



UNIONE EUROPEA

FONDI
STRUTTURALI
EUROPEI

pon
2014-2020



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per interventi in materia di edilizia
scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per
l'istruzione e per l'innovazione digitale
Ufficio IV

MIUR

PER LA SCUOLA - COMPETENZE E AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO (FSE-FESR)

Programma Operativo Nazionale
“Per la Scuola - Competenze e ambienti per
l'apprendimento”
FSE – FESR

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
2014-2020

INDICE

PREMESSA	4
1. ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE	5
1.1 Le azioni di comunicazione attuate nella Programmazione 2007-2013	5
1.2 Verso la nuova strategia: punti di forza e debolezza della comunicazione 2007-2013	7
2. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 2014-2020	8
2.1 Contesto della nuova programmazione 2014-2020	8
2.2 Caratteristiche della Strategia	9
2.3 Priorità, finalità e obiettivi della Strategia	11
2.4 Destinatari e target	14
3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE.....	16
3.1 Le azioni, i canali e gli strumenti di comunicazione	16
4. BUDGET.....	22
5. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE.....	23
6. VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DELLA STRATEGIA	25
6.1. Indicatori del monitoraggio e della valutazione.....	25
6.2. Attività e strumenti	26
7. CALENDARIO DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE 2014-2020	28
8. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DA SVOLGERE NEL 2015-2016.....	32

PREMESSA

I processi che favoriscono l'accesso, la condivisione e la comunicazione delle informazioni assumono, nell'ambito dei programmi cofinanziati dall'Unione europea, un ruolo prioritario in quanto coniugano aspetti istituzionali, politici, economici e sociali. La complessità insita in tali processi richiede la definizione di una strategia di comunicazione finalizzata al raggiungimento della pluralità di utenti finali nell'ottica di una reale riduzione delle distanze, di un superamento dello scetticismo e di un accrescimento della conoscenza e dell'interesse che i cittadini hanno riguardo le Istituzioni europee.

La politica di comunicazione dell'Unione europea per il periodo di programmazione 2014 – 2020 si colloca all'interno del quadro del rinnovato impegno della Commissione di sostenere la democrazia, la trasparenza e l'efficacia delle proprie azioni. L'attività di comunicazione punta, quindi, a garantire massima visibilità, trasparenza e partecipazione sia ai diretti beneficiari delle opportunità offerte dal Programma, sia più in generale alla cittadinanza. In tal senso è fondamentale intervenire affinché la società sia sempre più sensibile, attenta e consapevole delle opportunità di crescita offerte dall'UE.

Il presente documento, in linea con gli orientamenti e le azioni comunitarie, costituisce la strategia di comunicazione che accompagnerà l'attuazione del PON "Per la Scuola - Competenze e ambienti per l'apprendimento"¹ durante il ciclo di programmazione 2014 – 2020.

Si tratta di uno strumento funzionale ad una gestione coerente ed integrata del complesso delle attività di comunicazione, che, anche in continuità con il Piano di comunicazione relativo al periodo 2007 – 2013, mira a ridurre il divario e la distanza tra le istituzioni pubbliche e la società civile. La Strategia quindi si concentrerà sui seguenti aspetti:

- **trasparenza**, tramite le informazioni concernenti le possibilità di finanziamento offerte congiuntamente dall'Unione e dallo Stato italiano, e la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, della denominazione delle operazioni e del relativo finanziamento pubblico;
- **chiarezza e semplicità delle procedure**, fornendo le informazioni relative all'utilizzo dei fondi SIE in maniera chiara, semplice, comprensibile e accessibile a tutti.
- **ruolo svolto dall'Unione Europea** attraverso una maggiore visibilità e diffusione dei risultati e la valorizzazione dei progetti particolarmente significativi.

Il quadro di riferimento dei Regolamenti 2014 - 2020 per la comunicazione e la pubblicità dei fondi SIE

Le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità sono disciplinate dalla normativa europea che regola l'utilizzo dei fondi strutturali. Nello specifico, il Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio (Artt. 115-116-117 e Allegato XII) fornisce disposizioni e indirizzi circa la strategia di comunicazione per ciascun programma operativo, nonché sull'organizzazione dei funzionari incaricati in tale ambito. La Strategia deve essere approvata dal Comitato di Sorveglianza entro sei mesi dall'adozione del Programma Operativo. In tale sede, sono previste relazioni e analisi sistematiche, funzionali all'adozione del piano di attività di comunicazione programmate per l'anno seguente. Inoltre, 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, precisa alcuni aspetti operativi e caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di 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. L'Autorità di Gestione è responsabile della strategia di comunicazione. Nello specifico, la normativa europea pone in capo all'AdG la decisione di definire una strategia per ciascun programma operativo (PO) o una strategia comune che copra più programmi, anche relativi a fondi diversi. Infine, l'Allegato XII del Reg. UE n. 1303/2013 prevede l'individuazione della struttura competente per l'attuazione della strategia di comunicazione, tramite la nomina di una persona responsabile del coordinamento delle attività e l'istituzione di un apposito gruppo di lavoro. Il responsabile, in collaborazione con lo staff incaricato, avrà il compito di implementare e gestire le misure di informazione e comunicazione indicate nella strategia.

