

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale



*Ministero dell'Istruzione,
dell'Università e della Ricerca*



UNIONE EUROPEA



*Ministero
della Sviluppo Economico*



Piano di Comunicazione

Programma **O**perativo **N**azionale

Ricerca e Competitività

2007-2013

cofinanziato dal FESR

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Approvato dalla Commissione europea in data 08/12/2008 011810
REGIO.G0/RP/PDA/lb D(2008) 860863*

INDICE

PRESENTAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	2
LA COMUNICAZIONE NELLA PROGRAMMAZIONE 2000-2006	6
1. GLI OBIETTIVI E I GRUPPI DI DESTINATARI DEGLI INTERVENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ	13
1.1. L'OBIETTIVO GENERALE.....	13
1.2. L'ALBERO DEGLI OBIETTIVI	16
1.3. I GRUPPI DI DESTINATARI	20
1.4. ARTICOLAZIONE PER AREE E GRUPPI DI POTENZIALI BENEFICIARI DEL PON RICERCA E COMPETITIVITÀ.....	24
2. GLI ELEMENTI CHE CARATTERIZZANO LA STRATEGIA E IL CONTENUTO DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI PER GRUPPI DI DESTINATARI	27
2.1. I CANALI PREVISTI DAL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	34
2.2. I PRINCIPALI STRUMENTI PREVISTI DAL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	36
2.2.1 SVILUPPO DI UN'IDENTITÀ VISIVA	36
2.2.2 PUBBLICAZIONI.....	37
2.2.3 MATERIALE PROMOZIONALE.....	38
2.2.4 RELAZIONI CON I MEDIA	39
2.2.5 EVENTO LANCIO	39
2.2.6 EVENTI	40
2.2.7 PRODOTTI AUDIO-VISIVI	43
2.2.8 IL PORTALE DEDICATO AL PON RICERCA E COMPETITIVITÀ.....	43
2.3. I PRINCIPALI SERVIZI PREVISTI DAL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	46
2.4 LE PRINCIPALI AZIONI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ.....	50
3. IL BILANCIO INDICATIVO NECESSARIO PER L'ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	53
4. ORGANISMI/STRUTTURE AMMINISTRATIVE RESPONSABILI DELL'ATTUAZIONE, SORVEGLIANZA E VALUTAZIONE DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI	56
5. INDICAZIONI SULLA VALUTAZIONE DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI	59
GLOSSARIO	66
LA PRINCIPALE BASE GIURIDICA DI RIFERIMENTO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	72
TAVOLA GENERALE - GESTIONE CICLO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PON RICERCA E COMPETITIVITÀ	73

Spesso la gente si lamenta del suo ambiente: è deprimente, incolore o persino ostile; ma non gli viene mai in mente di ravvivarlo o modificarlo anziché solo sopportarlo. Una lampada non si lamenta perché deve brillare di notte.

*Antonin G. SERTILLANGES
Rectitude*

Presentazione del piano di comunicazione

Care cittadine e cari cittadini europei,

L'Unione Europea e lo Stato della Repubblica italiana, nel settennio 2007-2013 di attuazione della politica di coesione europea, stanno investendo a livello nazionale anche in ricerca e innovazione di qualità. Investiamo nel vostro futuro grazie al Fondo europeo di sviluppo regionale.

Il presente documento è il **piano di comunicazione** del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013, cofinanziato dal FESR – Fondo europeo di sviluppo regionale (di seguito anche Piano).

L'obiettivo generale del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 (di seguito PON Ricerca e Competitività o PON) è di concorrere alla promozione della convergenza verso gli indici di sviluppo medi dell'Unione Europea attraverso la crescita della capacità di **produrre e utilizzare ricerca e innovazione di qualità** per l'innescò di uno sviluppo sostenibile nelle Regioni italiane interessate all'**obiettivo "Convergenza"**¹: Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

Il Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 è *cofinanziato dal*
FESR – Fondo europeo di sviluppo regionale
per complessivi **3.102.696.821 euro**

¹ L'obiettivo "Convergenza" è volto ad accelerare la convergenza degli Stati membri e regioni in ritardo di sviluppo migliorando le condizioni per la crescita e l'occupazione tramite l'aumento e il miglioramento della qualità degli investimenti in capitale fisico e umano, lo sviluppo dell'innovazione e della società della conoscenza, dell'adattabilità ai cambiamenti economici e sociali, la tutela e il miglioramento della qualità dell'ambiente e l'efficienza amministrativa. Questo obiettivo costituisce la priorità dei Fondi europei.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 è uno degli interventi di maggiore rilevanza previsti dal “Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale 2007-2013”² (di seguito QSN).

Il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 assume i seguenti caratteri:

- come **missione**, mirare a riposizionare la competitività delle Regioni Calabria, Campania, Puglia e Sicilia in coerenza con le politiche regionali e con quelle relative al “Sistema-Paese”, minata da uno scenario internazionale in forte e rapido mutamento;
- come **strategia**, integrarsi in un’unitaria e coerente politica di sviluppo sostenibile con le tante azioni e le tante risorse relative alla ricerca e all’innovazione avviate e in fase di cantiere a livello regionale, nazionale e comunitario;
- come **governance**, migliorare il processo concertativo sviluppato negli anni di programmazione dei Fondi strutturali con le regioni, per declinare obiettivi, azioni e risorse della “Strategia-Paese”, in funzione delle suscettibilità di ciascun Territorio.

“Nella programmazione 2000-2006, alla visibilità degli obiettivi intermedi e all’impegno per conseguirli non si è accompagnata altrettanta tensione e mobilitazione sull’obiettivo finale, rappresentato dall’**effettivo innalzamento del livello di benessere dei cittadini** attraverso la competitività delle imprese e dei territori. Nel 2007-2013 questo obiettivo deve assumere assoluto rilievo e divenire il metro ultimo del confronto politico e sociale sulla politica regionale”.

Dal QSN, pagina 73.

La gestione, valutazione e comunicazione del Programma Operativo Nazionale “Ricerca e Competitività” 2007-2013 è affidata al Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca, in qualità di Autorità di Gestione del PON (AdG), e al Ministero dello Sviluppo Economico, in qualità di Organismo Intermedio (OI) con riferimento alle azioni di propria competenza istituzionale.

Con questo documento unitario sulla comunicazione si esplicita il dettato strategico della politica di comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 prevalentemente orientata da:

- le disposizioni contenute nella Sezione I del Regolamento (CE) n. 1828/2006 e nel 1083/2006;

² Il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale 2007-2013 è il documento strategico nazionale approvato dall’Unione europea che descrive **la strategia unitaria per la politica regionale decisa dallo Stato centrale e dalle Regioni italiane** nonché, in accordo con quanto previsto all’articolo 27, paragrafo 4, lettera c, del Regolamento generale dei Fondi strutturali, riporta l’elenco dei programmi operativi per gli obiettivi “Convergenza” e “Competitività regionale e occupazione” attraverso i quali si attua la strategia descritta nel Quadro stesso.

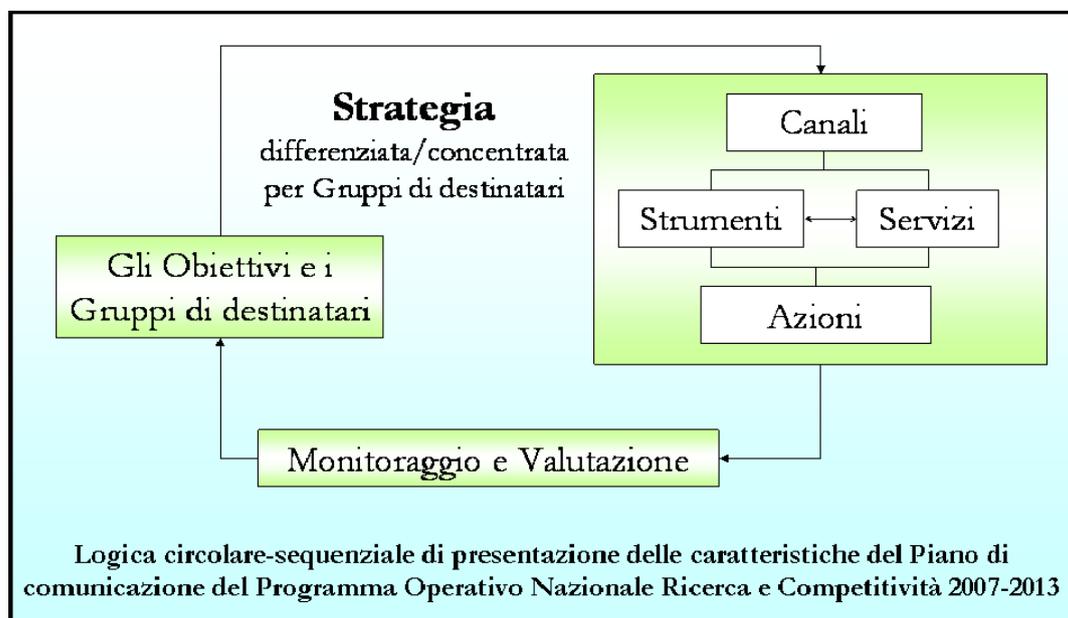
Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

- le lezioni dell'esperienza passata dei Programmi “Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione” e “Sviluppo Imprenditoriale Locale” 2000-2006;
- la strategia di comunicazione della Commissione europea, in particolare enunciata nel “Libro Bianco per una politica europea di comunicazione”, nel “Libro Verde - Iniziativa europea per la trasparenza”, nel “Piano d'azione per la comunicazione” e nel “Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito”;
- gli indirizzi in materia di informazione e pubblicità contenuti nel Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale 2007-2013.

Il Piano assume come missione l'attuazione in *partnership* della comunicazione, in virtù del principio enunciato dalla Commissione nel Libro Bianco, per contribuire a creare una **Rete della Comunicazione per la ricerca e l'innovazione delle Regioni italiane** al servizio degli operatori e dei cittadini europei che rimanga a disposizione di tutti i potenziali fruitori anche dopo la chiusura del Programma.

In vista degli eventuali adattamenti che la strategia di comunicazione potrà subire nel corso del settennio di programmazione, e nell'ottica del miglioramento continuo, sono contemplate nel Piano adeguate attività di monitoraggio e valutazione delle azioni di comunicazione.

Nelle successive pagine del documento si illustrano le caratteristiche della strategia di comunicazione con la logica *circolare-sequenziale* esemplificata nella seguente figura.



Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Con il presente documento strategico l'Autorità di Gestione e l'Organismo Intermedio del PON Ricerca e Competitività, per garantire il rispetto degli adempimenti in materia di informazione e pubblicità previsti dai Regolamenti comunitari, interpretano e sviluppano prioritariamente la base normativa riportata nel paragrafo "La principale base giuridica di riferimento del piano di comunicazione" a pag. 72.

La comunicazione nella programmazione 2000-2006

Il Piano di Comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 si basa sull'esperienza della passata programmazione in quanto sviluppa e valorizza le attività di comunicazione già avviate nell'ambito dei PON "Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione" e "Sviluppo Imprenditoriale Locale" 2000-2006.

Per quanto riguarda il **PON Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione 2000-2006**, il Piano di Comunicazione, gestito dall'Unità Organizzativa della Comunicazione (di seguito UOC) dell'Ufficio VII della Direzione Generale della Ricerca, ha messo in campo una serie di azioni informative che hanno accompagnato tutto l'arco della programmazione, offrendo ai potenziali beneficiari un'informazione trasparente sulle possibilità offerte dal Programma, favorendo la comprensione delle politiche comunitarie e stimolando nuove forme di dialogo sul territorio, in particolar modo attraverso un'intensa e partecipata attività di Animazione territoriale.

L'attività di Animazione territoriale ha favorito la conoscenza del Programma e le relazioni tra una molteplicità di soggetti che operano su territori differenti.

Questo tipo di attività, in sinergia con l'esperienza acquisita con i seminari itineranti, promossi nelle regioni dell'Obiettivo 1, hanno reso possibile un miglior ascolto delle esigenze del territorio e un attivo confronto sui risultati raggiunti.

Il precedente periodo di programmazione è stato caratterizzato da un'elevata fidelizzazione dei beneficiari/attuatori del Programma grazie all'utilizzo di diversi strumenti di comunicazione (seminari, workshop tematici, videoclip, newsletter, pubblicazione, etc.) e ad un'attenta ed efficace attività di continua assistenza attraverso contatti mail e telefonici, nonché attraverso una capillare collaborazione nella gestione di attività di comunicazione promosse dagli stessi attori.

Per quanto riguarda il **PON Sviluppo Imprenditoriale locale 2000-2006**, il Piano di Comunicazione (PdC) è stato predisposto con il supporto dell'A.T. dall'Ufficio 9 della DGCI (oggi Ufficio IV DGSAL) che ne ha seguito anche l'attuazione. Il PdC ha previsto l'attivazione di specifiche linee di intervento e di prodotti tarati sui diversi target dei destinatari di volta in volta interessati: dall'informazione generale sulle potenzialità offerte dal Programma, alla predisposizione di strumenti tecnici informativi (Guide, Manuali etc.) rivolti alle imprese, fino all'informazione al grande pubblico attuata principalmente attraverso l'utilizzo dei principali canali radio televisivi nazionali. Costante è stata l'attività di informazione nei confronti dell'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea.

Nel Piano di Comunicazione del PON SIL sono stati individuati cinque target principali di destinatari a cui sono state rivolte specifiche azioni di comunicazione, a

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

seconda del livello di avanzamento del Programma, utilizzando la strumentazione messa in campo per l'attuazione del Piano.

Ciò che ha caratterizzato maggiormente l'azione del PdC del PON SIL è stata la forte attenzione alla linea di intervento "comunicazione ai destinatari ultimi" ovvero alle imprese delle regioni convergenza, nei confronti delle quali è stata concentrata l'attività di informazione tecnico-specialistica sulle potenzialità offerte dagli strumenti del PON . Ampia e diversificata è stata la produzione di Guide, Manuali operativi, schede informative – sia in forma cartacea che elettronica - a cui è stata affiancata una costante azione di informazione e formazione sul territorio anche attraverso l'utilizzo delle reti delle principali associazioni di categoria; Confindustria, Confapi, associazioni dell'artigianato; il mondo delle Camere di Commercio e altre reti sul territorio anche di riferimento europeo come gli Euro Info Centre.

Nella seconda parte di programmazione anche il PdC del PON SIL ha indirizzato la propria attenzione alla fase di diffusione e comunicazione dei risultati ottenuti e in corso di realizzazione, facendo principalmente ricorso ad idonei ed efficaci strumenti di comunicazione verso il grande pubblico: come l'utilizzo dei media nazionali (RAI e MEDIASET).

Alla luce dell'esperienza maturata dalle due Amministrazioni nell'ambito della programmazione 2000/2006 il PdC PON Ricerca e Competitività prevede il rafforzamento di alcuni ambiti tra cui la comunicazione interna (processi di comunicazione tra diversi uffici e direzioni ministeriali), l'integrazione tra comunicazione e gestione del Programma, estendendo il campo di applicazione del Sistema Qualità alla gestione del programma ed adottando specifiche metodologie di **autovalutazione**³ accreditate a livello internazionale ed europeo, la tempestività dell'informazione e dell'attivazione degli strumenti, l'implementazione di sistemi di gestione della conoscenza e delle relazioni, la realizzazione di una rete che svolga sul territorio una funzione di volano informativo nei confronti dei potenziali beneficiari, l'integrazione al fine di scongiurare il rischio di sovrapposizioni, tra le attività di comunicazione del PON e quella dei POR, nonché l'estensione del monitoraggio e valutazione a tutte le attività di animazione territoriale, comprendendo anche le attività in partenariato con i Gruppi di Interesse Territoriale.

³ Per effettuare l'autovalutazione sono disponibili diversi strumenti di autodiagnosi definiti in ambito internazionale e ampiamente sperimentati sia nel settore privato che in quello pubblico. Fra questi il Common Assessment Framework (CAF), frutto della cooperazione informale dei Ministri e Direttori Generali delle funzioni pubbliche, è uno strumento per la gestione della qualità specificamente realizzato per favorire l'introduzione dell'autovalutazione e della cultura della qualità nelle amministrazioni pubbliche dell'Unione Europea.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Le aree di miglioramento individuate nel periodo 2000-2006 dimostrano l'esigenza di una pianificazione operativa delle attività che sia puntuale e dettagliata, capace, inoltre, di conciliare le esigenze e le richieste di tutti gli attori coinvolti.

In questo contesto, è emersa l'esigenza di costituire un Tavolo tecnico permanente, denominato "Laboratorio", con l'obiettivo di essere punto di raccordo di idee, progettualità, confronto e azione nonché ambiente di condivisione di metodologie per assicurare l'integrazione dei vari contributi dei diversi attori interni ed esterni.

Il "Laboratorio" è nato in occasione della preparazione del piano di comunicazione per lo scambio e la condivisione tra i soggetti coinvolti (AdG, OI, Unità della comunicazione del MIUR, ecc.). Esso intende coinvolgere altri soggetti interessati, al fine di attuare una comunicazione partecipata e condivisa, che mira a rispondere alle esigenze di tutti i destinatari della Comunicazione del PON Ricerca e Competitività.

Infine, l'esperienza acquisita sui media nazionali potrà essere un importante punto di riferimento anche per la nuova programmazione, dove un'efficace programmazione di interventi sui media nazionali e locali potrà assicurare un indiscusso rafforzamento dell'azione di comunicazione programmata e un miglior raggiungimento degli obiettivi generali e specifici prefissati.

L'approccio scelto dall'AdG per l'implementazione del Piano è quello del miglioramento continuo della qualità dei servizi basato sulla condivisione di medesimi standard di processo e di prodotto da parte degli attori interni ed esterni della gestione e comunicazione del programma.

Tale approccio si concretizza mediante la piena integrazione del Sistema di Monitoraggio e Valutazione della comunicazione (SMV) nel generale Sistema di Gestione della Qualità della comunicazione (SGQ). Questi sistemi implementati nella precedente esperienza hanno assicurato l'individuazione oggettiva delle aree critiche e facilitato i processi di miglioramento continuo della qualità⁴ dei servizi d'informazione e comunicazione.

Di seguito si riportano le tabelle sinottiche in cui vengono elencati tutti gli strumenti adoperati, i relativi indicatori di realizzazione e i relativi target che con tali strumenti si sono raggiunti nonché gli obiettivi di comunicazione che li hanno ispirati per entrambe le Amministrazioni.

