

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE

RICERCA E INNOVAZIONE 2014-2020

Fondo sociale europeo

Fondo europeo di sviluppo regionale

Fondo di Rotazione nazionale

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Dipartimento per la Formazione Superiore e per la Ricerca

Direzione Generale per il Coordinamento, la Promozione e

la Valorizzazione della Ricerca

Ufficio IV

INDICE

Introduzione.....	5
1. Spunti di riflessione emersi dall'analisi metodologica ex ante.....	7
2. Principali punti di forza e di debolezza emersi dall'analisi della precedente esperienza.....	12
3. Strategia.....	17
3.1. Destinatari e obiettivi	19
3.2. Azioni e strumenti.....	22
4. Budget	30
5. Organizzazione e governance	32
6. Valutazione.....	34
Attività 2016	37

Introduzione

Il presente documento riporta una prima descrizione degli elementi che costituiscono la Strategia di comunicazione (Strategia) per realizzare le iniziative di informazione e comunicazione che devono accompagnare l'intero ciclo d'attuazione del **Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020** (PON o programma), delle sue azioni e relative operazioni sostenute dai fondi strutturali.

Il presente documento fornisce le prime indicazioni di indirizzo per orientare la progettazione, attuazione e valutazione di tutte le misure di informazione e comunicazione previste dalle norme regolamentari europee.

Si tratta di uno strumento da condividere con il partenariato di programma per una gestione efficiente ed efficace delle iniziative di informazione e comunicazione del PON tese a garantire la massima visibilità della politica di coesione, del programma, delle operazioni, del ruolo dei fondi, dell'Unione, e, stimolare e supportare, nel modo possibile, una partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini delle comunità territoriali interessate alla *policy* e al programma.

La Strategia riguarda le iniziative di informazione e comunicazione del PON destinate principalmente ai *potenziali beneficiari*, ai *beneficiari effettivi*, al *pubblico* dei cittadini, e, ai *soggetti moltiplicatori d'informazione* (aree principali di soggetti destinatari).

Le iniziative di informazione e comunicazione del PON devono essere realizzate conformemente alla Strategia e mirare, in particolare, alla massima visibilità (copertura mediatica) della politica e del programma, ottimizzando i fattori efficienza ed efficacia nella gestione di tutte le misure di informazione e comunicazione tese ad assicurare la massima trasparenza e inclusione attiva nell'attuazione e valutazione del PON. La comunicazione ha una sua ragione d'essere fondamentale per la trasparenza. Informazione e Comunicazione e Trasparenza rappresentano la triade radicale della ragione d'essere della comunicazione pubblica e di cittadinanza del PON.

La Strategia prevede la valutazione di tutte le misure di informazione e comunicazione sia in termini di coerenza con le norme comunitarie sia in termini di efficacia delle iniziative di informazione e comunicazione, mediante la misurazione di un sistema di indicatori *di realizzazione* e *di risultato*, e, anche nella prospettiva di una eventuale correzione della stessa Strategia.

Il principale approccio adottato per la comunicazione del PON è di una comunicazione integrata e partecipata, ovvero, una comunicazione integrata ma anche in grado di stimolare il massimo possibile coinvolgimento più attivo e interattivo degli stessi destinatari, in particolare, del Pubblico dei cittadini delle comunità territoriali dei territori obiettivo¹.

¹ I *territori obiettivo* del PON sono le regioni del Mezzogiorno d'Italia, categoria statistica: *meno sviluppate*, Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, e, categoria statistica: *in transizione*, Abruzzo, Molise e Sardegna.

L'Autorità di gestione, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Direzione Generale per il Coordinamento, la Promozione e la Valorizzazione della Ricerca intende attivare, da subito, le iniziative di informazione e comunicazione per la massima possibile diffusione della strategia di programma, degli obiettivi di programma e delle opportunità di finanziamento che si offrono con l'attuazione delle azioni del PON sostenute dall'FSE - Fondo sociale europeo, dal FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale e dall'FdR - Fondo di Rotazione nazionale.

La base giuridica di riferimento principale, da condividere e applicare, è costituita dal Regolamento (UE) N. 1303/2013² che detta chiari e semplici disposizioni e indirizzi in *materia di informazione e comunicazione*³ comuni per tutti i programmi operativi, e, dal Regolamento (UE) N. 821/2014⁴ che precisa alcuni aspetti operativi e caratteristiche tecniche delle misure di informazione e comunicazione, in particolare, fornendo istruzioni per l'utilizzo dell'emblema UE, per l'uso dei colori standard e per la predisposizione di targhe e cartelloni da esporre alla vista del pubblico.

La Strategia è modificabile durante il periodo di programmazione come previsto dalla norma regolamentare [art. 116.2 Regolamento (UE) N. 1303/2013], allineandosi sempre con la strategia più generale di comunicazione del MIUR. La strategia modificata sarà trasmessa dall'Autorità di gestione al Comitato di sorveglianza per approvazione [art. 110.2.d del Regolamento (UE) N. 1303/2013].

² Regolamento (UE) N. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 **recante disposizioni comuni** sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio.

³ In particolare, negli articoli 115, 116, 117, e, nell'Allegato XII al Regolamento (UE) N. 1303/2013.

⁴ Regolamento di esecuzione (UE) N. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014 **recante modalità di applicazione** del regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le modalità dettagliate per il trasferimento e la gestione dei contributi dei programmi, le relazioni sugli strumenti finanziari, le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione per le operazioni e il sistema di registrazione e memorizzazione dei dati.

1. Spunti di riflessione emersi dall'analisi metodologica ex ante

Gli spunti riguardano la politica di coesione e il programma per definire meglio il ruolo della comunicazione pubblica del programma sulla base degli obblighi di legge dettati dalle norme regolamentari europee.

Il programma è uno dei programmi operativi previsto dall'Accordo di partenariato per l'Italia 2014-2020, e, riguarda (seleziona), in particolare, gli obiettivi tematici OT1, OT10 e OT11. Tra i suoi caratteri peculiari che devono tutti ispirare l'approccio strategico della comunicazione pubblica del programma certamente spiccano il perseguimento di finalità di rilevanza nazionale e una progettazione orizzontale e integrata, con Assi, Obiettivi Tematici e relative azioni che, nel corso dell'attuazione del programma, tenderanno a loro volta a integrarsi. Il ruolo della comunicazione pubblica del programma come servizio di informazione e comunicazione può essere importante per diffondere una maggiore consapevolezza dell'importanza dell'innalzamento della competitività del Sistema Paese sui mercati internazionali e per facilitare, favorire e accelerare alcune fasi d'integrazione, come servizio "catalizzatore", attivando canali, strumenti e sistemi a disposizione.

Il PON come "mission" assume il riposizionamento competitivo dei territori meridionali e orienta la mobilitazione delle sue complessive risorse (circa 1,2 miliardi di euro) per introdurre mutamenti di valenza strutturale, onde accrescere nei territori obiettivo la capacità di produrre e utilizzare ricerca e innovazione di qualità per l'innescio di uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo.

La comunicazione deve mantenere vivo il ricordo durante l'attuazione del programma sui fini ultimi della politica, e, la missione e gli obiettivi della strategia di programma. Sul carattere trasversale e costruttivo della politica di coesione cui discende logicamente (coerentemente) la strategia di programma. Perché si fanno certi interventi pubblici a beneficio dei territori obiettivo?

Un punto d'avvio della riflessione è sullo scenario con una vista sulla Classifica degli Innovatori, secondo l'indice della Commissione europea che riassume i dati di dettaglio di R&S. In questa classifica, l'Italia si colloca tra gli "innovatori moderati"⁵, e, molte speranze per salire nella Classifica sono riposte solo nell'investimento per la ricerca e per l'innovazione nell'ambito della politica di coesione. La comunicazione ha un ruolo importante nel collegare i differenziali statistici (percepiti come cose astratte di scarso significato) con un cambiamento di valenza strutturale dell'economia, della società e della condizione di benessere dei cittadini attraverso la ricerca, l'innovazione e lo sviluppo del capitale umano.

Dal programma si evince un approccio nuovo fortemente inclusivo e cooperativo ma anche negoziale e competitivo dove "domanda e offerta di ricerca possono definire i loro rispettivi contorni e le relative modalità di incontro solo attraverso un'interazione reciproca mediata dall'istituzione

⁵ Dall'articolo di M. Sideri, 29 dicembre 2015, Corriere della Sera: "Lo sviluppo da conquistare. Siamo tra le prime 10 nazioni al mondo per pubblicazioni ma la bellezza del nostro genio scientifico e tecnologico non si trasforma in aziende e start up. L'unica soluzione: investire di più"; "Nel primo semestre del 2015 abbiamo speso nel complesso 20 milioni. In Francia una cifra simile la dà un unico investitore"; "C'è una correlazione tra investimenti in ricerca e sviluppo, cultura dell'innovazione e crescita del Prodotto interno lordo. L'Italia fatica però a mantenere alti standard se paragonati a quelli degli altri Paesi europei. Siamo innovatori moderati e ora serve un colpo di reni".

pubblica”, ottenendo i risultati e le sinergie di valenza strutturale ma se si esprime la capacità di “fare sistema”. La comunicazione ha un ruolo di servizio per costruire un “ponte” tra processi decisionali multi-attore e partecipazione del pubblico dei cittadini interessati a interventi dal lato della domanda dell’economia (imprese) e della società (comunità territoriali delle regioni del Mezzogiorno).

Il PON deve mobilitare tutte le risorse per rispondere alla domanda dell’economia e contestualmente della società. Il ruolo del partenariato sia istituzionale sia economico-sociale è fondamentale, come primo agente per promuovere e attuare questo nuovo approccio. In sintesi, interventi orientati dal lato della domanda dell’economia e della società, facendo sistema, per contribuire all’innescio di uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo.

Tenuto conto delle aspettative e dei bisogni emersi e rilevati dalla precedente esperienza fatta anche nel contesto territoriale locale, conseguentemente, si dovrà perseguire linee di progettualità per promuovere iniziative di informazione e comunicazione correlate alle sfide lanciate dalla strategia del programma nell’ambito degli investimenti per la crescita e l’occupazione mediante l’attuazione delle singole azioni FSE e FESR e che facciano perno sul concetto stesso di *inclusione attiva*⁶.

L’attivazione on line della consultazione pubblica che ha caratterizzato in modo innovativo la fase di adozione del PON ha confermato la necessità di applicare il nuovo approccio anche nel rapporto tra istituzioni e cittadino, basato su un coinvolgimento pubblico più attivo, e creando, un “ponte” tra “addetti ai lavori” interessati alle opportunità di finanziamento e “non addetti ai lavori” che non sono meno interessati dei primi ai temi della ricerca, dell’innovazione e dello sviluppo del capitale umano. Infatti, questi temi, nello specifico della politica e del programma, hanno una rilevanza straordinaria rispetto ai problemi socio-economici, ai bisogni di crescita e occupazione dei territori obiettivo e dell’intera Nazione.

Di questo nuovo approccio il documento di programma fa riferimento sia nel descrivere i caratteri peculiari del PON sia i paradigmi fortemente innovativi cui fa perno la stessa strategia di programma. La comunicazione del PON deve interpretare e diffondere le opportunità/sfide lanciate con l’attuazione della politica di coesione e del programma in modo sistematico. La Comunità PON sui temi della ricerca, dell’innovazione e dello sviluppo del capitale umano è la struttura ideale per favorire e facilitare soprattutto l’apprendimento sociale (per cogliere ogni nesso della politica di ricerca e innovazione) e lo sviluppo di nuova conoscenza, anche per “tirare” la ricerca e l’innovazione dal lato della Domanda, contestualmente, dall’economia (imprese) e dalla società (comunità territoriali locali e nazionale).