¹ A titolarità del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, approvato dalla Commissione europea con Decisione C(2014) n.9952, del 17/12/2014 (CCI: 2014IT05M2OP001).

1. ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE

La Strategia di comunicazione 2014-2020, in continuità con il Piano di comunicazione 2007-2013 e con le precedenti programmazioni, nasce dall'esperienza maturata dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR), in qualità di Autorità di Gestione (AdG), nel settore della comunicazione specifico dei fondi strutturali europei. Inoltre, la Strategia terrà conto delle azioni realizzate con successo negli anni precedenti, in particolare:

- azioni di comunicazione tra AdG e beneficiari per la gestione delle attività programmate;
- azioni di comunicazione dell'AdG volte ad assicurare la trasparenza nella gestione del programma;
- azioni di comunicazione dell'AdG volte alla diffusione delle azioni realizzate dalle scuole e delle "Buone pratiche";
- azioni di comunicazione tra beneficiari e territorio per la diffusione delle attività realizzate.

1.1 LE AZIONI DI COMUNICAZIONE ATTUATE NELLA PROGRAMMAZIONE 2007-2013

❖ Azioni di comunicazione tra AdG e beneficiari per la gestione delle attività programmate

I numeri della Programmazione 2007-2013, che ha coinvolto circa il 90% degli istituti scolastici delle regioni dell'Obiettivo Convergenza², confermano il successo complessivo delle azioni di comunicazione, in particolare quelle tra l'Autorità di Gestione e le scuole beneficiarie, target principale dei Programmi Operativi FSE "Competenze per lo sviluppo" e FESR "Ambienti per l'apprendimento".

I principali strumenti utilizzati nelle azioni di comunicazione di questo tipo sono stati:

- i sistemi informativi;
- la pagina web sul sito del MIUR dedicata ai fondi strutturali europei;
- la produzione e diffusione di documenti di supporto (avvisi, note, linee guida, manuali);
- le conferenze "di servizio";
- i vari interventi in loco volti a supportare specifici problemi di gestione.

Alcuni numeri possono confermare l'importanza degli strumenti di comunicazione utilizzati dall'AdG a sostegno della progettazione dei beneficiari:

- 2.830.000 visitatori della pagina web "PON - Fondi Strutturali Europei" durante il 2014;
- circa 200.000 moduli di formazione e 30.000 progetti di laboratorio inseriti e monitorati dal sistema informativo;
- 535 note e avvisi pubblicati nelle news del sito;
- 44 guide e manuali scaricabili online.

❖ Azioni di comunicazione dell'AdG volte ad assicurare la trasparenza nella gestione del programma

La pagina web "Fondi Strutturali Europei" è stata ed è tuttora un valido strumento di accesso alle informazioni e approfondimenti sui Programmi Operativi Nazionali. Sulle pagine web dedicate, oltre alla normativa europea e nazionale di riferimento, sono presenti tutte le informazioni sulle attività in corso, sulle opportunità e sulla modalità di accesso ai finanziamenti. In linea con il

²Nell'ambito della politica di coesione dell'UE per il periodo di programmazione 2007-2013, per l'Italia rientrano nell'Obiettivo Convergenza le seguenti regioni: Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

portale Open Coesione del Ministero dello Sviluppo Economico è stata creata la rubrica "Pon in chiaro"³. Essa contiene le principali informazioni della Programmazione l'elenco dei beneficiari, i bandi pubblicati dalle scuole, i numeri della programmazione, *open data* e le esperienze delle scuole, rispondendo allo specifico interesse di un pubblico attento all'attuazione delle politiche di coesione.

❖ **Azioni di comunicazione dell'AdG volte alla diffusione delle azioni realizzate dalle scuole e delle "Buone pratiche"**

Il concorso Voci Vivaci

L'AdG, durante l'anno scolastico 2013-2014, ha indetto, in collaborazione con l'INDIRE, il Concorso "Voci Vivaci, Storie di scuole che crescono" rivolto a tutte le istituzioni scolastiche delle regioni dell'Obiettivo Convergenza.

I prodotti presentati dalle scuole hanno evidenziato, attraverso le voci e le testimonianze dei ragazzi e del personale della scuola, le iniziative promosse, sostenute e realizzate nell'ambito dei due Programmi Operativi Nazionali 2007-2013 del settore istruzione.

Cataloghi progetti FSE e FESR: le esperienze significative realizzate dalle "scuole del PON"

Ogni anno, per la predisposizione del Rapporto Annuale di Esecuzione dei Programmi Operativi Nazionali (PON), l'Autorità di Gestione ha individuato le esperienze significative realizzate dalle scuole con il finanziamento dei Fondi Strutturali Europei (FSE e FESR).