⁴ Fattori di qualità dei servizi: informazione, accoglienza e trasparenza per facilitarne l'accesso; velocità, accessibilità, chiarezza e personalizzazione per migliorarli; affidabilità, standard, tempestività e ascolto per controllarli e correggerli; arricchimento, efficacia e innovazione per innovarli e farli evolvere sulla base dei bisogni e desideri degli utenti/cittadini

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

La comunicazione del PON Ricerca Scientifica Sviluppo Tecnologico Alta Formazione

TARGET*	STRUMENTI	OBIETTIVO PERSEGUITO*	REALIZZAZIONI EFFETTIVE (al 31 dicembre 2007)
Pubblico	sito internet	Informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'UE e dal MIUR nel promuovere interventi diretti a rafforzare il sistema produttivo del Mezzogiorno e sui risultati conseguiti	412.852 visitatori (143.448 Uniquelps)
	servizi stampa		45 comunicati stampa, 39 articoli su testate nazionali e locali, 82 lanci di agenzia, 1 conferenza stampa, 5 avvisi pubblicitari
	spot tv		112 passaggi sulle tre reti RAI
	interviste		18 interviste
	eventi informativi		10 eventi
	materiale informativo e promozionale		40.000 copie pieghevole istituzionale, 22.000 cartelline con blocco, 12.000 penne, 2000 shopper, 1100 marker, 1500 laccetti portabadge
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
pubblicazioni informative	20.000 copie Cofanetto Atenei/Annali; 2000 copie Strategia di Lisbona e Politica di Coesione		
Imprese	sito internet	Informare le imprese meridionali (in particolare PMI) sulle opportunità offerte dal PON per aumentare attraverso la ricerca scientifica la loro capacità innovativa	412.852 visitatori (143.448 Uniquelps)
	eventi informativi		10 eventi
	seminari specifici formativi ed informativi		4 seminari
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
	materiale promozionale		40.000 copie pieghevole istituzionale, 22.000 cartelline con blocco, 12.000 penne, 2000 shopper, 300 zainetti, 1100 marker, 1500 laccetti portabadge
	pubblicazioni informative		20.000 copie Cofanetto Atenei/Annali; 2000 copie Strategia di Lisbona e Politica di Coesione
Atenei e Scuole di Alta Formazione	sito internet	Informare sulle opportunità offerte dal PON per il finanziamento dei servizi di alta formazione e didattici nonché per il finanziamento delle strutture a supporto della didattica	412.852 visitatori (143.448 Uniquelps)
	eventi informativi		10 eventi
	seminari specifici formativi ed informativi		4 seminari
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
	materiale promozionale		40.000 copie pieghevole istituzionale, 22.000 cartelline con blocco, 12.000 penne, 2000 shopper, 300 zainetti, 1100 marker, 1500 laccetti portabadge
	pubblicazioni informative		20.000 copie Cofanetto Atenei/Annali; 2000 copie Strategia di Lisbona e Politica di Coesione
videoclip	n. 5 videoclip		

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

TARGET*	STRUMENTI	OBIETTIVO PERSEGUITO*	REALIZZAZIONI EFFETTIVE (al 31 dicembre 2007)
Enti di ricerca pubblici e privati	sito internet	Informare sulle opportunità offerte dal PON per il finanziamento delle attività di ricerca nonché per il finanziamento delle strutture a supporto della ricerca stessa	412.852 visitatori (143.448 Uniquelps)
	eventi informativi		10 eventi
	seminari specifici formativi ed informativi		4 seminari
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
	materiale promozionale		40.000 copie pieghevole istituzionale, 22.000 cartelline con blocco, 12.000 penne, 2000 shopper, 300 zainetti, 1100 marker, 1500 laccetti portabadge
	pubblicazioni informative		20.000 copie Cofanetto Atenei/Annali; 2000 copie Strategia di Lisbona e Politica di Coesione
	videoclip		n. 5 videoclip
	community web		n. 2 community web
Istituzioni pubbliche	sito internet	Informare le istituzioni circa le opportunità offerte dal PON per accrescere le competenze delle risorse umane interne e di quelle presenti nelle imprese a cui l'istituzione può rivolgere, direttamente o indirettamente, i propri servizi di formazione	412.852 visitatori (143.448 Uniquelps)
	eventi informativi		10 eventi
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
	materiale promozionale		40.000 copie pieghevole istituzionale, 22.000 cartelline con blocco, 12.000 penne, 2000 shopper, 300 zainetti, 1100 marker, 1500 laccetti portabadge
	pubblicazioni informative		20.000 copie Cofanetto Atenei/Annali; 2000 copie Strategia di Lisbona e Politica di Coesione
	videoclip		n. 5 videoclip
Gruppi di Interesse Territoriale (GIT)	eventi informativi	Instaurare logiche partenariali e di rete nelle azioni di promozione dell'innovazione a livello locale; orientare i GIT a ricondurre in un quadro strategico le azioni sostenute dal PON e quelle promosse dai POR (es. i progetti integrati territoriali)	10 eventi
	seminari ed eventi GIT		155 fra seminari ed eventi
	newsletter		3 numeri della newsletter 'Ricerca Sud'
	materiale promozionale		300 zainetti
	pubblicazioni informative		30 copie Dossier Strategia di Lisbona e Politica di Coesione; 30 copie Dossier Pesca ; 1000 copie "MondoGit - Gruppi di interesse territoriale"
	community web		comunità Mondo GIT

Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

La comunicazione del PON Sviluppo Imprenditoriale Locale

TARGET	STRUMENTO UTILIZZATO	OBIETTIVO PERSEGUITO	REALIZZAZIONI EFFETTIVE (al 31 dicembre 2007)
Grande pubblico	sito internet	informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea, in collaborazione con gli Stati membri, attraverso il programma di intervento e sui risultati conseguiti da quest'ultimo	350.753 visitatori (244.280 Uniquelps)
	stampa		25 comunicati stampa
	TV		22 interventi televisivi
	radio		4 passaggi radiofonici
	conferenze		6 eventi (lancio del Programma e dei singoli interventi)
	fiere		15
	libro fotografico Buone Pratiche (*)		1000 copie (*)
Pubblica amministrazioni	sito internet	informare e formare la pubblica amministrazione sulle possibilità offerte dal programma	350.753 visitatori (244.280 Uniquelps)
	seminari specifici formativi ed informativi		160 interventi di promozione, seminari, giornate di aggiornamento
	newsletter		12 numeri
	guide e manuali		18 prodotti realizzati e distribuiti
	schede informative sintetiche		28 prodotti realizzati e distribuiti
	materiale promozionale		
Associazioni di categoria	sito internet	informare e formare gli attori del partenariato economico e le antenne sul territorio sulle possibilità offerte dal programma, modalità tecniche per l'accesso ai finanziamenti	350.753 visitatori (244.280 Uniquelps)
	seminari specifici formativi ed informativi		152 interventi di promozione, seminari, giornate di aggiornamento
	newsletter		12 numeri
	materiale promozionale (cartelline; blocchi; pen-drive etc)		
	guide e manuali		18 prodotti realizzati e distribuiti
	schede informative sintetiche		28 prodotti realizzati e distribuiti

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

TARGET	STRUMENTO UTILIZZATO	OBIETTIVO PERSEGUITO	REALIZZAZIONI EFFETTIVE (al 31 dicembre 2007)
Banche	sito internet	informare e formare gli attori del partenariato economico e le antenne sul territorio sulle possibilità offerte dal programma, modalità tecniche per l'accesso ai finanziamenti	350.753 visitatori (244.280 Uniquelps)
	seminari specifici formativi ed informativi		200 interventi di promozione, seminari, giornate di aggiornamento
	newsletter		12 numeri
	materiale promozionale (cartelline; blocchi; pen-drive etc)		
	guide e manuali		20 prodotti realizzati e distribuiti
	schede informative sintetiche		28 prodotti realizzati e distribuiti
Imprese, ATI, consorzi etc	sito internet	informare i potenziali beneficiari finali sulle possibilità offerte dal Programma, sulle modalità tecniche e specifiche per l'accesso ai finanziamenti	350.753 visitatori (244.280 Uniquelps)
	seminari specifici formativi ed informativi		152 interventi di promozione, seminari, giornate di aggiornamento
	newsletter		12 numeri
	guide e manuali		18 prodotti realizzati e distribuiti
	targhe per imprese		6.369
	materiale promozionale (cartelline; blocchi; pen-drive etc)		
	schede informative sintetiche		28 prodotti realizzati e distribuiti
	sportelli informativi diretti e telematici		119 sportelli coinvolti

1. Gli obiettivi e i gruppi di destinatari degli interventi di informazione e pubblicità

L'individuazione degli obiettivi di comunicazione e dei destinatari rappresenta il primo e fondamentale passo per un'efficace ed efficiente definizione degli **interventi di informazione e pubblicità** del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Nel presente capitolo sono illustrati tutti gli obiettivi e tutti i destinatari della comunicazione individuati per rispondere sia agli adempimenti normativi previsti, sia ai **bisogni ed esigenze rilevati** nella precedente programmazione nelle Regioni della "Convergenza", sia alle istanze dei territori.

1.1. L'Obiettivo Generale

Il piano di comunicazione, finalizzato alla massima copertura mediatica, individua diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale, con l'obiettivo di:

accrescere la conoscenza, la cooperazione e la partecipazione attiva delle cittadine e cittadini europei sulle priorità d'intervento del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, in coerenza con finalità, metodi e risultati attesi della politica regionale unitaria, valorizzando il ruolo dell'UE nel cofinanziamento del Programma e diffondendo il valore aggiunto dell'intervento comunitario al livello nazionale, regionale e locale.

Informazione e pubblicità

“Tutte le azioni promosse e gestite nell'ambito del PON saranno accompagnate da interventi di informazione e pubblicità. Le finalità sottese a tali interventi, in coerenza con quanto disposto dall'articolo 69 del Regolamento (CE) 1083/2006 e con quanto previsto dal QSN, sono di socializzare presso l'opinione pubblica, il partenariato economico-sociale, i potenziali beneficiari e gli attuatori degli interventi cofinanziati (Beneficiari), il cui profilo strategico-metodologico trova esplicitazione nel paragrafo 5.4.7, la consapevolezza del ruolo dell'UE nella promozione dello sviluppo economico e sociale e della modernizzazione delle istituzioni”

Estratto dal paragrafo 4.3.1.2 del PON

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

L'Obiettivo Generale orienta tutti gli attori interni ed esterni impegnati nella realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività.

L'approccio con il quale viene perseguito l'Obiettivo Generale è teso a integrare servizi e strumenti nonché circuiti informativi e processi di comunicazione.

Tale approccio integrato favorisce:

- la partecipazione ai processi decisionali, formali e informali, della comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013;
- la massima trasparenza possibile;
- il presidio efficace delle linee e delle aree di comunicazione individuate per attuare la strategia e il contenuto degli interventi;
- un migliore accesso alle opportunità offerte dal programma ed un qualificato utilizzo delle risorse finanziarie.

Pertanto è dalla lettura integrata dei predetti indicatori degli interventi informativi e pubblicitari descritti nel capitolo dedicato alla valutazione che si perviene alla misurabilità dell'obiettivo generale.

Nel quadro sottostante sono esplicitate le principali linee di comunicazione che verranno sviluppate nel piano, correlate alle aree di comunicazione interessate ed alle principali funzioni/strumenti attivati.

Linea di comunicazione	Area di comunicazione	Gestione principale, Funzioni Principali: Canale e/o Strumenti
Linea 1 Comunicazione dell'Unione Europea e del valore aggiunto FESR	Comunicazione diretta interna	Relazioni con <i>stakeholder</i> attivi interni; <i>INTRANET</i> , Seminari e <i>House Organ</i>
Linea 2 Animazione territoriale con il Partenariato della Comunicazione del PON	Comunicazione mediata interna/esterna	Relazioni con mass media, <i>INTERNET</i> , Web TV e Newsletter
Linea 3 Comunicazione ai potenziali beneficiari	Comunicazione diretta esterna (cittadini europei e vari gruppi di destinatari)	Coinvolgimento <i>stakeholder</i> attivi e potenziali esterni, <i>EVENTI</i> , Comunità di pratica

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

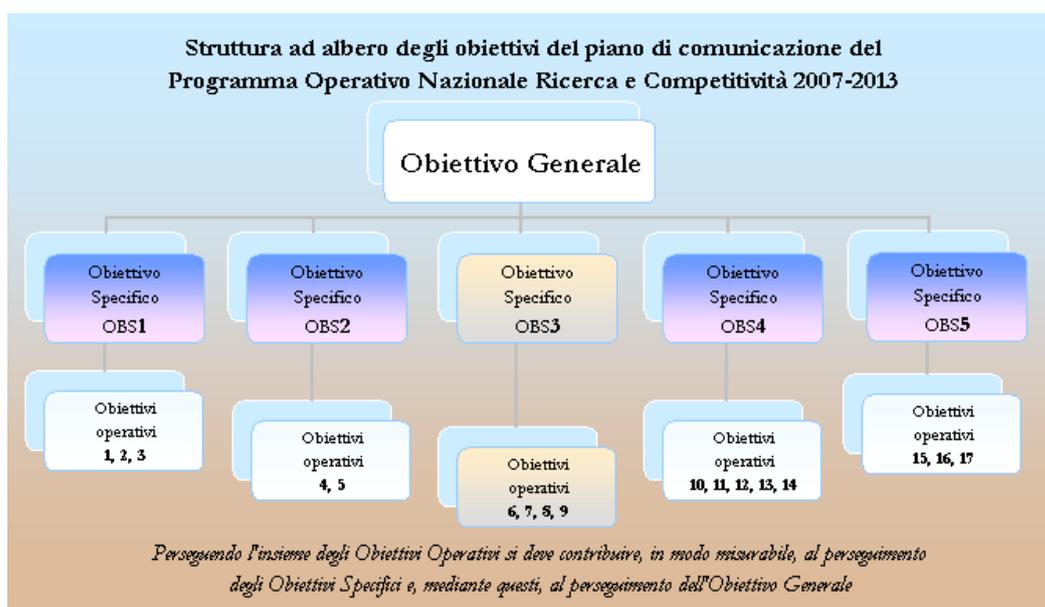
La Linea 1 persegue un approccio top-down ed è comprensiva della comunicazione delle opportunità offerte dal Programma e delle comunicazioni dei risultati ottenuti.

La Linea 2 persegue un approccio bottom-up ed è comprensiva della formazione di un diffuso e stabile Partenariato della Comunicazione del programma *citizen oriented*.

La Linea 3 persegue un approccio “misto” ed è caratterizzata dal diretto coinvolgimento dei soggetti destinatari degli interventi ed è comprensiva di qualificati interventi di informazione tecnica, in particolare per le piccole e medie imprese

1.2. L'Albero degli obiettivi

Per perseguire l'Obiettivo Generale si individuano cinque principali Obiettivi Specifici ciascuno correlato a un insieme di principali Obiettivi Operativi. L'insieme di tutti gli obiettivi costituiscono l'Albero degli obiettivi del piano di comunicazione la cui struttura è illustrata nella seguente figura.



Obiettivo Specifico 1 (OBS1): Facilitare l'accesso alle informazioni pertinenti e alla conoscenza delle opportunità a tutti i Potenziali Beneficiari.

I principali obiettivi operativi sono:

1. contattare e registrare i Potenziali Beneficiari del PON Ricerca e Competitività Ricerca e Competitività 2007-2013;
2. fornire le informazioni pertinenti a tutti i Potenziali Beneficiari;
3. migliorare in modo continuo la qualità, nella rete Internet, dell'informazione della comunicazione e della conoscenza delle operazioni e delle azioni del PON Ricerca e Competitività.

Obiettivo Specifico 2 (OBS2): Garantire la piena applicazione degli Standard europei per quanto riguarda la comunicazione delle operazioni da parte di tutti i Beneficiari/Attuatori dei Fondi strutturali.

I principali obiettivi operativi sono:

4. fornire assistenza per la condivisione e l'applicazione degli standard di qualità della comunicazione delle operazioni a tutti i Beneficiari/Attuatori;
5. sorvegliare l'applicazione degli standard di qualità della comunicazione delle operazioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Obiettivo Specifico 3 (OBS3): Rendere visibile il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e favorire e facilitare la comprensione del ruolo dell'UE al Pubblico

I principali obiettivi operativi sono:

6. rendere visibile il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e le sue operazioni, le realizzazioni e i suoi risultati al Pubblico;
7. facilitare la comprensione del ruolo dell'Unione Europea;
8. sensibilizzare sul ruolo del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 nella politica regionale unitaria e sul valore aggiunto dei Fondi strutturali europei, in particolare sul FESR;
9. elevare progressivamente il grado di visibilità mediatica del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Con il termine **Beneficiario** si intende un operatore, organismo o impresa, pubblico o privato, responsabile dell'avvio o dell'avvio e dell'attuazione delle operazioni; nel quadro del regime di aiuti di cui all'articolo 87 del trattato, i beneficiari sono imprese pubbliche o private che realizzano un singolo progetto e ricevono l'aiuto pubblico.
a norma dello stesso Regolamento (CE)

Obiettivo Specifico 4 (OBS4): Contribuire al raggiungimento dell'obiettivo generale attraverso la creazione di un diffuso e stabile Partenariato della Comunicazione e dell'Animazione territoriale su scala nazionale, regionale e sub regionale.

I principali obiettivi operativi sono:

10. contribuire a promuovere e gestire le manifestazioni di interesse nonché le adesioni al Partenariato nell'ambito della Ricerca e dell'Innovazione;
11. rafforzare il coinvolgimento al livello territoriale dei potenziali partner della Comunicazione del Programma Ricerca e Competitività nell'implementazione di specifiche attività di comunicazione e di

animazione territoriale per elevare il consenso e la partecipazione alla politica di coesione dei cittadini;

12. contribuire a promuovere e sostenere la creazione e lo sviluppo della Rete di Punti d'informazione e di **Antenne** per la ricerca e l'innovazione (*aggregando i territori comunali sul modello dei Sistemi Locali del Lavoro⁵*);
13. favorire la partecipazione dei rappresentanti della società civile e il coinvolgimento diretto dei cittadini europei al dibattito sul futuro della politica di Coesione attraverso un efficace coordinamento con gli interventi di comunicazione attivati in ambito QSN;
14. partecipare in maniera attiva alle attività del Tavolo Nazionale del Partenariato per garantire la migliore governance anche mediante l'attivazione di specifici servizi ICT.

Obiettivo Specifico 5 (OBS5): Promuovere e supportare la cooperazione interistituzionale per lo sviluppo delle reti di collaborazione e del confronto d'esperienze in materia di ricerca ed innovazione.

I principali obiettivi operativi sono:

15. favorire l'incontro e la collaborazione tra le AdG dei Programmi del QSN per valorizzare gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali in materia di ricerca ed innovazione anche attraverso una efficace partecipazione alle attività delle Rete nazionale dei comunicatori;

Recepire appieno nei piani di comunicazione dei programmi gli indirizzi dettati in sede di quadro strategico nazionale è fondamentale "sia per **stabilire un solido collegamento fra comunicazione e partecipazione democratica** - delle forze sociali ed economiche espresse dalla società civile - alla fase d'implementazione delle politiche e al raggiungimento degli obiettivi, sia per **promuovere quel consenso culturale e politico intorno alla politica regionale** ad oggi ancora carente".

Dal QSN, pagina 279.

L'obiettivo comune d'integrazione degli interventi sostenuti dai **Fondi strutturali** e di questi con altri interventi impone un livello di **cooperazione interistituzionale** più attento al perseguimento di sinergie e di **collaborazioni stabili e sistemiche** di valenza europea, nazionale e territoriale.

⁵ Sistemi Locali del Lavoro (SLL), definiti dall'ISTAT sulla base degli spostamenti quotidiani per motivi di lavoro a partire dai dati del 13° Censimento generale della popolazione – anno 1991. Si tratta, infatti, di Aree svincolate dagli usuali criteri amministrativi e definite dall'organizzazione dei rapporti sociali ed economici all'interno delle quali esiste la **massima coincidenza tra domanda e offerta di lavoro**.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

16. utilizzare la collaborazione con altri soggetti che si occupano di Fondi strutturali per dare risposte concrete a chi necessita di orientamento e per promuovere le attività di comunicazione del Programma;
17. supportare la nascita di Comunità di pratica per migliorare la conoscenza dell'attuazione di progetti cofinanziati dal Programma e per stimolare la collaborazione in rete nella prospettiva di una maggiore competitività.

Gli obiettivi specifici, in una dinamica di coinvolgimento sempre più inclusiva di tutti gli attori del programma, assicurano la massima efficacia e trasparenza degli interventi di informazione e pubblicità favorendo il raggiungimento dell'obiettivo generale.

E' pertanto evidente che solo un coinvolgimento diretto degli operatori (i potenziali beneficiari, i partner della comunicazione, i soggetti attuatori) in stretta collaborazione con le AdG dei programmi nazionali e regionali potrà assicurare la più vasta conoscenza del PON nonché la comprensione del ruolo dell'Unione Europea e il valore aggiunto dei Fondi Strutturali.

Le attività per lo sviluppo del Partenariato della comunicazione, delle reti di collaborazione, della cooperazione interistituzionale e della collaborazione in rete saranno coerentemente attivate in base alle linee d'indirizzo e alle iniziative promosse e gestite dalla comunicazione del QSN 2007-2013 e del **PON Governance**, in partnership con le strutture competenti del Ministero dello Sviluppo Economico e del Ministero del Lavoro, finalizzate alla creazione e sviluppo della rete italiana dei responsabili della comunicazione e dei responsabili del Fondo.

Per una visione d'insieme degli obiettivi del piano di comunicazione si rimanda in allegato alle pagine 75, 76 e 77. **Tavola Generale - Albero degli obiettivi del piano di comunicazione correlato ai Servizi d'informazione e di comunicazione.**

1.3. I Gruppi di destinatari

Il piano di comunicazione individua i seguenti principali gruppi di destinatari degli interventi d'informazione e pubblicità:

	Popolazione residente - TOTALE	Popolazione residente - Maschi	Popolazione residente - Femmine
1. Potenziali Beneficiari; 2. Beneficiari/Attuatori del PON; 3. Pubblico, ovvero i gruppi di pubblico rappresentati prioritariamente dai cittadini delle Regioni: Calabria, Campania, Puglia e Sicilia;	Nelle Regioni italiane della "Convergenza": Calabria, Campania, Puglia e Sicilia 16.685.364	8.106.591	8.578.773
4. Potenziali <i>Partner</i> , i <i>Partner</i> della Comunicazione integrata del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e gli <i>Opinion Leader</i> della ricerca e innovazione;	Nelle altre Regioni italiane	40.310.380	19.480.391
5. <i>Partner</i> istituzionali dei programmi operativi del QSN.	In tutte le Regioni italiane	56.995.744	27.586.982

Fonte ISTAT: dati censimento 2001

1. **I Potenziali Beneficiari** s'individuano, per gruppi omogenei di soggetti, nell'ambito delle singole azioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e sono tutti coloro che possiedono i requisiti di ammissibilità per l'accesso alle opportunità di cofinanziamento previste dagli strumenti attuativi delle azioni stesse. Un elenco dei principali gruppi di potenziali beneficiari è esplicitato nel paragrafo 1.4. ("Articolazione per Aree e Gruppi di Potenziali Beneficiari del PON Ricerca e Competitività").

