



QUADRO STRATEGICO NAZIONALE 2007-2013 PER LE REGIONI DELLA CONVERGENZA

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE RICERCA E COMPETITIVITA'

(CCI: 2007IT161PO006)

PUNTO 5 ORDINE DEL GIORNO

ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE E

ADEMPIMENTI PREVISTI DALL'ART. 7 DEL REG. (CE) N° 1828/2006

(COMITATO DI SORVEGLIANZA 13 GIUGNO 2014)

INDICE

INTRODUZIONE	2
1. ADEMPIMENTI PREVISTI DALL'ART. 7 DEL REG. (CE) N° 1828/2006.....	4
2. IL SITO WEB WWW.PON R&C.IT	5
2.1 I dati di monitoraggio del sito	9
2.2 I canali social del PON R&C (rivedere le foto da inserire)	10
3. GLI EVENTI	15
4. LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE.....	24
4.1 Vademecum della comunicazione	28
5. PRODOTTI MULTIMEDIALI	30
6. PUBBLICAZIONI INFORMATIVE	31
7. RETI E PARTENARIATO DELLA COMUNICAZIONE.....	31
8. LE RELAZIONI CON I MEDIA.....	32
9. MONITORAGGIO, VALUTAZIONE E QUALITÀ	34

Introduzione

Il presente documento ha come **obiettivo generale** quello di rappresentare in modo sintetico, ma esaustivo, tutte le azioni di informazione e pubblicità realizzate nel periodo compreso tra Gennaio 2013 e Aprile 2014.

Tali azioni sono state realizzate, attraverso una stretta collaborazione, dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) - Autorità di Gestione (AdG) del Programma - e dal Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE) - Organismo Intermedio (OI) – in attuazione del Piano di Comunicazione del Programma.

La collaborazione tra le due Amministrazioni, sancita nell'Atto congiunto firmato il 26 luglio 2011 assicura una gestione coordinata e la necessaria condivisione di tutte le azioni realizzate.

Gli interventi per l'attuazione del Piano di Comunicazione hanno prodotto un impegno di spesa, al 31 dicembre 2013, di circa 10.588.858,00 Milioni di euro, riferito in via prioritaria, per quanto riguarda l'O.I. alla realizzazione, implementazione e aggiornamento del Portale, alla traduzione in lingua inglese dei contenuti dello stesso, alla implementazione della sezione Open Data attraverso la descrizione dei progetti finanziati, all'organizzazione di seminari ed eventi informativi sulle azioni del Programma, alla attività di informazione e pubblicità ai beneficiari delle linee di intervento delegate dall'O.I, nonché alla realizzazione di materiale informativo e gadget, mentre per quanto riguarda il MIUR la realizzazione delle quattro campagne di comunicazione, l'implementazione e aggiornamento del Portale e dei canali Social, alcuni seminari ed eventi sui primi risultati del Programma.

La strategia comunicativa adottata nel periodo di riferimento è stata incentrata su tre elementi che hanno rappresentato la base di partenza per un nuovo modo di concepire la pubblica amministrazione: **trasparenza, comunicazione e partecipazione**. Sono questi i tre pilastri per una amministrazione *efficiente, efficace, aperta* ma soprattutto corretta nel rapporto con il proprio pubblico che da soggetto passivo diventa attivo nelle procedure di partecipazione e nel controllo del proprio operato.

"Cambiare la PA si può" e ciò è stato reso possibile attraverso innovazioni di processo e modifiche portate avanti dall'Autorità di Gestione del PONREC che passo dopo passo nel corso dei mesi ha rilanciato l'immagine della PA nei confronti del cittadino. Tra le soluzioni più innovative messe in campo nel corso dell'anno: Ritardi.0 per la creazione di una PA nuova in grado di partire appunto da zero e senza ritardi nella

propria attività. L'iniziativa parte da una analisi concreta e reale del fenomeno dei ritardi delle procedure dei progetti in gestione definendo una serie di soluzioni organizzate per risolvere i ritardi più gravi attraverso una serie di iniziative dirette (riunioni congiunte e continue) e a "distanza" per le attività di valutazione e controllo. Ma questa non è stata l'unica soluzione in merito ai nuovi processi innovativi. Oggi con tutti i nuovi mezzi di comunicazione di massa qualsiasi attività è disponibile in tempo reale. Per non restare indietro la PA deve imparare a comunicare con l'esterno e deve farlo utilizzando i canali online più diffusi tra gli utenti. L'Autorità di Gestione in questo senso ha dato sempre più valore al portale, vetrina importante per tutte le attività in corso di svolgimento ma anche veicolo di informazione e condivisione attraverso la pubblicazione di pagine e news arricchite dall'uso quotidiano e continuo dei social network come Twitter e il Blog Ritardi.0 nell'ottica di una informazione sempre più aperta, controllata e più partecipata.

Il Blog **Ritardi.0** diventa lo spazio virtuale attraverso il quale l'amministrazione comunica e commenta le azioni svolte, le decisioni prese ed i risultati conseguiti attraverso vari post aperti a commenti e suggerimenti.

Twitter, più specificato avanti, è stato senza dubbio il canale attraverso la quale la PA ha aggiornato gli utenti della rete in tempo reale su tutte le iniziative intraprese nel corso dell'anno in ambito organizzativo, procedurale, amministrativo e in merito agli eventi più rappresentativi. La PA ha raccontato sé stessa attraverso il tool dello storify che ha permesso di narrare storie attraverso l'uso dei social media.

Questa è la vera comunicazione che fa proprio il concetto di innovazione sociale e che attraverso i social network facilita il dialogo tra i vari soggetti esterni ed interni coinvolti in un processo amministrativo verso una maggiore celerità ed efficacia dei processi e delle procedure.

La comunicazione da fredda e burocratica diventa più informale, semplice, chiara e aperta al dialogo.

Nel momento in cui una PA comunica contemporaneamente ascolta il cittadino è ciò rende il rapporto bilaterale, basato sullo scambio e sulla condivisione.

1. Adempimenti previsti dall'Art. 7 del Reg. (CE) n° 1828/2006

L'Autorità di Gestione ha assicurato, anche nel 2013, l'esposizione della bandiera dell'Unione europea davanti alla sede del MIUR (piazzale J.F. Kennedy 20 – Roma), in ottemperanza a quanto disposto dall'art. 7, comma 2, lettera c) del Regolamento (CE) 1828/2006.

Nel rispetto delle disposizioni regolamentari (artt. 6 e 7, comma 2 lettera d) del Regolamento (CE) 1828/2006, si è riorganizzata la sezione relativa all'elenco dei beneficiari per rendere complete le informazioni sui progetti finanziati. La redazione ha lavorato ai contenuti descrittivi dei progetti e ha realizzato una scheda di sintesi per ciascun progetto con i dati finanziari, la regione di riferimento e la descrizione, nonché l'attribuzione per ciascun intervento dell'ambito di riferimento.

Prosegue con successo l'attività di **assistenza ai beneficiari** da parte di entrambe le Amministrazioni nel rispetto delle **'Linee Guida per le azioni d'informazione e pubblicità a cura dei beneficiari dei finanziamenti'**, uno strumento informativo elaborato appositamente per fornire ai beneficiari le indicazioni pratiche necessarie agli adempimenti delle attività di informazione e pubblicità previsti dal Regolamento (CE) n. 1828/2006.

All'interno del documento, i beneficiari possono trovare indicazioni sull'utilizzo del logo-firma da inserire in ogni materiale prodotto concernente i progetti cofinanziati, nonché esempi grafici per la realizzazione della **targa** e del **cartello** richiesti dalla Commissione Europea.

Le azioni di comunicazione e informazione a carico dei beneficiari, attraverso l'esposizione di cartelli e targhe forniscono all'opinione pubblica testimonianza delle opere realizzate ed effettivamente divenute fruibili e consentono al cittadino di esercitare il diritto di informazione sull'utilizzo dei fondi pubblici.

A tal fine è stato costante, nel periodo di riferimento, il supporto a tutti i beneficiari del Programma sia per la realizzazione di materiali promozionali e comunicativi sia, attraverso la gestione della casella di posta info@ponrec.it e comunicazione@ponrec.it, l'invio di lettere informative e distribuzione delle "linee guida", servizio di assistenza alle iniziative realizzate dai beneficiari (targhe, cartelli, ecc.)



2. Il sito web www.PON R&C.it

Le attività di seguito descritte si riferiscono all'area della comunicazione "Portale web" (tecnologia e redazione) del Piano di comunicazione.

Il sito web (<http://www.ponrec.it>) del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, in linea dal maggio 2009, è considerato tutt'ora un punto di riferimento tra gli strumenti di comunicazione del Programma in particolare per dare risalto e valore ai risultati conseguiti dai progetti finanziati.

Alla riorganizzazione dell'architettura informativa generale del sito e all'introduzione della sezione Open data, avviate nel corso del 2012 e finalizzate all'inizio dell'anno successivo, nel corso del 2013 è seguita una ulteriore attività di estensione e di evoluzione dei servizi offerti in particolare per presentare i risultati raggiunti dai progetti cofinanziati e per migliorare qualitativamente la distribuzione degli Open data relativi a progetti e beneficiari.

Nel corso del 2013 e nei primi mesi del 2014 l'azione informativa svolta dal portale si è concretizzata nella pubblicazione di notizie e pagine relativamente a:

- aggiornamento e stato di avanzamento (attuazione, gestione, valutazione, monitoraggio e comunicazione) sulle attività di riprogrammazione del Programma.
- aggiornamento della nuova sezione dedicata alle azioni a valere sul Piano di Azione e Coesione (PAC) con l'obiettivo di promuovere, informare e distribuire la documentazione inerente gli interventi previsti.
- Integrazione ed aggiornamento da parte dell' Organismo Intermedio (OI) MiSE –DGIAI nella sezione Open Data del portale istituzionale con la redazione delle descrizioni dei progetti assegnando i relativi ambiti di ricaduta, in condivisione con la redazione del MiUR, per i seguenti strumenti: Contratti di Sviluppo (CdS); Creazione di Impresa – D. Lgs 185/00; Autoimprenditorialità (D. Lgs. 185/2000 Tit. I); Autoimpiego (D. Lgs. 185/2000 titolo II); D.M. 6 agosto 2010 - Bando Industrializzazione e Bando Obiettivi Innovativi; Bando Sportello PON – Legge 46/82 FIT; Bando Start-up – Legge 46/82 FIT; Bando Sportello Reach – Legge 46/82 FIT.
- diffusione di informazioni e strumenti a supporto dei beneficiari sulle attività relative all'avanzamento lavori, rendicontazione e comunicazione dei progetti cofinanziati a valere sul PON R&C specificatamente attraverso linee guida, modulistica, e FAQ di supporto che, nel corso del 2013, hanno riguardato principalmente le seguenti linee di intervento: Distretti ad Alta Tecnologia e

Laboratori Pubblico-Privati, Social Innovation e interventi del PAC Startup e Potenziamento Strutturale.

- realizzazione di uno spazio Web dedicato alla campagna di comunicazione del programma. L'area web è stata realizzata attraverso la creazione di alcune nuove pagine, condivise con l'RTI aggiudicatario della gara di comunicazione, organizzate sotto la voce di menù Programma>Comunicazione>Campagna di comunicazione. Per aumentarne la visibilità la sezione è stata resa raggiungibile anche tramite uno shortlink posto sulla homepage del sito. Uno spazio importante inoltre è stato riservato, sempre in homepage, al docu-film "Italia, Storie del Futuro" realizzato per la campagna di comunicazione.
- presentazione sul portale dei risultati dei progetti cofinanziati, ampliando le informazioni presentate sulla scheda informativa di ogni progetto. L'intervento ha previsto la realizzazione di pagine estremamente dinamiche che consentono di utilizzare al loro interno, oltre a testo e immagini, anche audiovisivi, link ai canali social e web realizzati dai beneficiari. Tali pagine sono raggiungibili sia dalla sezione appositamente realizzata all'interno dell'area trasparenza che dalla navigazione dei dati dei progetti e dei beneficiari.
- informazioni e appuntamenti sul tema Ricerca e Innovazione promossi in ambito nazionale, europeo e internazionale.