Tali esperienze sono state raccolte in due cataloghi⁴:

- "Le scuole si raccontano" (progetti FSE)
- "Scuole e laboratori" (progetti FESR)

I due cataloghi sono strutturati per aree tematiche e potranno essere modello di riferimento per i nuovi beneficiari della programmazione 2014-2020. All'interno delle singole aree tematiche è riportata la declinazione delle diverse azioni previste negli obiettivi operativi del Programma, per consentire alle scuole di ritrovare con maggiore facilità le attività realizzate. Le esperienze evidenziate rappresentano solo una piccola parte dell'immenso lavoro realizzato da tutte le scuole dell'Obiettivo Convergenza durante la Programmazione 2007-2013.

❖ **Azioni di comunicazione tra beneficiari e territorio per la diffusione delle attività realizzate**

A partire dal 2010, le scuole beneficiarie hanno potuto richiedere specifici finanziamenti per la realizzazione di azioni di comunicazione sul territorio. L'obiettivo primario di queste iniziative è stato la pubblicizzazione, nelle quattro regioni dell'Obiettivo Convergenza, delle opportunità offerte e dei progetti realizzati dagli istituti scolastici nel quadro del PON FSE "Competenze per lo Sviluppo" e/o del PON FESR "Ambienti per l'apprendimento". Le iniziative di comunicazione proposte alle scuole prevedevano varie tipologie di progetti: manifestazione o evento culturale, concorsi, uso di strumenti innovativi per la diffusione di informazioni sul territorio.

Tra il 2010 e il 2013 sono stati affidati alle scuole in totale 616 progetti nell'ambito delle attività di "Pubblicizzazione e informazione sul programma". I target raggiunti da tali progetti sono stati molto diversificati: destinatari dei progetti, popolazione sul territorio, *stakeholder*. Sulla base della documentazione prodotta dalle scuole, sono state raggiunte circa 300.000 persone attraverso le iniziative realizzate sul territorio delle regioni dell'Obiettivo Convergenza.

³ http://hubmiur.pubblica.istruzione.it/web/istruzione/pon/in_chiaro

⁴ Disponibili sulla pagina web del MIUR dedicata ai fondi strutturali – archivio "Programmazione 2007-2013":

1.2 VERSO LA NUOVA STRATEGIA: PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA DELLA COMUNICAZIONE 2007-2013

Come precedentemente menzionato, nella stesura della nuova Strategia di comunicazione 2014-2020 si è tenuto conto dei risultati raggiunti e delle criticità emerse durante la Programmazione 2007-2013. Osservando la totalità delle azioni di comunicazione messe in campo durante l'ultimo periodo di programmazione, è emerso un complessivo successo nelle azioni di comunicazione implementate. In particolare, il precedente piano di comunicazione dell'AdG ha avuto come principali **punti di forza** il coinvolgimento delle istituzioni scolastiche beneficiarie dei fondi attraverso iniziative *ad hoc* e la capacità di diffondere informazioni a livello locale tramite l'organizzazione di eventi, seminari e conferenze di servizio. Inoltre, l'AdG ha cercato di sostenere la comunicazione online tramite l'utilizzo dei sistemi informativi e della pagina web sul sito del MIUR.

Tuttavia, a fronte dei numerosi fattori di successo, sono stati riscontrati alcuni **punti di debolezza** nell'attuazione del Piano di comunicazione dei Programmi. Nello specifico, uno delle maggiori criticità è stata la poca visibilità degli interventi ad una *audience* più vasta e diversificata. Infatti, benché la diffusione delle informazioni e le azioni di comunicazione siano state efficaci in ambito locale e regionale, non si può affermare altrettanto a livello nazionale. Inoltre, sono stati individuati margini di miglioramento nell'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa per dare un'adeguata riconoscibilità agli interventi, anche in vista del coinvolgimento dell'intero territorio nazionale nel PON "Per la Scuola – Competenze e ambienti per l'apprendimento". Infatti, come emerge dallo studio Flash Eurobarometro 384⁵ le fonti di comunicazione più citate in Italia sono la televisione e la stampa (locale, regionale e nazionale), seguiti dal web. Di conseguenza il coinvolgimento puntuale di televisione e stampa nazionale sarà un aspetto necessario della strategia di comunicazione 2014-2020.

⁵Flash Eurobarometro 384 della Commissione Europea (Dicembre 2013), *Un rapporto sulla consapevolezza e percezione della politica regionale della UE da parte dei suoi cittadini*.

2. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 2014-2020

2.1 CONTESTO DELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE 2014-2020

Coerentemente con le priorità individuate a livello europeo e nazionale, il PON “Per la Scuola – Competenze e ambienti per l'apprendimento” 2014-2020 si presenta come fondamentale strumento di attuazione dei processi di riforma per il miglioramento della qualità del sistema scolastico. In quest'ottica, il Programma si caratterizza in maniera fortemente innovativa rispetto alla programmazione precedente, introducendo elementi di cui un'efficace strategia di comunicazione deve tener conto.

