



UNIONE EUROPEA

Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti

Programma Operativo Nazionale Infrastrutture e Reti 2014-2020

Strategia di comunicazione 2014-2020

Versione 15 Febbraio 2016

INDICE

- 1 INTRODUZIONE E QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO**
- 2 ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE**
- 3 APPROCCIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE (CARATTERISTICHE E OBIETTIVI)**
 - 3.1 DESTINATARI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE**
- 4 AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE**
 - 4.1 AZIONI DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE**
 - 4.2 CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE**
- 5 BUDGET**
- 6 ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE**
- 7 VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DELLA STRATEGIA**
- 8 ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PREVISTE NEL 2016**

1 – INTRODUZIONE

L'attività di comunicazione riveste un'importanza primaria nell'ambito dei Programmi cofinanziati dall'Unione Europea in quanto permette di dare un'adeguata informazione sulla gestione delle risorse stanziare e di assicurare la massima visibilità allo stato di attuazione degli interventi ed ai risultati ottenuti e consente di accrescere nei cittadini il grado di consapevolezza sul ruolo rivestito dalle Istituzioni europee nel sostegno allo sviluppo economico e sociale dei territori interessati.

Il presente documento, in linea con quanto richiesto dai Regolamenti comunitari, rappresenta la **Strategia di comunicazione** del Programma Operativo Nazionale (PON) Infrastrutture e Reti 2014-2020, che interviene nelle regioni Basilicata, Calabria Campania, Puglia e Sicilia concentrandosi su due priorità:

- sostenere la creazione di uno spazio unico europeo dei trasporti multimodale con investimenti nella TEN-T;
- sviluppare e migliorare i sistemi di trasporto sostenibili dal punto di vista dell'ambiente, a bassa rumorosità e a bassa emissione di carbonio, inclusi vie navigabili interne e trasporti marittimi, porti, collegamenti multimodali e infrastrutture aeroportuali.

Le norme in materia di informazione e comunicazione per il ciclo di programmazione 2014-2020 sono contenute nel Regolamento (UE) n. 1303/2013 (Artt. 115 – 116 – 117 e Allegato XII).

Questo consente di dare loro maggiore visibilità in quanto inserite direttamente in un Regolamento adottato dal Parlamento e dal Consiglio e non in un atto di esecuzione della Commissione (vedi Regolamento CE 1828/2006).

La Strategia di comunicazione viene elaborata dall'Autorità di Gestione (AdG) e rappresenta il documento in cui sono specificati le modalità di attuazione ed il budget destinato a tale attività. Deve essere presentata al Comitato di Sorveglianza (CdS), e non più alla Commissione Europea, per l'approvazione entro sei mesi dall'adozione del Programma. Allo stesso modo dovranno essere sottoposte e approvate dal Comitato (CdS) le eventuali successive modifiche effettuate dall'Autorità di Gestione alla Strategia durante il periodo di programmazione.

Benché non sussista più l'obbligo di rendere conto delle attività di comunicazione realizzate nei Rapporti Annuali di Esecuzione (RAE), ad eccezione delle annualità 2017 e 2019, il Regolamento (UE) n.1303/2013 sancisce l'obbligo di presentare relazioni e analisi sistematiche di tali attività, con cadenza annuale, in occasione del Comitato di Sorveglianza (art. 110 comma 1, lettera c) e art. 111 comma 4, lettera b)).

In tale occasione l'Autorità di Gestione dovrà fornire anche una relazione sulle attività di informazione e pubblicità pianificate per l'anno successivo sulla quale il Comitato (CdS) potrà esprimere, ove lo ritenga opportuno, un parere.

Inoltre, il Regolamento (UE) n. 1303/2013 prevede l'individuazione di una struttura competente mediante la nomina di un responsabile del coordinamento e l'istituzione di un gruppo di lavoro che avranno il compito di gestire le misure di informazione e comunicazione previste dalla Strategia (art. 117 comma 3 e Allegato XII, comma 4 lettera e).

Con riferimento agli obblighi di trasparenza l'AdG dovrà fornire l'elenco delle operazioni in formato *open* (CSV o XML) in modo da consentire la ricerca, l'estrazione e la comparazione dei dati e pubblicare gli stessi su un portale web unico che fornirà una sintesi di tutti i Programmi Operativi dello Stato membro (art. 115 comma 2).