Il portale istituzionale www.PON R&C.it è stato, da 2013 realizzato anche nella versione



in lingua inglese. Nel corso dell'anno sono stati implementati molti contenuti, seguendo gli aggiornamenti dei contenuti e delle pagine descrittive degli interventi dando maggiore risalto alla sessione dedicata ai risultati del Programma. L'analisi dei dati riscontra un totale di accessi alle pagine in lingua inglese di 4763 accessi nel 2013 e ben 5271 nei primi mesi del 2014 in particolare sulle pagine delle Action Line.

La sezione Open data del PON R&C rappresenta sempre più un punto di forza

del Portale e un riferimento assoluto per la conoscenza delle azioni di attuazione del Programma. La sua importanza è testimoniata anche dall'aumento importante del

numero degli accessi a quest'area nel corso dell'ultimo anno (per approfondimenti si rimanda al paragrafo sul monitoraggio).

L'Autorità di Gestione ha investito sul tema della trasparenza e accessibilità di tutti dati favorendo l'incremento e il miglioramento della distribuzione dei dati di progetti e beneficiari al fine di semplificarne la fruibilità ed il riuso. La nuova distribuzione, in linea dal giugno 2013, è stata suddivisa in tre distinti dataset in modo tale da consentire un suo uso più semplice e corretto. Nella pagina del portale per l'uso dei dati, ad esempio, attualmente è possibile ottenere nuovi elementi relativi alla georeferenziazione sia dell'impegno finanziario sia della localizzazione delle attività di progetto.

Inoltre, attraverso l'utilizzo del nuovo strumento è possibile conoscere la ripartizione del cofinanziamento dei progetti nelle regioni della Convergenza e la suddivisione territoriale delle sedi di svolgimento dei progetti stessi.

La sezione Open data del sito PON R&C è stata aggiornata nei contenuti e ulteriormente integrata con interventi specifici in particolare per:

- I risultati del PON R&C
- Una nuova distribuzione dei file open data

La sezione "Risultati del PON R&C" è una rubrica dedicata alla consultazione dei risultati attesi dai progetti finanziati, o dove conclusi, dei risultati raggiunti. Al fine di comunicare i risultati e le ricadute concrete dei progetti finanziati ad un pubblico che comprendesse anche il comune cittadino, sono state predisposte, per ogni singolo progetto, pagine web dedicate, che consentono di utilizzare, oltre a testo e immagini, anche audiovisivi e prevedono l'inserimento al loro interno di documenti e altri materiali per l'approfondimento scaricabili dall'utente.

La raccolta dei contributi per popolare le pagine sopra descritte è avvenuta in più fasi e in diverse modalità: attraverso l'acquisizione dei dati relativi al monitoraggio dei progetti e tramite l'invio di e-mail ai beneficiari per sollecitarli ad inviare materiale divulgativo sui risultati del progetto ai Project Officer di riferimento.

Per collegare tutte le informazioni relative ad ogni specifico progetto, è stato eseguito un intervento tecnico che ha consentito di unificare le schede progetto consultabili nella sezione open data con le corrispondenti pagine risultato, integrandole nella navigazione e nella consultazione. Le pagine sono raggiungibili pertanto sia attraverso la specifica sezione "Risultati del PON R&C" sia tramite la navigazione sui progetti presenti nella sezione open data.

Le pagine "risultati" infine sono state organizzate per linea di intervento e possono essere raggiunte attraverso una semplice lista o tramite un apposito motore di ricerca.

Per facilitare la divulgazione e l'uso delle informazioni distribuite attraverso l'open data è stata predisposta una nuova descrizione del tracciato record più leggibile e arricchita con note di dettaglio e indicazioni sui formati adottati.

Si evidenzia inoltre l'attenzione con cui è stato gestito il processo di produzione dei dataset migliorando la sua affidabilità attraverso l'inserimento di controlli sulla qualità dei dati importati.

L'aggiornamento dei dataset avviene con cadenza bimestrale utilizzando i dati certificati dal servizio di monitoraggio.

L'AdG attuando i principi di apertura e trasparenza dell'Open Government, nel 2013 ha definito di rendere pubblici i contenuti delle aree riservate dedicate al Comitato di Sorveglianza e del Gruppo di Coordinamento e di Pilotaggio della Valutazione, ritenendo non più necessarie le restrizioni per le quali erano state predisposte. Tale azione ha portato alla pubblicazione del materiale presente su sezioni ad accesso aperto del portale, mantenendo comunque la struttura informativa precedentemente predisposta.

Il sito web del PON R&C rappresenta un importante elemento di supporto per la diffusione della campagna di comunicazione. A tal fine il materiale prodotto è stato reso accessibile non solo nella sezione dedicata del portale ma anche attraverso banner e richiami grafici in homepage e in altre pagine interne. L'area è stata organizzata per tipologia di materiale ed aggiornata periodicamente con i contributi via via prodotti.

Nel marzo 2014 si è conclusa la realizzazione del docu-film **"Italia, Storie del Futuro"** al quale è stato riservato uno spazio importante in homepage riportando il trailer da 60 secondi, che, nel solo mese di aprile, ha registrato oltre **38.000 visualizzazioni**, e il collegamento alla pagina del portale con la playlist dedicata ai capitoli del docu-film. Il video è articolato in diversi audiovisivi: due trailer (da 30'' e 60'') e un filmato complessivo dal quale sono stati estratti 6 episodi fruibili separatamente, tutti pubblicati sul canale YouTube dedicato al PON R&C.

2.1 I dati di monitoraggio del sito

L'accesso al sito www.ponrec.it da parte degli utenti internet è stato monitorato attraverso il software per la rilevazione di statistiche open source AWStats. I dati sull'accesso hanno permesso di analizzare sia le principali performance offerte dallo strumento, sia il livello di interesse mostrato dagli utenti verso i contenuti in esso riportati.

I dati del 2013 confermano un leggera flessione (circa il 5%) rispetto all'anno precedente. Il numero dei visitatori diversi (numero di contatti che hanno visitato il sito, di seguito accessi) dal gennaio a dicembre **2013 è pari a 196.956**, con una media di 540 visitatori al giorno, mentre il **numero totale di visite** è stato di **354.887**.

Di seguito si indicano le pagine più visitate nell'anno 2013:

- **Open data progetti** - banca dati dei progetti del PON R&C (/open-data/progetti) con **70.667 accessi**, che non comprendono le singole schede progetto visualizzate, rappresenta una importante conferma sull'interesse di questo servizio.
- **Bandi e Avvisi** – la pagina che elenca tutti gli strumenti attuativi del Programma ha registrato **37.419** accessi nel 2013.
- **Notizie ed Eventi** – la pagina archivio delle notizie e degli eventi riporta un accesso pari a 15.312.
- **Scheda intervento Smart Cities** – tra le schede interventi del PON R&C è la pagina che ha avuto più accessi da parte del pubblico internet per un totale di 14.354
- **PAC Bando Startup FAQ** – tra i prodotti a supporto all'attuazione del Programma le FAQ sono considerate tra i più utili. A testimoniare questo interesse è l'importante numero di accessi 10.989 (concentrati soprattutto nel mese di aprile 2013) relativo alla FAQ per la presentazione della domanda al Bando Startup del Piano di Azione e Coesione.

Relativamente alle notizie pubblicate si citano le tre maggiormente visualizzate:

1. Titolo: Bando per potenziamento infrastrutture per le regioni della Convergenza: 76,5 Meuro a sostegno e potenziamento della ricerca (http://www.PON R&C.it/notizie/2013/febbraio/pot_pac/) – **accessi: 3.537**
2. Titolo: Avviso 436 del 13 marzo 2013 – Bando Start Up – Decreti di approvazione graduatorie (<http://www.PON R&C.it/notizie/2013/luglio/startup-gra/>) – **accessi: 3.159**
3. Titolo: BANDO STARTUP MIUR - Nota informativa sulle ulteriori attività di valutazione (<http://www.PON R&C.it/notizie/2013/luglio/notasup/>) – **accessi: 2.450**

Per quanto riguarda i download della documentazione si riportano i tre file più scaricati:

1. Titolo: Avviso per la presentaizone di progetti per il sostegno di Start Up
(http://www.PON R&C.it/media/178784/436_13mar13bando_start_up.pdf) - **accessi: 14.287**
2. Titolo: Metodo del calcolo del costo orario (http://www.PON R&C.it/media/73418/allegato1326_b_metodocalcolocostoorario.pdf) - **accessi: 8.755**
3. Titolo: Disciplinare interno per il rimborso delle spese di trasferta/missioni
(http://www.PON R&C.it/media/178784/436_13mar13bando_start_up.pdf) - **accessi: 5.850**

Relativamente ai primi tre mesi del 2014, i dati sugli accessi confermano comunque un andamento in crescita rispetto allo stesso periodo del 2013: l'accesso al sito www.ponrec.it ha registrato una media mensile di circa 24.536 visitatori diversi e un numero totale di visite pari a 112.638.

2.2 I canali social del PON R&C

Nel corso dell'anno la presenza del PON R&C sui due **canali social** ha continuato ad essere attiva determinando un aumento delle visite sul sito web www.ponrec.it

Le evoluzioni del web 2.0 e l'utilizzo predominante di internet hanno determinato un'intensificazione nell'utilizzo dei social media (Youtube PON REC) e del social networking (@PONREC) per le attività di comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013.

La presenza del PON R&C sui canali social come Twitter e YouTube, a partire dal 2012, ha senza dubbio incrementato le occasioni di contatto (informazioni e relazioni) con un più vasto pubblico misurabili sia in termini quantitativi (attraverso i sistemi di monitoraggio che rilevano numero visite a pagine web e documenti pubblicati, numero di follower, numero di retweet e potenziale dei follower) sia in termini di interazioni create.

Nel corso del 2013 i social media hanno avuto un ruolo centrale per:

¹ In allegato le statistiche annuali

- **Promuovere gli interventi finanziati, fornire assistenza sull'attuazione dei progetti, creare community su temi di interesse e su eccellenze sviluppate con l'esperienza progettuale**

Il lancio di opportunità di finanziamento (su interventi finanziati con il PAC) è uno degli argomenti di maggiore interesse; il profilo twitter in questo caso è stato utile non solo per promuovere le opportunità offerte ma anche per dialogare con i potenziali beneficiari sulle modalità di partecipazione e per aprire un dibattito sui passaggi formali necessari per la presentazione delle domande.



In questa fase della programmazione, @PONREC è stato utilizzato soprattutto per informare sulle modalità di rendicontazione, tempi di gestione e avanzamento dei progetti.

Inoltre, sono state create delle liste sul profilo "Twitter" per raccogliere progetti, attuatori, esperti e altri soggetti che concorrono al corretto avanzamento dei lavori, distinti per linea di intervento.

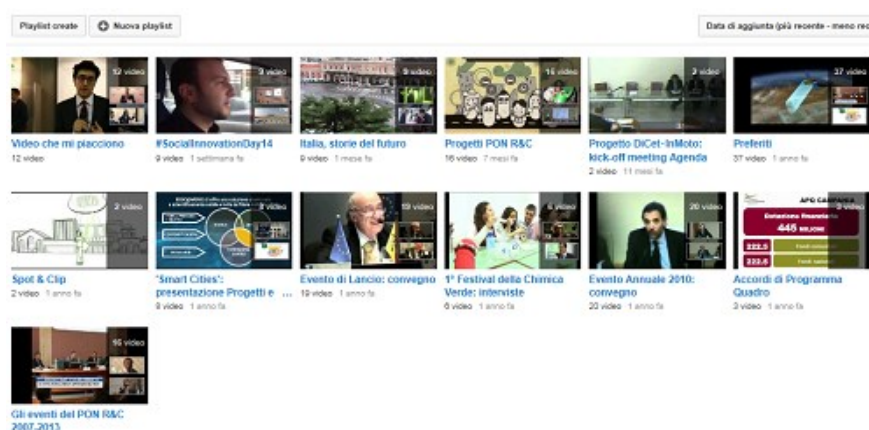
- **Fare lo storytelling dei Progetti finanziati con i fondi europei gestiti dal PON Ricerca e Competitività**

La descrizione dei progetti realizzati con risorse europee PON R&C 2007-2013, tema centrale per l'attività di comunicazione (eventi, contenuti web, spot, etc), è stato enfatizzato attraverso l'utilizzo del canale Youtube per dare la massima visibilità ai contributi video (utilizzati nella campagna TV o su pagine web) e per la condivisione sul social network.