❖ Il nuovo contesto geografico del PON

Il PON “Per la Scuola” per il periodo di programmazione 2014-2020 estende il proprio ambito di intervento all'intero territorio nazionale, agendo in modo selettivo e mirato anche sui territori delle regioni del Centro Nord, in relazione alle esigenze dei diversi contesti di riferimento. Saranno privilegiati i contesti che si distinguono per maggiori fabbisogni (aree interne, territori, scuole e destinatari con caratteristiche o esigenze specifiche), sviluppando al contempo un'azione sinergica rispetto a quella già svolta da ciascuna regione. In tal senso, la diffusione del PON sarà garantita tra le nuove categorie di beneficiari (istituzioni scolastiche e Uffici Scolastici Regionali delle regioni del Centro Nord, enti locali, ecc.) per le quali si rende necessaria un'attività di formazione, informazione ed affiancamento.

❖ Il gap socio-economico tra le aree del territorio nazionale

Nonostante il positivo percorso intrapreso nelle regioni dell'Obiettivo Convergenza, sussistono ancora delle criticità e ampi fabbisogni di intervento che riguardano sia la partecipazione di giovani e adulti ai percorsi d'istruzione-formazione, sia i livelli di competenza degli studenti. Le regioni meno sviluppate risultano, infatti, ancora contraddistinte da forti ritardi rispetto al resto del Paese, ma anche nelle regioni del Centro Nord si rilevano ampie necessità di intervento, sia per la presenza di elementi di criticità – si pensi ad esempio alle difficoltà di inserimento e integrazione scolastica degli studenti di origine straniera, all'inadeguatezza delle infrastrutture scolastiche, alla ripresa del fenomeno della dispersione in alcuni territori – sia per l'emergere di nuove necessità legate al mutare dei fabbisogni e all'innalzarsi degli obiettivi da raggiungere. In quest'ottica, le azioni di comunicazione saranno orientate alla massima inclusione.

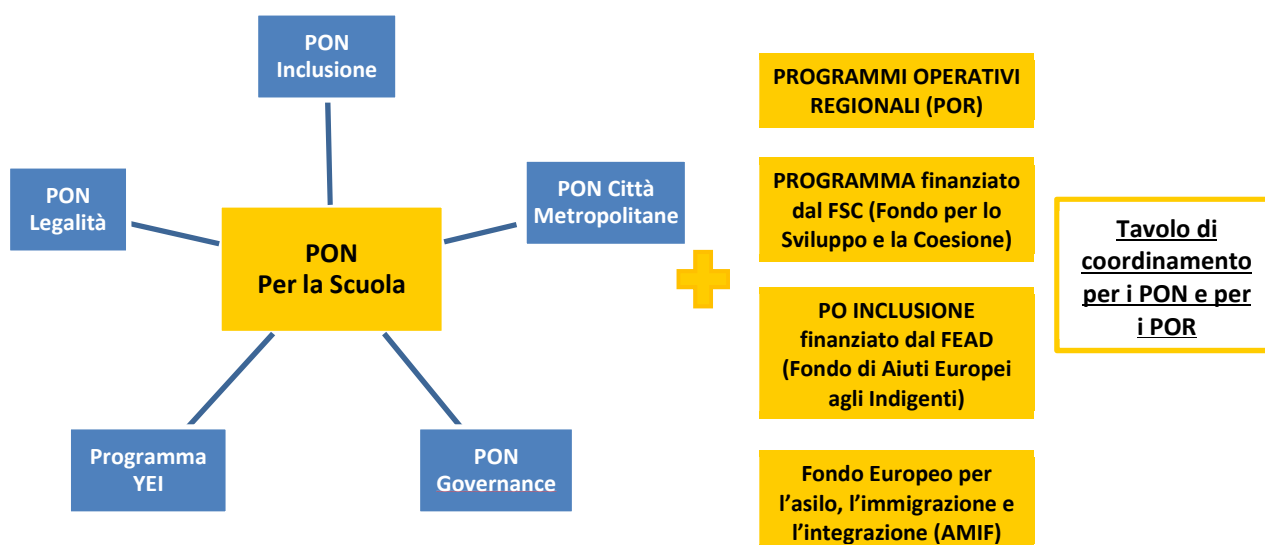
❖ La complementarità delle azioni del PON con i programmi regionali e gli altri programmi nazionali

Il Programma è impostato sui principi di **concentrazione** dei fondi sulle priorità più rilevanti e **complementarietà** degli interventi rispetto a quelli realizzati con risorse regionali e nazionali, al fine di evitare sovrapposizioni e di coprire al contempo le aree di maggiore fabbisogno.

Sul fronte dell'istruzione, i Programmi Regionali si integrano con il PON “Per la Scuola” intervenendo sulle specificità territoriali e finanziando azioni complementari in linea con le esigenze delle istituzioni scolastiche, nonché attuando interventi aggiuntivi laddove ve ne sia particolare richiesta.

Il coordinamento degli interventi tra programmi cofinanziati con il Fondo sociale europeo sarà assicurato mediante il Sottocomitato FSE, coordinato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Tale Sottocomitato costituirà una sede stabile di confronto, con la partecipazione di tutte le AdG dei PON e dei POR cofinanziati dal FSE e del partenariato economico e sociale.

