

FESR 2014-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALITÀ 2020-2021

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE
CULTURA E SVILUPPO

*Documento approvato dal Comitato di
Sorveglianza il 29 settembre 2020*



Ministero
per i beni e le
attività culturali
e per il turismo

INDICE

1. Premessa	2
2. I principali risultati della comunicazione 2019-2020	3
3. Obiettivi strategici del Piano 2020-2021	11
4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2020-2021 .	13
5. Monitoraggio e valutazione	20
6. Budget.....	21

1. Premessa

Comunicare le opportunità e gli interventi finanziati dal PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020 intercettando i cittadini, le comunità locali e aumentando la visibilità dei progetti realizzati dal Programma attraverso il racconto delle storie dei suoi beneficiari e dei principali risultati raggiunti ai target principali (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori dell'informazione e partenariato): questa la *mission* del presente Piano di comunicazione per il periodo 2020-2021, predisposto quale aggiornamento annuale in coerenza con le priorità definite dalla sua Strategia¹ e con gli obblighi previsti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e le successive modifiche² agli artt. 115-117 e all'Allegato XII introdotte dal Regolamento Omnibus 2018/1046 (UE, Euratom) con misure volte a migliorare la visibilità dei risultati e dei fondi, anche al fine di aumentare l'efficacia delle attività di comunicazione rivolte al grande pubblico.

Il documento è in linea con i precedenti Piani (2016-2017, 2017-2018 e 2019-2020), subentrando a cavallo di due cicli della politica di coesione, l'attuale programmazione 2014-2020 in fase finale di attuazione e la nuova 2021-2027 – per la quale la recente proposta normativa³ accentua l'attenzione alla comunicazione degli impatti e delle realizzazioni concrete dei progetti realizzati con i Fondi europei.

Alla luce di tali premesse, il Piano di Comunicazione 2020-2021 descrive le attività di informazione, comunicazione e quelle volte a migliorare la visibilità del PON previste per il periodo, a partire da quanto realizzato nell'anno precedente e dallo stato di attuazione del Programma, ovvero in considerazione delle indicazioni emergenti sui temi d'interesse per il nuovo ciclo programmatico dei Fondi europei.

¹ La Strategia di Comunicazione del PON Cultura e Sviluppo FERS 2014-2020 è stata approvata dal Comitato di Sorveglianza in data 05/08/2015.

² Art.272 Modifiche del Regolamento (UE) n.1303/2013, commi 48 - 51 e 68 - Regolamento 2018/1046 (UE, Euratom) del Parlamento europeo e del Consiglio del 18 luglio 2018.

³ La cornice normativa della Programmazione 2021-2027 è fornita dalla proposta di Regolamento COM/2018/375 final - 2018/0196 (COD) recante le disposizioni comuni applicabili al Fondo europeo di sviluppo regionale, al Fondo sociale europeo Plus, al Fondo di coesione, al Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e le regole finanziarie applicabili a tali fondi e al Fondo Asilo e migrazione, al Fondo per la Sicurezza interna e allo Strumento per la gestione delle frontiere e i visti.



2. I principali risultati della comunicazione 2019-2020

Come da Piano di Comunicazione 2019-2020 approvato⁴, le attività di informazione e comunicazione per l'annualità 2019-2020 sono state orientate alla valorizzazione ed alla visibilità dei progetti finanziati, alla pubblicizzazione dei risultati raggiunti dal Programma, nonché alla promozione delle opportunità di finanziamento offerte, in particolar modo, dalla misura Cultura Crea (Asse II).

E' stato, inoltre, perseguito l'obiettivo prioritario 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.

Si è proseguito nella pianificazione e organizzazione di una serie di azioni volte a rendere la comunicazione un'attività costante e strutturata, rivolta alla diffusione dei valori dell'Unione europea e della conoscenza dei risultati conseguiti e delle opportunità offerte dal Programma nell'ambito dei Fondi europei.

Le azioni di comunicazione programmate, coerentemente a quanto definito nel suindicato Piano, sono state realizzate in stretta connessione con i beneficiari dell'Asse I e con il soggetto gestore (Invitalia) dell'Asse II, rivolgendosi prevalentemente al grande pubblico, alle comunità locali e ai potenziali beneficiari.

Dal punto di vista degli strumenti e delle azioni messe in campo, la comunicazione del PON Cultura e Sviluppo si è concretizzata attraverso azioni di comunicazione diretta (eventi, incontri informativi e seminari) e l'utilizzo dei canali digitali dedicati al Programma.

Considerato il periodo d'emergenza sanitaria COVID-19, è bene precisare che le azioni di comunicazione diretta che di seguito si riportano sono state realizzate prevalentemente durante il primo semestre dell'annualità luglio 2019-luglio 2020.

