



UNIONE EUROPEA  
Fondi europei di sviluppo regionale



Programma Operativo Nazionale  
Cultura e Sviluppo  
FESR 2014-2020



MINISTERO  
PER I BENI E  
LE ATTIVITÀ  
CULTURALI

FESR 2014-2020

# PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALITÀ 2018-2019

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE  
CULTURA E SVILUPPO

*Documento in approvazione nella seduta del  
Comitato di Sorveglianza del 26 luglio 2018*

## INDICE

1.	Premessa	2
2.	Principali risultati della comunicazione 2017-2018	2
3.	Obiettivi strategici del Piano 2018 -2019	6
4.	Azioni di comunicazione	7
	4.1. Informazione e comunicazione su web	7
	4.2. Relazioni con i media	9
	4.3. Materiale a stampa e audiovisivi	10
	4.4. Iniziative di comunicazione diretta	10
	4.5. Eventi	12
	4.6. Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato	13
5.	Monitoraggio e valutazione	14
6.	Budget	15

## 1. Premessa

Il presente documento rappresenta la seconda pianificazione delle azioni di informazione e comunicazione relative al PON Cultura e Sviluppo 2014-2020, 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.

Le attività previste nel presente Piano di Comunicazione 2018-2019 terranno conto sia degli obiettivi specifici individuati nella Strategia di Comunicazione che delle attività espletate e avviate nella precedente annualità (2017-2018), con l'obiettivo di garantire, così come previsto dai Regolamenti e dalle raccomandazioni comunitarie, adeguata visibilità del Programma Operativo rispetto alle opportunità offerte ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari, alle attività realizzate ed ai risultati raggiunti, dando contestualmente maggiore rilievo al valore aggiunto fornito dai Fondi Europei, ed in particolare dal FESR.

Il Piano si configura quindi come strumento di gestione e di pianificazione delle attività di comunicazione avente quale missione quella di garantire livelli sempre più ambiziosi di trasparenza, condivisione, integrazione, partecipazione e inclusione.

La realizzazione delle azioni previste dal Piano, oltre al responsabile delle misure di informazione e comunicazione, si avvarrà di personale di Assistenza Tecnica e di servizi professionali e tecnici acquisiti sul mercato nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale.

## 2. I principali risultati della comunicazione 2017-2018

Nel corso della precedente annualità, le attività di informazione e comunicazione espletate dall'AdG hanno perseguito il principali obiettivo di diffondere le conoscenze sul Programma Operativo, fornendo informazioni sui suoi obiettivi, l'articolazione degli interventi, i contenuti e gli strumenti di attuazione. A tal fine di primaria importanza è stato il rilancio della comunicazione digitale, innanzitutto attraverso la realizzazione della nuova release del sito [www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it](http://www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it) secondo una nuova impostazione maggiormente user friendly e centrata sulle opportunità offerte dal Programma, che consenta di consultare in modo immediato le informazioni che riguardano le attività, lo stato di avanzamento e le opportunità a disposizione.

Il sito ha subito una profonda revisione rispetto alla gerarchia e all'albero dei contenuti, orientati a rendere accessibili e facilmente consultabili documenti e informazioni da parte di tutte le tipologie di fruitori e fornire al cittadino comune e ai potenziali beneficiari gli strumenti per conoscere, partecipare ed essere aggiornato sia rispetto allo stato di attuazione del Programma (in primis attraverso la pubblicazione in formato aperto dell'elenco delle operazioni ammesse a finanziamento ma anche tramite le testimonianze e il racconto dei beneficiari, riportate all'interno dell'apposita sezione "Storie dal PON") sia rispetto alle opportunità da esso offerte (in particolare alle imprese della filiera culturale e creativa a cui si rivolge lo strumento agevolativo "Cultura Crea").