Figura 1. Il coordinamento tra i programmi



❖ Un percorso di crescita ecosostenibile attraverso l'azione integrata di FESR e FSE

La strategia del PON “Per la Scuola” è contraddistinta da una forte integrazione fra gli interventi finanziati dal FESR e dal FSE, che si traduce nella definizione di un **PON Plurifondo**. Gli investimenti in infrastrutture e dotazioni tecnologiche, volti a migliorare gli ambienti di apprendimento e aumentare l’attrattività della scuola, sono infatti strettamente complementari rispetto alle azioni di contrasto alla dispersione scolastica, innalzamento delle competenze, sviluppo professionale dei docenti. L’azione sinergica dei due fondi si dimostra fondamentale, inoltre, rispetto al contributo che il Programma si propone di fornire alla **crescita ecosostenibile**, alla promozione di un’economia più efficiente, più verde e più competitiva. In questo senso, gli interventi infrastrutturali di riqualificazione ed efficientamento energetico e lo sviluppo di competenze nell’ambito della *green economy* concorrono pariteticamente alla diffusione di una maggiore sensibilità rispetto alle tematiche ambientali. La strategia di comunicazione sarà funzionale, quindi, anche alla promozione dell’educazione ambientale, attraverso la diffusione delle buone prassi individuate per il passaggio ad un’economia a basse emissioni di carbonio.

2.2 CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA

La Strategia di comunicazione del PON “Per la Scuola” 2014-2020 si configura come un piano di azioni volto alla promozione del Programma in maniera:

- **pluriennale**, in quanto riguarderà l’intero periodo di programmazione anche se rivista e implementata annualmente attraverso un piano di comunicazione più dettagliato;
- **diffusa su tutto il territorio nazionale** ma **differenziata** rispetto alle necessità. In particolare, nelle regioni più sviluppate e in transizione la diffusione delle informazioni sarà necessaria per far conoscere il PON “Per la Scuola” e più in generale la politica regionale europea e i fondi strutturali. Nelle regioni meno sviluppate, in continuità con le precedenti esperienze, si cercherà di raggiungere gli istituti scolastici che non hanno beneficiato in passato delle risorse messe a disposizione dal PON e si svilupperanno azioni volte a

- coinvolgere e sostenere in modo più incisivo le scuole che già hanno partecipato attivamente nelle scorse programmazioni;
- **mirata al raggiungimento dei gruppi target** ai quali il programma si rivolge, diversificando le azioni in ragione delle caratteristiche e delle esigenze proprie di ogni gruppo;
 - adeguata rispetto ad un **programma plurifondo**. Si terrà conto, quindi delle specificità delle diverse fonti di finanziamento (FSE-FESR), e dei relativi ambiti di intervento, in modo da fornire un quadro completo degli strumenti a disposizione dei beneficiari nell'ambito della strategia UE di sviluppo del sistema di istruzione e formazione;
 - orientata a garantire la **trasparenza** nell'attuazione del Programma Operativo;
 - **partecipata**, attraverso il coinvolgimento attivo dei destinatari e degli *stakeholder*, proseguendo nella direzione già intrapresa con il partenariato economico e sociale;
 - funzionale alla promozione dello **sviluppo ecosostenibile** e alla sensibilizzazione di giovani e adulti rispetto ai temi della *green economy* e dell'educazione ambientale;
 - supportata da azioni di **monitoraggio e valutazione**.

Figura 2. Le caratteristiche della Strategia di comunicazione 2014-2020



2.3 PRIORITÀ, FINALITÀ E OBIETTIVI DELLA STRATEGIA

La Strategia di comunicazione condivide e sostiene le **cinque priorità di investimento** del PON "Per la Scuola":

- ridurre e prevenire l'abbandono scolastico precoce e promuovere la parità di accesso all'istruzione prescolare, primaria e secondaria di elevata qualità, inclusi i percorsi di istruzione (formale, non formale e informale) che consentano di riprendere percorsi di istruzione e formazione;
- rafforzare la parità di accesso all'apprendimento permanente per tutte le fasce di età nei contesti formali, non formali e informali, aggiornando le conoscenze, le abilità e le competenze della manodopera e promuovendo percorsi di istruzione flessibili anche tramite l'orientamento professionale e la convalida delle competenze acquisite;
- migliorare la pertinenza dei sistemi di istruzione e formazione al mercato del lavoro, favorendo il passaggio dall'istruzione al mondo del lavoro e rafforzando i sistemi di istruzione e formazione professionale nonché migliorandone la qualità, anche mediante meccanismi di anticipazione delle capacità, l'adeguamento dei curriculum e l'introduzione e lo sviluppo di programmi di apprendimento basati sul lavoro, inclusi i sistemi di apprendimento duale e i programmi di apprendistato;
- investire nell'istruzione, nella formazione e nella formazione professionale per la qualificazione professionale nonché nella formazione permanente, sviluppando l'infrastruttura scolastica e formativa;
- investire nella capacità istituzionale e nell'efficacia delle amministrazioni pubbliche e dei servizi pubblici a livello nazionale, regionale e locale nell'ottica delle riforme, di una migliore regolamentazione e di una buona *governance*.