Ai Potenziali Beneficiari sono fornite informazioni chiare e dettagliate riguardanti almeno:

- a. le condizioni di ammissibilità ai finanziamenti;
- b. una descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- c. i criteri di selezione delle operazioni da finanziare;
- d. le persone di riferimento a livello nazionale, regionale o territoriale che possono fornire informazioni sul PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

2. I Beneficiari/Attuatori, come definito dell'art. 2 del REG (CE) 1083, sono imprese pubbliche o private che accedono che realizzano un singolo progetto e ricevono l'aiuto pubblico nell'ambito del PON Ricerca e Competitività 2007-2013. Ai Beneficiari si garantisce una continua assistenza nell'applicazione degli standard di qualità della comunicazione delle operazioni.

I Beneficiari/Attuatori sono invitati a collaborare attivamente con le strutture amministrative del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e del Ministero dello Sviluppo Economico preposte all'attuazione, sorveglianza e valutazione degli interventi di informazione e pubblicità in coerenza con gli obiettivi, la strategia e le finalità illustrate nel presente Piano.

I Beneficiari/Attuatori che accedendo al finanziamento accettano nel contempo di venire inclusi nell'Elenco nominativo dei Beneficiari/Attuatori previsto dal Reg. n.1828/2006.

L'Elenco dei Beneficiari è pubblicato e progressivamente aggiornato in una sezione dedicata del portale istituzionale del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e diffuso anche mediante una rivista elettronica dedicata alle realizzazioni e risultati raggiunti con l'attuazione e sorveglianza del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Ai Beneficiari/Attuatori spetta, in particolare, informare il pubblico, mediante specifiche misure circa la sovvenzione ottenuta dai Fondi strutturali⁶.

Pertanto, si richiedono ai Beneficiari/Attuatori di ogni operazione opportuni raccordi con gli interventi di comunicazione garantiti dall'Autorità di gestione e dall'Organismo Intermedio.

Nella nuova era della comunicazione sui Fondi strutturali lo spazio della comunicazione integrata del PON Ricerca e Competitività si qualifica per il suo tratto etico basato sui principi di comprensione, responsabilità e rispetto. Tali principi sono alla base della pratica comunitaria di una comunicazione etica europea che mette al centro di tutti gli interventi di informazione e pubblicità il cittadino europeo facilitando e favorendo l'accesso totale all'informazione, alla comunicazione e alla conoscenza.

Alla base del necessario cambiamento comunitario e co-evolutivo di mentalità sia per la promozione dello sviluppo economico e sociale sia per la modernizzazione delle istituzioni deve essere posto il Dialogo tra e con i cittadini, gli operatori del mondo della ricerca, dell'impresa e delle istituzioni competenti nel promuovere la ricerca e innovazione di qualità per uno sviluppo sostenibile del Territorio delle Regioni italiane.

⁶ In applicazione del Regolamento (CE) n. 1828/2006, in particolare, articolo 8 "Responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico".

3. Il Pubblico, privilegiando la popolazione residente nelle Regioni della “Convergenza”, viene informato sul PON Ricerca e Competitività 2007-2013 sulle opportunità, le realizzazioni e i suoi risultati, nonché sul ruolo dell'UE nella politica regionale europea, in particolare, nel cofinanziamento del programma.

4. I Potenziali Partner e i Partner della Comunicazione del PON.

Per l'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari ha un ruolo centrale la formazione e lo sviluppo di un vasto e qualificato Partenariato della Comunicazione dell'Unione Europea e dell'Animazione territoriale per l'informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività (di seguito Partenariato della Comunicazione o anche Partenariato), in particolare su scala territoriale.

L'Autorità di gestione e l'Organismo Intermedio, nella formazione del Partenariato, conformemente alle leggi e alle prassi nazionali, associano agli interventi informativi e pubblicitari almeno uno dei seguenti organismi che possono diffondere ampiamente le informazioni chiare e dettagliate sulle opportunità offerte dal programma ai potenziali beneficiari:

- a) autorità nazionali, regionali e locali e agenzie per lo sviluppo;
- b) associazioni professionali;
- c) parti economiche e sociali;
- d) organizzazioni non governative;
- e) organizzazioni che rappresentano il mondo economico;
- f) centri d'informazione sull'Europa e la Rappresentanza italiana della Commissione;
- g) istituti educativi.

Il Partenariato è il principale attore della **linea di Animazione territoriale** per l'informazione e la pubblicità del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

L'Animazione territoriale rappresenta il principale approccio mediante il quale, anche sulla scorta dell'esperienza fatta con i Gruppi di Interesse Territoriale⁷, si è scelto di supportare la **Funzione dell'Ascolto dei bisogni del Territorio**.

Il processo di formazione e sviluppo del Partenariato della Comunicazione fa riferimento di massima alle seguenti fasi:

⁷ I GIT sono associazioni di fatto di operatori socioeconomici ed agenti dello sviluppo locale auto gestiti e auto finanziati dagli aderenti al Gruppo. L'Autorità di Gestione del PON Ricerca 2000-2006 (AdG), attraverso la struttura di Comunicazione, ha promosso la loro costituzione e supportato le attività con servizi specifici.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

- **sensibilizzazione** e vivacizzazione di specifiche **aree territoriali** individuate aggregando i territori comunali secondo il modello dei Sistemi Locali del Lavoro e, in coerenza, agli obiettivi di copertura territoriale previsti nella pianificazione operativa delle attività di segmentazione dei gruppi di destinatari;
- **acquisizione e socializzazione di informazioni ed esperienze** tra i *Partner* della Comunicazione e gli *Opinion Leader* della ricerca e innovazione;
- **incremento della cooperazione** degli attori locali, facilitandone opportunamente l'accesso alle reti di collaborazione europea, nazionale e interregionale anche mediante una più diretta e facilitata collaborazione in Rete (*Comunità di pratica*);
- **condivisione** di strategie di comunicazione a livello territoriale per la ricerca e l'innovazione;
- **promozione su scala territoriale** della progettazione partenariale secondo i metodi e gli standard di qualità europei;
- attivazione e sviluppo della Rete di Punti informativi e di **Antenne** del PON nel territorio.

5. I Partner istituzionali dei programmi operativi del QSN.

Con i gruppi di Partner istituzionali dei programmi operativi del QSN, attraverso **Accordi di cooperazione interistituzionale**, a livello europeo e/o nazionale, si intende sviluppare opportune misure di intervento congiunto che coinvolgano anche il Partenariato della comunicazione.

L'obiettivo comune di integrazione tra i Fondi strutturali e di questi con la politica regionale unitaria e, in particolare con il **Settimo Programma Quadro della Ricerca europea**⁸, impone un livello di cooperazione interistituzionale più attento al perseguimento di sinergie e collaborazioni stabili e sistemiche in materia di comunicazione integrata, reti di collaborazione e scambio di esperienza di valenza europea, nazionale e territoriale.

⁸ Il Settimo Programma Quadro, lo strumento di finanziamento comunitario per la ricerca scientifica e lo sviluppo tecnologico nel periodo 2007-2013, è uno degli elementi più importanti per l'attuazione dell'agenda di Lisbona per la crescita e la competitività. A differenza dei precedenti programmi è stata proposta una durata di sette anni (2007-2013), al fine di assicurare una maggiore continuità e coerenza con l'andamento del budget complessivo dell'UE. Vedi: Decisione n. 1982/2006/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 18 dicembre 2006 concernente il **settimo programma quadro della Comunità europea per le attività di ricerca, sviluppo tecnologico e dimostrazione (2007-2013)**.

Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

1.4. Articolazione per Aree e Gruppi di Potenziali Beneficiari del PON Ricerca e Competitività.

Nelle tabelle seguenti, ciascuna relativa ad un Asse di priorità, si riportano gli obiettivi e le Azioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 associati ai principali potenziali beneficiari.

Asse I - Sostegno ai mutamenti strutturali

<u>Denominazione Obiettivo Operativo</u>	<u>Denominazione Azione</u>	<u>Potenziali beneficiari</u>
Aree scientifico-tecnologiche generatrici di processi di trasformazione del sistema produttivo e creatrici di nuovi settori	Aree scientifico-tecnologiche di valenza strategica	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Enti pubblici e privati di ricerca; Università
	Interventi di sostegno della ricerca industriale	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Enti pubblici e privati di ricerca; Università
Aree tecnologico-produttive per la competitività del sistema	Progetti di innovazione Industriale e interventi collegati	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Centri di ricerca ed Università; Associazioni di categoria; Amministrazioni regionali; Enti pubblici locali; Partenariato economico-sociale; sistema finanziario; giovani laureati in materie scientifiche; tecnici non laureati
	Progetti di Innovazione per la valorizzazione delle specifiche potenzialità delle aree Convergenza	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Centri di ricerca ed Università; Associazioni di categoria; Amministrazioni regionali; Enti pubblici locali; Partenariato economico- sociale.
Reti per il rafforzamento del potenziale sostenibile scientifico-tecnologico delle Regioni della Convergenza	Distretti di alta tecnologia e relative reti	Distretti tecnologici; strutture di governance
	Laboratori pubblico-privati e relative reti	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Enti pubblici e privati di ricerca; Università
Potenziamento delle strutture e delle dotazioni scientifiche e tecnologiche	Rafforzamento strutturale	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Enti pubblici e privati di ricerca; Università GRID
Cooperazione interregionale tra gli attori del settore scientifico e produttivo	Cooperazione interregionale tra gli attori del settore scientifico e produttivo	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Centri di ricerca e trasferimento tecnologico; Università; Amministrazioni Regionali; Partenariato economico sociale.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Asse II - Sostegno all'innovazione

<u>Denominazione Obiettivo Operativo</u>	<u>Denominazione Azione</u>	<u>Potenziali beneficiari</u>
Rafforzamento del sistema produttivo	Interventi finalizzati al riposizionamento competitivo del sistema produttivo	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate (in particolare PMI); Amministrazioni regionali; Partenariato economico sociale; Centri di ricerca; Università.
Miglioramento del mercato dei capitali	Capitalizzazione delle PMI e accesso al credito	Intermediari creditizi e finanziari; Strutture operanti nel settore della garanzia e di servizi a supporto delle PMI; Operatori di venture capital; Università; Partenariato economico sociale.
Azioni integrate per lo sviluppo sostenibile e la diffusione della società dell'informazione	Azioni integrate di ricerca e competitività per lo sviluppo sostenibile	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; centri di ricerca; Enti locali; Enti operanti nella gestione delle aree industriali; Partenariato economico e sociale.
	Azioni integrate di ricerca e competitività per la Società dell'Informazione	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; Partenariato economico e sociale; Centri di ricerca.

Asse III - Assistenza tecnica e attività di accompagnamento

<u>Denominazione Obiettivo Operativo</u>	<u>Denominazione Azione</u>	<u>Potenziali beneficiari</u>
Rafforzamento dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità degli interventi, nonché delle connesse attività di monitoraggio, valutazione e controllo	Assistenza Tecnica, Gestione e Controllo	Amministrazioni coinvolte nella gestione e programmazione e controllo.
Rafforzamento della capacità strategica e di comunicazione del PON	Valutazione	Amministrazioni coinvolte nella gestione, programmazione e controllo; Stakeholders; Pubblico.
	Informazione e Pubblicità	Amministrazioni centrali e regionali; Enti locali; Associazioni di categoria; Pubblico; Potenziali beneficiari e beneficiari; Partenariato della comunicazione e partenariato istituzionale; Stampa e media.
Integrazioni programmatiche per il perseguimento di effetti di sistema	Integrazioni tra azioni nazionali e regionali	Amministrazioni regionali.
	Iniziative di osmosi nord/sud	Amministrazioni regionali
	Attività di service e progetti congiunti	Uffici regionali interessati alla programmazione; management della ricerca, responsabili di strutture di sostegno dell'innovazione e del trasferimento tecnologico, intermediari della conoscenza
	Servizi per la valorizzazione della proprietà industriale	Piccole, medie e grandi imprese, singole ed associate; CCA e Associazioni di categoria; centri/enti erogatori di servizi specializzati

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

La specificità di ciascuna azione e la coerenza con gli obiettivi operativi del PON Ricerca e Competitività orientano opportunamente tutti gli interventi informativi e pubblicitari delle operazioni e delle azioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

2. Gli elementi che caratterizzano la strategia e il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari per gruppi di destinatari

L'orientamento strategico del Piano si sostanzia mediante:

- la maggiore trasparenza amministrativa possibile;
- il migliore utilizzo del potenziale applicativo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- il miglioramento continuo della qualità dei circuiti dell'informazione, della comunicazione e della conoscenza.

La strategia degli interventi informativi e pubblicitari deve assicurare la maggiore trasparenza possibile sulle opportunità e le modalità di gestione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Caratteristiche peculiari del piano di comunicazione sono l'impegno verso il miglioramento continuo della qualità dei servizi di informazione e comunicazione e l'attenzione

verso la pianificazione di un processo di coinvolgimento, diretto e più attivo possibile, nel sistema di comunicazione integrata del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.



Un sistema di comunicazione integrata capace di complementare:

- **flussi informativi** per permettere, a strutture organizzative diverse, di agire nelle funzioni amministrative di sorveglianza, gestione, valutazione e comunicazione del Programma all'esterno e all'interno;
- **vari strumenti** nei processi di comunicazione, allo scopo di ottimizzare l'impiego delle risorse disponibili, concentrare i messaggi, raggiungere e sensibilizzare i vari gruppi di pubblico individuati dal piano di comunicazione.

Le modalità di raggiungimento degli obiettivi, rivolte ai gruppi di destinatari, sono le seguenti:

- 1) **Una comunicazione basata sull'ascolto continuo e attivo** finalizzata a stabilire una relazione, stabile e personalizzata con tutti i Potenziali Beneficiari e Beneficiari/Attuatori. L'ascolto continuo è essenziale per migliorare il grado di soddisfazione dei bisogni e garantire una comunicazione efficace ed efficiente.

Un piano di comunicazione integrata basato sulla funzione continua dell'ascolto attivo

L'ascolto attivo degli *Stakeholder* supportato da un Sistema di Gestione Relazioni, *Citizen Relationship Management*, in grado di facilitare e orientare tutti gli attori, interni ed esterni, nel condividere lo sforzo del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e del Ministero dello Sviluppo Economico di costruire e sviluppare il dialogo con tutti i destinatari e con essi stabilire una stabile ed efficace relazione.

Un piano di comunicazione per promuovere e supportare ogni utile azione di cooperazione interistituzionale

La funzione di dialogo è finalizzata alla comprensione reciproca nella prospettiva di coinvolgere tutti i soggetti interessati anche nei processi di miglioramento continuo della qualità dei servizi erogati.

2) **Promuovere e supportare la cooperazione interistituzionale**

Il piano di comunicazione, mediante il presidio di un'area di comunicazione interna, mira a facilitare la cooperazione interistituzionale tra il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e il Ministero dello Sviluppo Economico, rispettivamente per le loro competenze di Autorità di Gestione e di Organismo Intermedio, responsabili, per le competenze specifiche, della gestione e comunicazione delle previste Azioni e relative operazioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

Inoltre, la cooperazione tra e con gli altri *Partner* istituzionali impegnati nell'attuazione della politica regionale unitaria ha l'obiettivo prioritario di promuovere e supportare lo sviluppo delle reti di collaborazione e lo scambio di esperienze su scala europea, nazionale e territoriale.

3) Perseguire una strategia differenziata

Una strategia differenziata prevede di rivolgersi ad ogni specifico gruppo di pubblico definendo un “**messaggio**” differenziato.

Con tale orientamento differenziato si favorisce la definizione di strategie e contenuti che consentano di rivolgersi a ogni segmento di utenza e di *Stakeholder*, tramite la condivisione di un “messaggio” molto mirato e tendenzialmente personalizzato (*personalizzazione del servizio di comunicazione*).

Il principio della strategia differenziata trova una sua efficace applicazione anche attraverso un coinvolgimento diretto sia delle strutture rappresentanti le diverse categorie di potenziali beneficiari sia di questi ultimi con particolare riferimento al mondo dell'impresa.

Molta attenzione verrà data alle attività di comunicazione finalizzate a sensibilizzare la partecipazione delle PMI alle attività di ricerca e sviluppo direttamente presso i centri di ricerca e le università favorendo il raggiungimento dell'obiettivo trasversale del PON di rafforzare e sviluppare il collegamento tra mondo della ricerca e mondo dell'impresa

A tale scopo verranno individuati anche “specifici strumenti e prodotti di comunicazione” che vedranno coinvolti direttamente non solo come destinatari le imprese.

4) Promuovere la collaborazione in Rete

La promozione e il supporto alla **collaborazione in Rete** è uno tra gli obiettivi operativi più caratteristici del presente piano di comunicazione.

Lo scambio di pratiche esemplari e di esperienze rappresenta una necessità nel confronto collaborativo tra diverse realtà più o meno organizzate e comunque interessate alle tematiche complicate e complesse relative allo sviluppo della ricerca e l'innovazione di qualità.

Una strategia differenziata per facilitare il necessario dialogo tra gruppi differenti di operatori appartenenti a mondi diversi.

La presenza di comunità professionali in rete rappresenta una modalità efficace per lo scambio di pratiche esemplari e di esperienze per la realizzazione di percorsi virtuosi di passaggio di informazioni tra i potenziali beneficiari, beneficiari e partner della comunicazione.

L'individuazione di buone pratiche di comunicazione - che rappresenti in maniera corretta le modalità e gli strumenti di comunicazione più efficaci a livello di specifici territori e di particolari categorie di destinatari - assicura anche un valore aggiunto per quanto riguarda il raggiungimento dell'obiettivo generale

Lo sviluppo e la gestione delle comunità saranno sostenute da risorse finanziarie previste nell'ambito dell'assistenza tecnica del Programma anziché su quelle destinate alle attività di comunicazione.

5) Utilizzare “frasi standard”

Al fine di rendere l'informazione relativa al PON riconoscibile si adotterà un insieme di frasi standard da includere in tutti gli strumenti informativi e per tutto il settennio di programmazione. In tal modo si persegue il duplice fine di familiarizzare il Pubblico con il Programma e la politica europea ad esso sottesa e di aumentare l'efficacia dei messaggi informativi che si vogliono veicolare. In quest'ottica è importante che il contenuto della frase scelta richiami gli obiettivi del PON e della politica regionale europea. Una frase che si è già deciso di adottare è quella citata nell'art. 9 del REG (CE) 1828: “Investiamo nel vostro futuro”. Nel corso della programmazione l'AdG selezionerà altri messaggi o slogan da abbinare alle azioni e operazioni poste in essere.

La *Partnership* e i relativi processi d'Apprendimento comunitario, ai vari livelli della *governance*, sono tra i valori aggiunti più significativi della programmazione sui Fondi strutturali.

Il processo d'apprendimento ha fatto la differenza per la qualità della politica regionale.

6) Affermare uno stile comunicativo informativo

Nella prospettiva di sviluppare e caratterizzare i contenuti della comunicazione del PON Ricerca e Competitività si è scelto **uno stile comunicativo** essenzialmente **informativo** per garantire:

- la neutralità della **Rete della Comunicazione per la ricerca e l'innovazione**;
- la necessaria distinzione degli **Interventi di informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività 2007-2013** sia dalla comunicazione politica, in generale, sia dalla stessa comunicazione della Pubblica Amministrazioni, disciplinata dalla legge nazionale sulla comunicazione n. 150/2000.

Lo **stile informativo** si caratterizza per lo sforzo, dell'Autorità di gestione e dell'Organismo intermedio del PON (fonte o emittente), di porsi in una posizione neutra rispetto sia al destinatario che al contenuto del messaggio con l'obiettivo di comunicare con i cittadini e le imprese sulla base di fatti, ovvero, veicolando e scambiando essenzialmente informazioni, notizie e dati utili.

Lo stile informativo caratterizza la quasi totalità degli interventi di informazione e pubblicità che accompagnano il ciclo di ciascuna Azione e operazione del PON Ricerca e Competitività e deve essere adottato da tutti gli attori, interni ed esterni, coinvolti e da coinvolgere nel Partenariato della Comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.

7) Le dimensioni della comunicazione integrata del Programma.

Le dimensioni della Comunicazione Integrata del PON Ricerca e Competitività sono le seguenti:

- 1) **la visibilità mediatica** (*specificità e immagine del PON Ricerca e Competitività, comprensione del ruolo della Comunità*);
- 2) **la trasparenza** (*interna, esterna e interna-esterna*);
- 3) **il diritto all'informazione per tutte le cittadine e tutti i cittadini** e diritto-dovere alla comunicazione verso tutti i cittadini interessati a raccogliere più direttamente le sfide/opportunità assai feconde offerte dall'Unione Europea (*servizio universale che caratterizza un amministrare "pubblico"*);

*principalmente
considerando che:*

L'articolo 158 del trattato prevede che, per rafforzare la coesione economica e sociale al suo interno, la Comunità mira a ridurre il divario tra i livelli di sviluppo delle varie regioni ed il ritardo delle regioni meno favorite o insulari, comprese le zone rurali.