Per garantire un'adeguata tempestività ed efficacia della comunicazione si è potenziato inoltre il presidio e l'aggiornamento quotidiano delle pagine "social" **Facebook e Twitter**, che con modalità di interazione immediata e diretta consentono di raggiungere un pubblico ampio e divulgare informazioni, segnalare opportunità non solo di diretta gestione dell'Autorità di Gestione ma anche dei soggetti beneficiari nonché del partenariato istituzionale ed economico e sociale del Programma. Questa presenza quotidiana ha già consentito di registrare un crescente riscontro in termini di *followers* dei due canali social e di apprezzamento rispetto ai contenuti proposti e l'obiettivo nei prossimi mesi è quello di utilizzare questo strumento anche per stimolare approfondimenti (rimandando ai contenuti del sito web) e per meglio contribuire al raggiungimento degli obiettivi generali di comunicazione del Programma.

Le attività in attuazione del Programma hanno orientato gli sforzi in termini di comunicazione soprattutto a supporto della misura "CulturaCrea", destinata alle imprese della filiera culturale e creativa, con lo scopo di promuoverne il più possibile caratteristiche e opportunità ed incentivare la presentazione di iniziative qualificate e sostenibili nel lungo periodo. A tal fine sono stati organizzati numerosi **incontri e seminari** che **webinar** online, in diretta video, divenuti ormai un appuntamento ricorrente di accompagnamento alla misura, con cadenza mensile.

E' stato realizzato inoltre il Quaderno - Guida "CulturaCrea. *Finanziamenti per le imprese culturali e creative*" con lo scopo di arricchire i contenuti informativi di esempi e infografiche di maggiore impatto e facilità di comprensione e dar conto dei risultati nel primo anno di attività della misura.

In considerazione inoltre dei risultati riscontrati e nell'esigenza di dare nuovo impulso alla partecipazione delle imprese alle opportunità offerte dal Programma, l'Autorità di Gestione ha inteso coinvolgere in maniera attiva e partecipata una serie di interlocutori e "portatori di interesse" specifici. A tal fine ha organizzato *incontri* con rappresentanti del **partenariato economico e sociale** del Programma, i cui esiti hanno rappresentato le basi per l'organizzazione dell'*evento nazionale "Stati Generali delle Imprese Culturali e Creative"*, svoltosi il 1 e 2 febbraio 2018 a Roma, presso l'Istituto Centrale per la Grafica. La manifestazione, articolata in una prima giornata di tavoli tematici di approfondimento e una seconda giornata di lavori in sessione plenaria, ha registrato un notevole interesse da parte della platea di riferimento, con richieste di partecipazione superiori alle effettive capacità di accoglienza e gestione dei lavori ed una platea di oltre 200 soggetti, tra imprese, esperti, testimonial di settore, associazioni di categoria e rappresentanti del partenariato economico e sociale che si sono confrontati in una prospettiva di dialogo, confronto e networking. Gli "Stati Generali" hanno segnato un primo milestone di un percorso di ascolto, condivisione e progettazione partecipata che contraddistingue la governance del Programma Operativo Nazionale (PON) "Cultura e Sviluppo" FESR 2014-2020.

Per valorizzare i contenuti del dialogo avviato e assicurare uno scambio permanente con imprese della filiera culturale e creativa, partenariato economico e sociale, le associazioni di categoria e i principali stakeholders è stata realizzata la piattaforma online **Forum Imprese Culturali e Creative** ([www.forumimpresecreative.beniculturali.it](http://www.forumimpresecreative.beniculturali.it)), con l'obiettivo di attivare uno strumento di "ascolto diretto" e stimolare il confronto, anche fra le diverse realtà e competenze imprenditoriali del Paese. Gli "Stati Generali delle Imprese Culturali e Creative" hanno rappresentato inoltre un'occasione per realizzare, attraverso il coinvolgimento di Demoskopica e la predisposizione di un'applicazione mobile che consente l'elaborazione di sondaggi in tempo reale, un'*instant survey* sul grado di conoscenza in generale del Programma ed in particolare delle opportunità legate alla misura "Cultura Crea", i cui esiti sono disponibili sul sito web del Programma.