La Strategia di comunicazione, inoltre, sarà funzionale all'attuazione e realizzazione dell'**obiettivo specifico 4.2** "Migliorare e sviluppare forme e contenuti dell'informazione e pubblicizzazione del programma, degli interventi e dei suoi risultati". Attraverso questo obiettivo, l'azione del PON intende garantire la massima trasparenza e la crescita della consapevolezza, della condivisione e del consenso sulle finalità, i metodi e i risultati della strategia di intervento del Programma⁶.

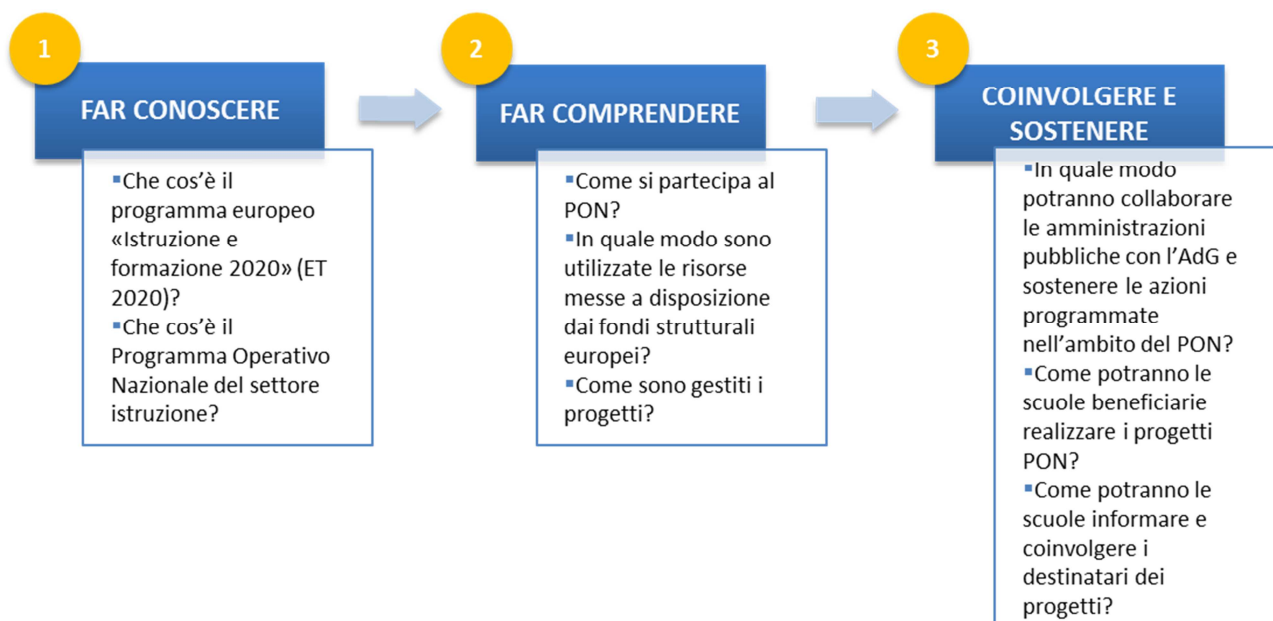
Al fine di sostenere il Programma nel perseguimento di tali priorità, la Strategia di comunicazione evidenzia **tre finalità**, volte a rispondere alle domande che si pongono i vari gruppi target in merito al PON "Per la Scuola" e, più in generale, alla politica regionale europea.

- ❖ FAR CONOSCERE
- ❖ FAR COMPRENDERE
- ❖ COINVOLGERE E SOSTENERE

⁶ La Strategia di comunicazione 2014-2020 del PON sarà realizzata all'interno dell'ASSE IV del PON, Assistenza Tecnica, in particolare attraverso l'obiettivo specifico 4.2.

Lo schema che segue illustra l'**approccio metodologico** di diffusione delle informazioni e sensibilizzazione del pubblico che il PON "Per la Scuola" vuole adottare.

Figura 3. Le finalità della Strategia



Per rispondere a tali domande, la strategia di comunicazione è stata declinata in **sei obiettivi strategici**:

Obiettivo Strategico 1 *Far conoscere la strategia europea "Istruzione e formazione 2020", il PON "Per la Scuola - Competenze e ambienti per l'apprendimento" e gli interventi realizzati con i fondi strutturali europei.*

La diffusione di informazioni volte ad incrementare la conoscenza e la consapevolezza su queste tematiche è finalizzata a sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo dei fondi strutturali e sul valore aggiunto delle politiche europee in tema di istruzione e formazione. Lo scopo è quello di far conoscere ai cittadini il PON "Per la Scuola", le possibilità, i vantaggi che offre e i risultati della sua azione per lo sviluppo continuo del sistema di istruzione.