⁴ Il Piano di Comunicazione 2019-2020 è stato approvato dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 26 luglio 2018.



Tra gli **eventi realizzati** si segnala il convegno *“La Cultura come veicolo e spazio di coesione”*, tenutosi a Napoli il 14 novembre 2019 nell'ambito del Forum PA SUD - il Festival della Coesione per la sostenibilità. Tale evento ha visto la partecipazione di rappresentanti del MiBACT e della Regione Campania, dell'assistenza tecnica di Invitalia, di esperti di economia della cultura e di docenti dell'Università di Napoli Federico II, registrando una buona partecipazione di pubblico (circa 100 partecipanti) tra addetti ai lavori e grande pubblico. L'evento ha costituito l'occasione per fare un primo bilancio sugli effetti che le Politiche di Coesione hanno avuto nel Mezzogiorno. Il tema centrale del convegno, in linea con quello dell'iniziativa generale di FPA Sud, è stato legato all'innovazione e ai processi innovativi legati ai beni culturali e al turismo come sfida ambiziosa per lo sviluppo economico dei territori. Data la location, particolare attenzione è stata rivolta ai grandi attrattori campani: primo tra tutti **Pompei** che, attraverso l'attuazione del **Grande Progetto**, ha rappresentato una **best practice a livello comunitario** per quanto riguarda i tempi di realizzazione (-40% rispetto alla media). Un focus è stato posto sulle persone, sulla filiera dell'industria cultura e creativa, vera e propria leva strategica della crescita del Mezzogiorno, e sulle iniziative portate avanti dal Ministero, come Cultura Crea. Il convegno è stato inoltre l'occasione per confrontarsi sulle sfide legate alla Programmazione 2021-2027 nella quale la Cultura dovrà svolgere un ruolo da protagonista per garantire che tutti gli sforzi finora fatti non vengano vanificati.

Con esclusivo riferimento alla promozione e alla divulgazione delle informazioni relative a **“Cultura Crea”**, il soggetto gestore Invitalia ha inoltre realizzato **n. 14 eventi promozionali** per far conoscere le opportunità offerte dalla misura. Nello specifico, sono stati svolti in partenariato con attori locali:

- n. 8 incontri in Campania, inclusa la partecipazione ad eventi strutturati (si veda la sezione eventi) e al progetto “Carditello Crea” con due incontri presso il Real Sito;
- n. 1 incontro in Basilicata;
- n. 1 incontro in Puglia, organizzato con la collaborazione di Puglia Creativa;
- n. 3 incontri in Sicilia.

Contestualmente, è stata inoltre garantita la **partecipazione ai seguenti eventi** per la promodivulgazione dello strumento agevolativo diretto alle imprese creative e culturali:



- Borsa archeologica Mediterraneo - Paestum (XXII edizione);
- Jazz in Town a Pietrelcina (BN);
- Assemblea Nazionale del Consorzio della Cooperazione Sociale Gino Mattarelli, Matera

Sono infine proseguiti gli appuntamenti **Webinar di Cultura Crea**, destinati ai potenziali beneficiari, tra i quali si evidenzia quello organizzato lo scorso 14 maggio in partnership con Puglia Creativa, che ha avuto come focus il complicato tema della ripartenza delle imprese culturali e creative colpite dalla crisi innescata dall'emergenza Covid-19.

In tale sede, appare opportuno evidenziare come il potenziamento della promozione dello strumento agevolativo abbia contribuito ad un significativo incremento delle domande presentate e - di conseguenza - dei progetti ammessi, con un parallelo innalzamento della qualità progettuale. A giugno 2020 Cultura Crea ha raggiunto, difatti, un traguardo importante: mille domande presentate sul programma di incentivi a favore di micro, piccole e medie imprese culturali e creative del Mezzogiorno quale strumento di sostegno della creatività di giovani su nuovi progetti imprenditoriali in grado di favorire il rafforzamento della filiera e lo sviluppo del tessuto economico e sociale delle regioni del Sud.

Per quanto concerne **le azioni di comunicazione ed informazione sul Web**, l'Autorità di gestione ha garantito un costante e continuo aggiornamento del sito istituzionale www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it attraverso la pubblicazione di news relative allo stato di avanzamento del Programma, ai risultati conseguiti mediante la realizzazione degli interventi finanziati sull'Asse I e sull'Asse II, alle iniziative legate agli Attrattori Culturali e più in generale a quelle riconducibili alle Politiche di Coesione.

Tale lavoro è stato svolto grazie soprattutto ad un attento e costante monitoraggio della comunicazione web e dei canali social dei beneficiari (MiBACT, Istituzioni, Soprintendenze, Direzioni regionali MiBACT, Istituti autonomi) e siti "esperti" (media specializzati in cultura, media nazionali, regionali e locali) per lo sviluppo e la condivisione delle informazioni da divulgare, che ha favorito un incremento della visibilità del sito del 7% rispetto alla precedente annualità.



