e della eco riscontrati dal format ideato per la Mostra-evento Un Viaggio nella Creatività. Le imprese finanziate da Cultura Crea" realizzata nel dicembre 2018, l'Autorità di Gestione del Programma intende riproporlo su base regionale, al fine di accrescere la visibilità del contributo fornito dai fondi strutturali e pubblicizzare i migliori prodotti realizzati grazie ai finanziamenti della misura Cultura Crea. A tal riguardo sono stati già avviati i contatti e le interlocuzioni per realizzarla a Matera, Capitale Europea della Cultura 2019, nell'autunno 2019.

Altra tappa significativa per la comunicazione del Programma è sicuramente rappresentata dalla conclusione delle attività del Grande Progetto Pompei, che da sempre è stato il "traino" per veicolare strategia, obiettivi e contenuti del PON. A tale traguardo è intenzione di questa Autorità di Gestione organizzare un evento dedicato, che possa ulteriormente dar conto dei risultati del GPP sia in termini di obiettivi raggiunti sia in termini di processi adottati e di soluzioni messe a punto. Sarà pertanto data adeguata rilevanza ad entrambi gli aspetti, evidenziando come il Grande Progetto Pompei costituisca una buona pratica di riferimento non solo sotto l'aspetto della tutela e valorizzazione di beni archeologici e culturali, ma anche dal punto di vista procedurale, dell'efficienza amministrativa, della legalità e della trasparenza. Per contemplare questi due macro-obiettivi di comunicazione il Programma dell'evento prevederà parallele sessioni di carattere più istituzionale e di taglio divulgativo, dedicato al pubblico e alla cittadinanza.

L'organizzazione dell'evento prevede l'ideazione e la predisposizione di una serie di attività di comunicazione:

- immagine coordinata (save the date, inviti, programma, badge, segnaletica e pannelli, slides, cartelline, gadgets);





- materiale a stampa e audiovisivo (pubblicazioni fotografiche, brochure e video);
- ufficio stampa, d'intesa ed in collaborazione con l'Ufficio comunicazione e Stampa MIBAC;
- Informazione web e social.

#### 4.4. Materiale a stampa e audiovisivi

Nell'annualità di riferimento è prevista la realizzazione di brochure e pieghevoli da distribuire in eventi e attività di comunicazione diretta di carattere generale, tese quindi a divulgare le informazioni principali sul Programma, sulle opportunità e sui risultati conseguiti ma anche di pubblicazioni di approfondimento su tematiche specifiche, come ad esempio quaderni e monografie su interventi pilota ritenuti di particolare interesse e libri fotografici - con QR code per i contenuti multimediali - che documentano le attività di recupero, restauro e riapertura al pubblico finanziate e realizzate nell'ambito del Programma. Tutti i materiali informativi saranno realizzati seguendo l'immagine coordinata del Programma e saranno diffusi in base a specifici piani di distribuzione definiti rispetto alle esigenze di raggiungimento dei diversi target di utenza. Le pubblicazioni saranno inoltre rese disponibili e scaricabili online in formato digitale,

Tra le azioni di comunicazione, la produzione di materiale audiovisivo e multimediale documenterà gli interventi attraverso il racconto di quanto realizzato e delle esperienze dei protagonisti, garantendo adeguata visibilità al Programma Operativo e dando contestualmente maggiore rilievo al valore aggiunto fornito dai Fondi Europei, così come previsto dai Regolamenti e dalle raccomandazioni comunitarie. La viva voce dei «protagonisti» degli interventi (Direttori dei Musei e Parchi Archeologici, Progettisti e Direttori dei Lavori, Responsabili delle attività didattiche...) potrà meglio testimoniare in che modo, attraverso l'azione del PON, sia stata rafforzata la capacità di attrazione dei luoghi della cultura di rilievo nazionale, anche raccontandone le attività connesse. In occasione dell'evento annuale e di particolari eventi di natura istituzionale (Comitati di



Sorveglianza, incontri informativi, workshop e seminari, attività di comunicazione diretta, ecc.) potranno essere realizzate **video-interviste** e **videoshow** dedicati.

Mirando alla massima copertura mediatica e stimolando l'interazione con i cittadini, nella prospettiva di una fruizione multicanale i prodotti audio-visivi e multimediali realizzati saranno divulgati attraverso i media e i social (youtube, twitter e facebook), e saranno disponibili sul sito web del PON nella sezione "Multimedia".