Il dato più rilevante sono le circa 38.000 visualizzazioni del Trailer del Docu-film *"Italia, storie del futuro"*, a cui poi seguono le diverse "puntate" che raccontano, attraverso interviste, diversi progetti di ricerca e innovazione realizzati dagli attuatori del PON R&C.

Sempre, riguardo alla promozione video, è da segnalare la condivisione di video prodotti direttamente dagli attuatori dei progetti per sostenere il proprio lavoro e per i quali è stata realizzata una playlist *ad hoc* "I Progetti del PON REC".



- **Offrire la massima condivisione, partecipazione e trasparenza sulle attività in corso e determinando occasioni di dialogo.** È cura dell'Autorità di Gestione informare i



follower attraverso il proprio profilo personale (con RT su PON R&C) o direttamente su quello @PONREC sulle attività amministrative prioritarie, sugli appuntamenti presso il MIUR e su proposte (documenti, idee, richieste) di interesse.

Inoltre, in occasione di eventi sul territorio, manifestazioni, convegni, riunioni e presentazioni di progetti i due profili social PON R&C vengono sempre utilizzati per:

- **Promuovere l'evento** attraverso il lancio delle notizie pubblicate sul web, retweet dei partecipanti al fine di garantire massima visibilità e partecipazione;
- **Il livetwitting** in modo da permettere la condivisione, la partecipazione e il dibattito - non solo in presenza - ma anche in rete (questa modalità di interazione è stata realizzata non solo in caso di convegni ma anche per alcune importanti riunioni di lavoro)
- **La promozione di progetti:** condividendo contenuti prodotti (pagine web, video, slide di presentazione) dagli attuatori nonché riferendo direttamente sulle attività realizzate.
- **La creazione di community**, ovvero sostenendo la creazione di gruppi di lavoro trasversali tramite occasioni di incontro, confronto e scambio.

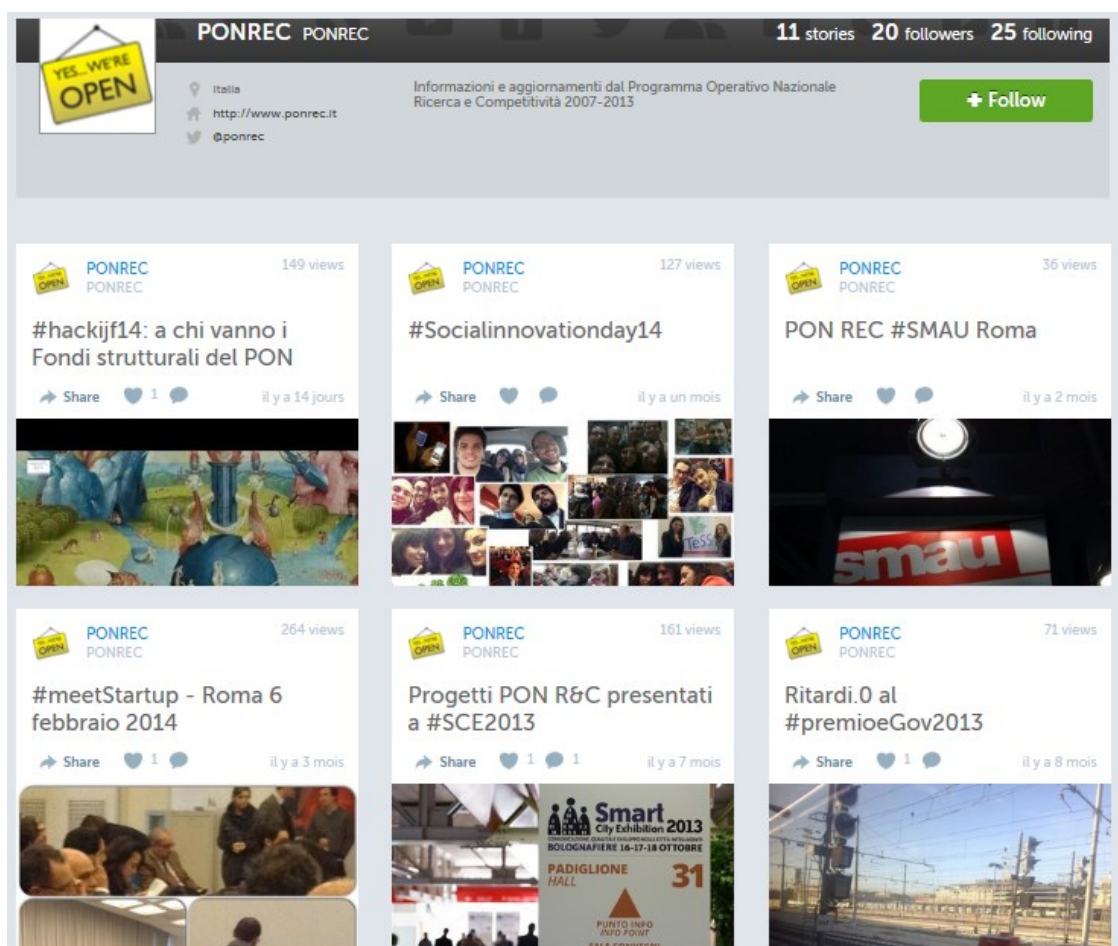
Il successo dell'attività di livetwitting è testimoniato anche dalle statistiche, come nel caso dell'utilizzo di alcuni hashtag #socialinnovationday14, #meetPON R&C, #forumpa2013, #smau e dalla maggiore concentrazione di post.



Infine, per evitare la dispersione di alcuni contenuti (uno dei limiti della comunicazione attraverso social network), come per l'anno precedente, è stata fatta in occasione di alcuni eventi un'attività di storytelling attraverso i contenuti tweet, video, foto utilizzando il canale [storify del PON REC](#)

Dall'esordio di questa nuova modalità di racconto, la social story, sono state realizzate le seguenti "storie":

- #miurstartup Tour (attraverso due storify)
- PON R&C al #forumpa2013
- Il PON R&C a Bologna per il #r2b 2013
- Il PON R&C incontra i progetti del MIUR #meetPON R&C
- Ritardi2.0 al #premioGov2013
- Progetti PON R&C presentati a #sce2013
- #meetstartup - Roma 6 febbraio 2014
- PON REC a #SMAU Roma
- #Socialinnovationday14



3. Gli eventi

Le attività di seguito descritte si riferiscono all'area di attività "Eventi informativi, formativi promozionali e di scambio di esperienze" (convegni nazionali, seminari itineranti) del Piano di Comunicazione.

La realizzazione degli eventi si è svolta in coerenza con le attività innovative riguardanti la gestione dei progetti e l'impegno del Programma verso una maggiore trasparenza e comunicazione con il cittadino. Si è voluto inoltre, attraverso l'organizzazione e partecipazione agli eventi, dare risalto alle attività dei progetti, comunicare i primi risultati e fornire un'occasione di visibilità e scambio di esperienze.



Tra gli eventi principali del 2013, il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 ha partecipato al **Forum della Pubblica Amministrazione**, tenutosi a Roma nei giorni 28, 29 e 30 maggio 2013 presso il Palazzo dei Congressi con il tema **"The future of government: quale amministrazione per l'Italia del 2020 ?"**.

Il tema cardine di questa edizione "La sfida della trasparenza", in linea con i cambiamenti in atto non solo in relazione alla gestione dei progetti del PON R&C ma anche quelli inerenti la comunicazione con i cittadini, beneficiari e non, ha offerto l'occasione di portare all'esterno e condividere la realtà di questo cambiamento.

Lo stand del PON R&C, che ha registrato numerose visite e presenze nelle tre intere giornate, si è presentato come uno spazio attivo. Sono stati organizzati dei seminari tecnici e di approfondimento che hanno raccolto la favorevole adesione di tutti i presenti, stimolando ulteriore dibattito.

Sono stati organizzati i seguenti incontri con la partecipazione dell'Autorità di Gestione in qualità di relatore:

- **29 maggio: "The Italian Way to Social Innovation"**
- **30 maggio: "Rimettere il tempo al centro dell'azione pubblica"**. In questa occasione, l'Autorità di Gestione *Fabrizio Cobis*, ha presentato il progetto **"Ritardi zero"**, frutto dell'attuale esperienza di gestione e testimonianza dell'impegno verso una radicale innovazione di metodo nella gestione dei fondi strutturali.

Durante i tre giorni della manifestazione è stato inoltre presentato "**ResearchItaly**", il nuovo portale della ricerca italiana, con tre seminari organizzati dalla Direzione Generale per il coordinamento e lo sviluppo della ricerca del MIUR e dal CINECA.

La Direzione Generale per l'Incentivazione delle Attività Imprenditoriali del MISE ha inoltre curato e presentato i seminari:

- "**Piano delle valutazioni della Politica regionale unitaria 2007-2013**"
- "**Il nuovo regime di aiuti per l'avvio di nuove imprese** (decreto del Ministro dello Sviluppo Economico 6 marzo 2013)"
- "**Modalità operative del Fondo di garanzia per le PMI L. 662/1996**".

Gli eventi hanno registrato una grande partecipazione di pubblico e nel corso del Forum PA sono stati distribuiti gadget e materiale informativo sul programma.

Il 30 maggio 2013, si è tenuto il **Forum e Premio internazionale "EUROMEDITERRANEO2013"**, presso la sede dell'Associazione della Stampa estera in Italia patrocinato da Assafrica& Mediterraneo - Confindustria e dall'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica ed Istituzionale, moderato dalla giornalista del Sole24 ore, Karima Moual. In occasione di questo evento il PON R&C è stato premiato come "*best practice*" a livello internazionale per l'iniziativa progettuale "Progetto SmartCities", relativa alla comunicazione del bando Smart Cities e Social Innovation.

A fronte della partecipazione al Forum PA, manifestazione destinata a tutti gli operatori della pubblica amministrazione, il 5 e 6 giugno il PON R&C ha incontrato il pubblico delle imprese partecipando **a R2B Research to Business 2013, 8° Salone della Ricerca Industriale a Bologna**.

Nello spazio espositivo dedicato, e in un'arena dove si sono svolti incontri e seminari, sono state comunicate informazioni rivolte ai vari interventi. In particolar modo è stata data visibilità all'intervento "Smart cities and Communities and Social Innovation", valorizzando anche l'attività di comunicazione dei risultati.

Durante l'evento, nell'ambito del "**Premio Smart City**", l'Autorità di Gestione ha ritirato il premio per il progetto "Un nuovo modello organizzativo per una gestione integrata ed efficiente dei progetti a favore di una Pubblica Amministrazione "Open".

Nella prospettiva di migliorare l'efficacia e l'efficienza degli interventi finanziati dal PON Ricerca e Competitività 2007-2013 per favorire la comunicazione tra tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione degli interventi, il **15-16 luglio** presso il Palazzo dei Congressi a

Roma, si è svolto l'evento **"Il PON R&C incontra i progetti MIUR"**. **Trasparenza, efficienza, individuazione delle migliori soluzioni operative e gestionali** sono stati gli obiettivi principali che, attraverso 2 giornate di condivisione e incontri si sono voluti raggiungere.



Il 15 luglio, nell'auditorium del Palazzo dei Congressi, più di **600 persone** hanno partecipato ad una sessione plenaria tenuta dall'Autorità di Gestione, occasione nella quale è stato presentato il progetto **"Ritardi.0"**, documento poi pubblicato sul portale ed esposto alla consultazione pubblica. Il documento costituisce una sintesi delle linee di azione previste dall'AdG a seguito di un'attenta analisi delle criticità per azzerare entro giugno 2014 i ritardi che attualmente caratterizzano gli iter progettuali.