⁶ Estratto da pagina 44 del documento di Programma circa il tema de “La fiducia nelle istituzioni”: «[...] Negli ultimi anni il livello di fiducia riposto nelle istituzioni è sceso a livelli infimi, [...]. Tale fiducia scende a livello ancor più preoccupante nel meridione. Il quadro complessivo descrive la complessità e gravità della situazione. Si tratta di problemi che possono essere affrontati solo attraverso un approccio integrato e di medio-lungo termine, quale è quello che si delinea nell’AdP e che fa perno sul concetto comunitario di “inclusione attiva”. Il contributo a tale strategia che può essere assicurato dal PON è cospicuo, perché la promozione e valorizzazione di nuove conoscenze, il rafforzamento delle condizioni di contesto e il sostegno allo sviluppo dell’imprenditorialità innovativa e tecnologica, che sono precipui scopi che il PON persegue, possono concorrere a rimuovere il grave deficit esistente nei requisiti di cittadinanza. Ma un’ulteriore motivazione è sottesa alla scelta dell’Amministrazione: i decisori politici e i manager delle istituzioni di ricerca sono costantemente investiti da istanze sociali che chiedono risposte precise ai problemi posti dalla vita collettiva. Perché la ricerca scientifica e tecnologica possa incorporare un orientamento strutturale al problem solving debbono essere rimosse tutte le paratie che troppo spesso nel passato hanno allontanato i “non addetti ai lavori” dalle sedi preposte alla formulazione, gestione e valutazione delle politiche della ricerca e dell’innovazione. [...]».

Il documento di strategia di comunicazione, quindi, deve rivolgersi a tutti gli attori, e, deve tenere conto degli obblighi regolamentari, deve tenere conto della politica e della singolarità e specificità del programma, deve tenere conto dei bisogni e delle aspettative rilevate ma anche di quelle latenti da esplicitare per favorire facilitare al meglio la strutturazione della domanda [trasformare la conoscenza tacita inglobata anche nei racconti dei cittadini, singoli e associati, in conoscenza esplicita per strutturare (esplicitare) meglio coerentemente la Domanda].

Spunti provengono anche riguardo i principali punti di forza e debolezza emersi dall'analisi della precedente esperienza nell'ambito dell'attuazione del Piano di comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013⁷.

Nel segno guida di questo nuovo approccio inclusivo negoziale anche l'analisi dei punti di forza e di debolezza della precedente esperienza contribuisce a orientare le nuove linee di progettazione realizzazione e valutazione delle future iniziative di informazione e comunicazione del PON.

L'esperienza fatta, per esempio, per la trasparenza (open data) o per il coinvolgimento dei cittadini con le Antenne del PON R&C 2007-2013 e le specifiche politiche di partecipazione accennate nel documento di programma stesso orientano l'elaborazione della strategia di comunicazione del PON anche verso una iniziativa di promozione e sostegno di discorsi e pratiche di partecipazione all'inclusione e alla cittadinanza attiva dei cittadini delle comunità territoriali alla *policy* e al programma.

Il rapporto tra istituzioni e cittadino rappresenta il punto di riferimento di contesto nel quale si dovranno sviluppare le iniziative di informazione e comunicazione del PON anche tenuto conto degli obblighi dettati dalle norme in materia di misure di informazione e comunicazione da realizzare per la visibilità del politica coesione, del programma, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e anche in termini di azioni di sensibilizzazione nei loro confronti.

Si tratta quindi anche di fare riferimento più direttamente alla questione della “fiducia nelle istituzioni da parte del cittadini”⁸

A tale riguardo, la riflessione sul contesto problematico si è anche soffermata sui risultati del sondaggio 2015 dell'Eurobarometro.

In particolare, un cenno, in merito alla **consapevolezza della politica regionale UE da parte dei cittadini dei 28 Stati membri** per evidenziare la posizione dell'Italia.

Il sondaggio Eurobarometro 2015⁹ fornisce uno spaccato delle opinioni attualmente condivise dai cittadini, mostrando che il livello di “consapevolezza” dei cittadini per la politica regionale dell'Unione

⁷ Il Piano è stato gestito dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, in qualità di Autorità di gestione, e, dal Ministero dello Sviluppo Economico, in qualità di Organismo intermedio. (documento disponibile in rete: http://www.ponrec.it/media/3145/pdc_ponr_c_2008_12_08.pdf)

⁸ Nel Piano di comunicazione 2016, basato sul coinvolgimento (impegno) del Partenariato dell'Informazione e Comunicazione del PON, sarà prevista la progettazione e realizzazione di una ricerca presso le comunità territoriali delle regioni del Mezzogiorno d'Italia come sondaggio dell'opinione pubblica, in particolare, presso i cosiddetti “non addetti ai lavori”.

⁹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb83/eb83_it.htm

europea è rimasto stabile rispetto alle indagini dell'opinione pubblica del 2010 e nel 2013: il 34% degli intervistati ha sentito parlare dei progetti cofinanziati dall'Unione europea nella zona dove risiede.

In particolare, “sul totale dei cittadini che dichiarano di essere consapevoli della politica regionale dell'Unione europea, tre quarti ritengono che i progetti abbiano un impatto positivo” (media UE-28), rispondendo alla domanda: **Ripensando a tutti i progetti di cui ha sentito parlare, affermerebbe che il sostegno fornito ha avuto un impatto positivo o negativo sullo sviluppo della sua città o regione?**

I risultati dell'analisi di sondaggio collocano nella classificazione l'Italia nell'ultima posizione, così riportando le percentuali delle risposte alla domanda: “Non so”, per il 14%; “Nessuno impatto” (risposta spontanea), per 23%; “Negativo”, il 22%; “Positivo”, per il 41%.

Sulla base della riflessione fatta tra le linee nuove promosse dalla Strategia come tratto aggiuntivo per l'efficacia stessa delle iniziative di informazione e comunicazione si individua la promozione dell'adesione a un costituendo partenariato dell'informazione e della comunicazione del PON, come iniziativa aggiuntiva (per un effetto leva), sia per una maggiore *visibilità della politica di coesione e del programma* stesso, a livello locale, sia per collaborare a mantenere un *dialogo continuo con i cittadini* nelle iniziative di ascolto attivo sia per l'auspicato orientamento degli interventi dal lato della domanda sia per mantenere vivo il dibattito pubblico sulla importanza stessa della politica di coesione con il sostegno dei fondi strutturali FSE e FESR, del programma e per una maggiore sensibilizzazione del pubblico dei cittadini nei loro confronti e nei confronti del ruolo dell'Unione, del funzionamento delle sue istituzioni e priorità politiche dell'Unione¹⁰.

La Strategia, infatti, assume la visibilità della politica europea di coesione 2014-2020 e il coinvolgimento dei cittadini come impegno da condividere con e tra tutte le parti interessate al successo del PON Ricerca e Innovazione, nell'auspicio di un rinnovato impegno soprattutto volontaristico cooperante-reticolare di un vasto e sempre più attivo partenariato dell'informazione e della comunicazione del PON¹¹.

Il coinvolgimento (impegno) di tutte le parti interessate rappresenta una condizione fondamentale della fase di attuazione del PON per il suo stesso successo, e, per conquistarne tutti e insieme i relativi risultati annunciati (enfaticamente l'approccio ai risultati del programma e dell'impiego dei fondi pubblici).

¹⁰ “Per ottenere una maggiore efficienza nella comunicazione al pubblico di grandi e più forti sinergie tra le attività di comunicazione svolte su iniziativa della Commissione, le risorse destinate alle azioni di comunicazione ai sensi del presente regolamento contribuiscono anche alla comunicazione istituzionale delle priorità politiche dell'Unione nella misura in cui sono connesse agli obiettivi del presente regolamento”, dall'articolo 58 – assistenza tecnica del Regolamento (UE) N. 1303/2013.

¹¹ Nel rigoroso rispetto dei criteri d'integrazione e complementarietà nei riguardi del ruolo del partenariato istituzionale e socio-economico del programma.

La strategia di comunicazione del PON ha un suo importante riferimento nel modello *Open Government* (dimensioni del modello: *Trasparenza, Collaborazione and Partecipazione*) adottato dalle amministrazioni pubbliche e promosso dagli stessi servizi dell’Agenzia per la Coesione Territoriale.

La Strategia, infatti, assicura lo sviluppo delle misure di informazione e comunicazione per contribuire al miglioramento continuo della trasparenza, e, a promuovere e supportare al meglio la collaborazione e la partecipazione dei cittadini alla *policy* e al programma stesso.

La scala della partecipazione dei cittadini (e relative “promesse”)



[Liberamente da “a ladder of citizen participation”, Sherry R. Arnstein, 1969]

In particolare, per la partecipazione dei cittadini è fondamentale condividere l’obiettivo generale di mantenere la promessa di “tenere informati” tutti i cittadini (AdG e Beneficiari effettivi dei fondi), sul passato e futuro degli interventi pubblici, come base (“piattaforma continentale”) sulla quale costruire la partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini alla *policy* e al programma, passando da una partecipazione di natura passiva (comunque, di cittadino informato) a una partecipazione più attiva e interattiva del cittadino stesso (comunque, di cittadino monitorante)¹².

La riflessione porta a concludere sulla necessità di mantenere - tutti e insieme - vivo il *Dibattito Pubblico* sull’importanza della politica di coesione e sui relativi interventi per la ricerca, per l’innovazione e per lo sviluppo del capitale umano mediante un *Dialogo Continuo* con e tra i cittadini delle comunità territoriali, e, sperimentando eventuali nuove forme di coinvolgimento (impegno) della “società civile”, su scala locale e regionale, in termini di *citizen engagement* per capitalizzare il valore aggiunto della partecipazione del pubblico, collaborando per supportare la scelta del MIUR di “attivare attraverso la gestione del PON una

¹² Articolo 1.1 – Principio generale di trasparenza del Decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, permalink: www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/04/05/13G00076/sg, “[...] favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull’utilizzo delle risorse pubbliche”.

interlocuzione costante e pregnante con un ampio tessuto sociale (e non solo con i collaudati stakeholder), onde addivenire ad una condivisione pubblica delle azioni programmatiche da mettere in campo”¹³.

Pertanto, la conclusione è anche quella di sviluppare gli elementi emersi come alcuni punti d'avvio di una riflessione più allargata che possa svilupparsi coinvolgendo il pubblico dei cittadini nell'ambito di un vivo dibattito che si faccia sempre più pubblico e sulla base di un dialogo con e tra i cittadini che si mantenga continuo.

2. Principali punti di forza e di debolezza emersi dall'analisi della precedente esperienza

La Strategia è stata elaborata coerentemente alle prescrizioni regolamentari, cogliendo la specificità e singolarità del programma (per i suoi peculiari caratteri, gli obiettivi tematici e obiettivi prioritari e specifici), e, anche tenendo conto dei principali punti di forza e di debolezza emersi dall'analisi della precedente esperienza fatta con l'attuazione del Piano di comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013¹⁴.

L'analisi di monitoraggio delle attività svolte nel passato hanno fatto emergere i seguenti principali punti di forza e di debolezza, come elementi di riferimento per l'elaborazione della nuova strategia di comunicazione e delle sue future linee progettuali.

I principali punti di forza:

- I. visibilità delle operazioni e risultati con Open Data;
- II. impiego social media e promozione Antenne PONREC.

I principali punti di debolezza:

- I. raccordo con le Regioni in materia di informazione e comunicazione;
- II. partecipazione dei cittadini.

Visibilità delle operazioni e risultati con Open Data

La sezione Open Data¹⁵, pubblicata sul sito PONREC della precedente programmazione, è da considerare una buona pratica per garantire la **trasparenza** sul sostegno fornito dai fondi. Gli

¹³ Pagina 5 del documento di Programma.

¹⁴ Il Piano è stato gestito dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, in qualità di Autorità di gestione, e, dal Ministero dello Sviluppo Economico, in qualità di Organismo intermedio. (documento disponibile in rete: http://www.ponrec.it/media/3145/pdc_ponr_c_2008_12_08.pdf)

¹⁵ La sezione open data è raggiungibile al seguente indirizzo <http://www.ponrec.it/open-data>. Sono presenti informazioni sull'avanzamento della spesa certificata, le spese di funzionamento, l'elenco e i dettagli di tutti i progetti finanziati, l'elenco e i dettagli di tutti i beneficiari, i risultati dei progetti del

elementi principali offerti dalla sezione open data sono rappresentati dalla *ricerca e la navigazione* tra le informazioni sia dei progetti sia dei beneficiari e dai *file in formato aperto*, cioè in CSV¹⁶ e che classificano il servizio open data del programma con un punteggio di 3 stelle su cinque.