Le differenze più evidenti fra il Piano di comunicazione nella precedente programmazione e la Strategia prevista per il periodo 2014-2020 riguardano prevalentemente i seguenti punti:

- descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità;
- descrizione delle modalità con le quali i Beneficiari saranno sostenuti nella loro attività di comunicazione;
- descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente Programma Operativo;
- aggiornamento annuale delle attività di informazione e comunicazione da svolgere l'anno successivo.

Il Regolamento di Esecuzione (UE) n. 821/2014 della Commissione, recante modalità di applicazione del Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, fornisce, infine, istruzioni sull'utilizzo dell'emblema dell'Unione Europea, per l'uso dei colori standard e per la predisposizione di targhe permanenti e cartelloni temporanei e permanenti (Capo II, artt. 3, 4 e 5).

2 - ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE E OBIETTIVI FUTURI

La definizione della Strategia di comunicazione per il ciclo di programmazione 2014-2020 non può prescindere dalla valutazione delle azioni realizzate nell'ambito del PON Reti e Mobilità 2007-2013 ed in particolare dall'attività svolta a partire dal 2009, anno di avvio del contratto per l'effettiva

attuazione del Piano di comunicazione.

La Strategia perseguita nell'ambito del PON Reti e Mobilità ha rappresentato un'attività strutturata e strumentale al perseguimento di un'efficace attuazione del Programma: la capacità di diffondere i risultati realizzati rappresenta, infatti, un elemento fondamentale, in particolare per quanto concerne il conseguimento di una maggiore consapevolezza da parte dei cittadini non solo del valore delle realizzazioni poste in essere a valere sul PON, ma anche del ruolo ricoperto dalle opere infrastrutturali nelle strategie per lo sviluppo dei territori.

Le iniziative di comunicazione hanno avuto come obiettivo tanto le esigenze formative nei confronti degli operatori del settore (Beneficiari e potenziali Beneficiari) quanto la necessità di pubblicizzazione e sensibilizzazione presso un pubblico più vasto ai fini conoscitivi e di amplificazione degli effetti del Programma.

Per quanto concerne le attività messe in campo per gli operatori del settore si possono ricordare sia i workshop con gli operatori della logistica (in vista dell'attivazione della Linea d'intervento I.4.1 "Regimi di aiuto al settore privato per la realizzazione di infrastrutture logistiche") sia il ciclo di incontri organizzati nelle quattro regioni Obiettivo Convergenza (Calabria, Campania, Puglia e Sicilia), dedicati alle tematiche della portualità e della logistica.

Al fine di promuovere la conoscenza del Programma presso un vasto pubblico di non addetti ai lavori, hanno giocato un ruolo molto importante i concorsi fotografici ("Cattura il Movimento" e "Visioni sostenibili"), le Lectio Magistralis, tenutesi in quattro Atenei, uno per ognuna delle regioni interessate, e la produzione del documentario "Il Viaggio delle Merci", che ha ottenuto un risultato ragguardevole in termini di visualizzazioni sul canale YouTube.

A fronte dei numerosi fattori di successo, tuttavia, si devono registrare anche dei punti di debolezza nell'attuazione del Piano di comunicazione della programmazione 2007-2013.

Nello specifico, è risultato non sempre facile il rapporto con alcuni Beneficiari soprattutto per quanto riguarda il rispetto degli obblighi di informazione e pubblicità sugli interventi finanziati dal Programma (ad esempio l'apposizione di targhe esplicative permanenti e cartelli di cantiere).

In questo caso, nel corso del nuovo ciclo, l'Autorità di Gestione si impegna ad offrire un maggiore supporto, sia nella fase di elaborazione (bozze di layout, loghi in formati adatti alla stampa) che di realizzazione.

Inoltre, la natura e la missione del Programma – strettamente legato al mondo della logistica e del trasporto delle merci – hanno reso particolarmente complesso trasmettere al vasto pubblico la stretta connessione tra lo sviluppo delle infrastrutture e la crescita economica dei territori.

Gli obiettivi su cui puntare nel nuovo periodo sono:

- l'adozione di un linguaggio completo ma allo stesso tempo chiaro e, quindi, facilmente comprensibile;
- il potenziamento dei rapporti con i media al fine di coinvolgerli maggiormente nella diffusione delle azioni intraprese nell'ambito del PO e del ruolo che queste hanno nello sviluppo del territorio;
- lo sviluppo della comunicazione online attraverso i social network in modo da rendere il confronto con gli utenti sempre più dinamico e interattivo.