Nelle tabelle che seguono si riporta il riepilogo dello stato di avanzamento delle attività di comunicazione realizzate rispetto al Piano di comunicazione 2017 - 2018 (approvato dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 21 giugno 2017) e un quadro generale di sintesi sugli indicatori di output al 31.5.2018.

Tabella 1. Attività realizzate rispetto a quanto previsto dal Piano di comunicazione 2017-2018

PIANO DI COMUNICAZIONE 2017-2018	
Attività previste	Attività realizzate
Informazione e comunicazione su web	Restyling sito web <a href="http://www.ponculturaesviluppo.benculturali.it">www.ponculturaesviluppo.benculturali.it</a> Attivazione pagine "social" Facebook e Twitter Piattaforma online Forum Imprese Culturali e Creative
Relazioni con i media	Comunicati e note stampa
Materiali a stampa e audiovisivi	Videoslideshow di presentazione del Programma Quaderno CulturaCrea
Iniziative di comunicazione diretta - IL CANTIERE	In corso di pianificazione per autunno 2018
Eventi	Stati Generali Imprese Culturali e Creative (Roma, 1-2 febbraio 2018)
Monitoraggio e valutazione	instant survey Demoskopica (Stati Generali Imprese Culturali e Creative)

Tabella 2. Avanzamento indicatori di output Attività di comunicazione (Asse III) al 31.5.2018

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore 31.5.2018	Output
Linee guida, documenti metodologico-operativi	N.	7	3	Istruzioni operative per i beneficiari; Linee guida beneficiari in materia di informazione e pubblicità; Manuale d'uso Community MIBAC
Prodotti informativi e pubblicitari	N.	25	10	Brochure <i>CulturaCrea</i> Video <i>CulturaCrea</i> Brochure PON Sito web PON PON editato e stampato Newsletter "PON News" n. 1/2017 Newsletter "PON News" n. 2/2017 Attivazione e gestione dei due social Facebook e Twitter Quaderno <i>CulturaCrea</i> . "Finanziamenti per le imprese culturali e creative" Piattaforma online "Forum permanente delle Imprese culturali e creative"

<b>Indicatore</b>	<b>Unità di misura</b>	<b>Valore obiettivo (2023)</b>	<b>Valore 31.5.2018</b>	<b>Output</b>
Attività di informazione e disseminazione (giornate, seminari, ecc.)	N.	15	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evento lancio PON 9/6/2015</li> <li>• <i>Cultura Crea</i>: evento di lancio</li> <li>• <i>Cultura Crea</i>: 4 seminari regionali</li> <li>• Partecipazione <i>Borsa archeologica Mediterranea</i> - Paestum: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edizione 2015</li> <li>- Edizione 2016</li> </ul> </li> <li>• Partecipazione <i>Forum PA</i> 2017</li> <li>• Webinar <i>CulturaCrea 2017</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 27/07/2017</li> <li>○ 14/9/2017</li> <li>○ 10/11/2017</li> </ul> </li> <li>• Webinar <i>CulturaCrea 2018</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 28/02/2018</li> <li>○ 19/04/2018</li> <li>○ 23/05/2018</li> </ul> </li> <li>• Tavoli stakeholders ICC: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 6/10/2017</li> <li>○ 9/11/2017</li> </ul> </li> <li>• <i>Stati Generali delle imprese culturali e creative</i>" - Roma, 1-2 febbraio 2018</li> </ul>

### 3. Obiettivi strategici del Piano 2018-2019

La definizione degli obiettivi strategici della comunicazione per l'annualità 2018 - 2019 si focalizza su una maggiore conoscenza da parte della cittadinanza delle informazioni relative alle opportunità offerte dal Programma ed alla conoscenza dei risultati raggiunti dai progetti finanziati, in linea con gli orientamenti comunitari in materia di visibilità e con gli obiettivi generali definiti nella Strategia di Comunicazione rispetto a consapevolezza, conoscenza e trasparenza e inclusione. Le azioni di comunicazione pianificate per l'annualità 2018-2019 avranno pertanto come obiettivo principale l'informazione dei progetti, dalla fase di attivazione al racconto delle esperienze e dei risultati.