Nel pomeriggio del **15** e per l'intera giornata del **16**, sono stati organizzati **232 tavoli di lavoro** dedicati ad ogni singolo progetto, ai quali hanno partecipato tutti i soggetti interessati: 650 beneficiari, 110 esperti, istituti convenzionati e gli organi di controllo di I livello, 23 persone. I 27 Project Officer, figura di riferimento del progetto, hanno agito su ogni tavolo in qualità di "facilitatore". L'evento è stato un successo, non solo in termini di partecipazione ma anche di soddisfazione. Le due giornate sono state comunicate attraverso l'utilizzo dei canali social PON R&C, Twitter, Storify, attraverso i quali il confronto si è mantenuto costante anche durante la sessione plenaria a cura dell'AdG.

Il progetto **"Ritardi.0"** è stato presentato al **Premio EGOV** il 19 settembre a Riccione, in occasione delle Giornate della Polizia Locale. Il concorso si rivolge alle migliori esperienze della pubblica amministrazione attraverso l'individuazione di progetti di eccellenza in grado di migliorare il rapporto con i cittadini. Il progetto del PON R&C, ha come obiettivo finale proprio il miglioramento di questo rapporto, riducendo i ritardi nelle risposte, garantendo attraverso l'efficienza dei processi, una migliore gestione dei progetti cofinanziati con i Fondi Strutturali. In questa occasione **"Ritardi.0"** è stato selezionato tra i finalisti per la categoria Open Data e Partecipazione.

Il PON R&C ha organizzato il **27 settembre a Napoli**, presso la **Città della Scienza**, e a **Roma, presso il Planetario/Museo Astronomico**, la manifestazione **light 2013: "What's up with science?" - Che succede nella scienza?"**. L'evento propone ogni anno un tema di forte interesse così da attrarre il pubblico di non esperti ai temi della ricerca scientifica.



La scelta di sostenere l'iniziativa, ideata dal Consiglio Nazionale delle Ricerche, è stata motivata dalla volontà di contribuire a mantenere alta l'attenzione dei cittadini sulla ricostruzione di **Città della Scienza** e sull'importanza di riportare in attività il centro scientifico andato quasi distrutto in un recente incendio. Con l'obiettivo di sensibilizzare i visitatori alla scienza e alle sue scoperte divulgando in modo creativo e originale progetti e realizzazioni, sono stati organizzati Banconi della Scienza/INLAB dove **14 progetti finanziati dal PON R&C 2007-2013** hanno presentato al pubblico le proprie

iniziative ed i risultati su tematiche diverse: ambiente, biotecnologie, risparmio energetico, genetica, Social Innovation, mobilità ecologica e sostenibile, guida sicura e nuove tecnologie digitali.

Il risultato è stato un evento basato sulla interazione diretta tra cittadini e ricercatori, entrambi protagonisti dell'evento.

L'attività ha riguardato l'organizzazione e l'allestimento delle seguenti aree:

1. Banconi della scienza, stand a contenuto scientifico per divulgare i risultati dei progetti di ricerca.
2. Globe Science Theatre con spettacoli di musica, teatro e sport.
3. 4kids con attività per i più piccoli. In particolare nella mattina del 27 settembre si sono stati allestiti 4 banconi per ragazzi e bambini.
4. bancone istituzionale del PON R&C a scopo informativo e divulgativo.



L'affluenza di pubblico è stata di oltre 5.000 persone su Napoli e circa 20.000 su Roma.

La manifestazione ha suscitato grande interesse da parte dei mass media sia in occasione della conferenza stampa, sia dopo l'evento.

Nel corso dell'evento è stato somministrato un questionario di valutazione che ha evidenziato l'interesse alla manifestazione di giovani (47,1% degli intervistati tra 24 e 39 anni), in particolare neo laureati nelle materie scientifiche (60,4%).

Rispetto al **gradimento del pubblico**, i banconi della scienza sono stati i più graditi (**44%**) Particolare gradimento è andato agli stand "Gli ortaggi e il loro DNA" del progetto

GENOPON (18,6%), "Guida sicura" del progetto DRIVEIN2 (13,2%) e "L'Artico: la luce, le sfumature, i colori" del CNR (10,9%) a pari merito con ".. e luce fu" del progetto PANDION.

Dal **16** al **18** ottobre a **Bologna Fiere**, si è svolta la seconda edizione di **Smart City Exhibition** nella quale il PON R&C ha coinvolto e invitato **12 progetti**, relativamente alla linea **Social Innovation**, selezionati per condurre altrettanti Elevator Pitch nei convegni della manifestazione. In questa occasione il PON R&C ha partecipato attivamente anche alla costituzione della "via italiana" alla Smart City. Nello stand si sono organizzate riunioni estemporanee e scambi di esperienze, non solo per i progetti under trenta di Social Innovation, ma anche tra i 7 progetti vincitori degli interventi Smart Cities, presenti all'evento con un' area dedicata.

Rispetto alla precedente edizione, Smart City Exhibition 2013 ha incrementato la presenza di visitatori professionali del 30% con un partecipazione complessiva di più di 5000 visitatori. A corredo dell'evento è stato realizzato il racconto attraverso i Social Storify e Twitter.

"Setting the stage for a smarter world". Questo lo slogan dell'edizione 2013 del **Smart City Expo & World Congress** di **Barcellona**, un'occasione di confronto stimolante per i progetti del PON R&C che, attraverso il coinvolgimento di attività congiunte con l'ufficio di comunicazione hanno avuto la possibilità di scambiare esperienze a livello internazionale e di vedere rappresentate le testimonianze e i racconti dei protagonisti eccellenti dello sviluppo delle città del XXI secolo. Nell'area espositiva del PON R&C presenti alcuni dei progetti Social e Smart: Smob; Alternativ@mente; TrafficO2; Prisma; Sinergreen; Ecofestapuglia; S.E.O.S.T.M. che hanno pianificato seminari informativi per tutta la durata della manifestazione dal **19 al 21 novembre**.

A seguito della **Dichiarazione di Intenti tra Smau**, circuito di fiere regionali sull'innovazione per le imprese ed il PON R&C, firmata ad agosto 2013, è stata avviata una collaborazione che si è concretizzata nella partecipazione agli appuntamenti di **Napoli, Bari, Roma**, parte di un roadshow più ampio nelle principali città italiane. Attraverso la rete di imprese e contatti, frutto dell'esperienza cinquantennale di SMAU, che utilizza ogni anno oltre 150.000 imprese (visitatori) provenienti da tutti i settori merceologici e oltre 1.600 giornalisti delle redazioni economiche di tutta Italia, i **risultati dei progetti finanziati dal PON R&C** hanno occasione di diffusione attraverso degli eventi ad hoc in cui domanda e offerta di ricerca e innovazione si incontrano,

avvicinando il mondo delle startup, acceleratori e centri di innovazione con quelli della grande impresa italiana.

Dal 12 al 13 dicembre, giovani imprese, laboratori e centri di ricerca si sono incontrati presso la **Mostra di Oltremare a Napoli**. Presenti per illustrare e diffondere progetti e primi risultati, alcune start up vincitrici del bando Social Innovation tra cui "Terrenet", "Spesa utile Plus", "Bike-Sharing", "Ci Rò City Roaming", "SRS-SEM" per l'intervento Smart City. Presenti anche i progetti "Apptripper", dedicato al turismo culturale, la piattaforma web "Intertwine", "Prisma Energy", e ancora "Geofunction" e "BioLogicaMente", impresa spin-off dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.

L'evento napoletano ha ospitato inoltre in un'area PON R&C dedicata, i distretti tecnologici più innovativi della Regione, tra cui il Distretto Tecnologico sulle costruzioni per l'edilizia sostenibile "Stress", il Distretto ad Alta Tecnologia "Campania Bioscience", il Distretto Aerospaziale Campano "D.A.C.", il Distretto ad Alta Tecnologia "Smart Power System" e il Distretto ad Alta Tecnologia Trasporti e Logistica "Dattilo".



Durante le due giornate campane dedicate all'innovazione, il **progetto PON R&C, Ci Rò City Roaming, vince il Premio Lamarck Giovani Confindustria** dedicato alle migliori idee di business ed alle più promettenti start up italiane.

L'Autorità di gestione ritira il Premio Lamarck

La seconda tappa del Roadshow organizzato da Smau a cui ha partecipato il PON R&C si è svolta a **Bari**, presso la **Fiera del Levante**, il **12 e 13 febbraio**. Anche in questo appuntamento i progetti finanziati attraverso il bando Social Innovation, hanno avuto l'opportunità di incontrare la domanda di innovazione pugliese, rappresentata da start up, laboratori e centri di ricerca, imprenditori e manager del sistema produttivo. I progetti Social presenti hanno raccontato il proprio progetto, attraverso una postazione personalizzata e partecipando a mini presentazioni, speed pitching, di un minuto e mezzo, rivolte al pubblico presente in fiera. Alla manifestazione hanno partecipato: "MIET" (modelli integrati per l'energia e l'ambiente); "P@glia Efficiente per natura" (riutilizzo scarti agricoli); "Kiss-Health" (best practice sulle problematiche posturali); "La Tradizione fa Eco" (modello di sostenibilità ambientale per rivoluzionare gli eventi pugliesi); "IN-CUL.TU.RE" (Innovazione nei beni culturali e nel turismo); "SARACEN" (tecnologia innovativa a favore dei bambini affetti da autismo).

Dopo la vittoria del progetto Ci Rò City Roaming a Smau Campania, nell'edizione di Bari un altro progetto giovane, **“Saracen” (Socially Assistive Robots Autistic Children EducationN)** si è aggiudico il **Premio Lamarck Giovani Confindustria** dedicato alle migliori idee di business.



Presente il PON R&C anche per il roadshow capitolino che si è tenuto dal **19 al 20 Marzo** negli spazi della **Fiera di Roma**. Per questa edizione di Smau, a fronte delle passate esperienze ed in linea con gli obiettivi sui temi trasparenza, comunicazione e partecipazione, è stata pianificato una partecipazione non solo attraverso i progetti, ma anche attraverso la costituzione di uno spazio “attivo”: **l'Arena PON R&C OPEN LAB**.

L'Arena PON R&C OPEN LAB si è offerta come uno spazio presso cui sono stati programmati seminari, aperto non solo all'esperienza del PON R&C in tema di semplificazione burocratica, ma anche ad altri relatori indipendenti di Smau, dal tema dei finanziamenti per imprese e startup, allo smart working, dall'open innovation al crowdsourcing.

L'Autorità di Gestione, Fabrizio Cobis, ha presentato il 20 Marzo il workshop dal titolo **"Si parla tanto, e giustamente, di semplificazione burocratica. Un buon esempio cui ispirarsi"**, dedicato all'Open Government, al tema della trasparenza, della comunicazione e partecipazione. L'Adg ha illustrato quali strumenti sono stati messi in campo per costituire una governance efficiente e un modello organizzativo "open", con l'ausilio di un giornalista di Radio 24-Scienze.

Presenti presso la Fiera di Roma con uno spazio dedicato, anche alcuni progetti del bando Social Innovation e Start Up (S.E.O.S.T.M e Altern@tivamente, Informamuse, GFM Intergration e Wide Pilot) che nel corso delle due giornate



hanno presentato le proprie idee progettuali in modalità speed pitching all'interno dei convegni in agenda e presso i propri stand. All'interno del convegno di apertura dedicato al tema dell'innovazione e competitività delle imprese italiane, è stato assegnato il **Premio Lamarck** al progetto **S.E.O.S.T.M.**, riconoscimento attribuito alle migliori start up votate dai Giovani Imprenditori di Confindustria,

Nel corso del mese di dicembre 2013 si sono tenuti **3 seminari informativi** relativi allo strumento di incentivazione per le nuove imprese delle Regioni Convergenza che puntano su innovazione, utilizzo delle tecnologie digitali e valorizzazione dei risultati della ricerca.

Nel corso di **SMAU Napoli**, tenutosi il 13 dicembre, è stato realizzato un workshop di 50 minuti promosso all'interno del programma ufficiale degli eventi complessivi di SMAU Napoli ed al quale hanno partecipato 152 visitatori.

L'evento di Lecce, svoltosi presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università degli studi di Lecce, ha registrato 180 partecipanti.

L'evento tenutosi nella città di Catania, presso l'incubatore di imprese "*Sviluppo Italia – Sicilia*" ha registrato circa 160 partecipanti.