L'articolo 159 prevede che tale azione sia sostenuta attraverso i Fondi strutturali, la Banca europea per gli investimenti (BEI) e gli altri strumenti finanziari esistenti.

La politica di coesione dovrebbe contribuire a potenziare la crescita, la competitività e l'occupazione facendo proprie le priorità comunitarie **per uno sviluppo sostenibile** definite nel Consiglio europeo di Lisbona del 23 e 24 marzo 2000 e del Consiglio europeo di Göteborg del 15 e 16 giugno 2001.

Nel quadro dell'impegno a favore della coesione economica e sociale, la Comunità in tutte le fasi di attuazione dei Fondi ha l'obiettivo di eliminare le ineguaglianze e di **favorire la parità tra uomini e donne**, secondo quanto previsto negli articoli 2 e 3 del trattato, nonché la lotta a ogni discriminazione fondata sul sesso, la razza o l'origine etnica, la religione o le convinzioni personali, gli handicap, l'età o le tendenze sessuali.

*Estratto dalle considerazioni riportate nel
Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio,
dell'11 luglio 2006, recante disposizioni generali
sui Fondi.*

- 4) **la ricerca e l'innovazione di qualità** quale priorità per lo sviluppo della politica regionale unitaria (*grazie agli obiettivi perseguiti dalla politica di coesione e alle azioni specifiche del PON si favorisce la crescita, la competitività e l'occupazione per il "Sistema-Paese"*);
- 5) **il valore aggiunto⁹ della programmazione dei Fondi strutturali** per lo sviluppo delle Regioni della Convergenza e del Mezzogiorno d'Italia, per l'intero "Sistema-Paese" e per l'Unione Europea, in materia di ricerca e innovazione (*senza il FESR il ritardo accumulato dalle Regioni italiane della "Convergenza" sarebbe insostenibile per tutta l'Italia e la stessa Unione Europea*).



8) La tempistica delle attività

Ai fini di una solida impostazione strategica del Piano è importante delineare una previsione dei tempi in cui verranno realizzati gli interventi informativi. Una pianificazione corretta della ripartizione temporale delle principali attività di comunicazione, infatti, giova a predisporre un'organizzazione del lavoro più efficiente, sia dal punto di vista finanziario che gestionale.

A tal fine si è elaborato un cronogramma, di seguito illustrato, ripartito per aree di attività molte delle quali strettamente correlate ad una determinata fase della programmazione, e suddiviso in semestri sino al 2015, anno in cui si prevede la conclusione delle operazioni relative alla comunicazione del PON, come previsto nell'art. 56 del Reg. 1083/2006 sull'ammissibilità delle spese.

⁹ Approfondendo ed esplicitando i molteplici aspetti che qualificano il valore aggiunto della programmazione dei Fondi strutturali nella prospettiva della politica regionale unitaria 2007-2013.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Cronogramma del Piano di Comunicazione per Aree di attività

	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	I	II														
Sviluppo dell'identità visiva																
Assistenza ai beneficiari nell'applicazione degli standard informativi																
Pubblicità																
Materiale promozionale																
Pubblicazioni informative																
Relazioni con i media																
Eventi informativi, formativi promozionali e di scambio di esperienze																
Lancio del PON																
Prodotti audiovisivi																
Comunicazione web																
Partenariato della comunicazione /cooperazione interistituzionale/animazione territoriale																
Supporto informativo (telefono/Internet)																
Mailing diretto																
Monitoraggio e Valutazione annuale																
Valutazione (ex-ante, in-itinere, finale)																
Sistema di Qualità																
Diffusione dei risultati																

Il piano di comunicazione si attuerà facendo leva su:

- l'**organizzazione** dedicata alla comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013;
- la **tecnologia** impiegata, in particolare, dell'informazione e della comunicazione;
- un **team** professionale di risorse umane;
- **gruppi di esperti** a supporto dell'attività;
- la **Rete** di Partenariato della Comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013;
- il coinvolgimento delle imprese, dei centri di ricerca, università e degli altri destinatari degli interventi nelle azioni di comunicazione.

2.1.I canali previsti dal piano di comunicazione

L'implementazione degli strumenti e dei servizi d'informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività fa leva sulla **convergenza digitale** e sulla **multicanalità**¹⁰ per consentire ai vari gruppi di destinatari per l'accesso totale e per consentire di scegliere il canale d'accesso a loro più congeniale.

La finalità è anche di orientare opportunamente i vari segmenti di destinatari alla fruizione di strumenti e servizi attraverso il canale più adeguato e favorire al contempo la partecipazione più diretta e interattiva possibile.

I canali privilegiati dal piano di comunicazione sono indicati nella seguente tabella.

La fonte comunicante si pone in una posizione neutra rispetto sia al destinatario che al contenuto del messaggio e l'obiettivo prefissato è quello di veicolare informazioni, notizie e dati utili.

Canali principali	1. Internet;
	2. Telefonico fisso e mobile;
	3. Eventi di presenza: nazionali e itineranti territoriali;
<i>Canali secondari</i>	4. <i>Stampa;</i>
	5. <i>Radiofonico</i>
	6. <i>Telesivo.</i>

Il ricorso a tali canali, nella loro classificazione di Canali principali e Canali secondari, tiene conto dell'esperienza fatta nella passata programmazione, in ordine ai seguenti obiettivi:

1. coinvolgimento diretto e partecipazione più attiva e costante;

¹⁰ Seguendo l'approccio e gli indirizzi di base riportati nell'indagine pilota sull'adozione della multicanalità e l'erogazione dei servizi nelle amministrazioni pubbliche che affronta il tema generale dell'innovazione tecnologica nel settore pubblico nel contesto della riforma amministrativa nazionale. A cura di G. Cammarota, *L'adozione della multicanalità e l'erogazione dei servizi nelle amministrazioni pubbliche*, Rubbettino, 2007, della collana di Cantieri per il cambiamento nelle amministrazioni pubbliche

2. riconoscimento da parte dei cittadini della “credibilità” e della tempestività delle informazioni;
3. la possibilità di monitorare i fattori¹¹ da cui dipende la scelta degli stessi mezzi, facilitando il controllo di costo/tempo/qualità.

Con l'impiego di tali canali si intende insieme allo stesso Partenariato della comunicazione del PON Ricerca e Competitività favorire ogni possibile **effetto diffusivo esponenziale** dell'informazione, della comunicazione e della conoscenza del PON Ricerca e Competitività per contribuire ad ottimizzarne i fattori: efficienza, efficacia, economia e trasparenza.

Nel contesto della scelta di privilegiare canali più diretti e interattivi è anche opportuno approfondire, con l'aiuto di tutti gli interessati, la funzione del **“passaparola”**.

Nella precedente esperienza di comunicazione sui Fondi strutturali, si è rilevato fondamentale il ruolo del “passaparola” per la diffusione capillare dell'informazione e per il coinvolgimento di ritorno di diversi operatori locali.

La funzione svolta dal “passaparola”, trasversale ai diversi canali, ha prodotto effetti significativi beneficiando anche di una sorprendente spinta propulsiva che si deve riconoscere all'azione di comunicazione sui Fondi strutturali degli *Opinion Leader*¹², in particolare, esperita tra gli aderenti alla rete dei Gruppi di Interesse Territoriale.

Motivi alla base della scelta di canali diretti e più interattivi:

1. maggiore efficienza ed efficacia della comunicazione finalizzata alla Relazione per un coinvolgimento diretto e una partecipazione più attiva e costante;
2. riconoscimento da parte dei cittadini della “credibilità”, verificabile in tempo utile, nel corso della relazione;
3. scongiurare “effetto annuncio” con la conseguente perdita verticale di “prestigio” per le istituzioni ai vari livelli;
4. diretta e oggettiva possibilità di misurarne contestualmente i fattori da cui dipendono la scelta degli stessi mezzi, correlando opportunamente il dovuto controllo di costi, tempi e qualità.

¹¹ Fattori da cui dipende la scelta dei mezzi:

- grado di copertura (*penetrazione raggiungibile dal mezzo rispetto ad un target specifico*);
- frequenza (*quantità media di volte che ciascun individuo del target è coinvolto e contattabile*);
- modo di fruizione (*per una precisa misura della fedeltà di fruizione*);
- selettività rispetto al target (*verifica della quantità di persone che sono presenti effettivamente tra i fruitori potenziali del mezzo*);
- economia (*la misurazione degli effetti ottenuti rispetto agli effetti auspicati*).

¹² Gli *Opinion Leader* “costruttori di opinioni” ruolo attribuito a persone, a volte “ignote alla cronaca”, ma cui altri individualmente attribuiscono un ruolo di riferimento per la

Pertanto, con l'aiuto del Partenariato e degli *Opinion leader*, l'impiego di tutti i canali, strumenti e servizi di comunicazione è finalizzato anche a supportare lo sviluppo di condivise **strategie di sviluppo della pratica del "passaparola"**.

2.2 I principali strumenti previsti dal piano di comunicazione

Di seguito sono illustrati i principali strumenti per "raccontare la storia: comunicare insieme la politica di coesione" e informare sulle realizzazioni e sui risultati che saranno raggiunti con l'attuazione del PON, la scelta dei seguenti strumenti nasce da attente e condivise analisi sui risultati raggiunti nella precedente programmazione da entrambe le Amministrazioni coinvolte nella gestione e comunicazione nel PON Ricerca e Competitività.

2.2.1 Sviluppo di un'identità visiva

Come già verificato nella precedente programmazione, il ricorso da parte dell'AdG ad un'immagine coordinata, migliora l'efficacia delle azioni di comunicazione in quanto facilita la riconoscibilità da parte delle diverse tipologie di destinatari del Programma.

L'identità visiva coordinata che sarà sviluppata specificatamente per questa Programmazione si comporrà degli elementi di seguito riportati. Tutte le azioni, le strategie e gli strumenti saranno concordati con i partner della comunicazione.

1) L'uso della bandiera e del simbolo dell'UE

Poiché uno degli obiettivi del presente Piano è promuovere la visibilità dell'UE e la consapevolezza circa il ruolo che essa ricopre nello sviluppo del Paese attraverso i diversi Programmi Operativi, l'AdG garantisce l'utilizzo della bandiera e del simbolo dell'UE, in tutte le azioni di informazione e pubblicità.

La bandiera europea è esposta davanti alla sede dell'Autorità di Gestione del programma tutto l'anno e per l'intera durata della Programmazione.

Il simbolo dell'Unione Europea sarà inoltre presente su tutti i supporti e i materiali informativi e pubblicitari utilizzati dall'AdG durante l'intero periodo di programmazione.

2) Lo sviluppo di un logo all'interno dell'immagine coordinata del Programma

competenza riconoscendone il merito grazie all'autorevolezza riconosciuta per l'impegno culturale, civile e lavorativo profuso per la ricerca scientifica e l'innovazione.

L'immagine coordinata del Programma includerà lo sviluppo di un logo che, come già avvenuto nella precedente programmazione, richiederà a livello grafico il simbolo e/o i colori dell'UE. Il logo contribuirà a definire l'identità del Programma e alla sua diffusione a livello nazionale e internazionale, nonché la sua riconoscibilità rispetto ad altri Programmi e iniziative nate nell'ambito della Politica di Coesione 2007-2013 e dei Fondi strutturali.

Il logo, insieme alle altre componenti dell'immagine coordinata del Programma, ed al simbolo dell'UE sarà posto su tutti i supporti cartacei e digitali, (come depliant, poster, pieghevoli, ecc.) su tutti i materiali informativi e pubblicitari, sul portale web, pubblicazioni, newsletter e gadget.

Infine si elaborerà un manuale di linee guida relative all'identità visiva, comprensivo delle specifiche grafiche, per determinare il corretto utilizzo del logo del Programma e del simbolo dell'UE da declinare sui diversi materiali. Il manuale sarà messo a disposizione di tutti gli utenti sul Portale Internet.

3) *Linee guida della Comunicazione*

L'AdG ha previsto, inoltre, la creazione e pubblicazione di una guida destinata ai soggetti attuatori. La guida avrà l'obiettivo di fornire ai soggetti attuatori una serie di informazioni per offrire loro supporto nell'implementazione di azioni di comunicazione e nell'attuazione degli obblighi di loro pertinenza in materia di informazione e pubblicità.

La guida sarà distribuita dall'AdG a tutti i soggetti attuatori, resa disponibile e scaricabile dal portale Internet e distribuita in occasione degli eventi nazionali, regionali e locali.

2.2.2 Pubblicazioni

1) *Pubblicazioni informative*

Le pubblicazioni informative sono riconducibili a due categorie principali: pubblicazioni di carattere generale, tese quindi a divulgare solo informazioni chiave sul Programma, come ad esempio opuscoli e pieghevoli, e pubblicazioni di approfondimento sul Programma o su tematiche specifiche ritenute di particolare interesse.

Tutti i materiali informativi saranno elaborati in base ai suggerimenti indicati dalla "Guida di Stile per la gestione dei contenuti degli strumenti di informazione e pubblicità del PON" e realizzati riprendendo gli elementi principali dell'immagine coordinata del Programma.

Questi materiali saranno diffusi in base a specifici piani di distribuzione definiti rispetto alle esigenze di raggiungimento dei diversi target di utenza. Le

pubblicazioni saranno inoltre a disposizione degli utenti sul Portale Internet, potranno essere scaricati e distribuiti ai partner della Comunicazione.

2) Newsletter digitale

Nella programmazione 2007- 2013 sarà riproposta la newsletter digitale. La Newsletter ha l'obiettivo di fornire ai lettori approfondimenti su specifiche tematiche legate al Programma e alle Politiche di Coesione, nonché dare conto dello stato di avanzamento di alcune attività di informazione e comunicazione attraverso rubriche fisse alcune riservate alla comunicazione di altri programmi PON e POR.

Tutti i numeri della newsletter verranno inviate al Database della comunicazione e saranno inoltre disponibili sul Portale Internet del Programma.

3) House organ

Nell'ambito della comunicazione interna si ritiene utile creare un House Organ, una pubblicazione realizzata per aggiornare il personale interno sulle novità che riguardano il Programma e il lavoro di tutti i collaboratori, i funzionari e i dirigenti coinvolti in entrambe le Amministrazioni. Questo strumento avrà una diffusione solo interna e consentirà una maggiore fluidità del lavoro evitando deficit comunicativi tra le strutture coinvolte. La pubblicazione sarà in formato digitale.

4) E-Magazine

Una rivista che si rivolge a un pubblico meno specializzato di quello cui si rivolge la Newsletter. Un magazine non solo presente sul web ma anche stampato ricco di immagini e di storie, interviste e case history, che riguardano il PON e le sue realizzazioni. Avrà una veste grafica accattivante coerente con l'immagine coordinata del Programma. I suoi canali di diffusione saranno gli eventi e le attività di animazione territoriale, nonché la rete dei punti di informazione e delle antenne del PON Ricerca e Competitività sul territorio.

2.2.3 Materiale promozionale

La creazione di materiali promozionali da distribuire ai diversi target di pubblico è considerata dall'AdG un'attività utile per contribuire all'efficacia di tutte le azioni di informazione e comunicazione durante l'intero periodo di programmazione. I materiali promozionali saranno sviluppati in coerenza all'immagine coordinata del Programma. Si prevedono due tipologie principali di materiali: materiali di cancelleria, come ad esempio penne, matite, evidenziatori, blocchi, marker e post-it, ecc. e gadget come ad esempio calendari, laccetti porta badge, shopper, cartelle,

zainetti, magneti, ecc. Questi materiali saranno distribuiti durante i principali eventi, manifestazioni ed incontri promossi dall'AdG dalla rete dei partner della comunicazione e dai beneficiari delle operazioni. Dove possibile verrà incluso l'indirizzo del Portale Internet del Programma.

2.2.4 Relazioni con i media

Attraverso l'utilizzo dei media è possibile favorire un effetto diffusivo multicanale dell'informazione e della conoscenza del PON Ricerca e Competitività. Le principali finalità del flusso d'informazione sono:

garantire ai cittadini visibilità e trasparenza circa la politica di coesione e l'impatto sullo sviluppo nazionale e locale,

facilitare l'accesso alle opportunità previste dalle azioni del PON.

Le relazioni con i Media dovrebbero promuovere attraverso i vari canali: stampa, internet, radio, televisione, la capillarità delle informazioni. Gli strumenti di comunicazione utilizzati:

- comunicati stampa;
- conferenze stampa;
- servizi televisivi dedicati;
- interviste agli attori chiave della programmazione: opinion leader, stakeholder, amministratori e rappresentanti delle istituzioni, ricercatori e soggetti attuatori;
- partecipazione dell'AdG a trasmissioni radiofoniche e televisive;
- distribuzione di materiale informativo presso gli uffici stampa regionali.

1) Comunicati stampa

I Comunicati Stampa hanno la funzione di informare i media delle attività del Programma. Sono previsti non solo in occasione degli eventi informativi ma anche per annunciare le realizzazioni più importanti del Programma e alla fine dei Comitati di Sorveglianza. Verranno inviati ai principali quotidiani, con particolare attenzione a quelli economici, e alle principali agenzie di stampa, alle televisioni locali e nazionali, calibrando il target in base alla notiziabilità e all'interesse che si prevede di poter suscitare.

2.2.5 Evento lancio

Obiettivo: comunicare la nuova politica di coesione 2007-2013 e in particolare divulgare a tutti i pubblici interessati le opportunità del PON Ricerca e Competitività.

Format: convegno in sede istituzionale e coinvolgimento di rappresentanti della Commissione Europea della Rappresenta italiana della Commissione, parti sociali e

tutti i soggetti con cui sono stati definiti gli accordi programmatici in fase di redazione del Programma.

Il pubblico di destinazione per il lancio sarà composto da cinque macrocategorie:

- stakeholders interni ed esterni
- potenziali partner locali
- potenziali beneficiari
- rappresentanti del mondo scientifico e industriale di rilievo nazionale
- mezzi di informazione

Il layout visivo che caratterizzerà l'evento di lancio e tutti i momenti di incontro pubblici sarà in linea con l'immagine coordinata. Tutti i pannelli informativi, manifesti, vele, locandine rispetteranno i canoni dei regolamenti in termini di uso di colori, e loghi. Gli allestimenti includeranno la presenza delle bandiere italiana ed europea, il colore blu (nel pantone della bandiera europea) sarà utilizzato per tovagliati e rivestimenti. Numero partecipanti:500 persone.

Content: ruoli e funzioni dell'Autorità di gestione e dell'Organismo Intermedio, informazioni relative alle azioni previste sui singoli Assi del programma, entità dei finanziamenti, modi e tempi per la presentazione di progetti verranno, inoltre, riportati i risultati della precedente programmazione2000-2006.

Materiali in distribuzione: a ciascun partecipante sarà data copia del PON, saranno inoltre realizzati i materiali promozionali (brochure informativa, notes, gadget, folder e shopper).

Conferenza stampa: l'evento di lancio, che come indicato in precedenza seguirà un format più vicino ad un incontro convegno, in cui oltre agli aspetti informativi di tipo tecnico si darà spazio ad approfondimenti sulle politiche e sui temi, si aprirà con una conferenza stampa che si svolgerà in una specifica area. L'ufficio della comunicazione metterà a disposizione anche copia di Comunicati stampa ufficiali e schede tecniche. Appare opportuno in tale occasione presentare un documentario audio-video (es. videoclip), che tratterà in sintesi il contenuto del programma e riporterà ai giornalisti radio e tv presenti le informazioni chiave per i servizi sui rispettivi media.

Quantità:1

2.2.6 Eventi

1) Eventi pubblici nazionali

Eventi annuali: l'articolo 7 (b), del regolamento del Consiglio richiede l'organizzazione di almeno un grande evento informativo all'anno. Per questa linea di eventi si utilizzerà un format di taglio istituzionale che vedrà un'ampia partecipazione di pubblico (200/300 persone).

L'evento annuale si pone come momento di riflessione e comunicazione non solo delle Politiche di Coesione, ma nello specifico delle tematiche e dei Progetti portati a successo. Ogni evento sarà caratterizzato da un focus su un tema specifico di rilevanza per gli obiettivi strategici del Programma. In relazione al tema saranno

individuati i relatori che accompagneranno l'AdG nella presentazione dei risultati in itinere del PON.

Per mantenere alto il livello di interesse è necessario favorire la partecipazione del pubblico, organizzando un momento "aperto" al dialogo e all'eventuale contraddittorio. Nelle esperienze trascorse l'istituzione di una tavola rotonda a seguito della presentazione degli interventi ha vivacizzato l'ascolto focalizzando l'attenzione sui fattori di successo e le criticità degli interventi che vengono finanziati dal PON. Tale momento rappresenta un significativo confronto per le revisioni delle azioni.