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, in particolar modo [Facebook](#), che hanno consentito di raggiungere un pubblico ampio e divulgare informazioni relative ai soggetti beneficiari e del partenariato istituzionale ed economico-sociale del Programma.

L'AdG, inoltre, al fine di facilitare il grande pubblico alla comprensione delle complesse informazioni legate all'attuazione del Programma, ha optato, coerentemente a quanto descritto nel Piano di Comunicazione 2019-2020, all'utilizzo di strumenti *user-friendly*, quali video-informativi, video-interviste e infografiche interattive, quest'ultime in grado di rendere le cifre del Programma PON il più accessibili e immediate.

A tal riguardo, si segnala, oltre al restyling della sezione del sito denominata PON in Cifre, la predisposizione di [n. 1 Landing page](#) dedicata al convegno "*Cultura come veicolo e spazio di coesione*" tenutosi a Napoli il 14 novembre 2019 e la realizzazione di una Video intervista all'AdG sull'esperienza dello strumento finanziario Cultura Crea, narrata con i sottotitoli in inglese e con lingua dei segni e destinata alla partecipazione al contest internazionale "*Fi-compass Showcase2019*".

Il Programma ha poi preso parte, come di consueto, agli incontri di coordinamento e confronto con la [Rete nazionale dei Comunicatori FESR](#), partecipando alle iniziative da essa promosse in forma congiunta.

Infine, l'AdG ha realizzato, in collaborazione con l'Istituto Centrale per il Restauro, il Video del Progetto MUSAS, presentato come *best practice* del PON Cultura e Sviluppo nell'ambito della [Riunione Annuale di Riesame 2019](#) tenutasi a Trieste in data 8 novembre 2019 – III Sessione, FESR. Val la pena evidenziare che il progetto MUSAS, realizzato tramite l'istituto del partenariato per l'innovazione che riguarda la messa in rete delle aree archeologiche subacquee, realizza un sistema sperimentale per monitorare, conservare e promuovere il patrimonio culturale subacqueo, mai realizzato fino ad oggi in Italia e a livello internazionale. Esso contribuisce all'attività di digitalizzazione del ricco patrimonio culturale del nostro Paese. Questo modello integrato di gestione è stato progettato per essere replicabile ad altri siti archeologici sommersi ovunque esistenti.



Nella tabella che segue si riporta il riepilogo dello stato di avanzamento delle attività di comunicazione realizzate rispetto al Piano di comunicazione 2019-2020 e un quadro generale di sintesi sugli indicatori di output aggiornato al 30 giugno 2020.

Tabella 1. Attività realizzate rispetto a quanto previsto dal Piano di comunicazione 2019-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE 2019-2020	
Attività previste	Attività realizzate
Informazione e comunicazione su web	<ul style="list-style-type: none"> • Aggiornamento informativo continuo sito istituzionale e canali social; • Realizzazione Webinar; • Realizzazione Landing Page <i>“La Cultura come veicolo e spazio di coesione”</i>.
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione Convegno <i>“Cultura come veicolo e spazio di coesione”</i>, Napoli 14.11.2019; • Partecipazione ai seguenti eventi: <ul style="list-style-type: none"> - Borsa archeologica Mediterraneo - Paestum (XXII edizione); - Jazz in Town a Pietrelcina (BN); - Assemblea Nazionale del Consorzio della - Cooperazione Sociale Gino Mattarelli, Matera.
Materiali a stampa e audiovisivi	<ul style="list-style-type: none"> • Videointervista (contest di <i>“Fi-compass Showcase2019”</i>); • Video Progetto MUSAS – Riunione Annuale di Riesame 2019
Relazioni con i media	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicati e note stampa
Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato	<ul style="list-style-type: none"> • n. 14 eventi promozionali Cultura Crea 2019 in partenariato con attori locali; • Partecipazione incontri Rete dei comunicatori FESR e iniziative di comunicazione Agenzia Coesione.
Monitoraggio e valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio continuo comunicazione web e canali social beneficiari e siti <i>“esperti”</i>