3 - APPROCCIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE (CARATTERISTICHE E OBIETTIVI)

La Strategia di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti si svilupperà nell'arco dell'intero periodo di programmazione, declinandosi in una serie di piani che realizzeranno di anno in anno le azioni previste.

La Strategia del Programma sarà ispirata:

- all'integrazione con le attività di comunicazione relative agli altri Fondi Strutturali affinché emerga una visione d'insieme del ruolo dell'Unione Europea nella strategia di sviluppo economico e sociale del Paese;
- alla sinergia con il partenariato economico-sociale, per condividere la formulazione dei messaggi rispetto ai target di settore e favorire la diffusione mirata delle informazioni. Al fine di moltiplicarne la portata si prevede la personalizzazione dei messaggi, degli strumenti e dei canali di comunicazione rispetto ai target group;
- alla visibilità delle opportunità e dei risultati raggiunti.

Le attività di comunicazione perseguono l'obiettivo prioritario di promuovere e realizzare, a favore di un'ampia gamma di destinatari, un'informazione costante e trasparente sui contenuti, le finalità e i risultati conseguiti con i progetti cofinanziati, evidenziando nel contempo il ruolo rivestito dall'Unione Europea per la loro realizzazione.

In particolare si possono evidenziare i seguenti obiettivi di carattere generale:

- far conoscere all'opinione pubblica il ruolo svolto dall'Unione Europea, attraverso il Programma ed i risultati conseguiti da quest'ultimo;
- informare i potenziali Beneficiari sulle possibilità offerte e ottenute, congiuntamente, dall'Unione Europea e dagli Stati membri, al fine di garantirne la trasparenza;
- informare i Beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, con riferimento alle procedure di attuazione;
- informare i Beneficiari del loro inserimento in un apposito elenco pubblicato tramite opportuni strumenti di diffusione;
- accrescere la conoscenza sui progetti realizzati mediante l'utilizzo dei Fondi strutturali nelle regioni interessate dal Programma;

Gli obiettivi specifici possono, invece, essere così sintetizzati:

- evidenziare il contributo offerto dal PON Infrastrutture e Reti al conseguimento degli obiettivi stabiliti nel Quadro Strategico Comune e valorizzare il ruolo della Unione Europea in tale contesto;
- sottolineare il positivo impatto in termini economici e sociali degli investimenti infrastrutturali oggetto del cofinanziamento comunitario;
- garantire la massima visibilità e conoscenza, in particolar modo presso le collettività locali, delle realizzazioni cofinanziate;
- rafforzare la consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione Europea nella tutela dell'ambiente e sottolineare che tutti gli interventi finanziati saranno realizzati nel rispetto del territorio;
- accrescere presso l'opinione pubblica il senso di appartenenza all'Europa, valorizzando, anche a livello locale, i risultati raggiunti con gli interventi realizzati;
- incrementare il numero e la qualità delle domande presentate, garantendo un'informazione ampia, chiara e dettagliata relativamente ai meccanismi d'accesso ai finanziamenti;
- favorire il coinvolgimento dei soggetti partenariali durante l'intero ciclo di vita del Programma.

Si riassumono di seguito i principali obiettivi che il presente documento persegue:



3.1 - DESTINATARI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La Strategia di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 è rivolta a tre gruppi principali di destinatari:

- Beneficiari degli interventi
- Potenziali Beneficiari
- Grande Pubblico.

Nell'ambito di queste macro categorie possiamo identificare i seguenti target specifici:

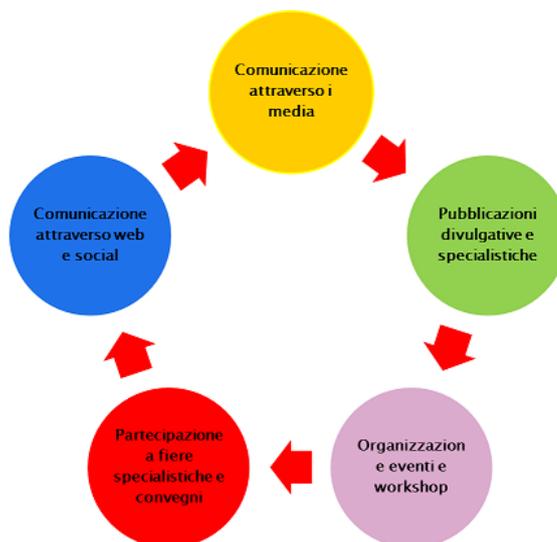
- soggetti attuatori: enti ed amministrazioni responsabili della realizzazione del Programma quali: RFI, ENAC, ENAV, ANAS e Ministeri competenti;
- autorità locali competenti: enti e organismi pubblici locali con dimensione territoriale comunale, provinciale o regionale che per il ruolo ricoperto svolgono attività che concorrono alla realizzazione degli interventi cofinanziati;
- parti economiche e sociali: attori della realtà economica e sociale del territorio in grado di influenzarla e orientarla;

- organismi no profit: organizzazioni senza fine di lucro che svolgono un ruolo positivo nei confronti della collettività, in particolare, in questo caso, quelli che operano per la difesa ed il miglioramento dell'ambiente;
- organizzazioni professionali: enti e organismi pubblici e privati che raggruppano soggetti interessati dalla realizzazione degli interventi cofinanziati;
- grande pubblico: cittadini che devono essere costantemente informati sul ruolo svolto dall'Unione Europea, sui risultati e sull'impatto degli accordi di partenariato e dei Programmi Operativi.

Nell'ambito del grande pubblico un ruolo di rilievo è rivestito dai mass media che rappresentano un importante veicolo nonché un moltiplicatore dell'informazione, in grado di raggiungere i territori sia attraverso canali d'informazione tradizionali (stampa, televisione, ecc) che tramite il web.

4 - AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE

La Strategia di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 intende attuare una molteplicità di azioni, utilizzando in maniera integrata diversi canali e strumenti, per raggiungere i propri obiettivi.



4.1 - AZIONI DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE

Azioni dirette ai Beneficiari

Per quanto riguarda le azioni di informazione rivolte ai Beneficiari va inoltre ricordato che, ai sensi dell'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (punto 3.2), l'Autorità di Gestione:

- informa i Beneficiari che, accettando il finanziamento, acconsentono alla pubblicazione sul sito web dedicato al Programma e sul portale unico nazionale, secondo quanto disposto dall'art. 115, comma 2, del Regolamento (UE) n. 1303/2013, di tutte le informazioni relative al nominativo del Beneficiario, alla denominazione e sintesi dell'operazione, alle date di inizio e di fine, alla spesa totale ammissibile, al tasso di cofinanziamento, al codice postale dell'operazione, al luogo, alla denominazione della categoria di operazioni e a quanto altro richiesto;
- fornisce informazioni e strumenti di comunicazione, compresi modelli in formato elettronico per aiutare i Beneficiari al rispetto degli obblighi di cui al paragrafo 2.2 del sopra citato Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Azioni dirette ai Beneficiari potenziali

In conformità all'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione assicura che la strategia, gli obiettivi e le opportunità offerte del Programma Operativo vengano ampiamente divulgati ai potenziali Beneficiari e a tutte le parti interessate, con l'indicazione del sostegno finanziario del FESR.

Al fine di garantire la più ampia diffusione delle informazioni sono previste le seguenti azioni:

- pubblicazione sulla pagina web del Programma della documentazione di supporto all'attuazione del PO che fornisca indicazioni chiare ed esaurienti, vale a dire:
 1. le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare domande;
 2. le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento;
 3. la descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
 4. i criteri di selezione delle operazioni da finanziare;
 5. l'indicazione delle strutture e delle persone di riferimento che a livello nazionale, regionale e locale possono fornire informazioni sul PO;
 6. la responsabilità dei potenziali beneficiari che devono informare il pubblico circa lo scopo dell'operazione e il sostegno all'operazione da parte dei fondi, conformemente al punto 2.2. L'autorità di gestione può richiedere ai potenziali beneficiari di proporre, nelle domande, attività di comunicazione indicative, proporzionali alla dimensione dell'operazione;

- realizzazione di convegni, seminari, workshop e altre iniziative rivolti a potenziali Beneficiari per far conoscere le finalità specifiche del Programma e dei singoli obiettivi tematici.