L'esperienza in materia di eventi della programmazione 2000-2006 indica di concentrare l'evento nell'arco di una sola giornata per non incorrere in un probabile effetto di dispersione delle presenze. Nell'evento pubblico nazionale si riprenderà come detto il "layout" visivo che caratterizzerà tutti gli eventi del PON Ricerca e Competitività 2007-2013. La città che ospiterà l'evento sarà Roma.

Particolare importanza sarà data all'organizzazione dell'evento di chiusura che darà la giusta evidenza ai risultati raggiunti facendo intervenire alcuni dei soggetti attuatori, con particolare enfasi ai progetti eccellenti.

La fase di preparazione dell'evento pubblico include una campagna di comunicazione che informa e crea aspettativa utilizzando i seguenti strumenti:

- comunicati stampa
- attività divulgativa attraverso l'ufficio stampa
- pubblicità su quotidiani e riviste
- mailing con inviti e materiale informativo (brochure, leaflet)
- materiale audiovisivo appositamente creato per l'evento (videoclip)
- la registrazione in audio video dell'evento fruibile su Web.

Quantità: 7

2) Tavolo del partenariato della Comunicazione

Con cadenza almeno annuale è previsto uno specifico evento nazionale ("*Tavolo del Partenariato*"), da svolgersi in cooperazione con la comunicazione del programma dedicato alla Governance, destinato specificatamente alla Rete dei Responsabili della Comunicazione e alla Rete del Partenariato della comunicazione del PON Ricerca e Competitività, al fine di garantire lo scambio di esperienze e lo sviluppo della Rete della Comunicazione della Ricerca e Innovazione delle Regioni italiane.

Quantità: 7

3) Eventi informativi

L'obiettivo comune è in primo luogo quello di diffondere e divulgare l'informazione sul PON Ricerca e Competitività 2007-2013 innalzando il livello di conoscenza delle opportunità offerte e creando gli stimoli ad aumentare la partecipazione attiva dei cittadini al programma. E' necessario creare una comunicazione bidirezionale ed un feedback tra l'AdG e l'OI ed i vari pubblici.

Gli stessi stakeholders del territorio coinvolti direttamente fungeranno da cassa di risonanza verso i gruppi che rappresentano.

L'ufficio della Comunicazione del PON si occuperà della creazione di mailing list specifiche per target per raggiungere in modo capillare tutti gli interlocutori. A fronte di un costante flusso di informazioni diretto e proveniente dalle associazioni di categoria, dal mondo imprenditoriale, dalle università, l'organizzazione e la realizzazione di un evento costituirà il momento di raccordo di tutte le attività di comunicazione e relazione svolte e l'occasione di capitalizzare contatti ed eventuali partnership.

Anche gli eventi informativi saranno organizzati mantenendo una costante attenzione verso la semplificazione dei contenuti e del linguaggio. 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.

Quantità:12

4) Eventi informativi regionali

Questa tipologia di eventi si rivolge ad un pubblico omogeneo, saranno incontri itineranti in tutte e quattro le Regioni dell'obiettivo convergenza. Durante questi incontri si parlerà del livello di partecipazione al PON della Regione ospitante: l'impatto delle azioni, i fabbisogni del territorio, sinergie con le iniziative locali.

Al di là degli eventi di informazione l'AdG parteciperà a manifestazioni, fiere, convegni e attività organizzate dagli stakeholders e dagli attori locali. In occasione delle fiere regionali si parteciperà con un proprio stand espositivo all'interno del quale distribuire il materiale promozionale e informativo del PON e consentire la visione dei servizi/prodotti multimediali.

Quantità: almeno 8

5) Eventi informativi tecnici

Questa tipologia di eventi si rivolge prioritariamente ai potenziali beneficiari individuati. Gli incontri saranno orientati ad approfondire specifiche linee di intervento del programma attraverso il coinvolgimento del partenariato economico territoriale, in particolare. associazioni di categoria, imprenditori, centri di ricerca, ecc.

Quantità: almeno 50

6) Eventi formativi

Saranno organizzati in ognuna delle regioni coinvolte seminari di formazione con l'obiettivo di sviluppare capacity building per incrementare specifiche abilità o competenze (euro progettazione con metodologia PCM e GOOP, etc.) Questi seminari saranno rivolti principalmente agli stakeholders per il generale miglioramento degli standard qualitativi. Tali interventi saranno supportanti anche da moduli on-line sul portale web.

Quantità: almeno 12

2.2.7 Prodotti audio-visivi

La produzione e distribuzione di prodotti audio-visivi è necessaria per la divulgazione di informazioni al grande pubblico attraverso i media nella prospettiva della multicanalità di fruizione.

Come emerge dall'esperienza fatta nella precedente programmazione dall'AdG la diffusione di uno spot televisivo sui canali nazionali, occupando gli spazi disponibili dalla Presidenza del Consiglio, e la sua contestuale messa in rete internet risulta essere uno strumento efficace per diffondere informazioni di carattere generale sul PON.

Saranno prodotti due spot a inizio e fine programmazione. Il video iniziale sarà realizzato considerando l'esigenza di adattarlo ai differenti usi e tempi disponibili, tv locali, web, eventi, fiere.

Per la campagna di comunicazione a livello locale regionale si realizzeranno servizi su TV WEB e reportage tematici sulle buone pratiche e sui risultati del PON Ricerca e Competitività a fruizione multi-lingua e multi-canale (Tv Web, satellitare e digitale terrestre).

Anche i video tematici di cui sopra saranno realizzati nell'ottica di poter essere utilizzati durante gli eventi. I materiali audiovisivi saranno distribuiti anche alle agenzie europee di informazione, ai media, all'autorità locali, agli stakeholders, alle biblioteche.

Quantità: 2 spot e almeno 6 reportage

2.2.8 Il portale dedicato al PON Ricerca e Competitività

Sulla comunicazione e informazione web del PON Ricerca e Competitività, il MIUR, in accordo con il MiSE, vuole seguire una strada ambiziosa e realizzare un'offerta dei servizi online variegata. Oltre alle sezioni standard che soddisferanno tutte le indicazioni dei regolamenti per dare visibilità e risonanza alle iniziative previste dal PON, saranno attivati strumenti interattivi che utilizzando le tecnologie più innovative garantiranno un efficace confronto con tutti i pubblici del PON.

Nel portale sono visualizzati tutti i documenti sviluppati nel sistema di gestione dei contenuti e sono integrate interfacce interattive dei servizi previsti nel successivo paragrafo "I principali servizi previsti dal Piano di Comunicazione".

I contenuti principali

Lo spazio sul web, in virtù dell'elevata capacità informativa dello strumento e della possibilità di aggiornare costantemente i contenuti, sarà il luogo privilegiato per fornire informazioni generali e di dettaglio su tutte le attività realizzate, sui risultati intermedi e finali che le singole azioni produrranno.

I contenuti saranno articolati in base ad un sistema che prevede crescenti livelli di approfondimento per indirizzare al meglio i diversi segmenti di pubblico e reperire

facilmente le informazioni in materia di RSTI ricerca sviluppo tecnologico e innovazione.

Saranno disponibili sul portale, in versione download (pdf e doc) almeno le seguenti aree d'informazione, comunicazione e conoscenza:

- PON Ricerca e Competitività e le politiche comunitarie d'interesse;
- Avvisi, Bandi e i relativi interventi di assistenza;
- elenco completo dei beneficiari, con denominazione del progetto e l'ammontare dei finanziamenti comunitari e degli investimenti (come da Regolamento);
- regolamenti e guide;
- qualità, monitoraggio e valutazione, citizen satisfaction e relationship management.

Le community

Lo spazio web sarà anche luogo d'incontro virtuale di tutti i soggetti che parteciperanno ai differenti gruppi di lavoro, si intendono attivare almeno le seguenti community e/o comunità di pratica e di apprendimento:

- Comitato di Sorveglianza
- Beneficiari
- Punti d'informazione e Antenne territoriali
- Partner istituzionali della cooperazione interistituzionale
- Partenariato della comunicazione e Rete dei Responsabili della Comunicazione QSN.

Ciascuna community avrà a disposizione un repository documentale costantemente aggiornato con le informazioni e i documenti di interesse relativi alle attività in cui i differenti target sono coinvolti. Ogni comunità di pratica beneficerà di personale dedicato alla gestione dei relativi servizi e sistemi di supporto.

Gli eventi

Il portale rappresenterà il luogo dove si comunicheranno tutte le iniziative di seminari e incontri pubblici in cui si parlerà degli obiettivi, delle azioni e dei risultati previsti dal PON. In una sezione dedicata sarà possibile la registrazione agli eventi e grazie a tale sistema si aggiornerà in automatico il data base dei contatti e il monitoraggio delle presenze ai momenti informativi, convegni, workshop, seminari. Nella sezione dedicata agli eventi si potrà accedere alle risorse audio-visive che saranno realizzate in ogni occasione di incontro con i pubblici del PON.

La Formazione

Il portale del PON, senza la pretesa di essere una piattaforma di e-learning, sarà strutturato in modo da contenere dispense e supporti didattici utili ai differenti

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

pubblici per acquisire conoscenze sugli investimenti comunitari e nazionali per lo sviluppo dei territori destinatari dei Fondi Strutturali.

Per coloro che hanno esigenze di aggiornamento, approfondimento, sviluppo di nuove ed ulteriori competenze sulla gestione di progetti di sviluppo locale saranno inseriti informazioni relative ad aspetti normativi, buone prassi e strumenti per la gestione di progetti complessi.

Le news

Il sito avrà una sezione dedicata alle news in cui saranno pubblicati oltre ai numeri della newsletter cartacea anche notizie relative ai principali settori in cui vengono promosse le azioni del PON (ricerca, innovazione, alta formazione) la redazione della newsletter avrà cura settimanalmente di aggiornare la sezione riportando anche pillole informative che filtrerà da un'accurata rassegna stampa nazionale e internazionale in base agli interessi dei suoi lettori registrati.

Le Pubblicazioni

Attraverso il portale si potranno scaricare in formato pdf tutte le pubblicazioni realizzate nell'ambito del Programma, sia curate direttamente dal MIUR e dal MiSE che dai soggetti beneficiari dei contributi.

L'assistenza

Per garantire un'assistenza puntuale sarà attivata una form per i quesiti e l'assistenza diretta online a tutti gli utenti; saranno pubblicate le FAQ.

Il portale web sarà progettato seguendo le linee guida realizzate per lo sviluppo dell'immagine coordinata (visual identity), le indicazioni comunitarie sul tema nonché la normativa nazionale in tema di usabilità e accessibilità. I contenuti rilevanti saranno tradotti in inglese e proposti in una versione del portale in lingua inglese.

Sarà attivato un puntuale sistema di monitoraggio quali-quantitativo degli accessi che consentirà periodicamente di valutare la revisione delle pagine e della struttura.

Il portale web sarà implementato da una struttura adeguata per la migliore gestione di tutti i suoi aspetti. Il portale sarà accessibile e visibile dal sito istituzionale del MIUR e da quello del MiSE con link in evidenza in home page.

Link

Area dedicata a link istituzionali in particolar modo legati agli Assessorati Innovazione e Ricerca delle regioni italiane ed agli altri Programmi; Area link legati agli enti di Ricerca, Area dedicata a link di siti dei Beneficiari delle operazioni.

2.3 I principali servizi previsti dal piano di comunicazione

I **principali Servizi** d'informazione e comunicazione a supporto della Comunicazione sui Fondi strutturali del PON Ricerca e Competitività sono di seguito elencati:

- A. servizio per la creazione e gestione dell'**Immagine coordinata** in tutti i processi di comunicazione integrata per l'informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività;
- B. servizio di progettazione e implementazione del **Sistema Gestione Conoscenza** di *knowledge management* per la comunicazione delle Azioni del PON Ricerca e Competitività (*orientamento back-office*), del **Sistema Gestione Relazione** di *citizen relationship management* specializzato per gruppi di destinatari/utenti e di eventuali **Servizi avanzati ICT** di *e-government* e di *e-governance* per la gestione della partecipazione *multi-stakeholder* (*orientamento front-office*);
- C. servizio editoriale di produzione e diffusione: house organ, e-magazine, newsletter "RICERCA & INNOVAZIONE X COMPETERE", in generale, **Servizio editoria digitale e cartacea**;
- D. servizio di gestione e sviluppo degli **eventi**: eventi di comunicazione interna, (riunioni, seminari, incontri di formazione) ed eventi di comunicazione esterna (convegni, manifestazioni, tavole rotonde, *workshop*);
- E. **servizio di pubblicità** per la gestione del ciclo delle campagne (dalla programmazione alla valutazione degli effetti della pubblicità nei diversi canali e per i diversi segmenti di Pubblico) rivolte ai Potenziali Beneficiari e al Pubblico della popolazione delle cittadine e cittadini presenti nelle Regioni della "Convergenza";
- F. servizio per lo sviluppo e potenziamento del **Sistema Qualità, Monitoraggio e Valutazione** degli interventi informativi e pubblicitari;
- G. servizio di promozione e sviluppo del **Partenariato della Comunicazione** (*orientamento all'inclusione diffusa dei cittadini nei processi di comunicazione*) nonché formazione e gestione funzionamento del Tavolo Nazionale degli *Opinion Leader* e dell'Animazione territoriale;
- H. servizio di creazione, sviluppo e valutazione della **Rete dei Punti di informazione e delle Antenne territoriali del PON Ricerca e Competitività**, sulla base di una prima "esperienza pilota" da sviluppare con la collaborazione del GIT *best in class* nella rete dei Gruppi di Interesse Territoriale.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

- I. servizio di produzione della **TV Web** e della **Documentaristica** sulle buone pratiche e sui risultati del PON Ricerca e Competitività a fruizione multi_lingua e multi_canale (*Tv Web, satellitare e digitale terrestre*).

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Nella tabella seguente si presenta un quadro sinottico degli strumenti informativi previsti dal Piano, ordinati per le principali aree di comunicazione. Ogni strumento è associato agli obiettivi specifici di comunicazione e ai principali gruppi di destinatari a cui è rivolto.

Aree di comunicazione	Strumenti	Obiettivi specifici	Gruppi di destinatari				
			Potenziali beneficiari	Beneficiari	Pubblico	Partner della comunicazione	Partner istituzionali
Promozione dell'identità visiva	Linee guida comunicazione Fondi strutturali	OBS2*	x	x		x	
	Linee Guida comunicazione PON	OBS2	x	x		x	
	Esposizione della bandiera europea	OBS3	x	x	x	x	x
	Supporto e sorveglianza dell'applicazione degli standard informativi da parte dei soggetti attuatori (mail, supporto telefonico, aree dedicate sul web...)	OBS2		x			
Pubblicità	Pubblicità in esterni (poster, targhe etc...)	Tutti	x	x	x	x	x
	Pubblicità su stampa (locale e nazionale)	Tutti	x	x	x	x	x
	Pubblicità radio/Tv	Tutti	x	x	x	x	x
Materiale promozionale	Materiali cancelleria (penne, memostick, calendario ...)	OBS3	x	x	x	x	x
	Gadget (calendari, laccetti ...)	OBS3	x	x	x	x	x
Pubblicazioni informative	Opuscoli, pieghevoli	OBS1	x	x	x		x
	Pubblicazioni di approfondimento	OBS1	x	x			x
	Newsletter	OBS1	x	x	x	x	x
	House organ	OBS4 / OBS5				x	x
	E-Magazine	OBS3	x	x	x		
Relazioni con i media	Comunicati stampa	Tutti	x	x	x	x	x
	Conferenze stampa	Tutti	x	x	x	x	x
	Servizi Tv dedicati	Tutti	x	x	x	x	x
	Interviste	Tutti	x	x	x	x	x
	Partecipazioni a trasmissioni radio/TV	Tutti	x	x	x	x	x
	Distribuzione materiale informativo presso altri uffici stampa	Tutti	x	x	x	x	x

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Aree di comunicazione	Strumenti	Obiettivi specifici	Gruppi di destinatari				
			Potenziali beneficiari	Beneficiari	Pubblico	Partner della comunicazione	Partner istituzionali
Eventi	Eventi annuali	OBS1 / OBS3	x	x	x		
	Eventi informativi	OBS1 / OBS3	x	x	x		
	Eventi informativi regionali	OBS1 / OBS3	x	x	x		
	Eventi formativi	OBS2		x			
	Partecipazione a fiere/eventi	OBS1 / OBS3	x	x	x		
Partenariato della comunicazione / Cooperazione interistituzionale / Animazione territoriale	Eventi informativi	OBS4 / OBS5				x	x
	Eventi formativi	OBS4 / OBS5				x	
	Mailing diretto	OBS4 / OBS5				x	x
	Sito web	OBS4 / OBS5				x	x
Lancio PO	Pubblicazioni di approfondimento	OBS4 / OBS5				x	x
	Evento di lancio	OBS3	x		x	x	x
	Conferenza stampa	OBS3	x		x	x	x
Prodotti audio-visivi	Avvisi stampa	OBS3	x		x	x	x
	VideoClip	OBS3	x	x	x		
	Interviste	OBS1 / OBS3	x	x	x		
Comunicazione web	Spot	OBS1 / OBS3	x	x	x	x	x
	Portale	OBS1 / OBS3	x	x	x	x	x
	Comunità di rete	OBS2/OBS4/OBS5		x		x	x
Supporto informativo (telefono/Internet)	Supporto informativo (telefono/Internet)	OBS1 / OBS2 / OBS3	x	x	x		
Mailing diretto	Mailing diretto	OBS1 / OBS2 / OBS3	x	x			

OBS1 = Facilitare l'accesso alle informazioni pertinenti e alla conoscenza delle opportunità a tutti i Potenziali Beneficiari

OBS2 = Garantire l'applicazione degli standard europei per la comunicazione delle operazioni da parte di tutti i Beneficiari/Attuatori

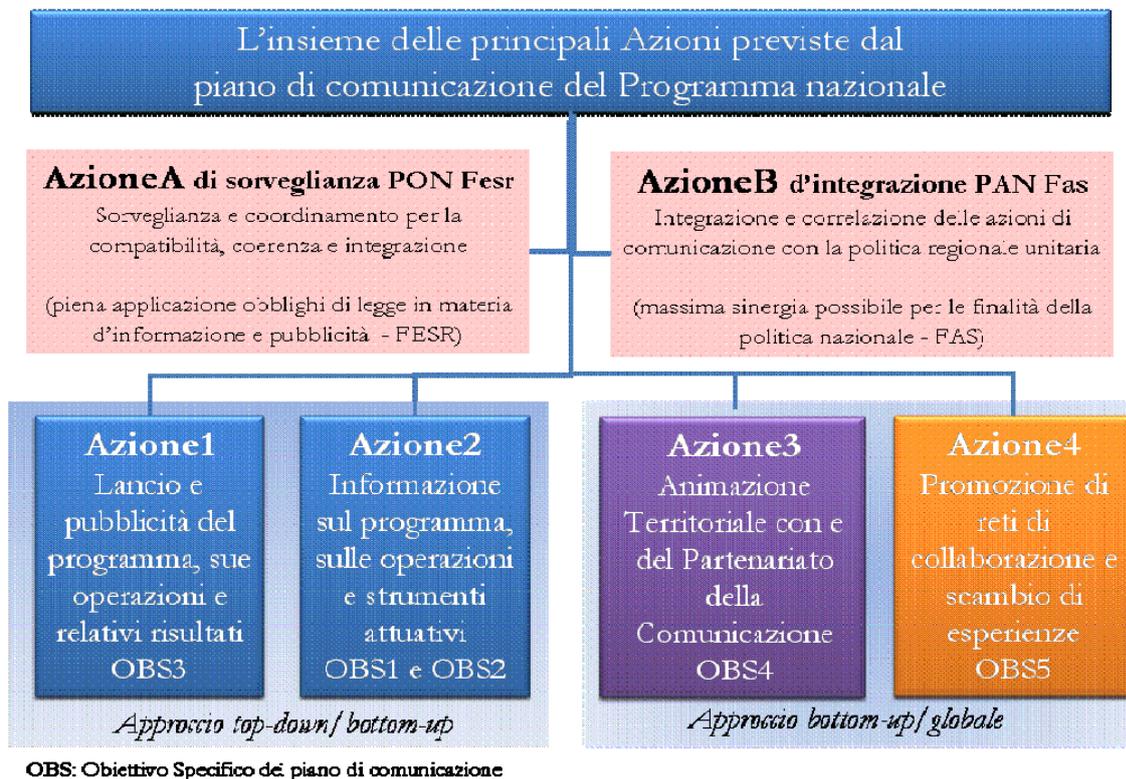
OBS3 = Rendere visibile il PON Ricerca e Competitività, favorire e facilitare la comprensione del ruolo dell'UE alle cittadine e ai cittadini europei

OBS4 = Sviluppare un diffuso e stabile Partenariato della Comunicazione del PON Ricerca e Competitività su scala nazionale, regionale e sub regionale

OBS5 = Promuovere e supportare la Cooperazione interistituzionale per lo sviluppo delle reti e il confronto d'esperienze

2.4 Le principali Azioni di informazione e pubblicità

Le principali Azioni di informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività nell'ambito delle quali verranno definiti, realizzati e valutati gli interventi d'informazione e pubblicità sono esemplificate nella seguente figura:



L'insieme di queste azioni ed i relativi obiettivi specifici dovrà assicurare il perseguimento dell'obiettivo generale del Piano.