I destinatari di riferimento degli interventi sono tutti riconducibili ai cinque gruppi di riferimento esplicitati all'interno della Strategia di Comunicazione (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori dell'informazione e

partenariato). Una parte importante degli sforzi informativi e comunicativi si concentrerà sulle giovani generazioni, destinatarie a partire dal 2019 di specifiche azioni e campagne, volte non soltanto ad informare ma anche a coinvolgere e promuovere maggiore consapevolezza e senso di appartenenza.

Eventi, materiali informativi, produzioni editoriali e multimediali, comunicazione web e digitale, saranno sviluppati in funzione di contenuti integrati e realizzati con un registro comune, cercando di innovare sia gli strumenti che il linguaggio, in un'ottica di semplificazione ed immediatezza.

## 4. Azioni di comunicazione

Coerentemente con la Strategia di Comunicazione 2014-2020 le azioni programmate per l'annualità luglio 2018 - giugno 2019 si articolano in sei macro-categorie:

- Informazione e comunicazione su web
- Relazioni con i media
- Materiale a stampa e audiovisivi
- Iniziative di comunicazione diretta
- Eventi
- Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato

### 4.1. Informazione e comunicazione su web

Il **sito web** rappresenta uno dei principali strumenti di comunicazione per garantire informazioni e dialogo con tutti gli stakeholders del Programma ed è oggetto quindi di continua implementazione, sia per quanto riguarda gli aspetti editoriali e redazionali che le funzionalità e gli strumenti in uso, con l'obiettivo di svilupparne le potenzialità.

Per l'annualità 2018-2019 s'intende in particolare potenziare la sezione descrittiva dello stato di attuazione del Programma, predisponendo contenuti corredati da infografiche dedicate a illustrare l'avanzamento fisico, procedurale e finanziario del programma.



Sarà arricchita la sezione di racconto delle attività realizzate e delle progettualità in corso (Storie dal PON) coinvolgendo direttamente i protagonisti con video-interviste ai beneficiari e gallerie fotografiche.

L'obiettivo è quello di dare maggiore concretezza al racconto dei progetti, valorizzando le buone pratiche e farle conoscere al grande pubblico attraverso la voce dei protagonisti.

L'avvio di questi racconti mira a predisporre un format che possa nelle annualità successive essere realizzato attraverso l'acquisizione di un servizio specializzato che ne curi tutto il processo produttivo, dallo script alle riprese, dal montaggio alla post-produzione.

Si lavorerà inoltre dal punto di vista redazionale per rendere il sito uno strumento di informazione che riesca ad "andare oltre" il Programma stesso, con un occhio sempre attento all'Europa e al dibattito sui temi delle politiche di coesione ma anche, nel contempo, alle Regioni e ai territori di riferimento, nonché – in maniera trasversale - al "core business" del Programma e quindi ai temi legati alla valorizzazione dei beni culturali e del sostegno alle imprese della filiera culturale e creativa.

Sarà implementata la versione in lingua inglese del sito, rendendo disponibili ulteriori pagine e sezioni dedicate alla descrizione del Programma e delle attività realizzate. Si valuterà infine la predisposizione di "tool feedback" per la realizzazione di indagini e questionari online, quali strumento di partecipazione alle attività del Programma e di valorizzazione degli indicatori di monitoraggio e valutazione della comunicazione, così come previsto dalla Strategia di comunicazione del Programma.

Per il periodo 2018-2019 continuerà l'attività di *social engagement*, attraverso il **continuo follow-up dei 2 canali social Facebook e Twitter**, ciascuno con le proprie specificità, in un'ottica di semplificazione del linguaggio e approccio diretto con i cittadini e gli altri target della comunicazione.

Le peculiarità di questi canali consentiranno di incrementare inoltre le partnership digitali con le altre istituzioni e consentiranno di moltiplicare le occasioni di reciproca informazione nonché diffondere le iniziative avviate dalla Commissione Europea (come già realizzato nella precedente annualità, con riferimento ad esempio alla campagna #EUinmyregion).