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

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2020	Output
Linee guida, documenti metodologico-operativi	N.	7	5	<ul style="list-style-type: none"> • Istruzioni operative per i beneficiari; • Linee guida beneficiari in materia di informazione e pubblicità; • Manuale d'uso Community MiBAC • Asse I - Linee guida Soggetti Beneficiari; • Social media policy
Prodotti informativi e pubblicitari	N.	25	22	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web PON; • Attivazione e gestione di due pagine "social" Facebook e Twitter • Piattaforma online "Forum permanente delle Imprese culturali e creative". • Brochure <i>CulturaCrea</i>; • Video <i>CulturaCrea</i>; • Brochure PON; • PON editato e stampato; • Newsletter "PON News" n. 1/2017; • Newsletter "PON News" n. 2/2017; • Quaderno <i>CulturaCrea</i>. Finanziamenti per le imprese culturali e creative; • Booklet #PONCULTURAESVILUPPO; • Booklet #STORIEDICULTURACREA; • Booklet #PONCULTURAESVILUPPO (dic. 2018); • Landing Page "<i>Cultura crea Cultura</i>"; • 5 video reportage sullo stato di avanzamento del PON; • Video Progetto MUSAS - Riunione di Riesame; • Videointervista ("Fi-compass Showcase2019"); • Landing Page "<i>La Cultura come veicolo e spazio di coesione</i>".
Attività di informazione e disseminazione (giornate, seminari, ecc.)	N.	15	47	<ul style="list-style-type: none"> • Evento lancio PON 9/6/2015; • <i>CulturaCrea</i> evento di lancio; • 4 seminari regionali;

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2020	Output
				<ul style="list-style-type: none"> •Partecipazione <i>Borsa archeologica Mediterraneo - Paestum</i> (Ed. 2015-2016); •Partecipazione <i>Forum PA</i> 2017; - Webinar <i>Cultura Crea - 2017</i> •27/07/2017 •14/09/2017 •10/11/2017 - Webinar <i>Cultura Crea - 2018</i> •28/02/2018 •19/04/2018 •23/05/2018 •12/06/2018 •24/07/2018 •28/09/2018 •31/10/2018 •28/11/2018 - Webinar <i>Cultura Crea - 2019</i> •21/02/2019 •08/03/2019 •03/04/2019 •08/05/2019 •05/06/2019 •26/06/2019 •10/10/2019 •19/11/2019 - Webinar <i>Cultura Crea – 2020</i> •14/05/2020 n. eventi promozionali <i>Cultura Crea</i> 2019: - 5 incontri in Campania; - 1 incontri in Basilicata;

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2020	Output
				<ul style="list-style-type: none"> - 1 incontri in Puglia; - 3 incontri in Sicilia. n. eventi promozionali Cultura Crea 2020: - 4 incontri in Campania •Tavolo stakeholders ICC 6/10/2017; •Tavolo stakeholders ICC 9/11/2017; •Stati Generali delle imprese culturali e creative - Roma, 1-2/2/2018; • “Il patrimonio culturale digitale. Iniziative in Europa e in Italia” - Centro di documentazione europea (Cde) CNR - Roma, 24.10.2018 • “Stakeholders event”- Bruxelles, 28.11.2018 • 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 •Evento Annuale Cultura Crea Cultura, Roma 11.12.2018 •Convegno “Cultura come veicolo e spazio di coesione”, Napoli 14.11.2019;

3. Obiettivi strategici del Piano 2020-2021

La comunicazione per il periodo luglio 2020 – giugno 2021 proseguirà nella finalità di aumentare la visibilità dei progetti e dei risultati raggiunti dal Programma, rafforzando al contempo, presso i cittadini, la consapevolezza del contributo dell'Unione europea e delle Politiche di coesione, soprattutto attraverso l'utilizzo più ampio dei media digitali.

Gli obiettivi strategici pianificati per la presente annualità si focalizzeranno principalmente sullo storytelling degli interventi finanziati, dando sempre più spazio ai protagonisti del Programma che, attraverso una campagna sul web delle loro "testimonianze" e l'utilizzo di un linguaggio semplice e immediato, contribuiranno a creare maggiore empatia con il grande pubblico aumentandone la fiducia sul Programma.

Grazie al consolidamento delle relazioni di tutti i soggetti coinvolti nella filiera della comunicazione del Programma (AdG, referenti della comunicazione degli attrattori culturali dell'Asse I e uffici tecnici Invitalia, gestore della Misura Cultura Crea - Asse II), saranno pertanto promosse azioni integrate di comunicazione basate sui principi di chiarezza, trasparenza e accessibilità direttamente dedicate al comune cittadino.

Si inserisce in questo quadro anche la finalità di rafforzare il rapporto con il partenariato ed i media, non solo per sponsorizzare iniziative ed eventi, ma anche e soprattutto per rendere visibili presso l'opinione pubblica i risultati e gli impatti che il Programma, e le politiche europee in generale, hanno sui territori e sulle comunità.

A tal fine si prevede la creazione di una campagna pubblicitaria, presso emittenti radiofoniche locali, in grado di aumentare l'awareness del PON ed accorciare le distanze tra cittadini ed Europa, con l'obiettivo di evidenziare il ruolo chiave giocato dalle politiche europee e di come queste entrino effettivamente a far parte della vita quotidiana di tutti.