La riproduzione e sviluppo della sezione open data produrrà anche un effetto virtuoso per il coinvolgimento più attivo e interattivo dei cittadini (*Open Data e Civic Engagement*). Infatti, più si rendono **noti i risultati** degli investimenti pubblici più lo spazio del coinvolgimento dei cittadini si allarga e si potrebbe meglio qualificare il rafforzamento dell'impegno civico (*civic engagement*).

Pertanto, si prevede di capitalizzare e migliorare tale buona pratica con l'obiettivo di collaborare con i servizi del **Portale OpenCoesione** anche per sviluppare ogni possibile sinergia sia per il miglioramento del servizio on line sulle operazioni cofinanziate dai Fondi strutturali del PON, verso una classificazione da cinque stelle del servizio open data, sia per accrescerne la leggibilità da parte anche del più vasto Pubblico di cittadini, cosiddetto, di "non addetti ai lavori".

Riproducendo e sviluppando tale pratica anche con l'obiettivo sopra descritto s'intende così rispettare, in particolare, quanto previsto al punto 2 dell'articolo 115 del Regolamento (UE) N. 1303/2013¹⁷ circa l'**Elenco delle operazioni** (da rendere pubblico e assicurando un aggiornamento almeno semestrale delle informazioni minime che l'Elenco deve contenere).

La pubblicazione e aggiornamento semestrale della "Sezione Open Data" sul sito/portale del PON sarà accompagnata dall'attività continua di trasmissione dei dati e delle informazioni¹⁸ che verranno pubblicati nel **Portale unico nazionale OpenCoesione**. Inoltre, si procederà a trasmettere tutti i dati e le informazioni relativi all'attuazione del PON per la loro pubblicazione nella sezione del sito istituzionale del MIUR: "Amministrazione Trasparente".

PON e la distribuzione dei dati (denominata "Utilizza i dati") in forma aperta dei progetti e dei beneficiari e l'archivio con tutti i rilasci avvenuti nel tempo.

¹⁶ Standard per dati (tabulari) semplice e molto comune.

¹⁷ Punto 2 dell'articolo 115 del Regolamento (UE) N. 1303/2013:

«2. Al fine di garantire la trasparenza del sostegno fornito dai fondi, gli Stati membri o le autorità di gestione mantengono un elenco delle operazioni suddivise per programma operativo e per fondo, nella forma di un foglio elettronico che consente di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet, a esempio in formato CSV o XML. L'elenco delle operazioni è accessibile tramite un sito web unico o un portale web unico, che fornisce un elenco e una sintesi di tutti i programmi operativi dello Stato membro interessato. Al fine di incoraggiare l'utilizzo dell'elenco delle operazioni successive da parte del settore privato, della società civile e dell'amministrazione pubblica nazionale, il sito web può indicare chiaramente le norme applicabili in materia di licenza ai sensi delle quali i dati sono pubblicati. L'elenco delle operazioni è aggiornato almeno ogni sei mesi. Le informazioni minime da indicare nell'elenco delle operazioni sono specificate nell'allegato XII».

¹⁸ Elenco schematico dei contenuti che saranno trasmessi e pubblicati nel Portale OpenCoesione:

- opportunità di finanziamento
- bandi di gara e di concorso
- liste di progetti e beneficiari
- contenuti aggiuntivi sui progetti monitorati.

Impiego Social media e promozione Antenne PONREC

I canali social attivati nella precedente esperienza sono stati tre: YouTube, Twitter e Storify.

L'esperienza fatta con l'utilizzo dei servizi social registra discreti risultati che incoraggiano a capitalizzare l'esperienza fatta nella prospettiva di un miglioramento della qualità del servizio di informazione e comunicazione del PON.

Nel corso della precedente programmazione 2007/2013, la presenza del PON R&C sui social media ha svolto, comunque, un importante ruolo per l'immediata e capillare diffusione di tutte le informazioni utili riguardanti bandi realizzati, progetti finanziati, manifestazioni ed eventi annunciati o in corso.

In particolare, Twitter ha anche supportato il servizio di assistenza tecnica ai beneficiari durante l'attuazione delle operazioni e favorito la creazione di *community* su temi di interesse e in ordine ai progetti finanziati.

In considerazione dell'esperienza positiva maturata, quindi, nell'ambito della programmazione 2014-2020, anche il Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione attiverà servizi social nell'ambito di una specifica strategia di progressivo sviluppo dei servizi coerentemente all'approccio integrato e partecipato della comunicazione del PON¹⁹.

Con riferimento ai social media utilizzati nella precedente programmazione s'intende migliorarne l'impiego con l'obiettivo di svilupparne l'utilizzo in coerenza con le linee direttrici definite dalle sovra-ordinate strutture del MIUR competenti in materia di comunicazione.

Nell'ambito di un approccio più organico multicanale e d'integrazione maggiore tra canali/strumenti/servizi (tradizionali e innovativi) la strategia social media del PON, quindi, trova una sua collocazione importante nella stessa strategia di comunicazione del PON, come leva per favorire l'integrazione tra strumenti/canali/servizi e per una diffusione delle informazioni più mirata, comunque, nella consapevolezza che l'impiego dei social media comporta la gestione di un delicato passaggio: **da** una comunicazione ai cittadini **a** una comunicazione con e tra i cittadini.

Comunque, l'approccio multicanale, indispensabile per fornire un servizio di comunicazione del PON efficace e orientato al soddisfacimento dei diversi destinatari (*people satisfaction*), trova nell'impiego dei social media una opportunità aggiuntiva per garantire il massimo coinvolgimento più attivo dei destinatari, nella consapevolezza che la comunicazione sui fondi del PON ha come missione la massima visibilità della *policy* e del programma e il coinvolgimento più attivo delle parti interessate nei processi di informazione e comunicazione, di cooperazione e di partecipazione dei cittadini alla *policy* e al programma.

La strategia di comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020 farà "leva", per una sua più efficace attuazione (ed eventuale correzione), proprio sull'impegno volontaristico cooperante-reticolare delle persone che aderiscono all'**iniziativa** di costruzione del *Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020*, con l'obiettivo di creare e sviluppare reti e comunità per la qualità della comunicazione con e tra i cittadini, ai vari livelli di scala territoriale [dal livello locale e

¹⁹ Vedi pag. 95 del documento di programma relativa all'azione III.2.

regionale a quello interregionale e nazionale]. In questa nuova linea progettuale partenariale l'impiego dei social media sarà un'importante fattore per l'inclusione attiva dei destinatari della comunicazione del PON. Questa nuova linea ha l'obiettivo di rilanciare la linea della precedente esperienza su "Reti e Partenariato"²⁰, beneficiando anche del contributo di esperienze accumulate in passato nell'ambito dell'iniziativa di promozione per la creazione di una rete di punti di informazione e di antenne regionali del PON R&C 2007-2013.

Nella precedente programmazione nell'ambito dell'attuazione del Piano di comunicazione del PON REC 2007-2013 è stata promossa, infatti, la creazione di quattro Antenne regionali del PON R&C 2007-2013 mediante una *convenzione operativa di cooperazione inter-istituzionale*, come strumento della possibile collaborazione tra il livello nazionale e quello locale.

Con l'incontro del 16 settembre 2014 si è avviato il confronto con e tra i rappresentanti delle quattro Antenne proprio nella prospettiva dell'attuazione della programmazione 2014-2020 (fase discendente), dialogo che, proseguendo e allargandosi sul territorio, si è anche sviluppato in occasione dell'incontro del 3 dicembre 2015 nell'ambito del seminario partecipativo: "Verso la Comunità di Pratica"²¹.



L'**obiettivo** condiviso, nel dialogo avviato e sviluppato con e tra i responsabili delle Antenne, è di sviluppare, in *co-design*, l'*idea-progetto* del Progetto per la creazione dei Punti di Informazione e Comunicazione e delle Antenne regionali del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione 2014-2020 [Progetto-RETE_2014-2020] coerentemente però alla definizione di un accordo di cooperazione per lo sviluppo dell'*idea-progetto* (accordo MIUR e REGIONI, in qualità di AdG di PO), prevedendo, a livello locale, l'adesione di amministrazioni comunali interessate, di altri soggetti pubblici e privati (profit e no profit) e soprattutto di singoli cittadini²².

In tale contesto, quindi, s'intende sviluppare un'iniziativa di informazione e comunicazione per la promozione e attivazione del *Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione del PON Ricerca e Innovazione* come agente di un impatto di maggiore efficacia delle misure di informazione e comunicazione del PON soprattutto per il Pubblico dei cittadini, capitalizzando ogni esperienza locale di buone pratiche di partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini alla *policy* e al PON.

Raccordo con le Regioni e partecipazione dei cittadini

Dall'analisi delle attività di comunicazione del precedente periodo sono emersi questi due punti di debolezza che sono da considerare "facce di una stessa medaglia" nella condivisione del medesimo pubblico di cittadini delle comunità territoriali interessate ai programmi operativi comunitari: l'importanza di una maggiore evidenza della cooperazione tra i vari livelli di governo.

²⁰ Sito PON R&C 2007-2013: <http://www.ponrec.it/programma/comunicazione/reti-e-partenariato/>

²¹ Per il seminario partecipativo "Verso la Comunità di Pratica" consulta la pagina web del sito ponrec: <http://www.ponrec.it/notizie/2015/novembre/versocomunitadipratica/>

²² Il Progetto-RETE_2014-2020 intende promuovere e sostenere la partecipazione all'inclusione e alla cittadinanza attiva dei cittadini delle comunità territoriali comunali alla *policy* per la ricerca e per l'innovazione e per lo sviluppo del capitale umano, con i cittadini delle comunità territoriali comunali come beneficiari del progetto, e, protagonisti dello sviluppo stesso del Progetto-RETE_2014-2020.

Infatti, anche nelle esperienze fatte sul territorio si è potuto verificare questa importanza. L'evidenza presso il pubblico dei cittadini a livello locale di forme/contenuti/azioni di cooperazione inter-istituzionale tra i livelli di governo (nazionale e locale) produce effetti molto positivi nello stesso spazio del coinvolgimento attivo dei cittadini.

Pertanto, è auspicabile un raccordo sempre più stretto tra il livello nazionale e quello locale dei servizi per l'informazione e comunicazione dei programmi operativi, anche programmando le possibili "azioni congiunte" in materia di partecipazione dei cittadini delle comunità territoriali interessate ai temi della ricerca, dell'innovazione e dello sviluppo del capitale umano.

In effetti si tratta di "azioni congiunte" correlate all'obiettivo generale da tutti condiviso, di ridurre **il divario e la distanza tra istituzioni e cittadino.**

La Strategia promuove, quindi, una linea progettuale aperta per la definizione di un accordo di cooperazione inter-istituzionale per lo sviluppo di "azioni congiunte" per la qualità della comunicazione pubblica con e tra i cittadini e per una loro partecipazione più attiva e interattiva alla politica di coesione, in particolare, rispetto agli investimenti pubblici per la ricerca, per l'innovazione e per lo sviluppo del capitale umano a valenza nazionale (PON) e regionale (POR).

La stessa esperienza fatta dalle Antenne PON R&C 2007-2013 cui hanno aderito diverse amministrazioni comunali, ha evidenziato bisogni e istanze di partecipazione più attiva e interattiva da parte della "società civile" in tema di ricerca, di innovazione e di sviluppo del capitale umano.

3. Strategia

Il fondamentale primo gradino della *scala della partecipazione* è tenere costantemente e tempestivamente informati i Potenziali Beneficiari e il Pubblico dei cittadini “tutti” in merito alle opportunità/sfide offerte con il sostegno dei fondi pubblici, garantendo l’accessibilità totale all’informazione e la relativa intellegibilità dei dati e delle informazioni, come requisito irrinunciabile di trasparenza (interna, esterna, interna e esterna), e, presupposto per la partecipazione, tra altri, agli irrinunciabili processi di *public accountability*, pre-ordinati e realizzati dall’amministrazione pubblica in collaborazione anche con i beneficiari dei fondi, impegnati a informare il Pubblico sui fondi da loro ottenuti, cui le norme regolamentari ne indicano la responsabilità, compresa quella della stessa Autorità di gestione a verificarne l’avvenuta assunzione mediante un monitoraggio continuo di tutte le misure di informazione e comunicazione realizzate dai beneficiari stessi.