#### **4.5. Relazioni con i media**

In linea con quanto già avviato, l'Autorità di gestione continuerà ad adoperarsi per garantire un costante flusso di comunicazione con i media, sia generalisti, per la più ampia divulgazione e visibilità dei contenuti del PON, sia di settore, per approfondire specifiche tematiche e promuovere l'accesso alle opportunità previste dal Programma. L'informazione del Programma attraverso i media sarà alimentata anche in sinergia con le attività di comunicazione istituzionali in capo all'Ufficio comunicazione e stampa del MIBAC.

La relazione con i media sarà strutturata e sistematica, anche allo scopo di raccogliere gli esiti della copertura mediatica e mettere in campo un'attività continua di *media monitoring*. A tal fine, grazie alla collaborazione con gli uffici di comunicazione Mibac, è stato avviato un percorso di monitoraggio volto a verificare la copertura dei media generalisti rispetto al PON ed alle iniziative da esso finanziate.

#### **4.6. Assistenza ai beneficiari e attività di partenariato**

In continuità con le precedenti annualità, saranno assicurate azioni di supporto ai beneficiari finalizzate a favorire l'adempimento degli obblighi in materia di comunicazione e informazione. Saranno altresì garantite azioni di accompagnamento ai potenziali beneficiari della Misura Cultura Crea che, nel corso dell'annualità 2018, ha visto complessivamente n. 814 contatti e la successiva presentazione, sulla piattaforma informatica dedicata, di n. 97 domande di accesso al finanziamento.



L'Autorità di Gestione del Programma conferma infine la propria presenza agli incontri di coordinamento e confronto con la Rete nazionale dei comunicatori FESR, il gruppo operativo presieduto dall'Agenzia per la Coesione Territoriale che intende facilitare la circolazione delle informazioni, lo scambio di esperienze e la progettazione di azioni coordinate in tema di comunicazione tra le diverse Autorità di Gestione dei Fondi.

## 5. Budget

Per la realizzazione delle azioni rappresentate nel presente Piano di comunicazione 2019-2020 si stima un impegno economico pari a € 350.000,00, ripartito secondo le diverse tipologie di azione precedentemente individuate.

Linee di attività	Budget indicativo
Comunicazione online: web e Social	€ 10.000,00
Comunicazione diretta	€ 30.000,00
Eventi	€ 220.000,00
Materiale a stampa e audiovisivi	€ 70.000,00
Relazioni con i media	€ 10.000,00
Assistenza ai beneficiari e attività partenariato	€ 10.000,00
<b>Totale</b>	<b>€ 350.000</b>

## 6. Monitoraggio e valutazione

Come anticipato nella sezione dedicata ai principali risultati della comunicazione 2019-2020 i risultati confermano come la linea di comunicazione online si sia mostrata la più efficace nella diffusione delle informazioni.

Nella precedente annualità il sito web ha registrato infatti complessivamente 2.235.917 accessi effettuati da più di 36 mila visitatori diversi. Le pagine del sito sono state visualizzate 453.407 volte, con una media di 37mila contatti al mese, mentre i documenti scaricati sono stati complessivamente 3261.



Anche i canali social hanno rappresentato un efficiente sistema di diffusione delle informazioni strumenti capaci di veicolare tutte le informazioni del programma ed in grado di raggiungere i diversi target di riferimento (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e partenariato).

Prendendo come riferimento Facebook, ad esempio, la visibilità delle pagina dedicata al Programma è cresciuta del 21% rispetto all'annualità precedente. L'attività di monitoraggio è stata effettuata attraverso l'ausilio dello strumento Facebook Analytics per il quale sono stati presi in considerazione 3 indicatori:

Indicatore	N.
«Mi Piace» complessivi della Pagina	1.269
«Followers» complessivi della Pagina	1.297
Persone a cui è apparso nello schermo un post della Pagina	35.921

Tali attività di monitoraggio, verranno replicate nel corso della presente annualità, in aggiunta alla possibilità di attivare azioni mirate di valutazione rispetto a:

- la conoscenza da parte dei beneficiari del Programma e del grande pubblico rispetto alla politica di coesione 2014-2020;
- ai contenuti del PON e agli interventi realizzati;
- la trasparenza, l'accessibilità e la fruibilità delle informazioni;
- l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione svolte.