Sarà infine condotta un'indagine di valutazione sulla percezione del PON Cultura e Sviluppo e sugli effetti della strategia di comunicazione in termini di persone raggiunte e del conseguente aumento della conoscenza del programma da parte del grande pubblico.



In estrema sintesi le azioni pianificate nel quadro delle diverse linee di attività successivamente descritte avranno quali obiettivi operativi:

- comunicare le opportunità e le iniziative, le attività realizzate dai beneficiari e i risultati raggiunti, evidenziandone l'impatto per lo sviluppo territoriale e garantendo visibilità alle attuazioni del Programma e del contributo dell'Unione europea/Politica di Coesione sui territori;
- aumentare la conoscenza del PON e favorire la partecipazione da parte del grande pubblico, del partenariato e dei cittadini;
- supportare i beneficiari nelle loro attività di informazione e comunicazione;
- consolidare la collaborazione e la comunicazione interistituzionale, attraverso iniziative ed azioni condivise in partenariato con i vari soggetti a diverso titolo coinvolti, a partire dalle strutture periferiche in cui è articolato il MiBACT, 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).
- rafforzare delle iniziative da realizzare con i media attraverso alcune attività in rete partenariale che prevedono un impegno più attivo con giornalisti e opinionisti;
- potenziare gli strumenti di raccolta feedback, sia online sia attraverso la collaborazione con il vasto partenariato del PON, intercettando e coinvolgendo gli attori coinvolti, i cittadini, le comunità locali.



4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2020-2021

Le azioni integrate di informazione e comunicazione sono tese al conseguimento degli obiettivi strategici e si rivolgono ai cinque gruppi target di riferimento individuati dalla Strategia di Comunicazione del Programma (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori dell'informazione e partenariato).

In questa annualità i veri protagonisti delle azioni pianificate sono principalmente i beneficiari (con particolare riferimento a quelli già effettivi dell'Asse I e II): quest'annualità è, infatti, particolarmente importante per il PON in quanto cominciano ad essere visibili sui territori delle 5 regioni del Sud i risultati degli investimenti finanziati sia per l'Asse I che per l'Asse II, con le relative ricadute sulle comunità locali anche in termini di incremento dell'offerta e della domanda di fruizione, nonché di future prospettive di sviluppo sociale ed economico offerte dagli interventi realizzati grazie al contributo dell'Unione europea.

Un coinvolgimento diretto ed attivo dei beneficiari in una serie di azioni di comunicazione *target - oriented* permetterà di diffondere le informazioni sui principali risultati del Programma, facendone gli ambasciatori ed i promotori principali della politica di coesione sui territori. Attraverso azioni coordinate e congiunte volte a raccontare le opportunità e gli interventi finanziati dal PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020 sarà così possibile intercettare e coinvolgere il partenariato, i beneficiari potenziali, i cittadini: si potrà quindi raggiungere quello che è l'altro target di riferimento del Piano che è costituito dalle comunità locali e dal pubblico più ampio, presso il quale la strategia di comunicazione (anche a livello nazionale e in vista della prossima programmazione) intende aumentare la visibilità dei progetti realizzati dal Programma e la consapevolezza del ruolo dei fondi strutturali europei.

Inoltre, per ciò che concerne lo strumento finanziario Cultura Crea (Asse II) sarà possibile consolidare la comunicazione di queste realizzazioni attraverso la viva voce di chi ne ha usufruito, mediante azioni di comunicazione dedicate, oltre a favorire la divulgazione dell'opportunità ancora esistente in partenariato con gli attori locali del territorio.

Con queste premesse, di seguito sono esposte per linee di attività le azioni previste per l'annualità 2020-2021, segnalando che verranno privilegiate le attività realizzabili con metodologie digitali e da remoto.



4.1. Comunicazione on line: web e social

Il sito web www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it, primario strumento di comunicazione del Programma, si focalizzerà 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. A tal fine, è previsto il consueto aggiornamento informativo continuo sulle attività del Programma e delle iniziative legate all'Asse I e II, agli attrattori PON e alla realizzazione interventi, ovvero ai risultati, agli esiti della Politica di Coesione sui territori, etc.

Per rendere sempre più alla portata di tutti la possibilità di comprendere le informazioni del Programma e l'impatto che la politica di coesione ha sulla vita dei cittadini e nei territori, sul sito, a livello redazionale, si opererà sempre la semplificazione del linguaggio comunicativo. Persegue tale obiettivo anche un ampio utilizzo di schede sintetiche, infografiche e video, materiali di facile e immediata comprensione da parte anche del pubblico generalista.