Azione A

Sorveglianza e coordinamento per la compatibilità, coerenza e integrazione

Assicura la compatibilità, coerenza e integrazione delle diverse azioni previste nel presente piano di comunicazione e nelle sue articolazioni annuali compresi gli interventi informativi e pubblicitari a responsabilità dei Beneficiari/Attuatori e le strategie di comunicazione territoriale con il Partenariato della Comunicazione nonché le eventuali misure d'intervento congiunto nell'ambito di accordi di cooperazione interistituzionale. Obiettivi operativi dell'azione sono: assicurare la piena applicazione degli adempimenti normativi in materia d'informazione e pubblicità da parte di tutti i soggetti coinvolti;

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

garantire l'attuazione, sorveglianza e valutazione del piano di comunicazione nel suo insieme e nelle sue pertinenti articolazioni attuative.

Azione B

Integrazione e correlazione delle diverse azioni d'informazione e pubblicità per la politica regionale unitaria 2007-2013.

L'Azione B ha il suo principale impatto su Azione3 e Azione4 (*massima sinergia possibile per le finalità delle politiche nazionali ed europee*). Mira ad assicurare l'integrazione ottimale delle iniziative di rete e di scambio delle esperienze, su scala europea, nazionale e territoriale, nonché la correlazione sinergica delle iniziative di informazione e pubblicità per la politica regionale unitaria 2007-2013 e dei relativi programmi operativi a valere sui Fondi strutturali e sul Fondo per le Aree Sottoutilizzate.

AZIONE 1

Lancio e/o pubblicità del programma e delle sue operazioni per la visibilità del programma ai cittadini europei

L'Azione1 assicura la massima divulgazione degli interventi promossi, delle realizzazioni e dei risultati raggiunti attraverso il PON nei diversi canali mediante l'integrazione dei vari strumenti di informazione e comunicazione disponibili.

L'Azione1 attraverso una pluralità di messaggi mirati (valore aggiunto Fondi strutturali, opportunità di crescita della competitività dei territori, qualità della vita e benessere dei cittadini, ecc.) rivolti e condivisi con tutti gli stakeholder, interni ed esterni, concorre a costruire "l'identità europea" del PON Ricerca e Competitività.

AZIONE 2

Informazione sul programma, sulle singole Azioni e relative operazioni per la massima trasparenza interna ed esterna

L'Azione2 comprende la progettazione, realizzazione e valutazione di tutti gli interventi di informazione e pubblicità destinate ai gruppi di Potenziali Beneficiari e Beneficiari/Attuatori, assicurando un approccio sistemico e una copertura totale, su tutti i territori interessati.

L'Azione2 ha il principale scopo di informare i Potenziali Beneficiari sugli strumenti attuativi del PON (regimi d'aiuto, bandi, ecc.).

L'Azione2 deve assicurare prioritariamente l'applicazione e lo sviluppo dell'art. 5 – interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari, dell'art. 6 – interventi informativi relativi ai beneficiari, dell'art. 8 – responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico, dell'articolo 9 – caratteristiche degli interventi informativi e pubblicitari relativi all'operazione, del Reg. CE n. 1828/2006.

AZIONE 3

Animazione Territoriale con il Partenariato.

L'Azione3 è principalmente organica al perseguimento dell'obiettivo specifico OBS4: Contribuire al raggiungimento dell'obiettivo generale attraverso la creazione di un diffuso e stabile Partenariato della Comunicazione e dell'Animazione territoriale su scala nazionale, regionale e sub regionale per l'informazione e pubblicità del PON Ricerca e Competitività.

L'Azione3 deve assicurare prioritariamente l'applicazione e sviluppo del par. 3 dell'articolo 5 – interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari, e la partecipazione anche alle reti comunitarie previste dal par. 2 dell'articolo 10 – rete e scambio di esperienze, del Reg. CE n. 1828/2006.

AZIONE 4

Promozione di reti per la diffusione dei risultati e lo scambio di esperienze.

L'Azione4 accompagna con l'adeguata assistenza gli accordi di cooperazione interistituzionale per lo scambio di esperienze, assicura nei vari canali e mediante gli strumenti disponibili la diffusione dei risultati e delle “buone prassi” europee, nazionali e regionali nel campo della ricerca ed innovazione, in particolare sulle PMI.

Ampio risalto sarà dato ai progetti eccellenti finanziati dal PON Ricerca e Competitività 2007-2013 anche tenendo conto dei risultati raggiunti nella precedente programmazione dal PON Ricerca 2000-2006 e dal PON Sviluppo Locale.

Inoltre intende sostenere gli scambi di esperienze nel settore dell'informazione e della pubblicità.

L'azione4 e l'azione3 trovano, nel coinvolgimento diretto dei cittadini europei al dibattito sul futuro della politica di coesione europea, un campo di azione comune nel programmare con il Partenariato della comunicazione le strategie di comunicazione territoriali e i relativi eventi itineranti a livello regionale e subregionale.

3. Il bilancio indicativo necessario per l'attuazione del piano di comunicazione

Nella seguente tabella si riportano le fonti di finanziamento, il valore in milioni di euro e relativo indice percentuale per la copertura del costo complessivo stimato per l'attuazione, sorveglianza e valutazione del piano di comunicazione del Programma per il periodo 2007-2013.

Fonti di finanziamento	Milioni di euro	%	Nota
Fesr	9,5	50	
Fondo nazionale	9,5	50	
Bilancio del MIUR	0		
Bilancio del MiSE	0		
Altre Fonti	0		
TOTALE COMPLESSIVO	19	100	

Il Budget di 19 Mln Euro destinati all'attuazione del piano di comunicazione riguarda sia gli interventi di informazione e pubblicità del PON nel suo complesso sia quelli specifici realizzati dal MIUR e dal MiSE.

La gestione dei costi/budget per la comunicazione, su scala annuale, è articolata di norma in tre momenti:

1. *cost estimating*, nel quale sono preventivamente determinati i costi delle risorse che devono essere impiegate e quindi il costo complessivo stimato per l'anno;
2. *cost budgeting*, nel quale i suddetti costi vengono ottimizzati in budget strutturato gerarchicamente in WBS (*Work Breakdowns Structure*) e relativi WP (*Work Package*), di livello più basso;
3. *cost control*, da attivare nella stessa fase d'avvio, durante la quale va tenuta sotto controllo la progressione di spesa rispetto al costo preventivato, effettuando in tempo reale l'analisi degli scostamenti.

L'acquisizione delle necessarie Risorse per l'attuazione, sorveglianza e valutazione del Piano è effettuata in base alla normativa vigente in materia di appalti pubblici di servizi, facendo altresì riferimento alle Linee Guida sulla qualità dei beni e servizi ICT del CNIPA¹³.

¹³ Linee Guida sulla qualità dei beni e dei servizi ICT per la definizione e il governo dei contratti della PA, CNIPA – Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Di seguito si riporta la tabella con le percentuali indicative assegnate ad ogni singola area di comunicazione individuate nel Piano.

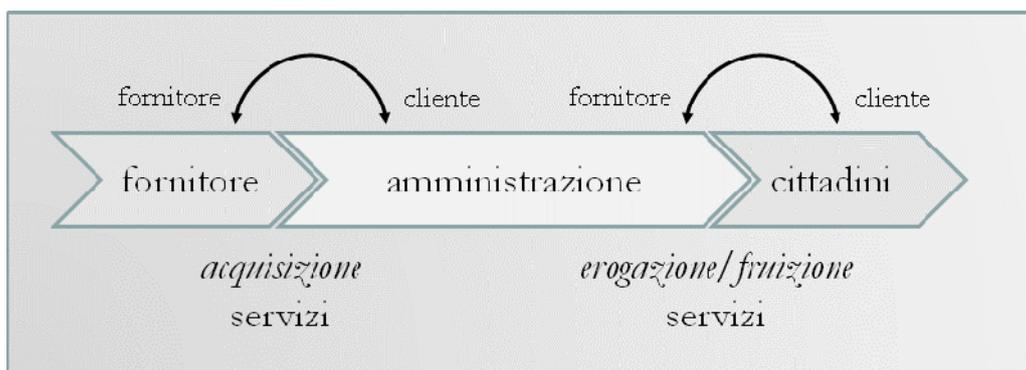
Budget indicativo per aree di attività						
Aree di attività	% del budget	Contributo comunitario FESR (a)	Controparte nazionale b= (c+d)	Ripartizione indicativa della controparte nazionale		Budget totale
				Finanziamento nazionale pubblico (c)	Altro (d) *	
Assistenza ai beneficiari nell'applicazione degli standard informativi	4%	€ 380.000	€ 380.000	€ 380.000	0,00	€ 760.000
Pubblicazioni informative	14%	€ 1.330.000	€ 1.330.000	€ 1.330.000	0,00	€ 2.660.000
Relazioni con i media	5%	€ 475.000	€ 475.000	€ 475.000	0,00	€ 950.000
Eventi informativi, formativi promozionali e di scambio di esperienze (convegni nazionali, seminari itineranti) lancio del PON	18%	€ 1.710.000	€ 1.710.000	€ 1.710.000	0,00	€ 3.420.000
Sviluppo dell'immagine coordinata, Pubblicità (piano mezzi, cartellonistica, materiali informativi, gadget, ecc.)	15%	€ 1.425.000	€ 1.425.000	€ 1.425.000	0,00	€ 2.850.000
Prodotti audiovisivi (spot e videoreportage)	15%	€ 1.425.000	€ 1.425.000	€ 1.425.000	0,00	€ 2.850.000
Portale web (tecnologia e redazione)	10%	€ 950.000	€ 950.000	€ 950.000	0,00	€ 1.900.000
Partenariato della comunicazione /cooperazione interistituzionale/animazione territoriale	10%	€ 950.000	€ 950.000	€ 950.000	0,00	€ 1.900.000
Supporto informativo (telefono/Internet) e mailing diretto	2%	€ 190.000	€ 190.000	€ 190.000	0,00	€ 380.000
Monitoraggio, valutazione e qualità	7%	€ 665.000	€ 665.000	€ 665.000	0,00	€ 1.330.000
	100%	100,00%				€ 19.000.000,00

* Risorse ordinarie MIUR MISE, contributi pubblici e privati

Tale quantificazione rappresenta un'articolazione di massima del budget destinato alla comunicazione suscettibile di eventuali rimodulazioni, alla luce di un'accurata analisi fattuale e valutativa nel corso dell'attuazione del Piano di Comunicazione.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

La qualità dei servizi pubblici è un importante valore che deve essere riconosciuto in misura equa in un contesto che comprenda **l'intera catena cliente-fornitore** come esemplificato nella seguente figura.



È necessario gestire i **progetti di acquisizione** delle Risorse e dei servizi con tecniche e metodi del *Project Management* per governarli in maniera efficace e trasparente, tenendo costantemente sotto controllo il **conseguimento dei risultati** (effetti, impatto risorse e servizi).

Il sistema di gestione qualità già implementato, per esempio, suggerisce di stabilire un piano operativo (Punto 7.1.3 "Tenuta sotto controllo dei processi", UNI EN ISO 9004:2000).

4. Organismi/strutture amministrative responsabili dell'attuazione, sorveglianza e valutazione degli interventi informativi e pubblicitari

La responsabilità del Piano di Comunicazione è propria del MIUR in qualità di AdG del Programma e del MiSE in relazione alla funzione di Organismo Intermedio (OI).

Le strutture amministrative responsabili per l'attuazione, sorveglianza e valutazione degli interventi informativi e pubblicitari sono riportati nella seguente tabella:

Strutture amministrative	Ente di appartenenza	Principale funzione e/o compito per competenza
Autorità di Gestione	Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR)	Garantire il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità previsti all'articolo 69 del Regolamento (CE) n. 1083/2006 conformemente alla modalità di applicazione di cui alla Sezione I del Regolamento (CE) n. 1828/2006
Organismo Intermedio	Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE)	Definire, insieme all'Autorità di gestione e al responsabile della Comunicazione, il Piano delle attività; attuare direttamente la parte del Piano di comunicazione inerente le azioni MiSE ed assicurare la realizzazione di tutti gli interventi di informazione e pubblicità di cui alla Sezione I del Regolamento (CE) n. 1828/2006
Responsabile della Comunicazione	Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR)	Assicurare il coordinamento del Piano di Comunicazione e garantire l'univocità dell'attuazione e la tempistica .
Gruppo Tecnico di Lavoro Interministeriale	Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE)	Supportare l'AdG e l'O.I. nelle attività di programmazione e sorveglianza del piano di comunicazione e degli interventi informativi e pubblicitari dei Beneficiari (<i>in particolare, artt. 8 e 9 e collaborazione con l'Adg e OI per la comunicazione integrata</i>)
Comitato di Sorveglianza	Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca (MIUR)	Sorveglianza del piano di comunicazione e degli interventi informativi e pubblicitari dei beneficiari (<i>in particolare, artt. 8 e 9 e collaborazione con l'Adg e OI per la comunicazione integrata</i>)
Gruppo Tecnico di valutazione della comunicazione	AdG, OI, Responsabile del piano delle valutazioni affiancato dal referente MiSE	Supportare l'AdG e l'O.I. nelle attività di valutazione ex-ante, in itinere e finale.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

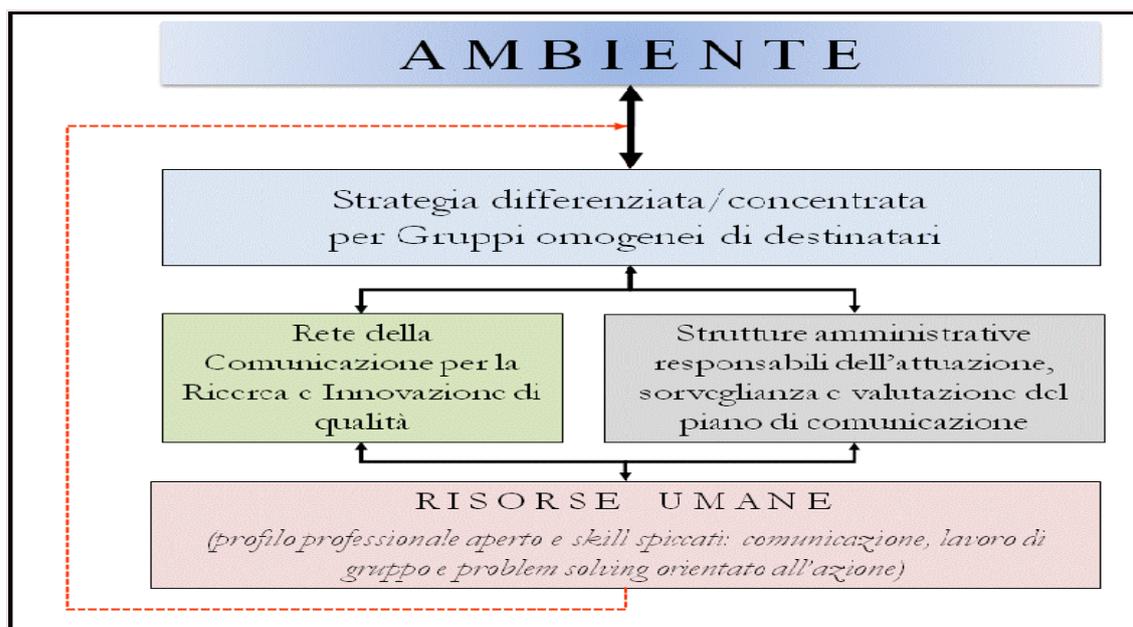
Di seguito si riportano i riferimenti degli organismi responsabili per l'attuazione degli interventi di comunicazione previsti dal Piano.

Struttura competente:	Autorità di Gestione – Dott.ssa Claudia Galletti - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - Direzione Generale della Ricerca – Ufficio VII
Indirizzo:	<i>Piazza John Kennedy, 20 – 00144 Roma</i>
Telefono	0039.06.97727371
Posta elettronica :	sespar.upoc@miur.it

Struttura competente:	Organismo Intermedio – Dott. Paolo Rota - Ministero dello Sviluppo Economico – Direzione Generale S.A.I. - Ufficio IV
Indirizzo:	<i>Via del Giorgione 2b – 00147 Roma</i>
Telefono	0039.06.54927027
Posta elettronica :	affaricomunitari@sviluppoeconomico.gov.it

Struttura competente:	Responsabile della Comunicazione – Fulvio Obici - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - Direzione Generale della Ricerca – Ufficio VII
Indirizzo:	<i>Piazza John Kennedy, 20 – 00144 Roma</i>
Telefono	0039.06.97727928
Posta elettronica :	fulvio.obici@miur.it

Nella figura seguente è riportato lo schema di base dell'approccio organizzativo con il quale le strutture responsabili dell'attuazione, sorveglianza e valutazione degli interventi informativi e pubblicitari gestiscono il ciclo del piano di comunicazione per l'intero periodo, applicando strumenti e metodi del Sistema di Gestione della Qualità (SGQ) e del Sistema di Monitoraggio e Valutazione (SM&V).



Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Nel periodo 2007-2013 è previsto lo sviluppo e il potenziamento dei sistemi, già implementati nel periodo 2000-2006, in particolare, estendendone il campo di applicazione a tutti i processi che direttamente impattano sull'attuazione, sorveglianza e valutazione del piano di comunicazione e delle eventuali strategie di comunicazione territoriale attuate in collaborazione con il Partenariato della Comunicazione del PON, compresa la sorveglianza sugli interventi informativi e pubblicitari di cui sono responsabili direttamente tutti i Beneficiari/Attuatori di ogni operazione del PON.

Per una vista globale del ciclo di gestione del piano di comunicazione e dei principali strumenti si rimanda, a pagina 73-74, allegata **Tavola Generale - Gestione del ciclo del piano di comunicazione**.

5. Indicazioni sulla valutazione degli interventi informativi e pubblicitari

La principale domanda valutativa riguarda il grado di visibilità del Programma presso i Potenziali Beneficiari e il Pubblico, nonché il grado di consapevolezza raggiunto circa il ruolo dell'UE. Tale domanda valutativa copre gruppi omogenei e significativi di target presenti nelle Regioni della "Convergenza" e appartenenti a territori aggregati secondo il modello dei SLL e in base a criteri di selezione demografici, psicografici e di appartenenza a specifici campi¹⁴ di esperienza lavorativa.

La valutazione della "visibilità del PON Ricerca e Competitività e comprensione del ruolo della Comunità" si articola in tre fasi temporali consecutive al termine delle quali sono formulati specifici rapporti di valutazione: Rapporto di Valutazione ex ante, in itinere (al 2010) e finale (al 2013).

I rapporti di valutazione in itinere e finale coincidono con l'obbligo dettato dal par. 2 dell'art. 4 del Reg. (CE) n. 1828/2006: "... Nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione figura un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità del programma operativo e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità ...".

La domanda valutativa deve essere costruita e specificata programmando un processo di progetto e di realizzazione (Documento di Progetto valutativo) che precede e accompagna in parallelo tutte le attività di attuazione e sorveglianza, contribuendo alla definizione dei processi di monitoraggio e valutazione degli interventi informativi e pubblicitari del PON Ricerca e Competitività, contemperando le scelte metodologiche operate con l'effettiva possibilità di misurare i risultati conseguiti e gli effetti ottenuti mediante l'utilizzo degli strumenti e la fruizione dei servizi informativi e pubblicitari.

Il Sistema di monitoraggio, sorveglianza e valutazione del piano di comunicazione estende il suo campo di applicazione a tutti gli interventi d'informazione e pubblicità (per Potenziali Beneficiari, Beneficiari/Attuatori, Pubblico, Partenariato della Comunicazione e *Partner* QSN) e adotta il medesimo approccio, per processi, del Sistema di Gestione della Qualità.

¹⁴ privilegiando campi/filiere come: scuola, università, enti pubblici di ricerca, impresa e servizi collettivi nei quali più alto è l'esito atteso del QSN.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Adeguati servizi *on-line* supporteranno inoltre le periodiche Analisi di *citizen satisfaction* da estendere al numero più elevato di utenti dei Servizi d'informazione e pubblicità del PON.

Come illustrato nella successiva "Tavola Generale – Gestione del ciclo del piano di comunicazione", la valutazione degli interventi informativi e pubblicitari è garantita periodicamente mediante la gestione di processi di monitoraggio e valutazione concentrati su specifiche domande valutative e che si concludono con la preparazione di relativi rapporti illustrati nella tabella seguente.