Azioni dirette al pubblico

Tenendo in considerazione il Regolamento (UE) n. 1303/2013 e, in particolare, quanto previsto nell'Allegato XII (punto 2), l'Autorità di Gestione svolgerà le seguenti azioni:

- realizzazione di un evento di lancio per presentare i contenuti del PO FESR 2014-2020;
- organizzazione di un'attività informativa principale all'anno per promuovere le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite, nonché per presentare i risultati conseguiti;
- esposizione dell'emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di Gestione;
- pubblicazione sul sito web del Programma:
 - dell'elenco delle operazioni finanziate (in formato aperto);
 - di esempi di operazioni e le principali realizzazioni del Programma (anche in lingua diversa da quella dello stato membro);
 - di informazioni aggiornate sulla base degli stati di avanzamento e sulla valutazione dell'andamento complessivo;
- realizzazione di eventi al fine di informare e sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo a temi specifici o ritenuti strategici per il territorio ;
- realizzazione di attività promozionali rivolte al pubblico;

4.2 - CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Per la realizzazione delle azioni di comunicazione si prevede l'utilizzo in maniera integrata di diversi canali a seconda della tipologia di target da raggiungere, nonché del contenuto della comunicazione stessa.

Si riportano di seguito i principali strumenti che verranno impiegati, tenendo presente che tale elencazione è da considerarsi non esaustiva né definitiva. Nel corso del periodo di programmazione, infatti, potrebbero intervenire nuovi strumenti/canali di divulgazione delle informazioni nonché emergere nuove esigenze di comunicazione sulla base dell'avanzamento del Programma.

- a. Definizione della linea grafica dedicata al Programma:** al fine di garantire la più ampia visibilità e l'immediata riconoscibilità dello stesso, sarà individuato, attraverso gara di evidenza pubblica, un logo grafico specifico che contraddistingua la campagna di comunicazione per tutto il periodo di riferimento. La grafica sarà scaricabile dalle pagine web del sito dedicato al PO e sarà impiegata per la stampa di tutti i prodotti informativi (brochure, gadget, targhe esplicative permanenti, ecc.).
- b. Eventi (convegni, seminari, workshop, tavole rotonde, manifestazioni fieristiche, ecc.):** tale strumento, nelle sue numerose declinazioni, consente di raggiungere molteplici tipologie di target. Da un lato assicura un'ampia diffusione di notizie relative all'attuazione dei progetti cofinanziati presso il grande pubblico, dall'altro garantisce ai Beneficiari (effettivi e potenziali) ed ai soggetti a vario titolo coinvolti nella realizzazione del Programma la conoscenza approfondita delle modalità di attuazione, dei meccanismi finanziari, dei risultati e degli impatti da questi generati nel corso del periodo di programmazione. Gli eventi si svolgeranno principalmente a livello territoriale nelle cinque Regioni di riferimento (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia), tuttavia non si esclude, ad esempio, la partecipazione a fiere di settore relative a tematiche di particolare rilievo nelle altre regioni al fine di assicurare la più ampia diffusione nazionale dell'informazione legata al Programma. Si prevede, inoltre, la realizzazione di concorsi video/fotografici e incontri nelle scuole superiori ed università al fine di sensibilizzare maggiormente le nuove generazioni sulle tematiche del Programma e sul senso di consapevolezza e di appartenenza all'Unione europea.
- c. Pubblicazioni e prodotti informativi (depliant, brochure, quaderni tematici, cataloghi, ecc.):** nell'ambito delle azioni di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti tali strumenti rivestono un ruolo di grande rilievo in quanto consentono di illustrare ed approfondire a livelli diversi le conoscenze sul Programma. Ad esempio, depliant e brochure sono destinati al grande pubblico e, quindi, avranno un'impostazione chiara e facilmente accessibile e offriranno un quadro sintetico ed esaustivo degli obiettivi, degli interventi, degli attori coinvolti. I quaderni tematici ed i cataloghi, invece, rappresenteranno un momento di approfondimento sugli argomenti di maggiore interesse del Programma e saranno rivolti ad un pubblico di "addetti ai lavori" interessato da un punto di vista tecnico-scientifico ai temi di volta in volta trattati. Al fine di rafforzare il messaggio promozionale si prevede di

realizzare una serie di gadget, caratterizzati dalla linea grafica identificativa del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020, da distribuire in occasione di manifestazioni ed eventi.