Nel corso del 2014 si è registrata la partecipazione alla prima edizione di **Smart City Med, svoltosi a Napoli dal 27 al 29 marzo**.

Nell'ambito dell'Evento, l'Organismo Intermedio - Ministero dello Sviluppo Economico, ha offerto al pubblico il seminario "Investimenti innovativi nei siti d'interesse nazionale (SIN)" che ha registrato la partecipazione di soggetti privati ed istituzionali a vario titolo coinvolti nell'attuazione dello strumento. Nel corso dello stesso è stata distribuita la brochure illustrativa del bando "Investimenti innovativi".

Da uno scambio di tweet e dalla collaborazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 con l'Università degli Studi di Napoli Federico II, è nata l'idea di una giornata interamente dedicata alla presentazione dei Progetti della linea Social Innovation. L'evento "**Social Innovation Day**" è stato realizzato a **Napoli il 15 aprile 2014** presso **PICO "Palazzo dell'Innovazione e della Conoscenza"**. L'obiettivo è stato quello di valorizzare i risultati degli interventi, favorire la collaborazione e lo scambio di esperienze tra i diversi progetti e promuoverne le finalità ad un pubblico di operatori pubblici e privati. In 90 secondi trenta ragazzi hanno raccontato i loro progetti e risposto alle domande dei moderatori circa gli sviluppi futuri e la loro capacità di fare rete con il mondo produttivo.

Le presentazioni sono state moderate da esperti e suddivise in ambiti:

- **#salute** - Moderatore **Giuseppe De Pietro**
- **#mobilità** - Moderatore **Alberto de Marco**

- **#CloudComputing #Education** - Moderatore **Antonio Pescapè**
- **#cultura #turismo** - Moderatore **Edoardo Colombo**
- **#energia** - Moderatore **Elio Manti**

Terminate le presentazioni, i partecipanti si sono riuniti per ambito di appartenenza per scambiarsi opinioni e progettare possibili collaborazioni. La giornata ha coinvolto partecipanti e staff e come a margine di una riunione di lavoro, queste le decisioni assunte e pubblicate sul portale PON R&C:

- Maggiore coordinamento tra progetti per territorio/ambito di competenza
- Sperimentare su nuovi territori
- Creare una community forte
- Aumentare le relazioni con gli Enti locali
- Risolvere la questione "proprietà intellettuale"
- Studiare questa prima esperienza di finanziamento di progetti di innovazione sociale



L'AdG, *Fabrizio Cobis*, ha raccontato la giornata a **ResearchItaly** e a Andrea Ferraretto su **Start Magazine**. Per tutti, disponibile lo **storify**, foto-racconto della giornata.

A corredo di tutti gli eventi sono stati prodotti gadget per i partecipanti

4. La campagna di comunicazione

Nel corso del 2013 è stata elaborata una strategia comunicativa di supporto alla campagna di comunicazione del Programma, strutturata in due distinte fasi realizzative: una prima fase legata alla valorizzazione delle attività di open government realizzate dal PON R&C, apertura di una sezione del portale del Programma (open data) che ha permesso ai cittadini l'accesso a tutte le informazioni sulla gestione finanziaria, sui controlli e sui risultati dell'attuazione, una seconda fase, impostata sulla diffusione delle testimonianze dei beneficiari degli interventi del Programma attraverso la realizzazione di un docu-film. Ai fini dell'attuazione della prima fase della strategia di comunicazione è stata elaborata e definita una nuova creatività fondata sul tema della **trasparenza** in stretta correlazione con l'attivazione della sezione “**open data**” del Portale PON R&C, le cui caratteristiche sono di seguito illustrate.

CREATIVITÀ “TRASPARENZA”

La modalità di rappresentazione grafica scelta per la realizzazione della creatività è ricaduta su un tablet a schermo nero con testo al centro, caratterizzato da un teaser iniziale e da un'affermazione finale.



Headline teaser

*“Ti interessa sapere **come investiamo** i fondi pubblici per l'innovazione ?”*

Headline affermazione

“Da noi trovi risposta.”

La trasparenza è un diritto, informarsi un dovere: è con questa idea che abbiamo strutturato il portale del PON Ricerca e Competitività 2007-2013. Dove tutti possono conoscere le iniziative che sosteniamo, verificare la gestione dei fondi e l'avanzamento del Programma, accedere ai dati pubblicati in formato aperto e conformi al D.Lgs 33/2013. E dove raccoglieremo e faremo conoscere le testimonianze dirette dei beneficiari



La scelta di utilizzare il tablet quale modalità di rappresentazione grafica per la strategia di comunicazione è stata fortemente influenzata dalle tematiche generali del Programma, trattandosi, come è noto, di uno strumento innovativo, tecnologico e moderno.

La nuova strategia creativa è stata diffusa a mezzo stampa su quotidiani con l'obiettivo di creare un effetto “attesa” sul target, proprio sulla base della tecnica “teaser”. Tale tecnica consente di generare un meccanismo di interesse nel lettore attraverso il ricorso ad un



duplice messaggio di comunicazione in cui, nel primo step si stimola nel lettore la curiosità ponendo una domanda e nel secondo si soddisfa l'interesse. Nella seconda pagina il tema della comunicazione è espresso chiaramente, con riferimenti più puntuali al PON Ricerca e Competitività e all'idea della trasparenza, evidenziata anche dalla variazione di colore dello sfondo che crea contrasto e focalizza l'attenzione sul testo.

In tal modo la declinazione della strategia grafico-creativa utilizzata per questa specifica azione è stata in grado di:

- informare i cittadini e gli stakeholders sulla trasparenza gestionale del Programma e sulla completa visibilità dei suoi risultati;
- creare attesa verso la testimonianza diretta dei beneficiari che costituirà perno della comunicazione del Programma nella sua fase autunnale.

La campagna pubblicitaria ad effetto "teaser" è stata realizzata nel mese di giugno sui principali quotidiani nazionali e, nello specifico, il nuovo concept grafico-creativo è stato diffuso attraverso le seguenti testate giornalistiche:

- Il Corriere della Sera del 19 giugno 2013 e del 21 giugno 2013;
- Il Sole 24 Ore del 17 giugno 2013 e del 24 giugno 2013.

La diffusione dei messaggi previsti dalla strategia di comunicazione ha prodotto un risultato notevole, raggiungendo **oltre 2.000.000** cittadini creando l'attesa prevista e informando i destinatari in merito alle attività del Programma.

Per l'attuazione della seconda ed ultima fase della strategia di comunicazione prevista per il 2013 è stata predisposta una nuova creatività, realizzata "ad hoc", propedeutica al lancio della seconda campagna di comunicazione (Docu-film). In coerenza con il tema della trasparenza già trattato nel corso dell'anno in occasione della pubblicazione degli "Open Data", questa nuova creatività ha previsto una ulteriore approfondimento del concetto di open governance finalizzato alla valorizzazione dei risultati ottenuti dai progetti finanziati dal Programma.

CREATIVITÀ "DOCU - FILM"

Con l'obiettivo di stimolare la curiosità e l'interesse del grande pubblico verso i "protagonisti dell'innovazione", promossa e sostenuta dal Programma e dai relativi risultati che rappresentano il cambiamento concreto, la nuova creatività ha ripreso il visual della trasparenza (Open data), ossia un tablet con lo schermo nero che facendo da sfondo e da vettore del messaggio ha creato attesa rispetto ai contenuti del PON Docu-film.



HEADLINE C'E' UNA NUOVA ITALIA

CALL TO ACTION

Prossimamente su ponrec.it

Un viaggio tra le idee che stanno modernizzando il Paese

La declinazione della nuova strategia grafico-creativa utilizzata per questa nuova azione d'informazione e sensibilizzazione è stata realizzata con i seguenti tre obiettivi:

- **INFORMARE** i cittadini e gli stakeholders sulla trasparenza gestionale del Programma e sulla completa visibilità dei suoi risultati
- **CREARE CURIOSITÀ** ed interesse nei confronti della testimonianza diretta dei protagonisti del Programma
- spingere i cittadini a **VISIONARE** il PON Docu-film.

A seguito dell'implementazione della nuova strategia creativa del Programma e delle preliminari attività da essa prevista, è stata avviata la seconda campagna pubblicitaria che ha previsto la produzione di un documentario, con taglio cinematografico, finalizzato alla diffusione delle testimonianze dirette dei beneficiari degli interventi del Programma sui risultati ottenuti dall'attuazione dei relativi.

Il Docu-film (video prodotto in formato digitale H264 full HD 1920x1080) per quanto riguarda i contenuti Struttura e Protagonisti, rappresenta un collettore di contributi e contenuti multimediali di

comunicazione realizzati direttamente dai beneficiari degli interventi del Programma in grado di comunicare efficacemente i risultati del PON su tutto il territorio nazionale e coniugare l'oggettività e il realismo dell'informazione con la piacevolezza del racconto.



Il Docu-film **racconta un viaggio** a metà tra il reale, raffigurato attraverso immagine e suggestioni dei luoghi in cui si attuano i progetti e l'ideale, rappresentato attraverso le suggestioni dei protagonisti, i loro desideri, i loro obiettivi, provando a rappresentare cosa, per loro e per le rispettive vite, significa la sfida dell'innovazione che stanno realizzando con il PON. L'interesse e il coinvolgimento dello spettatore viene enfatizzato attraverso un ritmo crescente in cui volti, luoghi, racconti, persone, scatti fotografici e filmati girati dagli stessi protagonisti costituiscono il materiale inedito su cui il video delinea un percorso ideale. Le "tappe" di questo viaggio ideale sono rappresentate dai luoghi principali identificativi del Programma, le Regioni "Convergenza" nella cornice delle città di Napoli, Palermo, Bari, Reggio Calabria e Salerno.

L'articolazione principale del Docu-film è costituita dalle interviste e dai racconti in prima persona dei protagonisti (beneficiari) il cui obiettivo è quello di renderne visibili i risultati (luci e ombre) e di valorizzare, attraverso una narrazione autentica l'impegno concreto degli attori nel tradurre le risorse stanziare in sviluppo qualificato. In aggiunta alla struttura descritta del Docu-film si innestano alcuni **contributi giornalistici** e di materiale d'archivio, affidati alla video-animazione e ad una voce narrante fuori campo, che arricchiscono il racconto fornendo allo spettatore un quadro d'insieme nel quale collocare le singole storie dei protagonisti del viaggio.



Infine il compito di evidenziare e conferire autorevolezza e trasparenza agli aspetti più significativi dell'esperienza del PON, intervallandosi con il racconto dei protagonisti, è affidato ad alcuni **personaggi di grande spessore e visibilità**, protagonisti italiani e stranieri del mondo dell'informazione, delle Istituzioni, dell'economia, (Enzo Boccia, Maria Teresa Brasciolo, Carlo Corazza, Ben Hammersley, Andrew Keen, Ginger Lew, Maurizio Melis, Leoluca Orlando, Harper Reed, Gianni Riotta, Guido Romeo, Bruno Vespa) che rappresentano, per ruolo o estrazione, altrettanti osservatori privilegiati del Programma. Le loro interviste, collocate nella sequenza narrativa, esprimono un giudizio autorevole e neutrale sulle valenze specifiche dei singoli progetti e più in generale del PON, con particolare riferimento a quelle di respiro più strategico, quali:

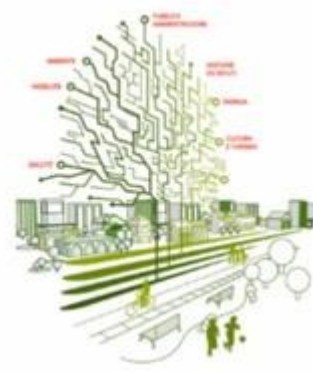
- **l'innovatività**
- **l'impatto sull'economia e le imprese**
- **la capacità di migliorare il rapporto tra Istituzioni, politiche comunitarie e cittadini**

- **il valore della trasparenza e dell'efficienza nella sua governance**
- **la portata dirompente di alcune innovazioni nel tessuto sociale e nei suoi valori diffusi.**

Nei primi mesi del 2013 si è proceduto, parallelamente con l'avvio della nuova campagna pubblicitaria, alla realizzazione delle ultime azioni di diffusione della campagna Smart cities realizzata nel 2012.