Il piano delle azioni in questo ambito prevede inoltre l'attivazione del canale **Youtube**, contesto favorevole alla creazione di processi di storytelling ma anche

luogo dove proporre informazioni tecniche in maniera chiara e più immediata, specie con riferimento alla comunicazione alle imprese beneficiarie - o potenziali beneficiarie, degli incentivi previsti dall'Asse II del Programma (webinar, viideo-guide, ecc.).

A supporto del migliore utilizzo degli strumenti social sarà definita e pubblicata la **social media policy del Programma**, con l'obiettivo di meglio definire finalità e contenuti dei social network utilizzati nonché le principali regole di gestione da parte della struttura dedicata (U.O. Comunicazione): titolarità degli account, livelli di responsabilità, riservatezza delle credenziali di accesso, gestione dei contenuti e dei commenti.

## 4.2. 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.

A tal scopo il piano di comunicazione prevede l'attivazione ed il rafforzamento dei rapporti con i diversi media ed in particolare:

- predisposizione di **comunicati e note stampa**, in occasione di significativi avanzamenti nell'attuazione (chiusura cantieri, inaugurazioni, ecc.) e per i diversi canali informativi (dalla carta stampata ai social network) e **video-interviste** per il web agli attori chiave della programmazione: rappresentanti delle istituzioni, opinion leader, stakeholder, amministratori e beneficiari;
- la realizzazione di uno **spot** da trasmettere sulle emittenti radio-televisive nazionali e locali delle cinque Regioni interessate dal Programma.

In sinergia con le attività di comunicazione istituzionali in capo all'Ufficio stampa del MIBAC, il presente piano prevede anche di valorizzare le già importanti relazioni con i media locali e nazionali per rafforzare una **cooperazione informativa**, che si concretizza non solo nella condivisione delle informazioni ma anche nell'attivazione di un meccanismo virtuoso di moltiplicatore in grado di incidere sull'efficacia delle azioni intraprese.

### 4.3. Materiale a stampa e audiovisivi

In occasione dell'evento annuale e di particolari occasioni o eventi (Incontri e riunioni con la Commissione Europea, Comitati di Sorveglianza, incontri informativi, workshop e seminari, attività di comunicazione diretta, ecc.) saranno realizzati strumenti di comunicazione multimediali quali **video-interviste**, **slideshow**, **infografiche** di presentazione sullo stato di avanzamento del programma e sulle opportunità per le imprese della filiera culturale e creativa.

Nell'annualità di riferimento sarà inoltre realizzato, come anticipato nel precedente paragrafo, uno **spot** da veicolare attraverso le emittenti radiotelevisive ed il web e presentato in occasione degli eventi organizzati o a cui parteciperà l'Autorità di Gestione.

I materiali audiovisivi saranno distribuiti anche alle agenzie europee di informazione, ai media, all'autorità locali, agli stakeholders e al partenariato.

### 4.4. Iniziative di comunicazione diretta

#### *Il "cantiere"*

Dando attuazione a quanto già previsto nella Strategia di comunicazione e nel Piano di comunicazione della precedente annualità 2017-2018, compatibilmente con la fattibilità tecnica e le tempistiche dei vari interventi previsti nell'ambito dell'Asse I del Programma, saranno pianificate e realizzate alcune iniziative nei cantieri degli interventi finanziati volte a comunicare che cosa si sta realizzando, attraverso quali modalità, con quali tempi nonché ricadute economico/occupazionali.

Sul "cantiere aperto", fisico o virtuale, gli attori degli interventi di restauro, valorizzazione, funzionalizzazione e potenziamento della fruizione sui vari attrattori culturali racconteranno alla comunità le modalità attraverso le quali si stanno realizzando i singoli progetti, le tempistiche di attuazione, le ricadute economiche e occupazionali che ne accompagneranno l'intero ciclo di vita.