- d. Stampa e media:** tale attività deve accompagnare l'intera durata del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 al fine di far comprendere la stretta connessione esistente tra gli interventi infrastrutturali realizzati nell'ambito del Programma e lo sviluppo economico dei territori interessati. Le relazioni con i media riguarderanno i quotidiani nazionali e locali, i periodici, le televisioni, le radio, le testate online, la stampa di settore economico, la stampa generalista, le conferenze stampa, le interviste, ecc. Nell'ottica di una integrazione continua tra i diversi canali di comunicazione, tutti gli output di questa attività saranno resi disponibili attraverso il sito web del Programma e gli operatori dell'informazione saranno destinatari anche di azione di divulgazione dedicate da veicolarsi sia tramite comunicazione online (post, tweet) che attraverso incontri mirati di taglio formativo-informativo.
- e. Comunicazione online (web e social):** tale attività di comunicazione riveste un ruolo centrale nella Strategia di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020. Si prevede lo sviluppo di un portale web dedicato che abbia un'architettura che consenta di rivolgersi a tutti i target di destinatari precedentemente individuati: potenziali Beneficiari, Beneficiari e Grande Pubblico. Secondo quanto previsto dall'art. 115, comma 2 del Regolamento (UE) 1303/2013, l'elenco delle operazioni sarà pubblicato sul sito del PO in un formato aperto - formato CSV o XML – in modo da consentire di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet. Il portale web dedicato sarà, inoltre, collegato al sito unico nazionale OpenCoesione (www.opencoesione.gov.it) per poter rendere immediatamente disponibili le informazioni relative allo stato di attuazione del Programma (interventi finanziati, realizzazioni, ecc.) (così come previsto dall'Allegato XII al Regolamento (CE) 1303/2013). Il sito web servirà a promuovere tutte le attività di comunicazione svolte nell'ambito del PO quali ad esempio la pubblicazione in formato digitale di documentazione (decreti di selezione dei progetti, verbali del CdS, ecc.), di notizie relative ad eventi (inviti, programmi, atti convegni, ecc.), supporti informativi e tecnici (layout targhe, loghi, ecc.), aree riservate dedicate ai Beneficiari (effettivi e potenziali) e media. Inoltre, sarà necessario creare un collegamento con i principali social network (Facebook e Twitter).

- **Comunicazione alle persone disabili:** tra gli strumenti di comunicazione sopra indicati, ne saranno realizzati ulteriori specifici dedicati alle persone con disabilità, ai sensi del par. 4.b) dell'Allegato XII del Reg. UE 1303/2013. In particolare, si intendono realizzare spot/ video che utilizzino il linguaggio dei segni o sottotitoli per non udenti. Inoltre, si prevede la pubblicazione delle informazioni sul sito dedicato al Programma in formato compatibile con gli strumenti web browsing utilizzati dalle persone non vedenti.

Tutte le azioni di comunicazione precedentemente indicate, saranno parte integrante del bando di gara per l'individuazione di un soggetto affidatario del servizio di attuazione della Strategia.

5 - BUDGET

Per la realizzazione della Strategia di comunicazione si stima un budget complessivo di circa € 9.750.000,00, pari a circa 0,53% della dotazione complessiva del Programma (€1.843.733.334).

Gli importi destinati alla programmazione annuale saranno presentati in forma dettagliata nei piani di comunicazione attraverso i quali sarà declinata la Strategia di comunicazione descritta nel presente documento e saranno in percentuale decrescente dall'inizio alla fine della programmazione.

Di seguito si riporta la ripartizione percentuale indicativa delle risorse per annualità, che potrebbe subire delle modifiche nel tempo in funzione dell'avanzamento del Programma.

Annualità	Ripartizione percentuale
2016	5
2017	25
2018	15
2019	10
2020	15
2021	15
2022	10
2023	5

6 - ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE

I compiti e le responsabilità dell'Autorità di Gestione del PO sono definiti dal Regolamento (CE) 1303/2013 (art. 111, 115, 116, Allegato XII); le attività di Piano di Comunicazione fanno capo a un

responsabile, individuato dall'Autorità di Gestione (art. 117, comma 3 del sopra citato Regolamento) e incaricato di coordinare le azioni di informazione e comunicazione.