Come previsto dalla strategia di comunicazione, e a completamento delle attività attese dal Piano media, è stato diffuso lo spot video (formato 45") attraverso i seguenti canali media:

- ▶ **Spot TV da 45"** su 2 emittenti locali (Napoli Tv e Antenna Sicilia):
- ▶ **Spot Radio da 45"** su 17 emittenti locali (Radio Azzurra, Radio Studio 54 Network, Radio Libera Bisignano; Radio Bussola, Radio Punto Nuovo, Radio Marte, Radio Punto Zero, Radio MPA; Radio Italia Anni 60 split Puglia -BA,BT,FG, Radio Love FM - BA,BT,FG, Radio Salento - LE e prov., Radio Venere SMI - LE e prov.; Radio Amore, Radio Smile, Radio Telecolor, Radio Zenith Messina, Radio Time)
- ▶ **DEM** ad utenti selezionati della Regione Sicilia del **portale Virgilio**.



Come evidenziato dalla tabella di seguito illustrata si è registrato un risultato in linea con i risultati attesi dal Piano media della prima campagna di comunicazione del Programma.

INDICATORI	VALORE OBIETTIVO	AVANZAMENTO	PERFORMANCE ²
OUTPUT			
N. di passaggi su Tv locali	148	148	100 %
N. di passaggi su Radio locali	1.836	1.836	100 %
N. invii Dem	280.000	280.000	100 %

4.1 Vademecum della comunicazione

Nell'ambito della realizzazione delle campagne pubblicitarie sono state previste anche delle attività di formazione e supporto dei beneficiari delle azioni di comunicazione del Programma.

² L'indicatore di performance rappresenta graficamente i risultati secondo la seguente scala di valori:

≥ 90%	≥ 75% < 90%	≥ 50% < 75%	≥ 25% < 50%	< 25%
-------	-------------	-------------	-------------	-------

Nello specifico, durante il corso dell'anno, nell'ambito dei servizi di affiancamento ai Partner industriali e scientifici previsti dalla strategia di comunicazione, a supporto delle attività di formazione è stata realizzata e rilasciata la prima release del **Vademecum digitale**.

Tale strumento come previsto da Piano di Progetto, avrà la funzione di fornire una serie di indicazioni pratiche su come realizzare un piano di comunicazione e migliorare l'impatto delle informazioni scientifiche fornite al pubblico, costituendo, peraltro, un prezioso e strategico supporto agli eventi formativi per i coordinatori dei progetti finanziati dal Programma.

5. Prodotti multimediali

Per quanto attiene la produzione multimediale di seguito si riepilogano tutti i prodotti multimediali realizzati durante l'anno di riferimento:

Video-servizi realizzati

- Smart Cities Exhibition 2013 (n.2 video servizi), Bologna, 6 giugno 2013;
- Comitato di Sorveglianza, Roma, 21 giugno 2013;
- Il PON incontra i Progetti, Roma, 15 luglio 2013.

Reportage tematici realizzati

- "Light: Turn on the Light on science" , Napoli, 27 settembre 2013.

Ripresa audio-video realizzate

- "Comitato di Sorveglianza", Roma, 21 giugno 2013.

Servizi extra realizzati

- Diretta streaming on-line del "Comitato di Sorveglianza", Roma, 21 giugno 2013;
- Trasmissione in diretta su maxi-schermo del "Il PON incontra i Progetti", Roma, 15 luglio 2013;
- "PON Docu-film: Italia, storie del futuro"

6. Pubblicazioni Informative

Le attività di seguito descritte si riferiscono all'area di attività "Pubblicazioni informative" del Piano di Comunicazione.

Nel rispetto dell'immagine coordinata del Programma, si è provveduto alla realizzazione del seguente materiale informativo:

- Brochure illustrativa del Programma aggiornata a seguito della riprogrammazione e delle azioni in atto.
- Brochure illustrativa dello strumento SMART&START.
- Brochure illustrativa del bando "Investimenti innovativi" nelle aree di interesse nazionale (SIN).

7. Reti e Partenariato della Comunicazione

Le attività di seguito descritte si riferiscono all'area di attività "Partenariato della Comunicazione /cooperazione inter-istituzionale/animazione territoriale" del Piano di Comunicazione.

Il Partenariato della comunicazione rappresenta un obiettivo centrale per garantire la massima visibilità degli investimenti pubblici, in ricerca e innovazione, una diffusa consapevolezza sul ruolo dell'Unione Europea e una attiva partecipazione dei cittadini.

A tale riguardo l'Autorità di gestione ha sottoscritto anche nel 2013 Convenzioni Operative di Cooperazione Inter-istituzionale con enti locali e soggetti agenti nella ricerca e innovazione per sviluppare una esperienza pilota di collaborazione, tra il livello nazionale e quello locale.

In particolare, l'Autorità di gestione ha sottoscritto, il 12 febbraio 2013, con il Sindaco della Città di Sorrento e il Presidente della Fondazione Istituto Tecnico Superiore per Tecnologie Innovative per i Beni e le Attività Culturali e Turistiche della **Campania** e a maggio 2013 con il Sindaco della Città di Brindisi e il Presidente del Distretto Tecnologico Pugliese High Tech – DHITECH – per la **Puglia**.

Sempre nell'ambito delle attività di Partenariato, si è avviata una collaborazione fra il Programma e la struttura SMAU per la realizzazione di alcuni eventi itineranti per la creazione di reti fra progetti finanziati e imprese pubbliche e private.

8. Le relazioni con i media

Le attività di seguito descritte si riferiscono all'area di attività "Relazione con i media" del Piano di Comunicazione.

Le attività di seguito riportate sono state realizzate dall'OI del Programma per ottenere un effetto diffusivo multicanale e promuovere la realizzazione degli eventi informativi tecnici "**Fondo di Garanzia per le PMI**: presentazione dello strumento agevolativo a favore delle imprese" presso tutti i potenziali stakeholders (imprenditori, banche, confidi) presenti sul territorio provinciale. In particolare, Ideazione e attuazione del Piano Media per la promozione, sulle principali testate nazionali e locali, del ciclo di seminari informativi tecnici, con particolare attenzione alla diffusione nelle 4 Regioni Convergenza. Nello specifico:

- 30 uscite su testate locali;
- 11 uscite su testate regionali;
- 13 uscite su testate nazionali;
- 2 uscite con inserti cellophanati (brochure) sulle testate regionali dei settimanali a tiratura nazionale "Panorama" e "L'Espresso" (1 uscita per ciascuna testata);
- 49 uscite su testate giornalistiche online, nazionali e locali;
- Redazione e diffusione comunicati stampa pre e post eventi.

Nell'ambito dell'evento "light 2013" è stato definito un modello di comunicazione visiva originale, dotata di una chiara struttura d'informazione e declinabile su più media (ad esempio internet, social network, pubblicità, Visual Merchandising, ecc).

La campagna si è svolta attraverso:

- Pagina dedicata nel sito web di LIGHT
- Pagina evento Facebook
- Profilo Twitter
- Banner pubblicitario sui siti internet di Sole24ore.it, Focus.it, rpz.it
- 50 Autobus con personalizzazione della fiancata sinistra dimensioni 500x100cm
- Distribuzione di 10.000 volantini/invito
- Affissione di 150 manifesti
- Conferenza stampa presso Città della scienza con Anteprima di LIGHT
- Lanci di stampa nei giorni immediatamente precedenti l'evento
- Spot su radio locali nei giorni immediatamente precedenti l'evento

In particolare la radio locale che ha trasmesso lo spot è stata Radio2.0 con 10 passaggi quotidiani per 7 giorni, per un totale di 70 passaggi ed interviste agli organizzatori.

Il **24 settembre 2013** presso la **Città della Scienza, Sala Modotti** si è svolta la **conferenza stampa di lancio** dell'evento light 2013 alla quale hanno partecipato le maggiori

testate locali e il TG3 Campania che ha mandato in onda il servizio al TGR delle ore 14. Per l'occasione, sono stati allestiti 4 stand, e i giornalisti presenti sono stati coinvolti per effettuare degli esperimenti di alcuni progetti (DRIVIN2 relativo alla "Guida sicura", TITAN relativo a "Come nasce una smartcard multi-applicazione", PANDION relativo a "E luce fu").

In totale sono intervenuti 13 Agenzie, 33 Quotidiani, 21 blog/siti , per un totale **di 67 articoli che hanno parlato di "light 2013"**. Le maggiori testate locali, *Roma*, *Il Denaro* e *Il Corriere del Mezzogiorno*, hanno pubblicato articoli sull'evento, mentre tra le testate nazionali ricordiamo *L'Espresso*, *Il Venerdì di Repubblica* e *Io Donna del Corriere della Sera*.

Dal punto di vista della ricaduta sulle TV locali e nazionali, si segnala la presenza del TG1 durante l'evento, che ha dedicato spazio alla manifestazione il 28 settembre alle 13.00, Canale 8 (emittente locale) che ha trasmesso la notizia nel notiziario delle 12.00 e il TG3 Campania presente all'Anteprima.

9. Monitoraggio, Valutazione e Qualità

L'esperienza nell'applicazione di coerenti metodologie, strumenti e sistemi finalizzati a migliorare in modo continuo la qualità dell'informazione e della comunicazione ed in generale dei progetti finanziati dal PONREC è proseguita nel corso del 2013. Disponendo di un sistema ormai maturo, le attività svolte in ambito *qualità* sui temi dell'informazione e comunicazione hanno riflesso la volontà dell'AdG di fornire ulteriore impulso all'alimentazione del portale in un'ottica di piena trasparenza e partecipazione dei beneficiari e più in generale di tutti quanti coinvolti nella gestione dei progetti puntando alla consapevolezza dei cittadini sulle positive ricadute per il territorio delle risorse stanziare dal PON R&C. Verifiche su contenuti pubblicati, sulla coerenza informativa fornita, sull'analisi dei dati, disponibili in formato aperto, sono stati solo alcuni degli aspetti dell'attività svolta a supporto dello sviluppo del portale e degli altri strumenti di condivisione messi in campo.

Completezza dell'informazione in un Programma che vede il contestuale coinvolgimento di due Amministrazioni ha presupposto un impegno ulteriore nel coordinamento. L'istituzionalizzazione di momenti di incontro e condivisione tra le Amministrazioni, con cadenza settimanale, ha rappresentato un importante tassello nel perseguimento di tale obiettivo per una coerente definizione, nell'ambito di una visione strategica condivisa, di impegni, attività da svolgere e scadenze.

E' importante sottolineare che si collocano sempre nell'ambito di una gestione in qualità del Programma, tutte le iniziative portate avanti dall'AdG nel corso del 2013 con particolare riferimento ai cambiamenti organizzativi intervenuti con l'istituzionalizzazione della figura dei Project Officer, con la nascita di nuovi strumenti di interazione e coinvolgimento diretto dei beneficiari, con il progetto Ritardi.0 e le pertinenti linee di attività. Tali iniziative si combinano sinergicamente, in attuazione di una strategia di trasparenza e chiara informazione, con l'obiettivo di perseguire elevati standard di qualità nella gestione dei progetti, che è indispensabile se si tiene conto dell'ambizioso traguardo dell'azzeramento dei ritardi attraverso un esame preventivo delle problematiche da affrontare, una ricerca di soluzioni immediate a problemi emersi e con l'individuazione di soluzioni migliorative nella gestione.

Il sistema di monitoraggio del piano di comunicazione

Impulso ulteriore è stato inoltre dato al sistema di monitoraggio. Nel corso del 2013 la prosecuzione delle attività legate alla campagna di comunicazione del Programma ha consentito di alimentare ulteriormente il sistema, ponendo esigenze di integrazione tra le informazioni legate alle campagne e alle attività ad esse correlate e gli indicatori del piano di comunicazione. L'attività sul sistema è dunque proseguita, puntando ad una costante verifica sugli strumenti messi in campo, alla formazione degli operatori coinvolti sul loro corretto utilizzo e alla verifica dell'andamento degli indicatori rispetto agli obiettivi definiti dal Piano.