In tale ottica, con riferimento all'Asse I attualmente sul sito istituzionale – alla sezione opportunità - è già disponibile per ciascun attrattore ammesso a finanziamento l'elenco delle operazioni approvate con una scheda descrittiva dedicata a ciascun intervento. Saranno questi progetti ad essere valorizzati e promossi, coinvolgendo in questa attività i principali attori del Programma (Beneficiari dell'Asse I, Direttori dei Musei e Parchi Archeologici, RUP, Progettisti e Direttori dei Lavori, Responsabili delle attività didattiche, Responsabili Comunicazione Soprintendenze e Istituti, Invitalia per Asse II - Beneficiari Imprese creative e culturali).

Per quanto riguarda la comunicazione dei risultati raggiunti, si fa presente che tale attività è stata avviata già nella precedente annualità con la narrazione delle **“Storie dal PON”** – ovvero “racconti” di progetti secondo la tecnica dello storytelling - che ora andrà ad ampliarsi mediante una campagna che prevede la realizzazione e la pubblicazione di video-interviste per far conoscere le evidenze realizzate al grande pubblico direttamente dalla viva voce dei «protagonisti» degli interventi dando enfasi alle più importanti iniziative realizzate nell'ambito dell'Asse I ed alle esperienze imprenditoriali dell'Asse II. 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, anche per restituire alla popolazione gli effetti e i risultati degli interventi realizzati.

Ai fini 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 – ovvero iniziative europee sui temi d'interesse culturale - al fine di aumentare la consapevolezza nel cittadino della Politica di Coesione a livello comunitario e nazionale.

Per ciò che concerne i **Social**, il loro impiego comporta la gestione del delicato passaggio da una comunicazione ai cittadini a una comunicazione con e tra i cittadini, rappresentando lo strumento ideale per fornire immediatezza e tempestività alle informazioni relative agli avanzamenti della programmazione e ad alcune riflessioni più approfondite sulle ricadute della politica di coesione in termini di incremento della qualità della vita dei cittadini e sviluppo dei territori. A tal fine questa annualità sarà di potenziamento della comunicazione tramite i canali Facebook e Twitter, ai quali è stata aggiunta una playlist nel canale YouTube del MiBACT. Oltre al costante raccordo con l'attività redazionale del sito del Programma – anche con riferimento alle già indicate “Storie dal PON” - si potrà implementare, così, “**Visioni Inedite**”, una videorubrica a puntate riguardante gli attrattori del PON Cultura e Sviluppo, concentrandosi in particolare tra quelli di maggiore rilevanza livello internazionale. Ogni puntata sarà dedicata ad un attrattore per ciascuna delle regioni target PON (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia), sulle quattro macro tematiche (alternate) tra: Archeologia; Castelli; Arte e Architettura; Lussi Borbonici. I principali attori saranno i Beneficiari dell'Asse I e l'attività potrà svolgersi in collaborazione con l'Ufficio Comunicazione e Stampa MiBACT, anche attraverso la rubrica all'interno della pagina Facebook del MiBACT.

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

Per il 2020-2021 l'Autorità di Gestione intende incrementare le iniziative di comunicazione diretta, sia in presenza che in modalità telematica, definendo momenti di confronto



strutturati, allo scopo di coinvolgere determinate categorie di pubblico, in particolare i beneficiari effettivi e potenziali.

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 o particolari settori di riferimento. La realizzazione degli eventi in modalità telematica, oppure la loro registrazione in audio-video, li renderà fruibili in streaming e "in pillole" sul web, garantendo 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, le direzioni regionali musei 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. Durante tali incontri saranno distribuiti e divulgati materiali informativi e promozionali predisposti dall'Autorità di Gestione.

Per quanto riguarda la Misura di incentivi Cultura Crea, proseguirà l'attività, svolta attraverso l'UCOGE Invitalia, dedicata a garantire un'informazione capillare ed esaustiva sulle opportunità messe in campo dal Programma: si intende consolidare le attività di seminari e workshop, *webinar* con i vari stakeholder, istituzioni Mibact, le associazioni di categoria, le Università in modo da intercettare e coinvolgere tutti i potenziali beneficiari di Cultura Crea.

L'importanza e l'efficacia di tali azioni di comunicazione è dimostrata dall'ottimo risultato raggiunto nel mese di giugno 2020: il traguardo della millesima domanda presentata a valere sulla Misura.

4.3. Eventi

L'Autorità di Gestione è tenuta a realizzare alcuni momenti di comunicazione, garantendo una larga copertura mediatica per dare visibilità alle informazioni e ai risultati conseguiti dal Programma. Tra le attività previste rientra in primo luogo l'Evento Annuale, il consueto appuntamento divulgativo rivolto al grande pubblico.