Caratteristiche della Strategia

Le misure di informazione e comunicazione del PON devono essere realizzate in coerenza con le norme e standard europei, e, caratterizzarsi per una maggiore possibile efficacia e incisività e utilità per i vari destinatari sensibilizzandoli a un coinvolgimento pubblico più attivo e per una comunicazione di cittadinanza più diffusa.

La Strategia deve assicurare, **da un lato**, l’applicazione di ogni obbligo di legge [tutti] in materia di informazione e comunicazione, attuando le previste misure con un approccio integrato, **dall’altro lato**, facilitare il coinvolgimento pubblico e l’impegno di tutti gli attori degli interventi del Programma.

La Strategia ha un principale carattere di strategia di comunicazione integrata e partecipata²³ proprio per meglio facilitare e favorire il coinvolgimento e l’impegno sia degli *stakeholder* (*stakeholder engagement*) sia dei cittadini delle comunità territoriali (*citizen engagement*).

Questo principale carattere deve anche contemplare un approccio per soddisfare i bisogni di informazione comunicazione dei diversi *gruppi bersaglio* in una ottica di gestione dei servizi orientati ai vari gruppi di utenza (*people satisfaction*).

²³ Le dimensioni della comunicazione pubblica integrata e partecipata: istituzionale/d’immagine; di servizio/operativa; interna/esterna; organizzativa; inter-istituzionale orizzontale/verticale; integrazione di strumenti (*communication mix*) e multimedialità; partecipazione del pubblico ai processi decisori.

In particolare, con attenzione alla partecipazione del pubblico dei cittadini, promuovendo e sostenendo, in *cooperazione inter-istituzionale*, tra il livello nazionale e quello locale (AdG PO), anche l'iniziativa sperimentale (*progetto pilota*) per dare vita alla *rete* di punti di informazione e comunicazione e di antenne regionali del PON.

Soggetti responsabili

È necessario distinguere (non separare) sin da subito due tipi di comunicazione. La comunicazione interna che mira a meglio definire la governance del progetto comunicazione del PON e come strumento di servizio finalizzato all'attuazione efficace delle politiche pubbliche, e, la comunicazione esterna tesa all'ottimizzazione delle strategie media per la massima copertura mediatica e della comunicazione più orientata al marketing mix a livello strategico politico, operativo e organizzativo per rafforzare sia l'immagine del PON a livello di "brand" politico istituzionale sia un impegno civico più diffuso del pubblico dei cittadini (costruzione dell'immagine e dell'identità del programma presso il pubblico dei cittadini).

La Strategia, in coerenza soprattutto con i risultati dell'incontro del 3 giugno 2015 a Roma presso la sede dell'Agenzia per la Coesione Territoriale, per una forte cooperazione inter-istituzionale tra Amministrazioni nazionali e regionali, intende promuovere reti e comunità, come infrastrutture e strutture ideali per una "partecipazione" più attiva e interattiva dei cittadini e di tutte le parti interessate, sulla base dell'obiettivo - condiviso nella stessa riunione del 3 giugno - di "fare sistema".

I soggetti responsabili della politica di comunicazione del PON sono accennati nel quadro dei seguenti punti:

- le strutture sovraordinate alla Direzione Generale, come l'Ufficio di gabinetto e l'Ufficio di comunicazione del Ministro;
- la Direzione Generale per il Coordinamento, la Promozione e la Valorizzazione della Ricerca;
- il Dirigente Ufficio VII - DG Ricerca, con responsabilità di coordinamento delle attività e risorse della comunicazione per la ricerca nazionale e internazionale;
- l'Autorità di gestione del PON, Dirigente Ufficio IV- DG Ricerca, con responsabilità direttamente esplicitate, nel Regolamento (UE) n. 1303/2013 del 17 dicembre 2013 (Reg. n. 1303/2013);
- il responsabile dell'informazione e della comunicazione, a livello di PON;
- il responsabile della costituenda Unità organizzativa per la comunicazione e per l'animazione territoriale;

- il personale incardinato dell'Ufficio IV dedicato all'attuazione delle misure di informazione e comunicazioni come precisate nei piani di comunicazione annuali di attuazione della Strategia.

A questi “punti” di responsabilità si aggiungono gli altri importanti centri e soggetti di responsabilità diretta o indiretta:

- PCM che gestisce i servizi del Portale unico nazionale OpenCoesione;
- Comitato di Sorveglianza del PON che esamina e approva la strategia di comunicazione per il PON ed eventuali modifiche della stessa;
- i Beneficiari²⁴ effettivi dei fondi che attuano operazioni nell'ambito delle azioni FSE e azioni FESR del PON;
- gli eventuali soggetti moltiplicatori d'informazione che intendessero aderire al partenariato dell'informazione e della comunicazione del PON.

Ricoprono, comunque, un importantissimo ruolo per favorire e facilitare il confronto e lo scambio delle buone pratiche:

- le reti nazionali dei comunicatori FESR (ACT) e dei comunicatori FSE (MLPS);
- le reti transnazionali dei comunicatori FESR e FSE promosse e gestite dai servizi della Commissione.

3.1. Destinatari e obiettivi

Destinatari

I principali destinatari-protagonisti [aree di destinatari] della “Informazione e Comunicazione” del Programma, come aggregati generali di gruppi bersaglio da coinvolgere (impegnare), sono esemplificati nel quadro dei seguenti punti:

- *I Potenziali beneficiari;*
- *I Beneficiari effettivi;*
- *Il Pubblico* dei cittadini tutti, in particolare, delle comunità territoriali comunali dei territori obiettivo;
- *I Soggetti²⁵ moltiplicatori d'informazione* che intendano condividere la strategia di comunicazione del PON, impegnandosi per “un'ampia diffusione delle informazioni di cui all'articolo 115, paragrafo 1”;

²⁴ I beneficiari effettivi di fondi hanno la responsabilità durante l'attuazione di un'operazione di informare il pubblico sul sostegno ottenuto dai fondi (punto 2.2 – Responsabilità dei beneficiari dell'Allegato XII al Reg. n. 1303/2013).

²⁵ Soggetti moltiplicatori [punto 2.3 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) n. 1303/2013].

- *Le autorità di gestione* di PO;
- *I responsabili* dell'informazione e comunicazione dei PO FSE FESR, come protagonisti delle reti nazionali ed europee per la comunicazione sui fondi strutturali.

La segmentazione dei destinatari-protagonisti della strategia deve svilupparsi nella prospettiva di una programmazione condivisa, circolare e reticolare basata sulla rilevazione dei reali bisogni [mappe] d'informazione e comunicazione di tutte le parti interessate a livello, in particolare, di *territori obiettivo* anche per promuovere azioni partecipate di *civic innovation*²⁶.

Obiettivi

Gli obiettivi prioritari²⁷ previsti con la Strategia sono descritti nel quadro dei seguenti punti:

OB1* Accrescere la conoscenza e la consapevolezza, la cooperazione delle parti interessate e la partecipazione più attiva e interattiva anche del pubblico dei cittadini delle comunità territoriali interessate, fornendo tutti i dati, informazioni e conoscenze nei canali digitali, ottimizzando la qualità dei servizi on line (*co-design*), per assicurare il presidio e l'ottimizzazione del fattore trasparenza del programma, realizzando il sito/portale del PON²⁸ come principale veicolo e strumento di interfacciamento per tutti i servizi *on line* e di indirizzamento verso i sistemi

²⁶ Per promuovere a livello locale progetti di *civic innovation* e laboratori di progettazione partecipata ricerca e innovazione anche con focus della ricerca stessa sull'innovazione civica.

²⁷ Gli obiettivi sono coerenti alle norme in materia di informazione e comunicazione prescritte negli articoli 115-117 del Regolamento (UE) N. 1303/2013 del 17 dicembre 2013 e si riferiscono, in particolare, alle misure di informazione e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi, indicate, in particolare nell'Allegato XII al citato Regolamento, circa: 1. Elenco delle operazioni; 2. Misure di informazione e comunicazione per il Pubblico; 3. Misure di informazione per i Potenziali beneficiari e per i Beneficiari effettivi.

²⁸ Mediante il portale del PON si rendono disponibili *online* tutti i servizi destinati alle parti interessate, in particolare, ai Potenziali Beneficiari, Beneficiari, Pubblico dei cittadini e Soggetti moltiplicatori di informazione, compreso il servizio ai Beneficiari per aiutarli (per il rispetto degli obblighi regolamentari e dell'immagine grafica coordinata della comunicazione del PON) nella loro diretta responsabilità di informare il Pubblico dei cittadini circa il sostegno ottenuto dai Fondi strutturali [siti dei beneficiari, poster di progetto, informazioni ai partecipanti al progetto, immagine grafica coordinata ed evidenza del sostegno del relativo fondo strutturale su tutti i documenti di progetto, cartelloni temporanei e targhe permanenti]. Si realizzerà, inoltre, una sezione dedicata nel sito/portale per dare visibilità unitaria a tutte le misure di informazione e comunicazione realizzate dai Beneficiari effettivi, anche mediante una attività di monitoraggio e verifica del seguito dato dai Beneficiari effettivi agli obblighi previsti dal regolamento (punto 2.2 Misure di informazione e comunicazione per il Pubblico dell'Allegato XII del Regolamento n. 1303/2013).

dedicati alla presentazione di proposte di progetto, e, prevedendo l'implementazione incrementale ed evolutiva di servizi e funzionalità;

OB2* Assicurare la massima copertura mediatica nell'**informare e comunicare al Pubblico dei cittadini** sulle operazioni sostenute con i fondi strutturali (InfoComFSE e InfoComFESR), sui risultati e l'impatto sia dell'Accordo di partenariato (AdP) sia del Programma (copertura mediatica nazionale e locale), e, sviluppare iniziative di coinvolgimento dei cittadini delle comunità territoriali locali per la massima diffusione delle informazioni a tutti e dai contenuti comprensibili per tutti [sulle singole operazioni, i risultati e l'impatto del PON e dell'AdP comprensibile al più vasto Pubblico dei cittadini];

OB3* **Divulgare per i Potenziali Beneficiari e per tutte le parti interessate**, in modo più ampio e capillare possibile, a livello locale, in particolare, la strategia di programma, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal sostegno congiunto dell'Unione europea e dello Stato italiano (FSE-FESR-FdR), anche attivando a livello opportuno il sistema dei media (stampa nazionale e/o locale);

OB4 Promuovere e coordinare con servizi e strumenti (prioritariamente on line) la formazione del Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione pubblica del PON per dare vita a sostenibili forme di Dialogo continuo con e tra i cittadini delle comunità territoriali delle regioni del Mezzogiorno d'Italia, e, per promuovere e sostenere la creazione e sviluppo della Comunità PON e della Rete PON di punti d'informazione e delle antenne regionali.

*I primi tre obiettivi fanno riferimento direttamente alle norme regolamentari comunitarie in materia di informazione e comunicazione, e, sono coerenti con le iniziative selezionate nel documento di programma²⁹.