Ma il monitoraggio si è esteso ulteriormente: lo sguardo è andato oltre le attività svolte dall'AdG e OI, in coerenza con quanto previsto dal Piano di comunicazione, per indagare e monitorare gli strumenti/azioni di informazione e pubblicità messi in campo dagli stessi beneficiari. Un focus sul monitoraggio dei risultati dei progetti: richieste specifiche rivolte ai beneficiari hanno consentito di acquisire, infatti, utili elementi sulle azioni di informazione e pubblicità poste in essere sulle attività progettuali allo scopo di:

- monitorare le azioni svolte per dare ulteriormente voce ai risultati, sfruttando il portale come cassa di risonanza degli obiettivi perseguiti dai progetti;
- puntare ad una maggiore consapevolezza dell'importanza delle azioni di informazione e comunicazione che in un linguaggio comprensibile consentano di far comprendere ai cittadini gli impatti dei progetti finanziati sul territorio;
- puntare ad un pieno coinvolgimento dei beneficiari nell'attuazione della strategia improntata alla trasparenza.

La Valutazione della campagna di comunicazione

La realizzazione dello spot e la sua diffusione sono state accompagnate all'attivazione di una valutazione di gradimento della campagna realizzata attraverso:

- la realizzazione di Focus Group;
- la realizzazione di un'indagine CATI;
- la diffusione di questionari di gradimento.

Focus Group

L'obiettivo dei focus group è stato di raccogliere informazioni, pareri e proposte sulla Campagna pubblicitaria attuata. Oggetto di analisi e confronto sono stati:

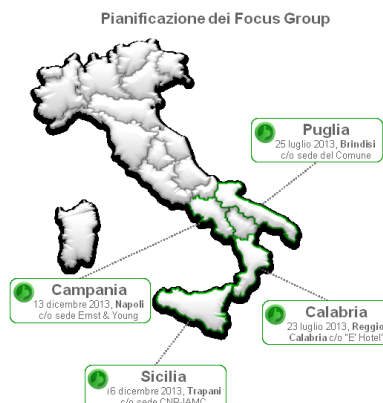
- lo spot televisivo;
- lo spot radio;
- la cartellonistica;
- l'immagine coordinata

Il confronto diretto con i partecipanti ai Focus Group ha consentito di raccogliere pareri e suggerimenti, direttamente dai cittadini, utili a favorire il miglioramento della qualità della comunicazione del Programma e a supportare l'eventuale rimodulazione della strategia delle prossime campagne pubblicitarie. Di seguito sono illustrate brevemente alcune informazioni di sintesi sull'attività posta in essere:

- **Pianificazione:** n. 4 focus group totali, (n. 1 focus group per ciascuna delle 4 Regioni "Convergenza")
- **Target:** campione regionale della popolazione rappresentativo dell'universo di riferimento (Piano di Comunicazione UOCQ del Programma), ivi residente e equamente distribuito per sesso e per classi di età.
- **Obiettivo:** valutare sul piano qualitativo e di impatto la campagna di comunicazione posta in essere e raccogliere eventuali suggerimenti per rimodulare la successiva.
- **Format:** il focus group è stato gestito da un moderatore senior e da un verbalizzatore con il compito di registrare quanto realizzato.
- **Partecipanti:** fino ad un massimo di 10 partecipanti
- **Durata:** mezza giornata

In coerenza con quanto programmato sono stati realizzati i seguenti focus group:

- 23 luglio 2013, Reggio Calabria;
- 25 luglio 2013, Brindisi;
- 13 dicembre 2013, Napoli;
- 16 dicembre 2013, Mazara del Vallo (TP).



In merito ai risultati emersi, si evidenzia una sostanziale omogeneità nelle considerazioni e nei contributi espressi dai cittadini coinvolti negli incontri. E' risultato molto apprezzato lo sforzo da parte dell'Amministrazione di realizzare la campagna di comunicazione puntando ad una buona integrazione tra i vari canali disponibili e ad una capillare diffusione sul territorio. In termini di messaggi veicolati è risultato chiaro l'intento di informare, promuovere e dare visibilità ai risultati in forme concrete e tangibili. E' risultato inoltre molto evidente, ed altrettanto apprezzato, l'impegno in tema di trasparenza e di accessibilità ai dati. Tra le proposte di miglioramento per le future campagne di comunicazione del Programma è emersa la richiesta, in parte già accolta con la realizzazione del PON Docufilm, di una forma di comunicazione che prediliga racconti realizzati direttamente dai protagonisti e dagli attori chiave nell'attuazione dei progetti finanziati dal Programma. Infine, come già evidenziato, l'impulso fornito è alla realizzazione di eventi, workshop e incontri face-to-face tra cittadini e Amministrazione, che possono costituire opportune leve per lo sviluppo di iniziative di cittadinanza attiva.

Indagine CATI

In data 18 settembre 2013 è stata avviata l'indagine per la rilevazione del gradimento della campagna di comunicazione attraverso la metodologia CATI. La scelta della metodologia è riconducibile ai seguenti elementi:

- aumento della qualità del dato, essendo la metodologia basata sullo sviluppo di un'intervista completamente guidata che limita gli errori nella somministrazione delle domande e che consente di effettuare immediati controlli sul lavoro svolto dagli intervistatori;

- riduzione dei tempi di realizzazione delle interviste, poiché la fase di inserimento dati è contestuale all'intervista telefonica;
- possibilità di monitorare con semplicità e in itinere il campione selezionato, le mancate risposte, i tentativi effettuati, i rifiuti ricevuti etc.;
- possibilità di redigere report e statistiche in tempi molto più contenuti rispetto alle indagini telefoniche non gestite con questa metodologia.

Per la realizzazione dell'indagine è stato sviluppato un questionario elettronico interattivo per consentire di ridurre i tempi di acquisizione dei dati, guidare l'operatore nella compilazione attraverso indicatori di errore o filtri, ridurre i tempi di elaborazione dei dati acquisiti evitando le eventuali operazioni di cleaning intermedio. Durante il corso dell'attività, sono state realizzate oltre 538 "telefonate rilevabili ai fini dell'indagine" che sostanzialmente hanno confermato i risultati già ottenuti con la realizzazione dei Focus Group. Di seguito si riporta il dettaglio dei risultati quantitativi totali registrati.

RILEVAZIONE CATI	
Totale telefonate rilevabili ai fini dell'indagine	538
Interviste avviate	286
Rifiuti a realizzare l'intervista	252
Totale telefonate non rilevabili ai fini dell'indagine	247
Non risponde/Occupato	206
Non raggiungibile	41
TOTALE TELEFONATE REALIZZATE	785

Questionari di gradimento

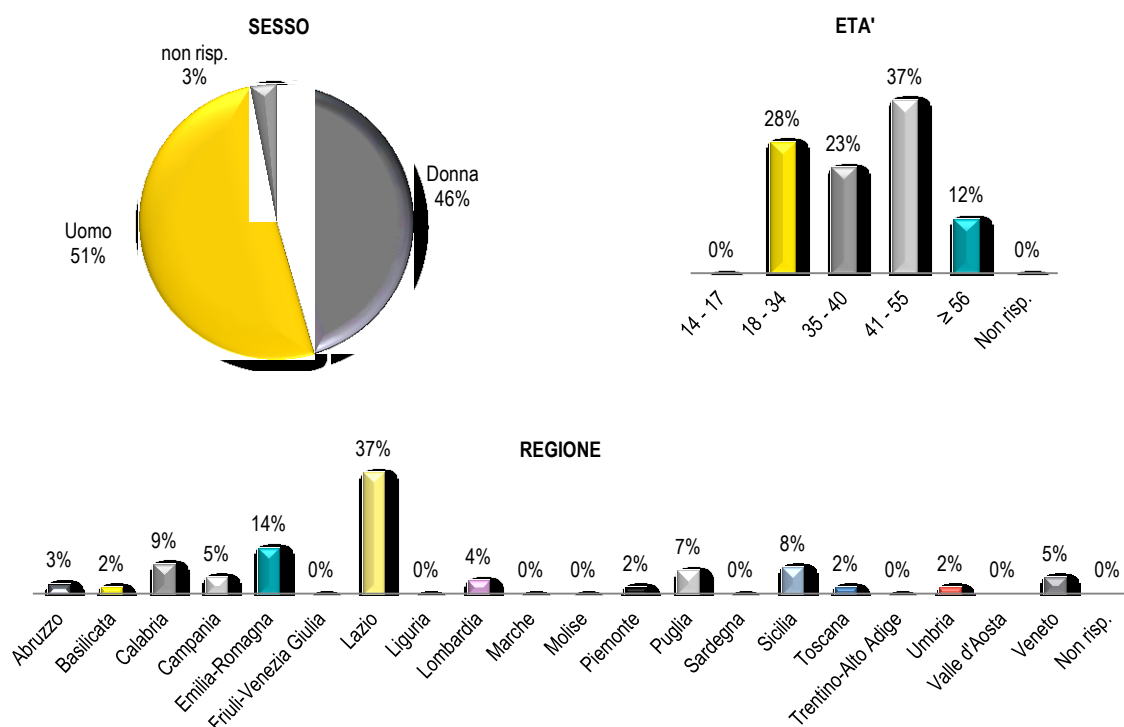
Il questionario è stato strutturato allo scopo di indagare sulla comprensione delle finalità dello spot e dei messaggi attraverso lo stesso veicolati e sull'impatto della campagna in termini di originalità e interesse suscitato. Inoltre, la rilevazione ha permesso di acquisire utili elementi che, unitamente a quelli già registrati attraverso gli altri strumenti

di rilevazione impiegati (Focus Group e Indagine CATI), hanno costituito un valido supporto per orientare le future attività di informazione e pubblicità.

Il questionario, con Pay-off **“Aiutaci a migliorare la Campagna di Comunicazione”**, pubblicato sulla colonna sinistra della Home page del Portale (www.ponrec.it), è stato distribuito durante il corso dei seguenti eventi:

- Forum PA 2013, Palazzo dei Congressi, Roma, 28 - 30 maggio 2013;
- R2B – Research to Business 2013, Bologna, 5 - 6 giugno 2013;
- Comitato di Sorveglianza di Roma del 21 giugno 2013.

Il numero totale di questionari somministrati e analizzati durante il periodo di riferimento del presente documento è risultato pari a 174. Il campione risulta composto da soggetti equamente distribuiti per sesso e con età e provenienza geografica classificata come di seguito illustrato:

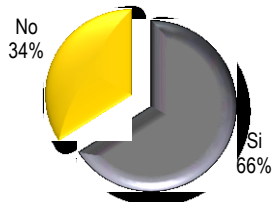


Da un punto di vista qualitativo, i dati rilevati, sono stati aggregati e analizzati secondo i seguenti indici: Memorizzazione, Comprensione/informazione, Accessibilità della comunicazione, Impatto, Gradimento/Attrattività.

Complessivamente emerge un ottimo grado di memorizzazione della Campagna pubblicitaria messa in atto dal Programma (il 66% dei soggetti intervistati afferma di

ricordare i messaggi veicolati dalla campagna di comunicazione) e un buon livello generale di redemption in relazione all'efficacia della Campagna.

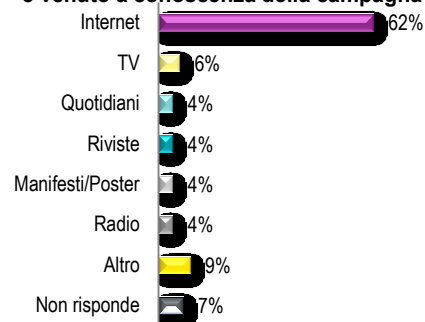
Conosce la campagna di comunicazione del PON "ReC" 2007-2013?



Anche l'indice legato all'accessibilità evidenzia un risultato positivo, con il 60% degli intervistati che ritiene chiare e facilmente reperibili le informazioni veicolate. Analizzando nel dettaglio le informazioni ottenute in merito ai canali utilizzati dagli utenti per la fruizione dei contenuti diffusi, Internet risulta essere

il
mezzo
di

Attraverso quali canali di comunicazione è venuto a conoscenza della campagna?