Sarà così visibile, semplificando da tecnicismi sia il linguaggio che i contenuti, il momento di forte impatto dell'avvio e del procedere dei lavori, come momenti di trasformazione che producono benefici sul territorio, coinvolgendo e stimolando la cittadinanza ad una partecipazione attiva.

La produzione di materiale audiovisivo multimediale, fruibile sul web attraverso il sito del PON e sui social correlati, sarà uno strumento di comunicazione fondamentale

per documentare e diffondere i contenuti e per stimolare la partecipazione anche dei visitatori "virtuali".

La relazione con i media locali promuoverà le attività di animazione e garantirà la divulgazione sui territori e la visibilità dei contenuti, utilizzando anche video-interviste agli attori degli interventi da pubblicare sul sito del PON e sui canali social e diffondere con comunicati stampa e news.

Le attività di questa iniziativa riguarderanno, a titolo esemplificativo, ma non esaustivo:

- visite guidate negli attrattori oggetto di intervento nell'ambito del Programma, con il coinvolgimento degli "attori" coinvolti (Direttori strutture MIBAC, Direttori dei lavori, RUP, ecc.);
- incontri informativi con la cittadinanza come conferenze e open day per le scuole, le associazioni, gli operatori culturali del territorio;
- workshop e seminari con i vari stakeholder: enti locali, associazioni di categoria, università, media locali;
- racconti visivi, attraverso la produzione di materiale audiovisivo e multimediale da pubblicare sul sito web del PON e diffondere attraverso i canali social e i vari canali mediatici.

### ***Incontri informativi, Workshop, seminari***

Allo scopo di coinvolgere determinate categorie di pubblico e rispondere a specifici bisogni di comunicazione, l'Autorità di Gestione conferma il suo impegno nel promuovere incontri informativi workshop, seminari.

Alcuni di questi appuntamenti informativi potranno avere carattere più tecnico, rivolgendosi prioritariamente ai potenziali beneficiari individuati, e saranno orientati ad approfondire specifiche linee di intervento del programma attraverso il coinvolgimento del partenariato economico e sociale.

Sulla base di specifiche richieste o necessità di verificare l'impatto delle azioni, i fabbisogni del territorio, le sinergie con le iniziative locali, gli incontri potranno svolgersi nei territori delle cinque Regioni interessate dal Programma.

La registrazione in audio video dell'evento fruibile su Web garantirà ogni possibile effetto di diffusione dei contenuti e di promozione delle attività di animazione.

## 4.5. Eventi

Nel corso del secondo semestre del 2018 l'Autorità di Gestione ha calendarizzato la realizzazione dell'**evento annuale** così come previsto dal Regolamento 1303/2013 - Allegato XII, art.2 comma 2.1. 2 b).

L'evento annuale 2018 sarà realizzato indicativamente nel mese di ottobre in una sede ancora in corso di valutazione.

In linea con gli obiettivi e gli indirizzi stabiliti dal Regolamento UE n. 1303/2013 e dalla Strategia di comunicazione del Programma, l'evento avrà come obiettivo principale quello di restituire lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei primi risultati raggiunti.

Un focus particolare sarà dedicato alle «storie di progetti e di innovazione»: interventi esemplari e testimonianze di imprese della filiera cultura e creativa, fra quelle finanziate nell'ambito dell'Asse II del Programma.

L'organizzazione dell'evento annuale include la predisposizione di una campagna di comunicazione adeguata che utilizzi i seguenti strumenti principali:

- attività di ufficio stampa
- mailing con inviti e materiale informativo
- materiale audiovisivo (video)
- battage sui social media
- diretta streaming dell'evento sul Web.

### **Inaugurazioni**

L'Autorità di gestione potrà intervenire all'inaugurazione/apertura di beni oggetto di interventi di particolare rilievo finanziati dal PON (attività di recupero, restauro e valorizzazione), caratterizzati da una gestione esemplare delle fasi di progettazione e attuazione nel rispetto dei tempi previsti.