Più in particolare, il responsabile ha il compito di assicurare gli adempimenti di seguito elencati

- presentare la Strategia al Comitato di Sorveglianza per approvazione, entro 6 mesi dall'adozione del Programma;
- informare annualmente il Comitato di Sorveglianza sui progressi nell'attuazione della Strategia di Comunicazione (azioni realizzate, mezzi di comunicazione utilizzati, risultati ottenuti (in termini qualitativi e quantitativi), nonché sulle attività previste per l'anno successivo;
- inserire nelle relazioni di attuazione annuali, presentate nel 2017 e nel 2019, i risultati delle misure di informazione e pubblicità promosse nell'ambito della Strategia di Comunicazione;
- mantenere un elenco delle operazioni, accessibile tramite il sito web, da aggiornare almeno ogni sei mesi. L'elenco dovrà contenere le informazioni minime relative alle operazioni, così come specificate nell'Allegato XII del Regolamento (CE) 1303/2013;
- fornire esempi di operazioni, da riportare sul sito web del Programma e accessibili anche dal portale unico, tradotti anche in una lingua ufficiale dell'Unione di ampia diffusione e diversa dalla lingua italiana;
- assicurare che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di Comunicazione specifica e unitaria e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato;
- esporre l'emblema dell'Unione europea presso la sede dell'Autorità di Gestione.

Il responsabile del Piano avrà inoltre il compito di assicurare i rapporti e la collaborazione con la Rete nazionale di comunicazione e di coinvolgere, se del caso, altri organismi nelle iniziative di informazione e comunicazione, conformemente al diritto e prassi nazionali: il partenariato, i centri di informazione sull'Europa, così come gli uffici di rappresentanza, gli uffici di informazione del Parlamento europeo negli Stati membri, gli istituti di istruzione e di ricerca e le associazioni di categoria.

Oltre agli obblighi informativi, che corrispondono alle azioni descritte in dettaglio nella presente Strategia, il responsabile dovrà programmare le seguenti azioni:

- un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio del Programma Operativo;
- un'attività informativa all'anno che promuova le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite, e presenti l'avanzamento del Programma;
- l'aggiornamento del sito web dedicato, fornendo informazioni aggiornate.

Conformemente a quanto previsto dal punto 4. lettera e) dell'Allegato XII al Regolamento (CE) 1303/2013 sono stati individuati gli organismi amministrativi deputati alla realizzazione delle misure di informazione e comunicazione.

In particolare, i riferimenti delle strutture coinvolte nell'implementazione della strategia di comunicazione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020 e dei rispettivi referenti sono indicati nella tabella che segue:

Struttura	Referente	Funzione	Contatti
Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – Direzione Generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali – Div. II	Angela Catanese	Autorità di Gestione del PON Infrastrutture e Reti 2014-2020	angela.catanese@mit.gov.it +39 0644122446
Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – Direzione Generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali Div. II	Maria Rita Antonini	Responsabile della comunicazione e dell'informazione per il PON Infrastrutture e Reti 2014-2020	mariarita.antonini@mit.gov.it +39 0644123262
Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – Direzione Generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali Div. II	Alessia Pandolfi	Collaboratore	alessia.pandolfi@mit.gov.it +39 0644123239

Al fine di assicurare un coordinamento tra le azioni di comunicazione programmate per la gestione del PO e le attività di comunicazione istituzionale dell'Amministrazione (Legge 150/2000) è stato istituito un Gruppo di Lavoro (GdL) tecnico (decreto prot. 7269/R.U. del 1° ottobre 2015).

Il GdL ha il compito di supportare l'AdG nella stesura del piano annuale ed è composto da:

- Gabinetto del Ministro/Ufficio Stampa;
- Direzione Generale dei sistemi informativi e statistici;
- Direzione Generale per lo sviluppo del territorio, la programmazione ed i progetti internazionali.



7 - VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DELLA STRATEGIA

Nel rispetto dell'Allegato XII, comma 4, punto g) del Regolamento (CE) 1303/2013, l'efficacia delle azioni di informazione e comunicazione contenute nella Strategia sarà "valutata in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai Fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti".



La presente Strategia sarà sottoposta ad un processo continuo di monitoraggio e valutazione che consentirà di orientare al meglio le attività da realizzare, programmate attraverso i piani annuali, ed eventualmente, effettuare una revisione al fine di massimizzare e ottimizzare i risultati.