Denominazione	Periodo	N.
Rapporto Annuale di Valutazione - sui risultati conseguiti per canale/strumento/servizio	ogni anno	8
Rapporto sull'Analisi di <i>Citizen Satisfaction</i> per segmenti di gruppi di destinatari del piano di comunicazione	ogni anno	7
Rapporto di Valutazione Visibilità e Comprensione sulla " <i>visibilità del PON Ricerca e Competitività e comprensione del ruolo della Comunità</i> " per gruppi significativi di cittadini presenti nelle Regioni della "Convergenza"	ex ante, in itinere e finale	3
Rapporto di Valutazione della Rete - su <i>performance</i> e potenzialità della Rete della Comunicazione per la ricerca e l'innovazione di qualità delle Regioni italiane	finale	1

La Strategia di informazione e comunicazione dell'UE pone particolare importanza non solo alla pianificazione delle attività ma anche alle fasi di implementazione, monitoraggio e valutazione degli interventi. Tutti questi passaggi richiedono l'impiego di strumenti proporzionali alle misure pianificate con particolare attenzione alla misurazione dell'efficacia degli interventi.

L'art. 4 del Regolamento (CE) 1828/2006 prevede un'attività di controllo e sorveglianza del piano di comunicazione. Più precisamente stabilisce che l'Autorità di Gestione informi il Comitato di Sorveglianza in merito a:

- a) il piano di comunicazione e i progressi nella sua attuazione;
- b) gli interventi informativi e pubblicitari realizzati;
- c) i mezzi di comunicazione e gli strumenti utilizzati.

La valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione e informazione verrà effettuata riguardo alla visibilità del Programma e sulla consapevolezza del ruolo della Comunità, questo obiettivo sarà raggiunto solo realizzando un sistema di monitoraggio, i cui risultati potranno alimentare le attività di valutazione.

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Data l'esperienza acquisita nella realizzazione dei Piani di comunicazione 2000-2006 la logica di intervento non può prescindere dalla capitalizzazione delle esperienze pregresse ponendosi nel solco della continuità e della valorizzazione dei risultati ottenuti, sottolineando l'opportunità di stabilire e alimentare nessi molto forti tra i due servizi.

Il sistema di monitoraggio e valutazione sarà un processo articolato nelle macro-fasi di:

1. Pianificazione
2. Esecuzione
3. Controllo
4. Azione correttiva

Gli indicatori saranno :

- qualitativi, finalizzati a misurare la qualità percepita dai destinatari delle attività di comunicazione;
- qualitativi, finalizzati a misurare l'efficacia delle attività di comunicazione;
- indici di "impatto" finalizzati a misurare gli effetti delle attività di comunicazione ed il grado di conseguimento complessivo degli obiettivi generali del piano di comunicazione.

Di seguito si riporta la Tabella con alcuni indicatori di base proposti per il monitoraggio del Piano di comunicazione:

Are di comunicazione/ Strumenti	Indicatori di output	Indicatori di risultato	Indicatori di impatto
Portale web	N. pagine web pubblicate: 900 N. banche dati: 5 N. news e frequenza nell'aggiornamento: 350 (1 news a settimana) N. di collegamenti ad altri Programmi nazionali ed europei: 10	N. totale di utenti/visitatori : 700.000 N. pagine visitate (media giornaliera): 1500 N. visitatori al giorno: 300 N. totale di download effettuati: 875.000	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Materiale promozionale	N. di prodotti realizzati per tipologia (materiali cancelleria, gadgets, ecc.): 10	N. di prodotti distribuiti: 90%	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

			nell'atteggiamento rispetto al programma
Newsletter	N. di newsletter pubblicate: 28	N. di destinatari raggiunti: 2000	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Pubblicità	N. di spot TV/radio realizzati: 2 N. totale passaggi sulle principali emittenti radiotelevisive: 240 N. totale di avvisi pubblicitari pubblicati: 25 N. totale di manifesti e cartellonistica: 100	Copertura: 15% della popolazione	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Relazione con i media	N. totale comunicati stampa e lanci di agenzia realizzati: 70 N. di conferenze stampa organizzate: 5 N. totale interviste realizzate: 35 N. di articoli e inserzioni realizzate: 30	N. di comunicati stampa pubblicati: 80% N. di giornalisti partecipanti: 5 per sessione N. cartelle stampa distribuite: 10	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Pubblicazioni	N. di materiale informativo e pubblicazioni prodotti: 30 N. di destinatari delle liste di distribuzione: 2000	N. di copie distribuite: 85% N. di copie scaricate: 5000	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Prodotti audiovisivi	N. di cd prodotti: 500	N. di copie distribuite: 90%	Variazione nella consapevolezza sul

Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

	N. di documentari/videoclip prodotti: 16	N. di passaggi (sui media e durante gli eventi): 40	programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Eventi	N. di eventi organizzati: 47 N. di eventi informativi tecnici: 50 N. di partecipazione dell'AdG - OI e/o del Responsabile della Comunicazione a riunioni organizzate da altri soggetti: 50	N. totale di partecipanti: 1800 N. di questionari compilati: 40% % customer satisfaction: 70%	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Evento di lancio del Programma	N. di conferenze stampa per il lancio: 1 N. avvisi stampa: 6	N. di media utilizzati per il lancio: 5 N. di partecipanti all'evento: 250	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Supporto informativo	N. richieste informative pervenute (mail, telefono): 4000 annue	N. richieste evase: 80%	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma
Reti e partenariato della comunicazione	N. gruppi di lavoro/partenariati formalizzati: 5 N. seminari/workshop organizzati: 14 N. di seminari/workshop partecipati: 40	N. totale di partecipanti GdL: 100 N. di partecipanti a seminari/workshop organizzati: 50 per sessione	Variazione nella consapevolezza sul programma Variazione nell'atteggiamento rispetto al programma

L'AdG di concerto con l'OI si impegna a determinare in maniera puntuale e completa la baseline e i target per ciascuno degli indicatori identificati. Tale impegno sarà realizzato nel corso della

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

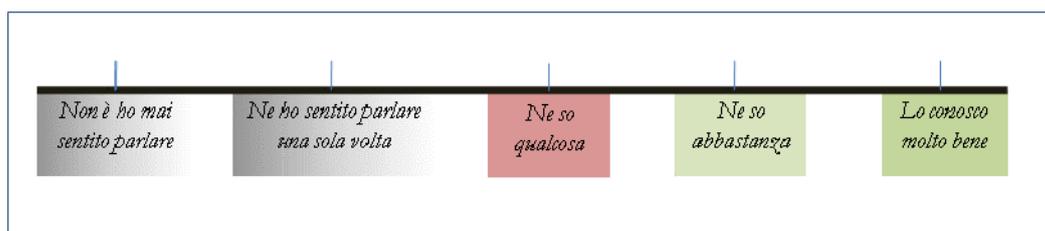
valutazione *ex-ante* e rappresenterà il punto di partenza per definire in modo puntuale l'incremento di informazioni e conoscenza che i differenti gruppi di destinatari avranno del programma. Viene assicurato che la completa definizione degli indicatori e la loro quantificazione saranno realizzate entro il 2010 .

Il Laboratorio per la comunicazione del PON, nello svolgimento delle sue attività (volte a rispondere alla domanda di valutazione circa il grado di visibilità del programma presso il Pubblico e del relativo grado di comprensione raggiunto dallo stesso Pubblico sul ruolo dell'Unione europea) si farà carico, coadiuvato dagli esperti del servizio di valutazione di seguire ed orientare opportunamente, in particolare in sede di preparazione del relativo <piano di valutazione>, il processo valutativo *ex-ante* per assicurare l'iniziale misurazione degli indicatori che daranno conto dei "dati di partenza".

Grado iniziale di visibilità del programma

Si rileverà il "grado iniziale di visibilità del programma" presso campioni opportunamente selezionati di popolazione residente nelle regioni d'interesse nonché il relativo "grado iniziale di comprensione del ruolo svolto dall'Unione europea" presso lo stesso campione di Pubblico che ha già una qualche comprensione o conoscenza del programma.

Per rendere significativa la rilevazione del grado di visibilità e comprensione del ruolo, raggiunti per effetto della politica di comunicazione mediante l'attuazione del presente Piano di comunicazione, si procederà all'identificazione dei gruppi omogenei di pubblico in tutte le regioni interessate con particolare attenzione all'analisi dell'immagine del PON presso il Pubblico, seguendone l'evoluzione mediante sondaggi d'opinione che riguardano la valutazione della "familiarità" degli stessi gruppi omogenei di Pubblico riguardo uno o più "oggetti" (PON, ruolo dell'UE nel PON, ruolo del FESR nel PON, Politica europea di coesione, Fondo europeo di sviluppo regionale e RSTI, ecc), utilizzando, per esempio una scala di questo genere:



Secondo i risultati delle risposte date dai gruppi omogenei campione, valutando il canale e gli strumenti più opportuni si orienterà il processo di costruzione e diffusione dell'immagine ideale del programma e di orientamento dei pubblici verso il relativo canale più accessibile ed efficace per i necessari o desiderati approfondimenti. Infatti, l'obiettivo della comunicazione cambia sia a secondo del gruppo di destinatari, del loro campo di esperienza, del loro stile di vita (fattori psicografici), etc., che a secondo delle categorie esemplificate dalla precedente scala.

Un obiettivo di comunicazione teso a realizzare "consapevolezza" per chi non ne ha mai sentito parlare, "conoscenza" per chi ne ha sentito parlare una sola volta o ne sa qualcosa, "relazione

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

partenariale” per chi ne sa abbastanza, “cooperazione” per chi lo conosce molto bene e intende contribuire al successo dell’attuazione del programma nell’ambito della politica d’investimento pubblico-privato rappresentata dalla politica di coesione.

In altri termini, in base ai risultati dell’indagine presso i pubblici campione sarà possibile individuare l’immagine alla data del programma e orientare opportunamente le attività tese alla massima visibilità mediatica del programma per sviluppare (processo di costruzione) il profilo dell’immagine ideale favorendo così il perseguimento degli obiettivi del presente Piano di comunicazione su scala locale, regionale e nazionale anche da parte del vasto e diffuso Partenariato della Comunicazione coinvolto, sulla base di un sistema condiviso di monitoraggio e valutazione delle attività, nel più ampio Sistema di Gestione della Qualità (SGQ) adottato dall’Adg del programma in argomento e che rispetto al precedente periodo vede il suo campo di applicazione esso anche alla gestione del programma nel suo complesso e nelle sue singole azioni per una Pubblica Amministrazione *citizen oriented*¹⁵.

I cittadini chiedono, lo sanno tutti coloro che li ascoltano, una più alta qualità dei servizi che acquistano o dei quali sono, comunque, i contribuenti (azionisti assoluti) come nel caso de servizi pubblici. Per poter superare con successo le molteplici sfide lanciate dalla Domanda di alta qualità dei servizi, le amministrazioni pubbliche, se non vogliono ulteriormente perdere in termini di “credibilità residua”, devono trovare criteri appropriati sia per misurare la qualità dei servizi offerti, sia per scegliere se mantenere o modificare la qualità dei servizi offerti e sia di offrire nuovi servizi.

È appena il caso di ricordare che l’immagine del programma che attualmente si può riscontrare nelle relazioni quotidiane è soprattutto il frutto di un già avviato processo di comunicazione sull’evoluzione del dibattito e confronto partenariale e sull’iter del negoziato conclusosi con l’approvazione del programma nel dicembre 2007. Tale processo di comunicazione si è sviluppato contestualmente alla diffusione dei risultati dei precedenti programmi operativi (PON Ricerca e PON Sviluppo locale) e ha già prodotto un effetto di attenzione degli operatori e un elevato grado di aspettativa presso i ricercatori e gli imprenditori.

La fase di predisposizione del citato Documento di Progetto Valutativo in particolare per il processo di valutazione ex-ante è particolarmente importante sia sul piano dell’individuazione dei gruppi omogenei più significativi (di Potenziali Beneficiari e di Pubblico interessato), sia sul piano della misurazione più attendibile possibile della “variazione nella consapevolezza sul programma” e della “variazione dell’atteggiamento rispetto al programma” che questi stessi gruppi campione possono fornire in quanto all’impatto della politica di comunicazione nel suo complesso.

¹⁵ Le Amministrazioni *citizen oriented*, quelle, cioè, che, per raggiungere i propri obiettivi, si propongono di servire al meglio i rispettivi pubblici di riferimento, trovano opportuno rilevare e impiegare accurate informazioni sulle **aspettative** e sulle **percezioni** che i cittadini/utenti hanno nei confronti della propria offerta. Anche, coinvolgendo i propri fornitori in un regime di *comakership* che comprenda l’intera catena cliente-fornitore <vedi pagina 56 del presente Piano>

GLOSSARIO

Dall'articolo 2 – Definizioni, del Regolamento (CE) n. 1083/2006 – Disposizioni generali sul FESR, sul FSE e sul Fondo di Coesione.

Programma operativo

In generale nell'ambito delle disposizioni su menzionate relative ai fondi strutturali (FESR, FSE) e al Fondo di Coesione, con questo termine si indica il documento presentato da uno Stato membro e adottato dalla Commissione che fissa una strategia di sviluppo con una serie coerente di priorità da realizzare con il contributo di un fondo o, nel caso dell'Obiettivo "Convergenza", con il contributo del Fondo di coesione e del FESR.

(Nell'ambito del presente piano di comunicazione, programma operativo, indica, insieme ad altre espressioni, come "PON Ricerca e Competitività" o semplicemente "programma" o "PON" il Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 cofinanziato dal FESR.)

Copertura (Reach)

Individui target che vengono raggiunti da un insieme di veicoli/mezzi in un dato tempo.

Copertura netta (Net Reach)

Stima del numero di persone diverse che sono esposte almeno una volta a uno o più veicoli di una certa pianificazione. E' una misura di audience non duplicata ed è di solito espressa in percentuale sulla popolazione che costituisce il target group.

Copertura netta effettiva (Effective reach)

Stima del numero di persone diverse che sono esposte a uno o più veicoli di una campagna a partire da un certo livello di frequenza.

(Perfetta pianificazione della pubblicità sui media- Costantino Iannacone- Edizioni Lupetti 2005)

Asse prioritario

Ciascuna delle priorità della strategia contenuta in un programma operativo comprendente un gruppo di operazioni connesse tra loro e aventi obiettivi specifici misurabili.

(Gli assi prioritari del PON sono i seguenti: ASSE I – Sostegno ai mutamenti strutturali; ASSE II – Sostegno all'innovazione; ASSE III – Attività di assistenza tecnica e accompagnamento)

Operazione

Un progetto o un gruppo di progetti selezionati dall'autorità di gestione del programma operativo in questione o sotto la sua responsabilità, secondo criteri stabiliti dal comitato di sorveglianza ed attuato da uno o più Beneficiari/Attuatori, che consente il conseguimento degli scopi dell'asse prioritario a cui si riferisce.

Beneficiario

Un operatore, organismo o impresa, pubblico o privato, responsabile dell'avvio o dell'avvio e dell'attuazione delle operazioni; nel quadro del regime di aiuti di cui all'articolo 87 del trattato, i beneficiari sono imprese pubbliche o private che realizzano un singolo progetto e ricevono l'aiuto pubblico.

Spesa pubblica

Qualsiasi contributo pubblico al finanziamento di operazioni proveniente dal bilancio dello Stato, degli enti pubblici territoriali, delle Comunità europee nell'ambito dei Fondi strutturali e del Fondo di coesione e ogni spesa assimilabile. È considerata spesa assimilabile ad una spesa pubblica qualsiasi contributo al finanziamento di operazioni proveniente dal bilancio di organismi di diritto pubblico o di associazioni di uno o più enti pubblici territoriali o di organismi di diritto pubblico ai sensi della direttiva 2004/18/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 31 marzo 2004, relativa al coordinamento delle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di lavori, di forniture e di servizi.

Organismo intermedio

Qualsiasi organismo o servizio pubblico o privato che agisce sotto la responsabilità di un'autorità di gestione o di certificazione o che svolge mansioni per conto di questa autorità nei confronti dei beneficiari che attuano le operazioni.

Irregolarità

Qualsiasi violazione di una disposizione del diritto comunitario derivante da un'azione o un'omissione di un operatore economico che abbia o possa avere come conseguenza un pregiudizio al bilancio generale delle Comunità europee mediante l'imputazione di spese indebite al bilancio generale.

Dall'articolo 3 – Obiettivi, del Regolamento (CE) n. 1083/2006 – Disposizioni generali sul FESR, sul FSE e sul Fondo di Coesione.

Obiettivo “Convergenza”

È volto ad accelerare la convergenza degli Stati membri e regioni in ritardo di sviluppo migliorando le condizioni per la crescita e l'occupazione tramite l'aumento e il miglioramento della qualità degli investimenti in capitale fisico e umano, lo sviluppo dell'innovazione e della società della conoscenza, dell'adattabilità ai cambiamenti economici e sociali, la tutela e il miglioramento della qualità dell'ambiente e l'efficienza amministrativa. **Questo obiettivo costituisce la priorità dei Fondi.**

Obiettivo “Competitività regionale e occupazione”

Punta, al di fuori delle regioni in ritardo di sviluppo, a rafforzare la competitività e le attrattive delle regioni e l'occupazione anticipando i cambiamenti economici e

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

sociali, inclusi quelli connessi all'apertura degli scambi, mediante l'incremento e il miglioramento della qualità degli investimenti nel capitale umano, l'innovazione e la promozione della società della conoscenza, l'imprenditorialità, la tutela e il miglioramento dell'ambiente e il miglioramento dell'accessibilità, dell'adattabilità dei lavoratori e delle imprese e lo sviluppo di mercati del lavoro inclusivi.

Dall'articolo 4 – Convergenza, del Regolamento (CE) n. 1080/2006 – relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e recante abrogazione del regolamento (CE) n. 1783/1999.

La priorità numero 1 delle undici priorità perseguite dal FESR nell'ambito dell'obiettivo "Convergenza":

... 1) ricerca e sviluppo tecnologico (R&ST), innovazione e imprenditorialità, incluso il rafforzamento delle capacità di ricerca e sviluppo tecnologico e la loro integrazione nello Spazio europeo della ricerca, comprese le infrastrutture; aiuto alla R&ST in particolare nelle PMI e al trasferimento di tecnologie; miglioramento dei legami tra le PMI, gli istituti di istruzione terziaria, gli istituti di ricerca e i centri di ricerca e tecnologici; sviluppo di reti di imprese, partenariato pubblico-privato e agglomerati di imprese; sostegno alla fornitura di servizi tecnologici e aziendali ai gruppi di PMI; incentivazione dell'imprenditorialità e finanziamento dell'innovazione per le PMI tramite strumenti di ingegneria finanziaria.

Definizioni da: Vittorio MASONI, Monitoraggio e Valutazione dei progetti nelle organizzazioni pubbliche e private.

Ottimizzare 3E+T

L'equità sociale, il progresso civile, l'affermarsi di nuovi stili di vita e di lavoro dipendono largamente da quanto e da come si investe in infrastrutture, in servizi sociali, in attività produttive e nell'ammodernamento delle istituzioni.

I cittadini sempre più chiedono allo Stato, agli Enti locali, agli Enti territoriali e alle organizzazioni appartenenti al Pubblico al Privato e al Terzo Settore che le loro attività, particolarmente i loro programmi di investimento, siano sempre più improntati a ottimizzare la formula 3E+T: **Efficacia, Efficienza, Economia e Trasparenza.**

Efficacia

La capacità di un progetto di raggiungere l'obiettivo assegnatogli, entro limiti di probabilità assunti come accettabili.

Efficienza

La proprietà di una scelta d'investimento o di gestione progettuale di ottenere, rispetto ad altre scelte:

- un dato risultato (beneficio) con minori mezzi (costi), o

- il maggior risultato con i mezzi a disposizione.

Economia

Il grado di priorità dell'obiettivo progettuale nell'economia complessiva dell'organizzazione proprietaria del progetto, del settore, della regione o del paese in cui si realizza l'investimento. Un progetto potrebbe essere efficace ed efficiente ma non economico, qualora assorbisse risorse a scapito di necessità di maggiore importanza.

Trasparenza

La disponibilità dell'informazione necessaria agli *stakeholder* per giudicare se si raggiunga un livello soddisfacente di 3E nel progetto, sia per quanto riguarda i progetti ancora in gestazione sia per quelli in corso di realizzazione o già conclusi.

Trasparenza interna

Le scelte progettuali e le attività devono risultare chiare e documentate per gli uffici superiori a quelli che effettuano le scelte o gestiscono la realizzazione dei progetti. La trasparenza all'interno dell'organizzazione comprende anche le comunicazioni fra il complesso gestionale o burocratico ed il livello di direzione amministrativa.

Trasparenza esterna

Le scelte e le attività devono risultare chiare e documentate per "chi ha diritto di sapere". Questi saranno enti di controllo tecnico o di indirizzo politico nel paese, nel settore e nella ripartizione territoriale o nel progetto specifico. Particolari esigenze hanno i gruppi sociali interessati e, nel privato, gli azionisti e il personale.