Gli obiettivi riguardano tutti i destinatari delle misure di informazione e comunicazione del Programma e sono correlati ad azioni e strumenti di seguito descritti. Il partenariato dell'informazione e della comunicazione è promosso sulla base dei criteri d'integrazione e

²⁹ In particolare, alla pagina 95, per l'Asse III - Assistenza Tecnica in merito proprio all'Azione III.2: "L'Azione III.2 prevede l'elaborazione e l'attuazione di una strategia di comunicazione per informare potenziali beneficiari e cittadinanza in merito alle opportunità nell'ambito del PON. L'attivazione di un **sito internet** dedicato, sarà affiancato dall'uso dei **social network**, in coerenza con il percorso avviato nella precedente Programmazione. La **creazione di una comunità** interessata ai temi della Ricerca e dell'Innovazione e allo sviluppo del capitale umano dovrà caratterizzare la progettazione di collegati piani editoriali e di promozione che dovranno stimolare l'interesse e la partecipazione dei cittadini. L'uso di strumenti innovativi nella condivisione (es. piattaforme web di consultazione) accompagnerà lo sviluppo dell'azione di Social PA, promuovendo la realizzazione di **azioni di civic innovation**. In fase attuativa degli interventi, un forte impegno sarà profuso per la **creazione di piattaforme social di interscambio dati e di collegamento diretto con la PA**. L'azione è connessa all'attuazione di tutti gli interventi contemplati nel PON, in quanto pensata quale strumento a supporto del PRA".

complementarietà rispetto al partenariato di programma come iniziativa aggiuntiva cooperante-reticolare.

3.2. Azioni e strumenti

La Strategia prevedere specifiche azioni correlate agli obiettivi e opportuni strumenti per attuare le misure di informazione e comunicazione dettate dalle norme regolamentari comunitarie.

L'attuazione delle azioni, previste dalla Strategia, dovranno:

- creare un **sistema di comunicazione integrata e partecipativa**, basata anche sull'ascolto attivo dei cittadini, favorendo e facilitando discorsi e pratiche di partecipazione all'inclusione e alla cittadinanza attiva dei cittadini del luogo alla *policy*. La comunicazione integrata riguarda sia l'integrazione tra comunicazione interna ed esterna sia l'integrazione tra i diversi canali/strumenti/servizi (approccio multicanale e integrazione di media, tradizionali e innovativi);
- prevedere l'elaborazione di "messaggi" differenziati, e, relativi **servizi orientati a vari gruppi bersaglio**, favorendo l'integrazione - reticolare e cooperante - con e tra i servizi pubblici nazionali, regionali e locali;
- promuovere e fornire supporto alla **cooperazione inter-istituzionale tra il livello nazionale e locale** attraverso anche l'iniziativa di sviluppare l'*idea progetto* del Progetto-RETE 2014-2020, come progetto pilota;
- **promuovere la Comunità, la RETE** di punti di informazione e delle antenne, a livello locale, reti di collaborazione, collaborazione in rete, e, comunità di pratica per l'apprendimento sociale e lo sviluppo di conoscenza e abilità e anche per lo scambio di buone pratiche;
- affermare uno stile comunicativo informativo, nella prospettiva di sviluppare e caratterizzare contenuti e forme della comunicazione del Programma, anche per stimolare il necessario **racconto multi-autore da parte degli stessi protagonisti del Programma** (story telling), da integrare in specifici piani editoriali calendarizzati, in coerenza con i cicli e i processi attuativi delle azioni previste dalla Strategia per sviluppare le misure di informazione e comunicazione;
- promuovere iniziative di coinvolgimento nella comunicazione dei progetti sostenuti dai fondi strutturali realizzati per il loro impatto e visibilità presso le comunità territoriali anche

attraverso la progettazione e realizzazione di un'iniziativa di informazione e comunicazione intitolata "OPEN EU PROJECT DAYS" (oppure "Europe in My Region"), nello specifico, lanciando e sviluppando una **iniziativa di "photo competition" da realizzare in occasione del giorno della Festa dell'Europa**³⁰.

Azioni

1. Azioni correlate all'Obiettivo 1:

- 1.1. progettare e realizzare la versione beta e quelle successive del portale PON con specifiche caratteristiche dei servizi on line, in particolare, relativi alla trasparenza, alla fruizione tramite dispositivi mobili e alla tutela dei diritti d'accesso per disabili³¹, attivare contestualmente servizi e modalità di coinvolgimento degli utenti per raccogliere eventuali suggerimenti, bisogni e contributi per orientare la realizzazione dei servizi on line e il loro miglioramento. Il sito/portale dovrà avere, quindi, caratteristiche dinamiche³² che ne consentano l'adeguamento, in tempo utile, della struttura, dei contenuti³³, dei servizi e delle funzionalità;

³⁰ L'iniziativa sarà progettata e realizzata con il più ampio coinvolgimento dei cittadini delle comunità territoriali, condividendo la missione degli eventi promossi e organizzati nell'ambito delle annuali iniziative per "Europe Day – EU Open Doors".

³¹ **TRASPARENZA:** Attraverso il portale si dovrà attivare il servizio open data e pubblicare informazioni, dati e materiali nelle modalità che consentano la massima trasparenza delle azioni e operazioni del Programma.

DISPOSITIVI MOBILI: Il portale dovrà avere un forte orientamento verso l'erogazione di contenuti e servizi attraverso dispositivi mobili (*smartphone e tablet*). Il crescente utilizzo di questi dispositivi è da cogliere come una opportunità per raggiungere un numero maggiore di utenti e potenziali beneficiari, ma anche la possibilità di dotarsi di uno strumento di informazione e comunicazione innovativo e al passo con i tempi.

ACCESSIBILITÀ: Nella progettazione e nella realizzazione del portale è importante rispettare quanto stabilito dalla Legge Stanca (Legge 9 gennaio 2004, n. 4) e dalle successive modificazioni e aggiornamenti in merito all'accessibilità dei siti web della pubblica amministrazione e alla tutela del diritto di accesso ai servizi informatici e telematici da parte di utenti disabili.

³² Il sito/portale sarà progettato e realizzato seguendo l'approccio prototipale e con caratteristiche dinamiche, in particolare, per: 1) estendere e migliorare quanto offerto ai diversi gruppi di destinatari; 2) introdurre miglioramento continui coerenti alle esigenze e ai bisogni correlati all'attuazione delle azioni e delle operazioni del PON, e, nelle diverse fasi del loro ciclo; 3) supportare l'evoluzione del portale verso attività di *community management* per aiutare lo sviluppo della rete e della comunità PON.

³³ In particolare, comunque, l'elenco delle operazioni verrà aggiornato almeno ogni sei mesi in linea con quanto previsto dall'Art. 115 del Regolamento (UE) N°1303/2013.

- 1.2. produrre e rendere disponibili, in tempo utile, tutti i necessari contenuti (orientati alle diverse parti interessate), e, per ogni azione del PON, predisporre i piani editoriali del PON per le iniziative di informazione e comunicazione del PON;
- 1.3. gestire l'utilizzo dei social media per un loro progressivo impiego per l'affiancamento dei servizi on line del sito (integrazione servizi web tradizionali e innovativi);

2. Azioni correlate all'Obiettivo 2:

- 2.1. attivare e coordinare i servizi on line, strumenti e iniziative partenariali per la diffusione di informazioni al Pubblico dei cittadini durante l'intero ciclo d'attuazione delle singole azioni del PON;
- 2.2. divulgare i risultati e l'impatto delle operazioni realizzate, anche nel precedente periodo, eventualmente in collaborazione con gli stessi Beneficiari che hanno ottenuto il supporto dei fondi strutturali per il periodo 2007-2013 e 2014-2020;
- 2.3. gestire e comunicare i dati e le informazioni dell'Elenco delle operazioni, con aggiornamenti almeno semestrale per la pubblicazione nel sito/portale PON (sezione "Open Data"), nel sito MIUR (sezione "Amministrazione Trasparente"), nel Portale unico nazionale OpenCoesione;
- 2.4. azione di animazione territoriale per il coinvolgimento progressivo dei cittadini delle comunità territoriali locali in iniziative partenariali di divulgazione delle informazioni (passato, presente e futuro) con e tra i cittadini anche per sperimentare buone pratiche (riproducibili e replicabili) di ascolto attivo, di consultazione pubblica e di pratiche di partecipazione attiva e interattiva del Pubblico, almeno una pratica per regione, come iniziativa PON POR di partecipazione del pubblico a processi decisori e/o a processi di progettazione partecipata;
- 2.5. valutare le azioni di informazione e comunicazione (efficienza, efficacia) anche in termini di visibilità della politica di coesione, del PON, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti, mediante un sistema di monitoraggio e valutazione condiviso e la realizzazione di almeno due specifiche ricerche di sondaggio presso l'opinione pubblica dei cittadini delle comunità territoriali dei *territori obiettivo*.

3. Azioni correlate all'Obiettivo 3:

- 3.1. sviluppare e rendere disponibile sul sito del PON i contenuti per conoscere la strategia di programma, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento, e, per ogni azione del PON, curarne una specifica sezione come area di conoscenza anche degli aspetti tecnici più di dettaglio;

- 3.2. acquistare gli spazi media per ogni avviso e bando relativo alle azioni FSE e alle azioni FESR del PON e produrne i relativi contenuti e messaggi da veicolare attraverso i media stessi;
- 3.3. promuovere e coordinare l'attivazione dei Punti di informazione e comunicazione e delle Antenne del PON; programmare e realizzare seminari, a livello locale, in coincidenza dell'avvio di ogni Azioni FSE e Azioni FESR del PON; Eventi annuali (eventualmente PON POR) per divulgare le opportunità di finanziamento, le strategie, in particolare di PON e SNSI (anche sulla complementarità con POR e S3 regionali), e, per presentare l'aggiornamento, nel contesto attuativo della politica di coesione, sui risultati e sull'impatto del PON e dell'AdP³⁴.

4. Azioni correlate all'Obiettivo 4:

- 4.1. promuovere l'adesione al Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione del PON dei Beneficiari, dei Soggetti moltiplicatori d'informazioni e dei cittadini, singoli e associati, delle comunità territoriali dei territori obiettivo, come agenti più efficaci per il successo pubblico del ruolo strategico (e degli obiettivi generali) della comunicazione sui Fondi pubblici (FSE, FESR, FdR) del PON, ai vari livelli di scala territoriale, e, in termini di un possibile contributo aggiuntivo³⁵, misurabile, per esempio, sulla visibilità della politica di coesione, sulla diffusione della visione strategica Europa2020, sull'importanza degli investimenti pubblici in ricerca e innovazione, della complementarità PON POR, della complementarità SNSI e S3 regionali, per l'ottimizzazione stessa degli interventi e il loro orientamento dal lato della Domanda;
- 4.2. definire e realizzare le possibili "azioni congiunte" con le Regioni da sviluppare nell'ambito di un Accordo (AdG PO) di cooperazione inter-istituzionale per promuovere la creazione e sviluppo della RETE PON di Punti e Antenne regionali in base ai risultati di un Focus Group per condividere i tratti caratteristici e innovativi dell'idea-progetto (MIUR Regioni, come Adg PO), e, di un Workshop d'identificazione per condividere il Quadro Logico Generale di progettazione e realizzazione del *progetto-modello* per la creazione della RETE PON;
- 4.3. promuovere e sostenere on line la creazione di una Comunità PON interessata ai temi della ricerca e dell'innovazione e allo sviluppo del capitale umano per stimolare l'interesse e la partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini delle comunità territoriali comunali (per la qualità della comunicazione sui Fondi strutturali con e tra i cittadini, e, sul loro utilizzo ottimale

³⁴ Condividendo l'obiettivo operativo del servizio nazionale per l'attuazione del Programma di mantenere nel modo più vivo possibile (per continuità e per merito fattuale) la *Discussione Pubblica* sull'utilità della politica di coesione e del Programma mediante una condivisa narrativa concreta di cosa si fa, e, soprattutto, per quale scopo.