L'evento annuale, previsto per il mese di novembre 2020, avrà come obiettivo principale quello di comunicare lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei risultati raggiunti.

Un focus specifico sarà dedicato quest'anno sull'avvio degli interventi di digitalizzazione e di innovazione del patrimonio culturale di cui al Decreto AdG n. 21 del 07/02/2020, riconducibili all'azione del PON 6c.1.b (*Interventi volti a dotare le medesime strutture di servizi innovativi e di qualità attraverso la realizzazione di piattaforme conoscitive ed informative, sistemi informativi integrati, aree di socializzazione e condivisione web oriented*) ed individuati dal Mibact quali interventi in grado di contribuire alla promozione della conoscenza degli Attrattori Culturali attraverso la realizzazione di nuove piattaforme conoscitive ed informative, di archivi digitali, di applicazioni di realtà virtuale, 3D e gaming.

Infine, per quanto concerne la partecipazione ad ulteriori eventi e manifestazioni fieristiche, l'AdG prenderà 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 grande pubblico.

4.4. Materiale a stampa e audiovisivi

Nell'annualità di riferimento è prevista la pubblicazione di materiali sia cartacei che digitali di carattere generale, volti a divulgare le informazioni principali sul Programma, sulle opportunità e sui risultati conseguiti. Si prevede anche di realizzare materiali di approfondimento su tematiche particolari oppure rivolti alla diffusione delle informazioni relative a specifici Assi o linee di finanziamento del programma, con la realizzazione di **cataloghi** delle imprese finanziate dall'Asse II o dei progetti beneficiari di investimenti per la digitalizzazione. Tutti i materiali informativi saranno realizzati seguendo l'immagine coordinata del Programma e saranno inoltre resi disponibili e scaricabili online in formato digitale.

La produzione di **materiale audiovisivo e multimediale** documenterà gli interventi attraverso la viva voce dei protagonisti degli interventi, per fornire una testimonianza concreta del ruolo



dei Fondi europei nel rafforzamento della capacità di attrazione dei luoghi della cultura di rilievo nazionale. Si descrivono di seguito le azioni previste, secondo l'Asse di riferimento del Programma:

- **Asse I – “Storie dal PON”** – sono in corso di lavorazione 5 video reportage (1 per ogni regione interessata dal Programma) riguardanti i seguenti interventi:
 - MANN – Rifunionalizzazione Braccio Nuovo – Lavori di completamento per la rifunionalizzazione del c.d. Braccio Nuovo (Campania);
 - S. Maria di Siponto – Restauro (Puglia);
 - Metaponto Parco Archeologico Urbano di Metaponto e delle Tavole Palatine: progetto di allestimento e potenziamento della fruizione (Basilicata);
 - Parco archeologico di Sibari Musealizzazione e sistemazione esterna dell'area archeologica denominata "Casa Bianca" (Calabria);
 - Valle dei Templi – Quartiere Ellenistico Romano – Ricerca restauro e fruizione delle Insulae I e IV del Quartiere Ellenistico Romano di Agrigento (Sicilia).
- **Asse II – per Storie dal PON “Racconta la tua impresa – la parola ai beneficiari”** Video - interviste ai beneficiari dell'Asse II di Cultura Crea per la narrazione delle loro storie d'impresa.

In occasione dell'evento annuale e di particolari eventi di natura istituzionale (Comitati di Sorveglianza, incontri informativi, workshop e seminari, attività di comunicazione diretta, etc.) potranno essere realizzate video-interviste e videoshow dedicati.

4.5. Relazioni con i media

Per incrementare l'efficacia delle azioni di comunicazione - oltre ai consueti comunicati stampa - è previsto un rafforzamento delle iniziative da realizzare con i media (giornali, tv, agenzie di stampa, siti web specializzati) per valorizzare i risultati raggiunti focalizzando la comunicazione sugli impatti della politica di coesione sui territori, così come richiesto dalla



nuova Programmazione 2021-2027, ovvero per coinvolgere maggiormente i media tradizionali nelle attività di divulgazione del Programma.

A tal fine sono previsti:

- Realizzazione di una campagna pubblicitaria, presso emittenti radiofoniche locali, basata su un approccio fortemente divulgativo e in grado di aumentare l'awareness del PON, comunicando il suo valore per la crescita del territorio, le azioni previste e i risultati raggiunti, ed evidenziando al contempo il ruolo fondamentale svolto dai fondi europei.
- Eventi on line con i media – una serie di video conferenze sulle diverse tematiche d'interesse del PON e della politica di coesione nel settore cultura-turismo cui sarà invitato a partecipare un vasto pubblico ed i media sia nazionali che regionali/locali (Rappresentanti istituzionali MiBACT, Beneficiari Asse I, Beneficiari Asse II e Invitalia, Ufficio Comunicazione e Stampa MiBACT , Media, Esperti/imprenditori settore beni culturali e turismo- società civile e cittadini).
- Monitoraggio continuo delle testate giornalistiche on line/blog, profili social e siti istituzionali in regioni PON (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia) per la ricerca di news sui “luoghi della Cultura” interventi finanziati dal PON.