Obiettivo Strategico 2 *Garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni.*

In tale ambito sarà necessario assicurare la trasparenza dei meccanismi di gestione, di definizione delle scelte, di selezione dei progetti, di erogazione dei fondi, garantendo l'accessibilità e la fruibilità delle informazioni ai cittadini. Rilevante in tal senso è la predisposizione da parte dell'AdG, sulla pagina del sito istituzionale del MIUR dedicata ai fondi strutturali, della sezione

“AdG Trasparente”⁷ destinata ad accogliere tutta la documentazione specifica sull’attuazione del PON 2014-2020.

Obiettivo Strategico 3

Sviluppare lo scambio di informazioni con le amministrazioni nazionali e locali, in particolare le AdG dei PON e POR, per condividere e sostenere le azioni programmate e realizzare azioni comuni di comunicazione.

Come già anticipato, il Programma è impostato sul principio della complementarità degli interventi rispetto a quelli realizzati nei programmi regionali e con risorse nazionali. L’obiettivo è quindi quello di intervenire con un approccio sinergico, anche attraverso azioni mirate in specifiche aree geografiche e a beneficio di determinati gruppi target. In tale ottica, è stato e sarà fondamentale il coinvolgimento e la consultazione dei partner istituzionali, economici e sociali. Di conseguenza sarà necessario sviluppare una comunicazione volta allo scambio reciproco delle informazioni. Sarà inoltre essenziale coinvolgere e sostenere i vari *stakeholder* nella realizzazione di azioni comuni e condivise, volte a diffondere le informazioni in maniera integrata e coordinata al fine di concentrare gli sforzi verso una direzione comune.

Obiettivo Strategico 4

Informare e sostenere i beneficiari durante la realizzazione delle azioni programmate

L’obiettivo strategico 4 mira a garantire il principio di trasparenza attraverso la diffusione chiara delle informazioni e l’utilizzo di procedure e strumenti di partecipazione semplici ed efficaci. A tale scopo, sarà necessario informare e formare i beneficiari finali, affinché gli interventi realizzati con i fondi strutturali nel quadro del PON “Per la Scuola” abbiano ampia visibilità. Sarà data inoltre massima diffusione ai risultati degli interventi e ai prodotti elaborati, secondo una logica di condivisione e sviluppo di *best practice*.

Obiettivo Strategico 5

Sviluppare la qualità degli interventi di comunicazione dei beneficiari

In continuità e coerenza con il punto precedente, l’obiettivo strategico 5 punterà ad evidenziare agli istituti scolastici, principali beneficiari del PON, l’importanza del proprio ruolo nelle azioni di comunicazione. In questo contesto, saranno attivati e resi più efficienti partenariati e reti di scuole per la diffusione delle informazioni. Inoltre, le scuole saranno oggetto di specifiche azioni di formazione e di supporto alla gestione della propria attività di comunicazione sia interna (diretta agli studenti, alle loro famiglie, al personale della scuola) che esterna (rivolta ad altri istituti scolastici, alle università, alle associazioni, al mondo del lavoro, grande pubblico). L’attenzione si focalizzerà in misura maggiore sull’uso quotidiano delle nuove tecnologie, ormai strumenti imprescindibili per una comunicazione efficace e diffusa.

⁷http://hubmiur.pubblica.istruzione.it/web/istruzione/pon/2014_2020/adg

Obiettivo Strategico 6

Garantire l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati

Le attività e gli strumenti di comunicazione messi in campo saranno costantemente monitorati e valutati al fine di verificarne l'efficacia e l'efficienza ed esaminare i risultati raggiunti rispetto alle priorità e agli obiettivi prefissati nel Programma. A tal fine sarà costituito un gruppo di monitoraggio, controllo e valutazione delle attività di comunicazione.

2.4 DESTINATARI E TARGET

I target della strategia di comunicazione sono individuati in coerenza con le azioni da sostenere nell'ambito delle priorità di investimento evidenziate dal PON "Per la Scuola".