³⁵ Anche per migliorare l'azione di *Coinvolgimento del Partenariato di Programma* allo scopo prevista dal piano di valutazione del PON.

a beneficio dei territori obiettivo, stimolando l'interesse e la partecipazione più diretta dei cittadini);

- 4.4. promuovere e sostenere iniziative partenariali di animazione territoriale per il rafforzamento dell'impegno civico su scala locale mediante "azioni congiunte" PON POR per promuovere anche lo sviluppo della Comunità PON e la creazione dal basso della RETE PON, in base alla lezione appresa dall'esperienza promossa nel precedente periodo per la creazione delle Antenne regionali PON 2007-2013;

4.4.1. L'*idea-progetto* del Progetto-RETE_2014-2020

Idea-progetto del **Progetto-RETE 2014-2020** o RETE PON: denominazione sintetica (provvisoria) dell'*idea-progetto* del "**Progetto** per la creazione, messa a regime, e, sviluppo della **RETE** nazionale delle Antenne regionali e dei relativi Punti di Informazione e Comunicazione del Programma Operativo Nazionale Ricerca e Innovazione **2014-2020**", come *progetto pilota* per promuovere discorsi e buone pratiche di partecipazione all'inclusione e alla cittadinanza attiva³⁶ dei cittadini delle comunità territoriali locali sui temi della ricerca, dell'innovazione e dello sviluppo del capitale umano. L'idea nasce nel settembre del 2014 con l'incontro a Roma tra i rappresentanti delle Antenne PON REC 2007-2013 sulla programmazione 2014-2020, e, l'*idea-progetto* si è sviluppata nell'ambito del dialogo con e tra gli aderenti alle Antenne stesse. Il contesto operativo di progettazione e realizzazione della RETE PON si correla in nesso con quello della Comunità PON prevista nel documento di programma³⁷.

³⁶ Verso la costruzione e sviluppo di una RETE, virtuale e fisica, per facilitare e favorire una pratica di partecipazione alla *policy* per la ricerca e per l'innovazione, basata sull'inclusione e la promozione della cittadinanza attiva.

Inclusione: "tutti i cittadini dovrebbero avere le stesse opportunità e una molteplicità di canali per accedere alle informazioni, per essere consultati e per partecipare. Dovrebbe essere fatto ogni ragionevole sforzo per coinvolgere il più ampio numero di persone possibili".

Cittadinanza attiva: "una società civile attiva è un valore aggiunto e i governi possono facilitare l'accesso alle informazioni, incoraggiare la partecipazione, accrescere la consapevolezza, rafforzare l'educazione civica dei cittadini, nonché supportare il rafforzamento delle competenze all'interno delle organizzazioni della società civile. I governi devono esplorare nuovi modelli per supportare efficacemente sistemi autonomi di *problem-solving* a disposizione dei cittadini, delle organizzazioni della società civile e del mondo delle imprese" [dal rapporto OCSE: "Focus sui cittadini: una partecipazione ampia per politiche e servizi migliori", <http://www.oecd.org/gov/43685902.pdf>].

³⁷ Pagina 95 del documento di programma, con riferimento alla descrizione dell'Azione III-2, in relazione alla creazione di una comunità e alla creazione di piattaforme social di interscambio dati e di collegamento diretto con la PA.

Strumenti

Canali/strumenti digitali³⁸

- Il sito/portale PON, contenuti in italiano e di parti o elementi, in inglese, con integrazione progressiva dei servizi on line (tradizionali e innovativi);
- Il Portale OpenCoesione;
- Le e-mail alert (data base tutte le parti interessate in particolare potenziali beneficiari) per informare sulla pubblicazione di nuovi avvisi e bandi e sugli aggiornamenti alle procedure amministrative;
- La newsletter elettronica sull'attuazione e i risultati del PON;
- Un prodotto audio-video di presentazione al Pubblico, per ogni azione FSE FESR del PON.

Stampa e media

- Pubblicazione di riquadri su quotidiani nazionali, per bandi e avvisi PON;
- Acquisizione di spazi pubblicitari sulla stampa nazionale e locale;
- Spot/video televisivo generale: politica/programma/azioni;
- Coinvolgimento network televisivi locali inviando alle rispettive redazioni, servizi e notizie che impattano a livello territoriale locale;
- Conferenze stampa e comunicati stampa a cura dell'Ufficio Stampa del Ministero.

Social media³⁹

- creazione e invio di tweet;
- creazione gruppi Facebook;
- creazione d'istanze su Storify, eventuali Flickr e Instagram;
- pubblicazione di video su Youtube, un video per azione PON attivata, e anche di prodotti (linea editoriale "story telling europeo dei progetti PON") realizzati dai Beneficiari effettivi che hanno ottenuti fondi pubblici⁴⁰ o realizzati dal servizio nazionale InfoCom per diffondere informazioni sui risultati e impatto del PON, delle operazioni e dell'AdP.

³⁸ In Italia internet costituisce il terzo mezzo per frequenza di accesso ai media da parte dei cittadini; peraltro nella gran parte dei paesi del mondo, si colloca al secondo posto, addirittura prima della radio, con prospettive di omologo risultato anche in Italia.

³⁹ "i social media come Twitter, Facebook o reti professionali come Linked'in e Yammer sono sempre più popolari per la comunicazione *people-to-people*. In realtà, i social media stanno diventando una delle piattaforme più frequentate dei media in cui i cittadini stanno spendendo sempre più tempo". "Sulla base della partecipazione degli utenti dei servizi di social media e degli stessi contenuti generati dagli utenti, i social media forniscono un mezzo per raccogliere e condividere le informazioni, le conoscenze e le opinioni in maniera colloquiale facile".

⁴⁰ Comma 1, punto 2.2 Responsabilità dei beneficiari dell'Allegato XII del Regolamento UE 1303/2013: " Tutte le misure di informazione e di comunicazione a cura del Beneficiario riconoscono il sostegno dei fondi all'operazione riportando:

Eventi di presenza

- Convegni annuali per informare su opportunità di finanziamento e su risultati e impatto del PON, delle operazioni e dell'AdP;
- Tavole rotonde con il coinvolgimento dei Beneficiari dei fondi sui risultati o sull'impatto delle operazioni a livello territoriale;
- Seminari formativi per potenziali beneficiari, beneficiari effettivi, e, partenariato della comunicazione, emulando il format partecipativo già sperimentato il 3 dicembre 2015;
- Incontri di Dialogo Istituzioni Cittadino per attivare processi di ascolto attivo dei cittadini delle comunità territoriali locali, e, inaugurare l'apertura al pubblico di eventuali sedi di punti di informazione del PON;
- Partecipazione a manifestazioni fieristiche;
- Eventi di promozione di progettazione partecipata⁴¹ per promuoverne la pratica a livello locale o l'adozione dell'approccio, nei laboratori per la ricerca e per l'innovazione promossi dal partenariato locale;
- Un congresso finale degli aderenti alla Comunità PON e alla RETE PON.

Pubblicazioni e prodotti informativi

- Stampa documenti per i lavori del Comitato di sorveglianza, in particolare, rapporti, azioni intese a promuovere lo sviluppo sostenibile, la parità tra uomini e donne, la non discriminazione, l'accessibilità per persone disabili;
- Brochure informative (anche infografica), sul programma e azioni del PON;
- Schede sui contenuti PON e SNSI (strategia, obiettivi e risultati) comprese nella progettualità editoriale per i piani editoriali tesi all'interazione con il pubblico dei cittadini;
- Manifesti e poster, nell'occorrenza degli eventi di presenza.

Reti e partenariato

- Una Comunità PON e la relativa RETE PON;
- I Partner dell'informazione e della comunicazione del PON⁴²;

a) *L'emblema dell'Unione, conformemente alle caratteristiche tecniche stabilite nell'atto di attuazione adottato dalla Commissione ai sensi dell'articolo 115, paragrafo 4, insieme a un riferimento all'Unione;*

b) *Un riferimento al fondo o ai fondi che sostengono l'operazione.*

Nel caso di un'informazione o misura di comunicazione collegata a un'operazione o a diverse operazioni cofinanziate da più di un fondo, il riferimento di cui alla lettera b) può essere sostituito da un riferimento ai fondi SIE”.

⁴¹ Sperimentando come esempi pilota d'approccio metodologico, per esempio, metodi e tecniche tradizionali come il metodo: *Goal Oriented Project Planning, Project Cycle Management, Metaplan*; e, le nuove metodologie progettuali come: *Open Space Technology, Appreciative Inquiry, European Awareness Scenario Workshop*.

⁴² Comunità dei partner dell'informazione e comunicazione del PON e dei soggetti moltiplicatori di informazione, attivi a livello locale, per promuovere l'attivazione di reti e comunità, per organizzare e diffondere pratiche individuali di “passa parola”, e, per collaborare all'attuazione di eventuali iniziative di animazione territoriale, nel rispetto dei criteri di integrazione e complementarietà con il partenariato istituzionale, economico-sociale, eccetera.

- Gli aderenti alla RETE dei Punti di informazione e comunicazione e delle Antenne regionali del PON;
- Gli attori che danno vita alla Comunità PON interessata ai temi della ricerca e dell'innovazione e allo sviluppo del capitale umano con i quali si condivideranno i piani editoriali prodotti dal servizio per l'informazione e per la comunicazione del PON per stimolare in particolare l'interesse e la partecipazione dei cittadini.

Strumenti di comunicazione per persone con disabilità

- Realizzazione dello spot televisivo che utilizza il linguaggio dei segni o i sottotitoli;
- Organizzazione di seminari e convegni che prevedono la traduzione nella lingua dei segni di alcuni interventi, con la registrazione della diretta streaming.

4. Budget

Il Budget fa riferimento al sostegno programmato del FESR -Fondo Europeo di Sviluppo Regionale per Asse III – Assistenza Tecnica, in particolare, alla prevista Azione III.2.

L’Azione III.2 prevede, per l’intero periodo di programmazione 2014-2020, le risorse finanziarie complessive⁴³ a valere sul FESR pari a Euro 3.705.000,00 (tremilionisettescentocinquemila/00).

Nella Tabella sulle risorse complessive disponibili, **FESR - Azione III.2 per categoria di regione**, le risorse sono ripartite per categoria di regioni: *Meno sviluppate e In transizione*.

FESR - Azione III.2 per categoria di regione		
Categoria di regione	Codice	Valore in Euro
Meno sviluppate	123 - Informazione e comunicazione	3.399.000,00
In transizione	123 - Informazione e comunicazione	306.000,00
		3.705.000,00

Nella Tabella seguente, **Ripartizione annuale FESR – Azione III.2 per categoria di regione**, per ogni anno e per categoria di regione si riporta a titolo meramente indicativo un primo splittamento del budget totale dall’anno 2016 alla fine del 1° semestre 2023.

Ripartizione annuale FESR – Azione III.2 per categoria di regione (valori in Euro)									
Categoria di regione	Totali	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	1° semestre 2023
Meno sviluppate	3.399.000,00	453.200,00	453.200,00	453.200,00	453.200,00	453.200,00	453.200,00	453.200,00	226.600,00
In transizione	306.000,00	40.800,00	40.800,00	40.800,00	40.800,00	40.800,00	40.800,00	40.800,00	20.400,00
3.705.000,00		494.000,00	247.000,00						

A valere sulle risorse finanziarie complessive disponibili, con un spesa annuale media confrontabile con il valore della ripartizione meramente indicativa, si procederà ad acquisire in *outsourcing*, nel rispetto della normativa europea degli appalti pubblici, i necessari servizi di *assistenza tecnica specialistica* per supportare l’Ufficio IV nell’attuazione delle misure di informazione e comunicazione del PON, nel perseguire gli obiettivi, nell’attuarne le azioni, e, nell’attivazione dei relativi strumenti e servizi per la comunicazione pubblica sui fondi strutturali del Programma fino al 31 dicembre del 2023.

⁴³ Relative al codice 123 “Informazione e comunicazione”

Le risorse saranno finalizzate, altresì, alla realizzazione di azioni direttamente gestite dall'Amministrazione, all'acquisto di materiali destinati all'informazione e comunicazione del PON e alla realizzazione di ogni altra attività prevista nella presente Strategia e nei relativi piani annuali di attuazione.

Nell'ambito del piano annuale sarà articolato il budget per attività/canale/strumenti e target.

Tabella budget per attività di informazione e comunicazione del programma.