Le attività di monitoraggio costituiranno la base per le informative sugli stati d'avanzamento delle attività, da fornire al Comitato di Sorveglianza del Programma nelle relazioni di attuazione da presentare nel 2017 e nel 2019 (come stabilito dal Regolamento (CE) 1303/2013, art. 111, comma 4, lettera b)).

A tal fine si individuano i seguenti indicatori (sia di realizzazione che di risultato) che verranno utilizzati per la valutazione delle azioni contenute nella presente Strategia, tenendo conto che gli stessi potrebbero essere oggetto di una revisione in itinere sulla base delle esigenze emerse nel corso dell'attuazione delle azioni di comunicazione.

a) Indicatori di realizzazione

Azione	Indicatore di realizzazione	Unità di misura
Comunicazione online (sito web dedicato e social)	pagine web pubblicate	n.
	notizie inserite	n.
	post	n.
	tweet	n.
	aggiornamenti su Opencoesione	n.
Pubblicazioni e prodotti informativi (depliant, brochure, quaderni tematici, cataloghi, ecc.)	pubblicazioni realizzate per tipologia	n.
Stampa e media	conferenze stampa realizzate	n.
	comunicati stampa diffusi	n.
	articoli pubblicati	n.
Eventi (convegni, seminari, workshop, tavole rotonde, manifestazioni fieristiche, ecc.)	eventi realizzati per tipologia	n.

b) Indicatori di risultato

Azione	Indicatore di risultato	Unità di misura
Comunicazione online (sito web dedicato e social)	visite sul sito	n.
	pagine web maggiormente visitate	n.
	visitatori	n.
	follower	n.
	contatti Facebook	n.

Pubblicazioni e prodotti informativi (depliant, brochure, quaderni tematici, cataloghi, ecc.)	distribuzione pubblicazioni realizzate per tipologia	n.
	download pubblicazioni digitali	n.
Stampa e media	articoli pubblicati	n.
	interviste realizzate	n.
Eventi (convegni, seminari, workshop, tavole rotonde, manifestazioni fieristiche, ecc.)	Partecipazione per tipologia di eventi (attesi/effettivi)	%
	Gestione dei feedback (compilati/distribuiti)	%

Accanto a questi indicatori verranno implementati degli indicatori miranti a monitorare la qualità delle azioni di comunicazione e informazione messe in campo quali:

- Il grado di apprezzamento delle pubblicazioni realizzate;
- il grado di apprezzamento dell'informazione fornita nel corso degli eventi;
- il grado di apprezzamento dell'informazione online.

Infine, dovranno essere realizzate indagini periodiche (sondaggi, interviste, rilevazioni, ecc.) per misurare l'impatto della Strategia di comunicazione e testare la conoscenza del Programma da parte sia dei Beneficiari (effettivi e potenziali) che dell'opinione pubblica e dei media.

8 - ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PREVISTE NEL 2016

Il comma 4, punto i) dell'Allegato XII al Regolamento (CE) 1303/2013, nel contemplare gli elementi presenti nella Strategia di Comunicazione, stabilisce la necessità di "un aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo".

Nell'ambito delle attività di comunicazione legate al PON Infrastrutture e Reti 2014-2020, da svolgersi nell'annualità 2016 sono previste, per un budget presunto di €487.500,00:

- L'affidamento, mediante gara di evidenza pubblica, del servizio di attuazione della Strategia di comunicazione;

- La progettazione del logo del Programma e della creatività;
- La pubblicazione di un depliant e di una brochure contenenti informazioni di carattere generale sul Programma;
- La progettazione e messa online del sito internet dedicato;
- La realizzazione di un workshop.

Per quanto attiene alla tempistica relativa alla realizzazione delle sopra elencate attività si riporta di seguito un'ipotesi di cronoprogramma, che, tuttavia, potrebbe subire delle modifiche legate alla tempistica di svolgimento della gara.

IPOTESI DI CRONOPROGRAMMA DEL PIANO DI COMUNICAZIONE PER L'ANNUALITÀ 2016

Attività previste per il 2016	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic
Gara per affidamento servizio												
Progettazione logo e creatività												
Pubblicazione depliant												
Pubblicazione brochure												
Progettazione sito dedicato												
Messa online sito												
Workshop												