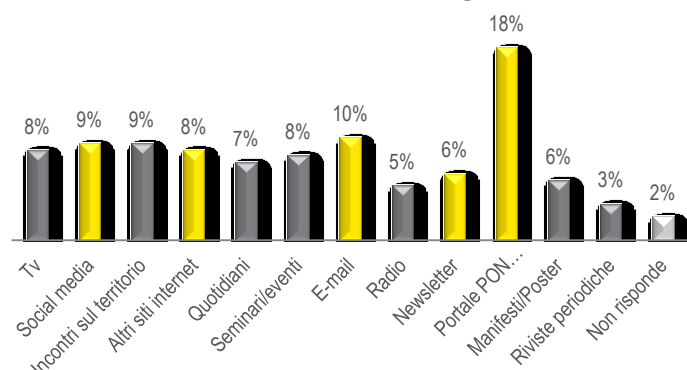
comunicazione maggiormente sfruttato (62%). L'importanza dello strumento è confermata dai dati rilevati dalle risposte alla domanda relativa al canale ritenuto più opportuno per acquisire le informazioni sul Programma. Per il 18% degli intervistati il Portale del Programma

è il miglior canale da sfruttare per veicolare i messaggi, seguito da comunicazioni dirette tramite Mailing (per il 10%) e dai Social media (Twitter, Instagram, Facebook, ecc) per il 9%. Seguono il web in generale (Altri siti internet) per l'8% e infine il 6% del campione intervistato riterebbe

utile ricevere periodicamente una Newsletter. E' da evidenziare, infine, che gli incontri sul territorio, i seminari e gli eventi organizzati dal Programma, risultano essere comunque ancora canali privilegiati a conferma del desiderio dei cittadini di integrare la comunicazione innovativa e tecnologica con

mezzi e strumenti più tradizionali in grado di accorciare le distanze talvolta percepite tra il singolo cittadino e l'Amministrazione.

Attraverso quale canale ritiene maggiormente utile ricevere informazioni sul Programma?





@PONREC PONREC

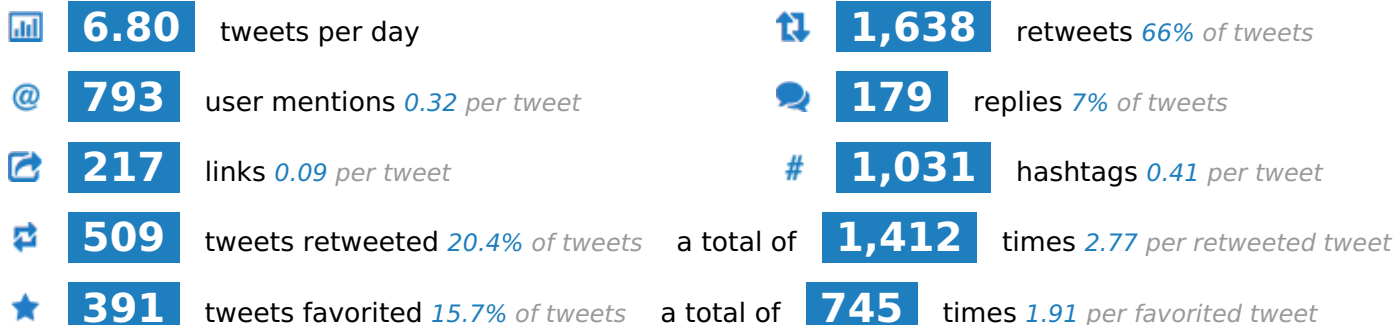
4,163 tweets 577 following 1,773 followers 33 listed

Joined Twitter on September 19, 2011 as user #376235102

Informazioni e aggiornamenti dal Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013

<http://t.co/QHFD4zHjQT> Italia 3.07 followers/following 19 listed/1,000 followers

2,490 tweets from April 30, 2013 to April 30, 2014



Tweet history



Users most retweeted



Users most replied to



@ Users most mentioned



Hashtags most used

#socialinnovationday14

98

#forumpa2013

57

#h2020

46

#startup

37

#miur

31

#meetponrec

85

#smau

48

#sce2013

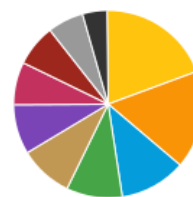
43

#socialinnovation

36

#storify

21



Tweets most retweeted



PONREC @PONREC - February 28, 2014, 10:44 am (GMT) via Twitter for iPad - 16 retweets 4 favorites [...] Da lunedì 3 marzo su sito e canale youtube il docufilm "Italia, Storie del Futuro". Raccontiamo @ponrec in modo nuovo. Buona visione a tutti



PONREC @PONREC - March 3, 2014, 12:29 pm (GMT) via iOS - 14 retweets 7 favorites [...] Ecco! Il docufilm integrale "Italia, Storie del Futuro", buona visione a tutti e aspettiamo commenti! youtu.be/bdFRtOFADKw



PONREC @PONREC - April 11, 2014, 3:45 pm (GMT) via Photos on iOS - 14 retweets 5 favorites [...] Martedì a Napoli con @antonioescape @edocolombo @albertodemarco e i ragazzi che cambiano il Sud #SocialInnovationDay <http://t.co/ax6H6smqyn>



PONREC @PONREC - March 8, 2014, 3:26 pm (GMT) via Twitter for iPad - 12 retweets 2 favorites [...] Prima di Pasqua una grande workshop a Napoli sui risultati scientifici dei progetti #socialinnovation Stay tuned



PONREC @PONREC - May 7, 2013, 6:13 pm (GMT) via Twitter for iPad - 12 retweets 4 favorites [...] La PA, ovvero dell'efficienza uccisa a colpi di protocollo.

★ Tweets most favorited



PONREC @PONREC - July 2, 2013, 5:14 pm (GMT) via Twitter for iPad - 11 retweets 11 favorites [...] Lavorare in una PA ha senso solo per ribaltare tutto. #ribalteremoilmondo



PONREC @PONREC - June 19, 2013, 4:54 am (GMT) via Twitter for iPad - 7 retweets 10 favorites [...] Chi vuole sul serio qualcosa trova una strada, gli altri una scusa. Proverbio



PONREC @PONREC - April 15, 2014, 9:59 am (GMT) via Photos on iOS - 6 retweets 8 favorites [...] Pitch @ecocilento N.M. D'Angelo sulla partecipazione per lo sviluppo del territorio #socialinnovationday14 #cloud <http://t.co/lHtQoF8IEp>

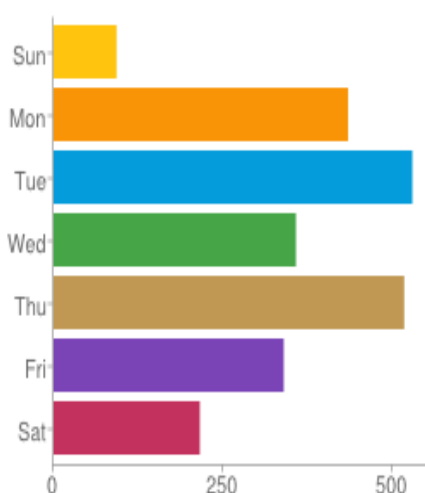


PONREC @PONREC - January 26, 2014, 7:31 pm (GMT) via iOS - 2 retweets 8 favorites [...] Bando #StartUp aveva generato problemi, questa la soluzione, tutela PA e aiuto vero a #StartUp db.tt/MKcrfuvi

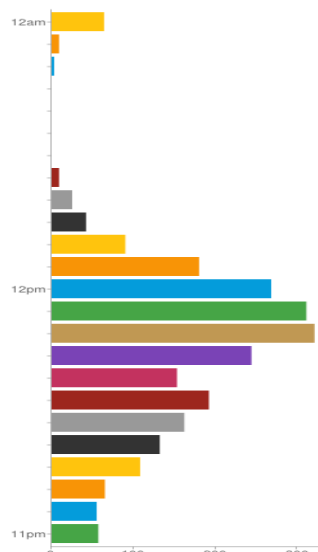


PONREC @PONREC - January 8, 2014, 7:19 pm (GMT) via iOS - 8 retweets 7 favorites [...] I nuovi Regolamenti per i Fondi Strutturali 2014/2020 ponrec.it/notizie/2014/2...

Days of the week



Hours of the day



Platforms most tweeted from

Twitter for iPad

1719

Twitter website

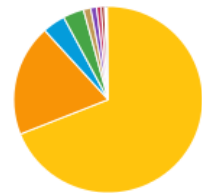
480

 Photos on iOS
 iOS
 Storify
 Twitter for iPhone

97
31
19
6

 Twitter for Android
 Safari on iOS
 Tweet Button
 Camera on iOS

89
25
15
4



PONREC

DASHBOARD

GESTIONE VIDEO

COMMUNITY

IMPOSTAZIONI CANALE

ANALYTICS

Panoramica

Rapporti Visualizzazioni

Visualizzazioni

Dati demografici

Luoghi di visualizzazione

Origini di traffico

Dispositivi

Fidelizzazione del pubblico

Rapporti Coinvolgimento

Iscritti

"Mi piace" e "Non mi piace"

Preferiti

Commenti

Condivisione

Annotazioni

STRUMENTI DI CREAZIONE

Invia feedback

Playlist data is now available. Please select "Playlists" under the content search box below. Find out more [here](#). [Traduci](#)

Panoramica

Confronto...

Gruppi

Scarica rapporto

Cerca contenuti

Cerca località

Ultimi 365 giorni

31

Video caricati

Playlist



PONREC

Video: 109 • Data di creazione: 02/dic/2009 • Visualizzazioni complessive: 51.973

CANALE

Ultimi 365 giorni (29/apr/2013 - 28/apr/2014)

Rendimento



VISUALIZZAZIONI

44.400



STIMA DEI MINUTI GUARDATI

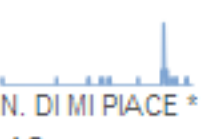
43.919



ISCRITTI *

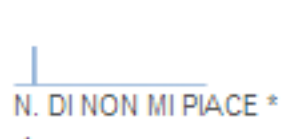
33

Coinvolgimento



N. DI MI PIACE *

43



N. DI NON MI PIACE *

1



COMMENTI

8



CONDIVISIONI *

32



PREFERITI AGGIUNTI

36



PREFERITI RIMOSSI

0

Primi 10 video

Esplora tutti i contenuti

Video	Visualizzazioni ↓	Stima dei minuti guardati	N. di Mi piace
Italia, storie del futuro (Trailer 60')	37.876 (85%)	31.459 (72%)	13
Spot PON R&C 2007-2013: 'Smart Cities'	1.107 (2,5%)	617 (1,4%)	1
Presentazione Progetto DiCeT-INMOTO	500 (1,1%)	859 (2,0%)	0
ITALIA, STORIE DEL FUTURO	348 (0,8%)	1.354 (3,1%)	2
ITALIA, STORIE DEL FUTURO	321 (0,7%)	1.659 (3,8%)	3
IL PON R&C 2007-2013 INCONTRA I PROGE...	263 (0,6%)	678 (1,5%)	2
Presentazione Progetto EDOC@WORK 3.0	245 (0,6%)	278 (0,6%)	0
ITALIA, STORIE DEL FUTURO (CAPITOLO I)	223 (0,5%)	442 (1,0%)	1
ITALIA, STORIE DEL FUTURO (CAPITOLO II)	217 (0,5%)	473 (1,1%)	3
Presentazione Progetto i-NEXT	171 (0,4%)	467 (1,1%)	0

Dati demografici

REGIONI GEOGRAFICHE PRINCIPALI

Italia
Regno Unito
Stati Uniti
Germania
Francia



SESSO

Uomo 48%
Donna 52%



Origine delle visite

PRINCIPALI LUOGHI DI VISUALIZZAZIONE

Player incorporato in altri siti web 88%
Pagina di visualizzazione di YouTube 11%
Pagina canale di YouTube 0,8%
Altri 0,4%



PRINCIPALI ORIGINI DI TRAFFICO

Applicazioni per cellulari e traffico diretto 92%
Referral di visualizzazioni da YouTube 4,8%
Referral di visualizzazioni da origini esterne 3,6%