Attività per l'informazione e comunicazione	Valore in euro	% sul Totale
Sviluppo sito/portale, integrazione piattaforme di condivisione, ottimizzazione visibilità in internet e applicazioni per il monitoraggio dei servizi on line anche social	444.600,00	12
Gruppo di progettazione e realizzazione per la produzione contenuti (sito, news letter, piani editoriali), attività di gestione conoscenza, comunità e rete, presidio e aggiornamento canale Web, relazioni e networking, strategia social media	1.111.500,00	30
Acquisizione spazi stampa e media	259.350,00	7
Eventi di presenza, seminari e convegni	629.850,00	17
Produzione e diffusione materiali editoriali compresi servizi audio-video	592.800,00	16
Immagine coordinata, guida per beneficiari e promozione e coordinamento partenariato dell'informazione e comunicazione, comunità e rete	370.500,00	10
Attività di coordinamento, monitoraggio e valutazione della realizzazione misure e loro efficacia, sondaggi d'opinione almeno due sulla visibilità della politica, del programma ecc.	296.400,00	8
Totale complessivo budget	3.705.000,00	100

5. Organizzazione e governance

Nelle more della formalizzazione dell'assetto organizzativo dell'Ufficio IV, orientato a una gestione strategica e integrata delle diverse funzioni e processi organizzativi e informativi, articolata per Fondo/Azione di programma, comunque, si prevede la costituzione di una specifica "Unità organizzativa per l'informazione e comunicazione e per l'animazione territoriale".

L'Unità sarà presidiata da personale interno con compiti di coordinamento e gestione di tutte le misure di informazione e comunicazione (per ogni azione del PON e relativi gruppi bersaglio), e, di coordinamento, a livello nazionale, anche delle attività di promozione e supporto al processo di creazione e sviluppo della comunità e della rete dei punti d'informazione e delle antenne regionali.

L'Unità ha la missione di assicurare il puntuale adempimento degli obblighi di legge nel gestire le misure di informazione e comunicazione per i diversi destinatari, e, di presidiarne, a livello operativo, nella **logica del miglioramento continuo**⁴⁴, i fattori di economicità, di efficacia operativa e di efficienza (relazione annuale di attuazione al Comitato di sorveglianza).

In ottemperanza alla disposizione riportata al comma 3, articolo 117 del Regolamento (UE) N. 1303/2013, l'Autorità di gestione ha nominato la persona responsabile pro tempore dell'informazione e della comunicazione, a livello di PON, informandone la Commissione.

Nell'ambito della Direzione Generale per il Coordinamento, la Promozione e la Valorizzazione della Ricerca, il Dirigente dell'Ufficio VII assicura il coordinamento delle attività e delle risorse della comunicazione a livello di Direzione Generale per la ricerca nazionale e internazionale, e, il Dirigente dell'Ufficio IV (Autorità di Gestione) assicura, tra l'altro, che tutte le misure di informazione e comunicazione del PON siano realizzate conformemente alla strategia di comunicazione del programma e che queste stesse mirino alla massima copertura mediatica, utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione a livello appropriato.

Riferimenti organizzativi di responsabilità:

- Autorità di gestione, Anna Maria Fontana, dirigente Ufficio IV, e-mail: sespar.upoc@miur.it;
- Responsabile dell'informazione e della comunicazione, a livello di PON, Fulvio Obici, funzionario Ufficio IV, e-mail: fulvio.obici@miur.it.

⁴⁴ A livello organizzativo le leve di miglioramento sono: le persone, i processi gestionali, i sistemi e le strutture organizzative stesse. Per esempio, per il sito, nella prospettiva evolutiva (in presenza di manifestazioni d'interesse da parte di cittadini e operatori) di avviare e migliorare le necessarie attività di *community management* per implementare nel sito funzioni e servizi per favorire *comunità e reti*, online. Naturalmente, il tutto in coerenza tra il possibile ottimale mix di risorse disponibili e la priorità dettata dalla stessa missione organizzativa.

La governance della comunicazione s'inquadra nell'ambito della generale governance a più livelli e trova i suoi principali momenti di manifestazione a livello di Comitato di sorveglianza e di Autorità di gestione.

Verrà istituito un gruppo di lavoro dei soggetti responsabili della comunicazione, impegnati sui vari fronti (interno ed esterno), con lo scopo di coordinare le attività e i soggetti che parteciperanno all'attuazione della Strategia, prevedendo anche la possibilità di modificarne l'assetto al verificarsi di mutate condizioni.

Si aggiungono coerentemente le manifestazioni, a livello anche d'accordo di cooperazione inter-istituzionale con le Regioni per "azioni congiunte", della governance di RETE, mediante i comitati guida regionali e nazionale per lo sviluppo e la relativa valutazione delle attività di rete e comunità (il regolamento dei comitati guida è previsto nell'accordo stesso).

In particolare, lo sviluppo del Progetto RETE trova il suo principale riferimento⁴⁵ nell'approvazione della Strategia da parte del Comitato di sorveglianza. Comunque, l'attivazione del processo di progettazione, attuazione e valutazione del Progetto RETE avverrà a seguito della definizione dell'accordo di cooperazione inter-istituzionale (Adg PO) per promuoverlo e sostenerlo, come condizione irrinunciabile.

La formazione del Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione del PON per reti e comunità, della Comunità PON e della RETE di punti e antenne regionali PON si basa, comunque, su una formula essenzialmente volontaristica seppure accompagnata da forme di assistenza tecnica o erogazione di servizi di facilitazione online, spazi e attrezzature e coerentemente alle manifestazioni d'interesse e d'impegno (volontariato), a livello locale, nel dare vita alle citate iniziative.

⁴⁵ Il Quadro Logico per la progettazione e attuazione del *progetto-modello* assume come fondamentale orientamento nella definizione di obiettivi/vincoli di progetto solo quelli conformi alla Strategia.

6. Valutazione

La valutazione si articola su due piani: una valutazione annuale (sistematica) e una valutazione strategica (puntuale) per metà percorso e finale. In particolare, la valutazione annuale (sistematica) ha lo scopo di orientare le attività di attuazione della Strategia mediante i piani annuali in una logica di miglioramento della qualità dei processi e dei servizi e per gruppi di destinatari.

La valutazione deve servire a orientare i processi decisori e le decisioni future a livello strategico e operativo, in coerenza con gli orientamento del MIUR, in qualità di Autorità di gestione, rispetto alle dimensioni della gestione⁴⁶ integrata e strategica di programma, prevedendo anche il coinvolgimento del partenariato di programma. La valutazione ha per oggetto l'attuazione della Strategia e dei piani annuali (obiettivi, azioni e strumenti per i diversi destinatari) con lo scopo di sostenerne la logica del miglioramento continuo per la soddisfazione dei destinatari (*people satisfaction*)⁴⁷ e anche per l'eventuale prospettiva di correzione della stessa Strategia.

La valutazione deve consentire, in particolare, lo studio e l'analisi del livello di efficacia raggiunto nell'attuazione degli obiettivi/azioni, per esempio, in ordine a:

- la conoscenza e la consapevolezza (come visibilità/notorietà) presso il pubblico dei cittadini, in particolare dei territori obiettivo, della politica di coesione, del programma e delle relative operazioni e del ruolo svolto dai fondi FSE e FESR e dall'Unione e anche in termini di sensibilizzazione nei loro confronti;
- l'informazione e comunicazione ai potenziali beneficiari sulle opportunità di finanziamento delle operazioni FSE e FESR del PON e anche in termini di aiuto fornito ai Beneficiari effettivi rispetto alle misure di informazione e comunicazione di cui sono direttamente responsabili durante l'attuazione delle operazioni per informare il pubblico dei cittadini sul sostegno ottenuto dai fondi FSE e FESR;
- la mobilitazione volontaristica di partner dell'informazione e della comunicazione del Programma per la moltiplicazione dell'informazione presso le comunità territoriali locali dei territori obiettivo e la conseguente partecipazione più attiva e interattiva dei cittadini come diretta conseguenza delle azioni di animazione territoriali in partenariato (PON POR).

La Strategia prevede nell'anno 2016 la progettazione e realizzazione di un sistema di Monitoraggio e Valutazione (M&V) da applicare a tutte le misure di informazione e comunicazione del PON e relativo a tutte le azioni previste, da gestire e sviluppare, durante l'intero ciclo di vita del PON, conformemente alla Strategia e sua eventuale correzione.

⁴⁶ Le dimensioni: trasparenza, collaborazione e partecipazione dei cittadini.

⁴⁷ Nel processo di auto-valutazione dei servizi erogati dalla costituenda Unità organizzativa per l'informazione, per la comunicazione e per l'animazione territoriale si contemplano pertanto anche i nessi nel contesto attuativo di innovazione, apprendimento organizzativo e cambiamento organizzativo: *front office, back office*, piano della formazione interna, performance dell'Ufficio IV, attività di *community and network management*.

L'analisi annuale delle azioni di informazione e comunicazione condotte nell'ambito dell'attuazione dei piani annuali costituisce anche la base della valutazione più a carattere strategico. Tale valutazione dovrà permettere di valutare l'efficacia della Strategia e la pertinenza dei suoi obiettivi per poter intervenire consapevolmente con le opportune modifiche e/o integrazioni (eventuale correzione della Strategia di metà percorso).

La valutazione è basata sulla misurazione di indicatori *di realizzazione* e indicatori *di risultato* per comprendere che cosa si è fatto e con quale grado di efficacia raggiunto.

La Strategia prevede, pertanto, una valutazione a carattere annuale a cura della Unità organizzativa per l'informazione, per la comunicazione e per l'animazione territoriale oltre le valutazioni di metà percorso e finale⁴⁸ che integreranno le valutazioni del programma previste dal piano di valutazione.

I piani di comunicazione annuali conterranno in modo dettagliato le azioni, i canali e gli strumenti adottati con la Strategia e le attività per la gestione del sistema di monitoraggio e valutazione⁴⁹, basato su indici e indicatori di *realizzazione* e di *risultato*. I funzionari assegnati all'Unità organizzativa per la comunicazione e per l'animazione territoriale dell'Ufficio IV, in assetto di team per l'auto-valutazione, sono responsabili del monitoraggio e della valutazione annuale delle misure di informazione e comunicazione, e, collaborano all'elaborazione e attuazione del piano di valutazione del Programma, partecipando attivamente ai lavori dei costituendi team per le valutazioni del programma.

Le attività di supporto (a valere sull'Asse III - Assistenza Tecnica) per l'attuazione del Piano di valutazione del programma si potrebbero anche estendere, quindi, alle attività di comunicazione del Programma per la valutazione di metà percorso e finale.

A seguito dell'approvazione della Strategia e del piano di valutazione del programma ogni rapporto sui risultati delle valutazioni sarà oggetto di una azione di larga diffusione nelle reti e comunità interessate.

Esempio di indicatori e di strumenti

La valutazione si basa su una attività di misurazione costante di indici e indicatori (oggettivamente verificabili) accompagnata da specifici strumenti. Nelle more della definizione puntuale dell'insieme più adeguato di indicatori, strumenti e attività in sede di elaborazione del piano di comunicazione 2016 si riportano alcuni esempi di indicatori di realizzazione e di risultato.

Per ogni strumento della comunicazione e in riferimento alle azioni e obiettivi devono essere previsti indicatori e specifiche attività e strumenti per la loro misurazione.

⁴⁸ La valutazione della comunicazione di metà periodo e finale potrebbero essere esternalizzate per offrire un valore aggiunto di un vista indipendente e più critica nell'ambito delle valutazioni del programma.

⁴⁹ Il sistema di monitoraggio e valutazione si estende all'azione di promozione e sostegno per la creazione di punti di informazione e di antenne regionali che hanno come vincolo, per il loro riconoscimento da parte del servizio nazionale, di corrispondere alle indicazioni in materia di monitoraggio e valutazioni condivise dal Comitato guida nazione della RETE. Infatti, lo sviluppo dello stesso progetto RETE PON ha la sua ragione d'essere, proprio, nell'auspicata risposta (da misurare e valutare) di coinvolgimento dei cittadini.

Alcuni esempi di indicatori di *realizzazione* per strumento:

- **sito/portale:** numero di pagine realizzate; numero di siti correlati di soggetti Beneficiari; numero di siti correlati di soggetti aderenti al Partenariato; numero di siti correlati di altri soggetti; numero di accessi e di permanenza;
- **social media:** numero di tweets inviati; numero di gruppi creati; numero di audio-video; numero di foto;
- **Editoria:** numero di edizioni; numero di copie;
- **Spot:** numero di spot e di passaggi;
- **Inserzioni stampa:** numero di inserzioni; numero testate;
- **Eventi:** numero eventi organizzati; numero eventi partecipati;
- **Rete e Comunità:** numero di punti di informazione; numero di aderenti al partenariato locale; numero di cittadini partecipanti alle attività; numero di aderenti alla Comunità; numero di iniziative d'animazione territoriale.