4.6. Assistenza ai beneficiari e attività di partenariato

In linea con le precedenti annualità, l'Autorità di Gestione del Programma assicura 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.

Sempre in continuità con la strategia degli anni precedenti, saranno garantite le attività di supporto ai beneficiari finalizzate a favorire l'adempimento degli obblighi in materia di comunicazione e informazione, nonché le azioni di accompagnamento ai potenziali beneficiari della Misura Cultura Crea.

La comunicazione relativa ai Programmi Operativi deve, inoltre, conferire la massima visibilità del Programma, attraverso il proficuo coinvolgimento delle parti interessate nei processi



d'informazione: Sulla base di un consolidato rapporto con i beneficiari, si darà avvio ad un'ampia attività di concertazione e condivisione per lo sviluppo delle azioni di comunicazione anche attraverso la [Rete partenariale per l'informazione e comunicazione](#): un progetto sperimentale ed innovativo di partenariato per la divulgazione delle opportunità e dei risultati legati al PON volto a sviluppare una sinergia con attori istituzionali, media, imprenditori e società civile sui territori, per fungere da amplificatore delle informazioni sui territori beneficiari del Programma. La rete, sotto il coordinamento unico della AdG e delle singole Soprintendenze e Direzioni Regionali per territori e temi di competenza - attraverso l'organizzazione di webinar e incontri - potrebbe realizzare forme di collaborazione stabili e sistemiche a supporto delle azioni di informazione e di comunicazione previste dal PON. Si potrebbero ipotizzare due diversi livelli: Centrale ("la parola agli attori coinvolti") e locale ("la parola ai cittadini e ai territori") in cui far confluire per i differenti livelli/territori il partenariato e altri attori locali (Rappresentanti istituzionali MiBACT, Istituzioni, Soprintendenze e Direzioni regionali MiBACT e Istituti autonomi, Media Nazionali, regionali e locali, esperti/imprenditori settore beni culturali e turismo- società civile e cittadini).

Tutto ciò sarà attivabile con, in primis, un [Monitoraggio informativo](#) sui beneficiari e sui diversi attori da coinvolgere per la verifica della loro partecipazione alle diverse azioni di comunicazione e, successivamente, la realizzazione delle azioni in condivisione con coloro che aderiscono (Beneficiari Asse I e Asse II –Invitalia) ed altri *stakeholder* previsti.

5. Monitoraggio e valutazione

Affinché gli obiettivi di comunicazione previsti nella Strategia di comunicazione vengano raggiunti, appare necessario misurare adeguatamente le performance delle attività di comunicazione.

Sulla scorta di quanto già effettuato nel 2018 rispetto al grado di conoscenza e di interesse manifestato dagli imprenditori del sistema produttivo culturale e creativo rispetto ai fondi comunitari e a Cultura _Crea (Cfr. PANEL CULTURA - Indagine sul sistema produttivo culturale e creativo del Mezzogiorno), l'AdG, per la presente annualità, ha intenzione di attivare una nuova [indagine destinata al grande pubblico al fine di valutare gli effetti della strategia di](#)



comunicazione in termini di persone raggiunte e del conseguente aumento della conoscenza del Programma.

Le attività di valutazione saranno pertanto incentrate sul raggiungimento di specifici obiettivi di conoscenza, reputazione e partecipazione, intesi non solo in termini di quantità di soggetti raggiunti e prodotti realizzati, ma anche in termini di qualità dell'informazione veicolata.

In particolare, le attività di monitoraggio e valutazione saranno volte a verificare lo sviluppo e l'efficacia delle azioni e degli strumenti di comunicazioni in merito soprattutto a:

- la conoscenza da parte 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.

6. Budget

Per la realizzazione delle azioni rappresentate nel presente Piano di comunicazione 2020-2021 si stima un impegno economico pari a € 230.000,00, ripartito secondo le diverse tipologie di azione precedentemente individuate.

Linee di attività	Budget indicativo
Comunicazione online: web e Social	€ 50.000,00
Comunicazione diretta	€ 20.000,00
Eventi	€ 30.000,00
Materiale a stampa e audiovisivi	€ 70.000,00
Relazioni con i media	€ 10.000,00
Assistenza ai beneficiari e attività partenariato	€ 10.000,00
Monitoraggio e valutazione	€ 40.000,00
Totale	€ 230.000