Trasparenza interna ed esterna

La trasparenza presuppone: la facilità di accesso alle fonti di informazione, l'*intelligibilità* delle informazioni (con riferimento al livello di comunicazione dei destinatari), la tempestività e il carattere esauriente del messaggio.

GRID Computing

Letteralmente "calcolo a griglia", indica il paradigma del calcolo distribuito costituito da una struttura altamente decentralizzata in grado di consentire ad un vasto numero di utenti l'utilizzo di risorse provenienti da un numero indistinto di calcolatori. Il termine "griglia" deriva dalla similitudine fatta dai primi ideatori del Grid Computing secondo i quali in un prossimo futuro si sarebbe arrivati a poter reperire risorse di calcolo con la stessa facilità con la quale oggi si può

usufruire dell'energia elettrica, ovvero semplicemente attaccandosi ad una delle tante prese presenti nel nostro appartamento *Power grid*.

Per ulteriori informazioni consulta la Comunità di pratica GRID sul sito www.ponricerca.it

Responsabilità sociale d'impresa

Il tema della responsabilità sociale d'impresa è da molti anni argomento di discussione in Europa. Nel 2000 il Consiglio europeo di Lisbona fa appello al senso di responsabilità delle imprese nel settore sociale per quanto riguarda le best practice collegate a: istruzione/formazione, organizzazione del lavoro, pari opportunità e sviluppo sostenibile.

Dal Libro Verde "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese", 18 luglio 2001 - Commissione europea: "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali e ecologiche nelle loro attività e nei loro rapporti con le parti interessate".

Dalla Comunicazione 347 del 2 luglio 2002 "Responsabilità sociale delle imprese: un contributo delle imprese allo sviluppo sostenibile", Commissione europea.

Responsabilità sociale d'impresa e PMI: "il concetto di responsabilità sociale è stato sviluppato soprattutto da e per le grandi multinazionali. In linea con la strategia della Commissione ispirata alle PMI (*Think small first*) il concetto, le pratiche e gli strumenti della Responsabilità sociale delle imprese devono essere adattati alla situazione specifica delle PMI, che rappresentano la parte più importante dell'imprenditoria europea".

Vedi CSR – Responsabilità sociale d'impresa – in primo piano nel sito: www.confindustria.it ; www.welfare.it ; www.unioncamere.it

Stakeholder attivi

Coloro che hanno consapevolmente interesse a creare o implementare un servizio in virtù delle conseguenze prodotte dalla realizzazione dello stesso. Possono essere sia persone interne che esterne all'organizzazione: ad esempio occorrerebbe riconoscere i dipendenti e i collaboratori come stakeholder poiché essi sono i primi e i più attivi moltiplicatori di percezione di un determinato servizio. La posizione nei confronti dell'organizzazione e le caratteristiche che definiscono gli stakeholder attivi comportano decisioni in materia di comunicazione: infatti poiché essi hanno un interesse e una precisa consapevolezza nei confronti dell'organizzazione, la strategia di comunicazione potrà non essere persuasiva poiché superflua rispetto alle caratteristiche di questo tipo di pubblico.

Stakeholder passivi o potenziali

Coloro che, se a conoscenza delle conseguenze che l'attivazione di uno specifico servizio può produrre sulla loro attività, sarebbero interessati a divenire partecipi

dell'iniziativa. Su questa tipologia di stakeholder è necessario investire in azioni di comunicazione specifiche e mirate a costruire una relazione bidirezionale. In particolare sarà utile adottare una strategia di comunicazione anche persuasiva per agevolare il loro coinvolgimento e suscitare il loro interesse.

Comunità di pratica e di apprendimento

Gruppi sociali che hanno come obiettivo finale il **generare conoscenza organizzata e di qualità** cui ogni individuo può avere libero accesso. In queste comunità gli individui mirano a un apprendimento continuo e hanno consapevolezza delle proprie conoscenze. Non esistono differenze di tipo gerarchico: tutti hanno uguale importanza perché il lavoro di ciascuno è di beneficio all'intera comunità. La finalità è il miglioramento collettivo. Chi entra in questo tipo di organizzazione mira a un modello di condivisione; non esistono spazi privati o individuali, in quanto tutti condividono tutto. Chi ha conoscenza e la tiene per sé è come se non l'avesse. Le comunità di pratica tendono all'eccellenza, a prendere ciò che di meglio produce ognuno dei collaboratori. Questo metodo costruttivista punta ad una conoscenza che si costruisce insieme e rappresenta un modo di vivere, lavorare e studiare.

La principale base giuridica di riferimento del piano di comunicazione

BASE NORMATIVA COMUNITARIA

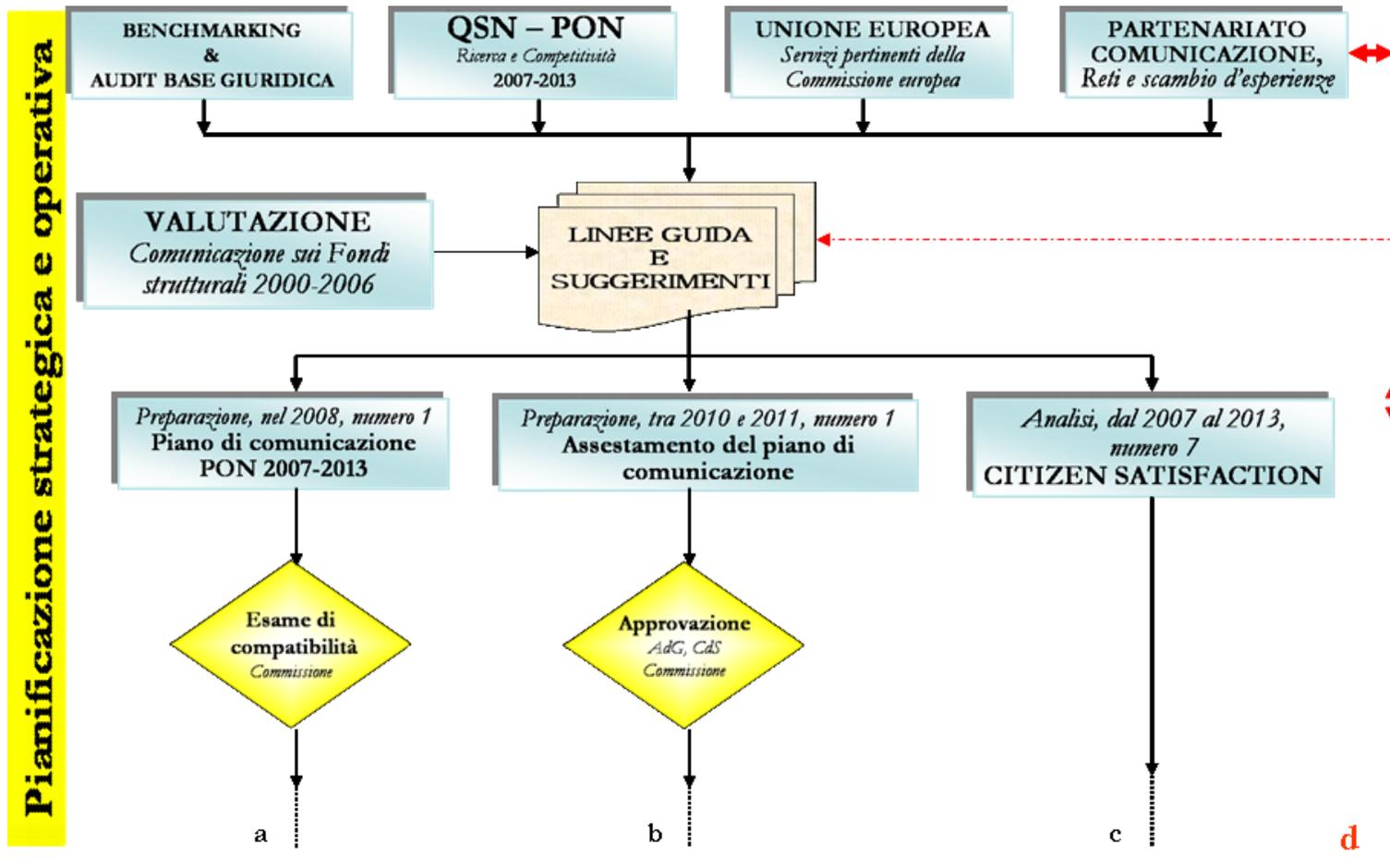
- A. **Punto j) dell'articolo 60 – Funzioni dell'Autorità di gestione**, Capo I – Sistemi di gestione e controllo, Titolo VI – Gestione, sorveglianza e controlli, del **Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio**, dell'11 luglio 2006, recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul fondo di coesione e che abroga il regolamento (CE) n. 1260/1999.
- B. **L'Articolo 69 - Informazione e pubblicità**, Capo III – Informazione e pubblicità, del citato **Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio**, dell'11 luglio 2006.
- C. **Gli Articoli 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10, della Sezione 1 – Informazione e pubblicità**, del Capo 2 – modalità di applicazione del Regolamento (CE) n. 1083/2006 del **Regolamento (CE) n. 1828/2006 della Commissione** dell'8 dicembre 2006 che stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e del regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale.
- D. **Regolamento (CE) 1080/2006 – Regolamento relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale** e recante abrogazione del regolamento (CE) n. 1783/1999.

BASE NORMATIVA NAZIONALE

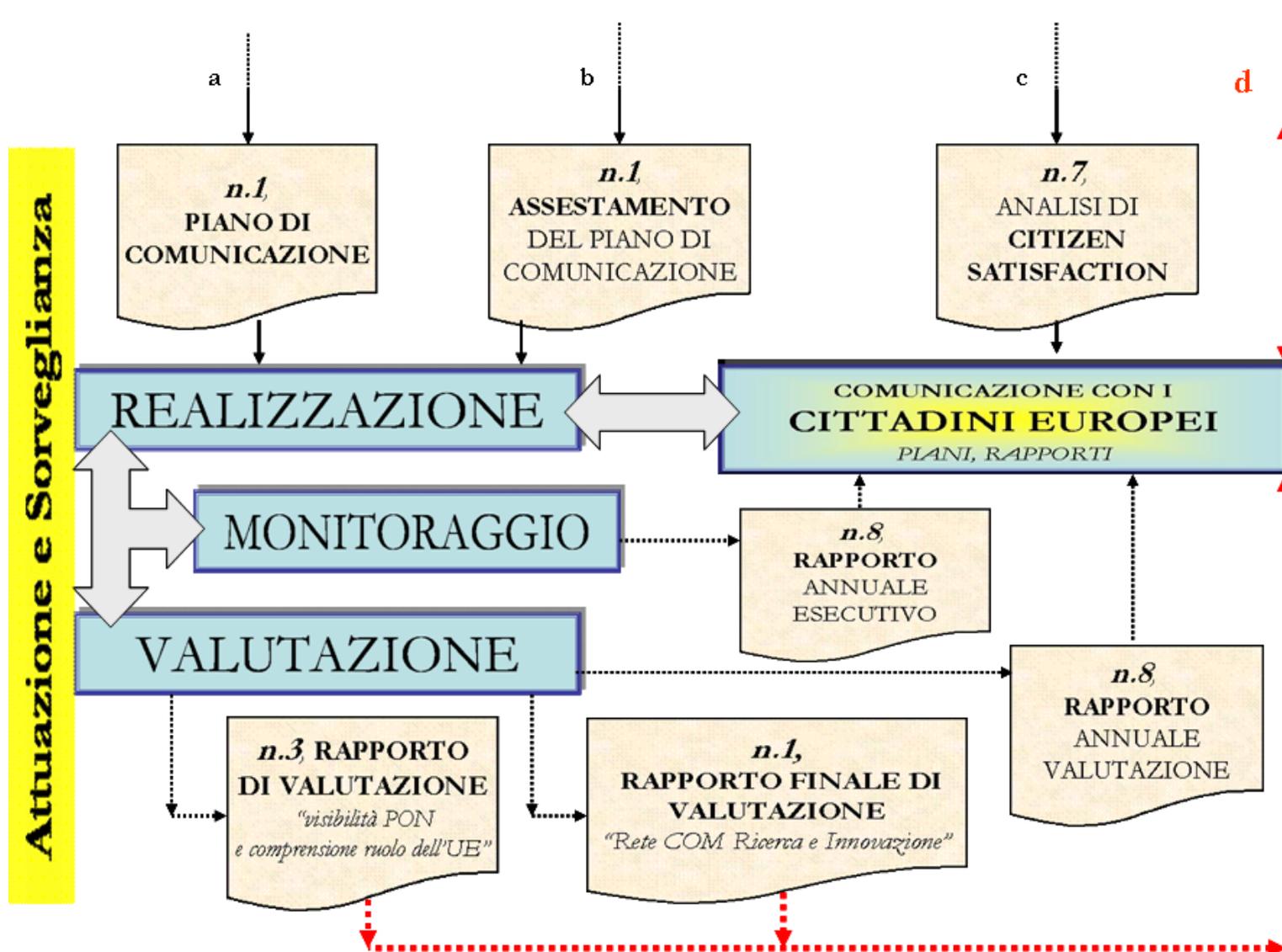
- E. **Il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale 2007-2013**, approvato il 13 luglio 2007 con Decisione della Commissione europea n. C(2007) 3329;
- F. **Il Programma Operativo Nazionale “Ricerca e Competitività” 2007-2013**, approvato il 21 dicembre 2007 con Decisione della Commissione europea n. C(2007) 6882;
- G. **La Legge del 7 giugno 2000 n. 150, sulla “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni”**, pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n.136 del 13 giugno 2000.

Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

TAVOLA GENERALE - Gestione Ciclo del piano di comunicazione del PON Ricerca e Competitività



Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale



Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

TAVOLA GENERALE - Albero degli Obiettivi del piano di comunicazione correlato ai Servizi d'informazione e comunicazione

Obiettivo Generale	<p>Il piano di comunicazione, finalizzato alla massima copertura mediatica, individua diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale, con l'obiettivo di:</p>				
	<p>accrescere, la conoscenza, la cooperazione e la partecipazione attiva delle cittadine e cittadini europei sulle priorità d'intervento del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 in coerenza con le finalità, i metodi e i risultati attesi della politica regionale unitaria, valorizzando il ruolo dell'UE nel cofinanziamento del Programma e diffondendo il valore aggiunto dell'intervento comunitario al livello nazionale, regionale e locale.</p>				
Principali Obiettivi Specifici	<p>OBS1</p> <p>Facilitare l'accesso alle informazioni pertinenti e alla conoscenza delle opportunità a tutti i Potenziali Beneficiari</p>	<p>OBS2</p> <p>Garantire l'applicazione degli standard europei per la comunicazione delle operazioni da parte di tutti i Beneficiari/Attuatori</p>	<p>OBS3</p> <p>Rendere visibile il PON Ricerca e Competitività, favorire e facilitare la comprensione del ruolo dell'UE al pubblico</p>	<p>OBS4</p> <p>Contribuire al raggiungimento dell'obiettivo generale attraverso la creazione di un diffuso e stabile Partenariato della Comunicazione e dell'Animazione territoriale su scala nazionale, regionale e sub regionale</p>	<p>OBS5</p> <p>Promuovere e supportare la Cooperazione interistituzionale per lo sviluppo delle reti di collaborazione e del confronto d'esperienze.</p>

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Principali Obiettivi Operativi	Potenziali Beneficiari	Beneficiari /Attuatori	Cittadini europei	Partenariato	Partner QSN
	<p>1.contattare e registrare i Potenziali Beneficiari;</p> <p>2. fornire le informazioni pertinenti a tutti i Potenziali Beneficiari;</p> <p>3. migliorare in modo continuo la qualità nella Rete internet, dell'informazione della comunicazione e della conoscenza delle operazioni e delle azioni del PON Ricerca e Competitività .</p>	<p>4.fornire assistenza per la condivisione e l'applicazione degli standard di qualità della comunicazione delle operazioni a tutti i Beneficiari/Attuatori;</p> <p>5.sorvegliare l'applicazione degli standard di qualità della comunicazione delle operazioni del PON Ricerca e Competitività 2007-2013</p>	<p>6.rendere visibile il PON Ricerca e Competitività 2007-2013 e le sue operazioni, le realizzazioni e i suoi risultati al pubblico;</p> <p>7.facilitare la comprensione del ruolo dell'Unione Europea;</p> <p>8.sensibilizzare sul ruolo del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 nella politica regionale unitaria e sul valore aggiunto dei Fondi strutturali europei, in particolare sul FESR;</p> <p>9.elevare progressivamente il grado di visibilità mediatica del PON Ricerca e Competitività 2007-2013.</p>	<p>10.contribuire a promuovere e gestire le manifestazioni di interesse nonché le adesioni al Partenariato nell'ambito della ricerca e innovazione;</p> <p>11.rafforzare il coinvolgimento al livello territoriale dei potenziali partner della comunicazione del Programma nell'implementazione di specifiche attività di Comunicazione e di animazione territoriale per elevare il consenso e la partecipazione alla politica di coesione dei cittadini;</p> <p>12.contribuire a promuovere e sostenere la creazione e lo sviluppo della Rete di Punti d'informazione e di Antenne per la ricerca e l'innovazione;</p> <p>13.favorire la partecipazione dei rappresentanti della società civile e il coinvolgimento diretto dei cittadini al dibattito sul futuro della politica Coesione attraverso un efficace coordinamento con gli interventi di comunicazione attivati in ambito QSN;</p> <p>14.partecipare in maniera attiva alle attività del Tavolo Nazionale del Partenariato per garantire la migliore Governance anche mediante specifici servizi ICT.</p>	<p>15.favorire l'incontro e la collaborazione tra AdG dei programmi del QSN per valorizzare gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali in materia di ricerca ed innovazione anche attraverso una efficace partecipazione alle attività della Rete nazionale dei comunicatori;</p> <p>16.utilizzare la collaborazione con altri soggetti che si occupano di Fondi Strutturali per dare risposte concrete a chi necessita di orientamento e per promuovere le attività di comunicazione del Programma</p> <p>17.supportare la nascita di Comunità di pratica per migliorare la conoscenza dell'attuazione di progetti cofinanziati dal Programma e per stimolare la collaborazione in rete nella prospettiva di maggiore competitività;</p>

Piano di Comunicazione del
 Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale

Principali Servizi d'informazione e di comunicazione	<p>1 Servizio d'informazione a cura dei Gruppi di redazione del sito, TV Web e Newsletter.</p> <p>12.1 Servizio eventi di presenza</p> <p>3.1 Servizio di KM <i>Knowledge Management</i></p> <p>4.1 Servizio di CRM – <i>Citizen Relationship Management</i></p> <p>5.1 Servizio di CS- <i>Citizen Satisfaction</i></p>	<p>7 Servizio di assistenza ai Beneficiari/ Attuatori per l'adozione standard qualità</p> <p>12.2 Servizio eventi di presenza</p> <p>3.2 Servizio di KM <i>Knowledge Management</i></p> <p>4.2 Servizio di CRM <i>Citizen Relationship Management</i></p> <p>5.2 Servizio di CS <i>Citizen Satisfaction</i></p>	<p>2 Servizi pubblicità al pertinente livello territoriale (<i>spot e documentari divulgativi</i>) per “raccontare” (<i>ruolo UE e risultati</i>)</p> <p>12.3 Servizio eventi di presenza</p> <p>3.3 Servizio di KM <i>Knowledge Management</i></p> <p>4.3 Servizio di CRM <i>Citizen Relationship Management</i></p> <p>5.3 Servizio di CS <i>Citizen Satisfaction</i></p> <p>6 Servizio valutazione ex ante in itinere e finale <i>Visibilità del programma e comprensione del ruolo della Comunità</i></p>	<p>8 Servizi per lo sviluppo della Rete dei Punti di informazione e delle Antenne del Programma</p> <p>12.4 Servizio eventi presenza</p> <p>3.4 Servizio di KM <i>Knowledge Management</i></p> <p>4.4 Servizio di CR.M. <i>Citizen Relationship management</i></p> <p>5.4 Servizio di CS <i>Citizen Satisfaction</i></p>	<p>9 Servizio di promozione e supporto per la cooperazione interistituzionale</p> <p>12.5 1 Servizio eventi di presenza</p> <p>4.5 Servizio di CRM <i>Citizen Relationship management</i></p> <p>10 Servizio di promozione e supporto per lo scambio di esperienze</p> <p>11 Servizio formazione per <i>Opinion leader</i> e Partenariato</p>
	77				

Piano di Comunicazione del
Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013
cofinanziato dall'Unione europea mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale



UNIONE EUROPEA



*Ministero dell'Istruzione,
dell'Università e della Ricerca*



*Ministero
dello Sviluppo Economico*



REPUBBLICA ITALIANA

Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013

cofinanziato dal FESR - Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

ATTENZIONE !



ACCELERARE !

*Lavori in corso: stiamo investendo nel vostro futuro in ricerca e innovazione di qualità per
la competitività della Calabria, Campania, Puglia e Sicilia*