### **Partecipazione a fiere/eventi**

Oltre ad organizzare degli eventi di informazione l'AdG prenderà in considerazione l'opportunità di partecipare nel corso dell'annualità di riferimento a manifestazioni, fiere, convegni del settore, valutando di volta in volta i potenziali ritorni in termini di visibilità e di coinvolgimento dei target di riferimento. La partecipazione potrà concretizzarsi nella sola presenza con relazioni e presentazioni oppure con l'allestimento di un proprio stand espositivo all'interno del quale distribuire il materiale

promozionale e informativo del PON e consentire la visione dei servizi/prodotti multimediali.

#### **4.6. Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato**

In continuità con quanto già avviato nella precedente annualità l'AdG assicurerà un **accompagnamento ai beneficiari** nell'implementazione di azioni di comunicazione e nell'attuazione degli obblighi di loro pertinenza in materia di informazione e pubblicità nonché un'attività di informazione e supporto nelle diverse fasi del percorso attuativo degli interventi.

Garantirà inoltre una costante attività di informazione e coinvolgimento del **partnenariato** sui risultati e sull'impatto delle azioni realizzate.

Sul fronte della comunicazione interistituzionale, infine, l'Autorità di Gestione ha avviato un costante percorso di confronto e dialogo con alcuni interlocutori di riferimento. L'Unità Operativa "Comunicazione" partecipa infatti fin dalla sua costituzione alla **Rete dei comunicatori FESR**, il gruppo operativo presieduto dall'Agenzia per la Coesione Territoriale che intende facilitare la circolazione delle informazioni e lo scambio di esperienze, con l'obiettivo di accrescere e migliorare la comunicazione della politica di coesione. Nell'ambito della "Rete" vengono affrontati approfondimenti - come ad esempio sul monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione -, elaborate proposte e pianificate attività comuni e l'unità Operativa "Comunicazione" del PON fornirà il necessario supporto nella realizzazione di azioni congiunte, di materiali informativi ed eventi collettivi, come le attività in corso di definizione collaterali alla Riunione Annuale di Riesame prevista a Matera per settembre 2018.

### **5. Monitoraggio e valutazione**

In coerenza con la Strategia di comunicazione del Programma, l'Autorità di Gestione, attraverso la batteria di indicatori di realizzazione prevista, verifica in modo puntuale lo stato di avanzamento, in modo da poter valutare l'eventuale necessità

di apportare correttivi all'azione di comunicazione intrapresa. Per l'annualità 2018, sarà necessario avviare la definizione ed il popolamento di quegli indicatori di risultato necessari a monitorare, anche mediante indagini quali-quantitative, l'efficacia dell'attività di comunicazione sui diversi pubblici di riferimento.

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 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;
- la diffusione e lo scambio costruttivo di informazioni con le amministrazioni nazionali e regionali (nello specifico AdG degli altri PON e dei POR) in merito alle azioni programmate;
- la diffusione di informazioni per una partecipazione consapevole dei potenziali beneficiari alle azioni/interventi;
- lo sviluppo della capacità di comunicazione nei vari soggetti coinvolti nella gestione e attuazione del PON;
- l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione svolte.

Potranno essere, inoltre, realizzate valutazioni di specifiche azioni di comunicazione, per misurarne l'impatto sui destinatari, come l'attivazione di una Social Media Analysis, al fine di monitorare e migliorare le interazioni in Rete.

Tale attività sarà realizzata con il supporto attivato dall' Agenzia per la coesione territoriale che, constatata la necessità di accompagnare le amministrazioni definendo percorsi comuni, ha messo in campo un gruppo di lavoro per offrire

- supporto nella definizione di una metodologia di analisi;
- quadro comune di performance e di analisi;
- definizione set indicatori comuni di realizzazione e di risultato;
- indici di sintesi connessi ai temi della comunicazione e della reputazione delle politiche pubbliche;
- governance comune su misurazione e valutazione.

## 6. Budget

Per il periodo considerato si disporrà di un budget di € 300.000.

Per la realizzazione delle azioni si farà ricorso a risorse e professionalità interne nonché ad affidamenti esterni, attuati nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.