Indicatori di realizzazione per numero/anno	
sito/portale:	numero di pagine realizzate; numero di siti correlati di soggetti Beneficiari; numero di siti correlati di soggetti aderenti al Partenariato; numero di siti correlati di altri soggetti; numero di accessi e di permanenza;
social media:	numero di tweets inviati; numero di gruppi creati; numero di audio-video; numero di foto;
Editoria:	numero di edizioni; numero di copie;
Spot:	numero di spot e di passaggi;
Inserzioni stampa:	numero di inserzioni; numero testate;
Eventi:	numero eventi organizzati e relativo numero partecipanti; numero eventi partecipati;
Rete e Comunità:	numero di punti di informazione ospitati; numero di aderenti al partenariato locale; numero di cittadini partecipanti alle attività; numero di aderenti alla Comunità; numero di iniziative d'animazione territoriale;

Alcuni esempi di indicatori di *risultato* e unità di misura:

- popolazione raggiunta con le attività d'informazione e comunicazione (copertura; %)
- tasso di conoscenza e consapevolezza presso il Pubblico dei cittadini dei territori obiettivo circa l'esistenza del programma e il ruolo svolto dai fondi e dall'Unione (basso, medio, alto);
- tasso di conoscenza dei destinatari degli interventi sulle opportunità del programma (partecipazione bandi e avvisi; basso, medio, alto);
- grado di soddisfazione degli utenti del sito (basso, medio, alto);
- grado di soddisfazione dei Potenziali Beneficiari e dei Beneficiari effettivi (basso, medio, alto);
- numero dei partecipanti agli eventi e grado soddisfazione dei partecipanti (numero e grado di soddisfazione basso, medio, alto);
- grado di soddisfazione dei partecipanti alla vita dei punti di informazione del programma (basso, medio, alto).

Esempi di strumenti per la gestione del sistema di monitoraggio e valutazione:

- applicazioni per il monitoraggio del sito e dei servizi social media;
- data base elenco delle operazioni e delle correlate informazioni aggiuntive anche relative a tutte le misure a diretta responsabilità dei Beneficiari per informare il Pubblico dei cittadini sui fondi ottenuti;
- data base dei partner dell'informazione e della comunicazione con eventuale profilo degli aderenti a reti e comunità;
- analisi e studi sulla visibilità in Internet del PON.

Attività 2016

Nelle more della formulazione del Piano⁵⁰ di comunicazione 2016 si individuano alcune attività di informazione e comunicazione e l'attivazione di alcuni strumenti e servizi che caratterizzeranno l'attività della struttura dedicata alla gestione delle misure di informazione e comunicazione coerentemente alla strategia di comunicazione del PON.

Un primo quadro delle principali attività di informazione e comunicazione e di attivazione dei primi strumenti è esemplificato nel quadro dei seguenti punti:

- progettare e realizzare il sistema di monitoraggio e valutazione delle misure di informazione e comunicazione, anche nella prospettiva di una valutazione in termini di visibilità della politica, del programma, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione del pubblico nei loro confronti;
- progettare e realizzare la versione beta del portale; costituire il primo nucleo di redazione per la produzione dei contenuti del sito/portale e per la newsletter; implementare la progressiva attivazione dei servizi on line;
- fornire aggiornamenti in tempo reale circa l'attuazione delle azioni del PON, e, contestualmente sul Portale unico nazionale OpenCoesione; pubblicare l'elenco delle operazioni; costruire le possibili sinergie tra servizi nazionali e locali;
- attivare la sezione del portale dedicata al Partenariato dell'Informazione e delle Comunicazione per la registrazione delle manifestazioni d'interesse in generale e, in particolare, delle adesioni libere e volontarie alla rete e alla comunità promosse a livello nazionale;
- progettare e realizzare un prodotto audio-video da condividere nei servizi social (Youtube) per promuovere nella rete internet la visita del sito/portale PON e del Portale OpenCoesione;

⁵⁰ Il Piano di comunicazione annuale, come strumento attuativo annuale della Strategia, funzionale alla progettazione, realizzazione e valutazione delle iniziative di informazione e comunicazione del PON, per ogni anno.

- progettare e realizzare l'immagine coordinata del PON;
- organizzare una attività per informare i potenziali beneficiari e il pubblico circa le opportunità di finanziamento in occasione della pubblicazione di un primo avviso e/o bando;
- progettare e realizzare il manuale operativo per aiutare i Beneficiari nella loro attività di comunicazione per informare il Pubblico dei cittadini sul sostegno ottenuto dai fondi;
- preparare e realizzare il Focus Group con le Regioni per la definizione⁵¹ dell'eventuale accordo di cooperazione (PON/POR) per promuovere e supportare lo sviluppo del Progetto-RETE_2014-2020;
- preparare e realizzare il seminario partecipato per condividere l'analisi SWOT sull'esperienza delle Antenne regionali (promossa con le quattro convenzioni) e un comune percorso e approccio per la progettazione e attuazione del progetto-modello del Progetto-RETE;
- preparare e realizzare il Workshop d'identificazione (metodo GOPP-PCM) per la definizione del Quadro Logico generale di progettazione e attuazione del progetto-modello del Progetto-RETE_2014-2020;
- preparare e realizzare il seminario (itinerante) per promuovere la creazione della comunità di pratica e della RETE (sulla base del format di seminario partecipato già sperimentato a Roma il 3 dicembre 2015 "Verso la comunità di pratica"). La realizzazione del seminario in loco sarà anche l'eventuale occasione per inaugurare l'apertura al Pubblico del relativo Punto di Informazione e Comunicazione della costituenda RETE⁵²;
- programmare, in collaborazione con l'Adg e la Responsabile della comunicazione del PON per la Scuola, il possibile coinvolgendo di istituti di istruzione eventualmente interessati al tema della ricerca e dell'innovazione⁵³, per fini didattici, o, a svolgere una funzione di soggetto moltiplicatore dell'informazione a livello territoriale.

⁵¹ La definizione dell'accordo (AdG PO), tra altri, prevede il coinvolgimento, per esempio, dell' ACT - Agenzia per la Coesione Territoriale per le possibili sinergie con i servizi del Portale OpenCoesione; dei Coordinatori nazionali della Rete nazionale dei comunicatori FESR (ACT) e della Rete nazionale FSE (MLPS).

⁵² Il singolo Punto, come nodo fisico della RETE, potrebbe essere ospitato presso una struttura messa a disposizione da Regione o Comune o Istituto scolastico o Ente Pubblico di Ricerca o Università o altra struttura, per esempio, presso una struttura già ospitante, un centro d'informazione sull'Europa della rete *Europe Direct*.

⁵³ Forse è utile rilevare e valorizzare l'interesse degli istituti scolastici (dirigenti scolastici) per "portare la ricerca nella scuola" già annunciato e rilevato nel corso di precedenti esperienze. La programmazione di almeno qualche iniziativa pilota, come format narrativo e partecipativo aperto a studenti, docenti e famiglie, è forse utile per accrescere la visibilità della politica di coesione a livello di comunità territoriali e avvicinare i giovani studenti ai temi della ricerca e dell'innovazione per uno sviluppo sostenibile e integrato del territorio, nella consapevolezza di una progettazione partecipata dagli attori degli istituti scolastici.

Tavola Generale obiettivi/azioni/aree destinatari

Obiettivi		Azioni		Aree destinatari
OB1	Accrescere la conoscenza e la consapevolezza, la cooperazione delle parti interessate e la partecipazione più attiva e interattiva anche del pubblico dei cittadini delle comunità territoriali interessate, fornendo tutti i dati, informazioni e conoscenze nei canali digitali, ottimizzando la qualità dei servizi on line (<i>co-design</i>), per assicurare presidio e ottimizzazione del fattore trasparenza del programma	1.1.	progettare e realizzare la versione beta e quelle successive del portale PON ... fruizione tramite dispositivi mobili ... tutela dei diritti d'accesso per disabili , attivare contestualmente servizi e modalità di coinvolgimento degli utenti	tutte le parti interessate potenziali beneficiari e beneficiari effettivi pubblico dei cittadini partenariato dell'informazione e comunicazione del PON (soggetti moltiplicatori di informazione) AdG PO Responsabili informazione e comunicazione PO delle reti nazionali FESR e FSE
		1.2.	produrre e rendere disponibili, in tempo utile, tutti i necessari contenuti (orientati alle diverse parti interessate), e, per ogni azione del PON, predisporre i piani editoriali del PON per le iniziative di informazione e comunicazione del PON;	
		1.3.	gestire l'utilizzo dei social media per un loro progressivo impiego per l'affiancamento dei servizi on line del sito (integrazione servizi web tradizionali e innovativi);	
OB2	Assicurare la massima copertura mediatica nell'informare e comunicare al Pubblico dei cittadini sulle operazioni sostenute con i fondi strutturali (InfoComFSE e InfoComFESR)	2.1.	attivare e coordinare i servizi on line, strumenti e iniziative partenariali per la diffusione di informazioni al Pubblico dei cittadini durante l'intero ciclo d'attuazione delle singole azioni del PON;	pubblico dei cittadini potenziali beneficiari beneficiari effettivi partenariato locale dell'informazione e della comunicazione PON (soggetti moltiplicatori d'informazione a livello locale)
		2.2.	divulgare i risultati e l'impatto delle operazioni realizzate nel precedente periodo, anche, eventualmente in collaborazione con gli stessi Beneficiari che hanno ottenuto il supporto dei fondi strutturali per il periodo 2007-2013 e 2014-2020;	
		2.3.	gestire e comunicare i dati e le informazioni dell'Elenco delle operazioni, con aggiornamenti almeno semestrale per la pubblicazione nel sito/portale PON (sezione "Open Data"), nel sito MIUR (sezione "Amministrazione Trasparente"), nel Portale unico nazionale OpenCoesione;	
		2.4.	azione (eventuale) di animazione territoriale per il coinvolgimento progressivo dei cittadini delle comunità territoriali locali in iniziative partenariali di divulgazione delle informazioni	
		2.5.	valutare le azioni di informazione e comunicazione	
OB3	Divulgare per i Potenziali Beneficiari e per tutte le parti interessate, in modo più ampio e capillare possibile, a livello locale, in particolare, la strategia di programma, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento	3.1.	sviluppare e rendere disponibile sul sito del PON i contenuti per conoscere la strategia di programma, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento,	potenziali beneficiari tutte le parti interessate aderenti RETE PON aderenti Comunità PON beneficiari effettivi
		3.2.	acquistare gli spazi media per ogni avviso e bando relativo alle azioni FSE e alle azioni FESR del PON e produrre i relativi contenuti e messaggi da veicolare attraverso i media stessi;	
		3.3.	promuovere e coordinare l'attivazione dei Punti di informazione e comunicazione e delle Antenne del PON; programmare e realizzare seminari, a livello locale, in coincidenza dell'avvio di ogni Azioni FSE e Azioni FESR del PON; Eventi annuali (eventualmente PON POR)	
OB4	Promuovere e coordinare con servizi e strumenti (prioritariamente on line) la formazione del Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione pubblica del PON	4.1.	promuovere l'adesione al Partenariato dell'Informazione e della Comunicazione del PON dei Beneficiari, dei Soggetti moltiplicatori d'informazioni e dei cittadini, singoli e associati,	partenariato dell'informazione e della comunicazione PON pubblico dei cittadini aderenti RETE PON aderenti Comunità PON Adg PO responsabili comunicazione reti nazionali FESR e FSE
		4.2.	definire e realizzare le "azioni congiunte" con le Regioni da sviluppare nell'ambito di un Accordo (AdG PO) di cooperazione inter-istituzionale	
		4.3.	promuovere e sostenere on line la creazione di una Comunità PON	
		4.4.	promuovere e sostenere iniziative partenariali (eventuali) di animazione territoriale per il rafforzamento dell'impegno civico su scala locale mediante eventuali "azioni congiunte" PON POR	