- **Beneficiari:** tutte le scuole statali, di ogni ordine e grado, incluse le scuole per l'infanzia, i CPIA (Centri per l'istruzione degli adulti) e gli enti strumentali del MIUR. Si sottolinea che per la prima volta anche le scuole del Centro Nord, in quanto beneficiarie delle risorse messe a disposizione dal PON, saranno destinatarie di specifiche azioni di comunicazione.
- **Destinatari degli interventi:** studenti, adulti dei CPIA, personale della scuola, docenti, personale dell'Amministrazione centrale e periferica. Le azioni di comunicazione rivolte ai destinatari saranno intraprese sull'intero territorio nazionale in relazione alle esigenze dei diversi contesti di riferimento. Nelle regioni più sviluppate e in transizione le azioni di comunicazione dovranno coinvolgere studenti caratterizzati da esigenze specifiche, come ad esempio alunni o adulti stranieri, per i quali è prevista una specifica attenzione all'integrazione scolastica. Sarà compito delle azioni di comunicazione, inoltre, sensibilizzare docenti e formatori su approcci e metodologie innovative per il contrasto alla dispersione scolastica e per l'efficace integrazione di target specifici nella vita scolastica.
- **Persone diversamente abili:** studenti, adulti dei CPIA, personale della scuola, docenti, personale dell'Amministrazione centrale e periferica con diversi tipi di disabilità. Tutte le azioni di comunicazione saranno rese disponibili nei formati conformi alle norme di accessibilità per i siti web e saranno inoltre utilizzati canali differenziati e adeguati per tenere conto dei vari tipi di disabilità.
- **Popolazione sul territorio:** famiglie e adulti potenzialmente interessati alle azioni programmate. In relazione alla priorità "Riduzione del fallimento formativo precoce e della dispersione scolastica e formativa", a parità di contesto e con attenzione a specifici target, sono previsti interventi di prevenzione e contrasto della dispersione. Questi interventi coinvolgono gli studenti a partire dalla scuola dell'infanzia, ma possono includere anche le famiglie e gli attori scolastici (personale docente e non), che svolgono un ruolo cruciale nel favorire un rapporto positivo fra i ragazzi e l'ambiente scolastico.
- **Stakeholder:** amministrazioni centrali e locali, associazioni e imprese. Sono previsti tavoli di coordinamento tra le varie amministrazioni per istituire sedi stabili di dialogo e confronto, coerentemente con il principio della complementarietà tra i programmi. Le azioni di comunicazione avranno il compito di sostenere la collaborazione tra i vari *stakeholder*, favorendo, ove possibile, *stage* all'estero o in realtà produttive contraddistinte da particolare innovatività e sensibilità rispetto ai temi della *green economy* e dello sviluppo ecosostenibile.



Figura 4. I destinatari delle azioni di comunicazione

3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE

3.1 LE AZIONI, I CANALI E GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Le azioni previste nella Strategia terranno conto delle esperienze avute nella precedente programmazione e saranno, grazie ai piani di comunicazione annuali, migliorate in corso d'opera. Di seguito le prospettive di sviluppo di alcuni di questi strumenti/azioni:-

❖ Azioni di disseminazione in presenza

Manifestazioni e concorsi

L'AdG attraverso manifestazioni e concorsi rivolti alle scuole cercherà di coinvolgere il maggior numero di alunni su tutto il territorio nazionale. Tali azioni avranno lo scopo di sensibilizzare i giovani e far crescere in loro il senso di consapevolezza e di appartenenza all'Unione europea e la sensibilità verso le buone pratiche comunitarie per migliorare qualità e stili di vita.

Evento annuale

È prevista l'organizzazione di un evento annuale per tutta la durata del programma. Tale evento rivolto al grande pubblico, ai potenziali beneficiari e beneficiari finali, sarà l'occasione per illustrare l'attività svolta nel quadro del PON e i risultati delle valutazioni in itinere relativa all'attuazione del programma.

Evento di lancio e convegni

Nella fase di avvio è necessario far conoscere la il PON "Per la Scuola" 2014-2020. A tal fine sarà organizzata una grande iniziativa di livello nazionale per il lancio del Programma che vedrà il coinvolgimento del partenariato istituzionale, economico e sociale. Saranno previsti nel corso degli anni di programmazione altri momenti d'incontro su temi di carattere generale o su temi individuati per rispondere ad esigenze particolari.

Seminari tematici

L'obiettivo è quello di migliorare la partecipazione alle azioni dei beneficiari, dotandoli di strumenti operativi e pratici sulla loro attuazione attraverso l'organizzazione di seminari tematici. I seminari saranno rivolti a categorie specifiche di soggetti interessati ai temi trattati. In fase avanzata di programmazione altri seminari tematici potranno essere organizzati per diffondere i risultati delle azioni realizzate.

Stand mobili

Per promuovere e divulgare gli interventi previsti dal PON "Per la Scuola", si realizzeranno delle strutture mobili e itineranti da allestire nei luoghi nevralgici delle maggiori città di tutto il territorio nazionale in occasione di manifestazioni pubbliche, fiere, feste patronali o altre iniziative di richiamo sociale che interessano le intere collettività locali o anche singoli quartieri. Verrà fornita assistenza informativa al pubblico attraverso la distribuzione di materiale divulgativo e promozionale.

❖ Media

Stampa, Radio e Televisione

Il PON "Per la Scuola" sarà pubblicizzato su tutto il territorio nazionale attraverso i mezzi di comunicazione di massa. Saranno utilizzati spazi su quotidiani e stampa specializzata, spot radiofonici, e produzione di servizi e spot televisivi. I comunicati per la divulgazione di notizie sulla gestione del PON saranno indirizzati a tutti gli organi di stampa nazionali e regionali nonché agli

Uffici stampa delle varie istituzioni presenti sul territorio. La comunicazione indirizzata al grande pubblico sarà effettuata attraverso la realizzazione di servizi televisivi *ad hoc* che saranno trasmessi in televisione.

Web e comunicazione digitale

È previsto l'aggiornamento delle pagine web dedicate ai fondi strutturali⁸. Il web, canale sempre in evoluzione, sarà uno degli strumenti privilegiati di informazione tecnica e specialistica per gli operatori pubblici e privati potenziali beneficiari delle azioni. Verranno create, a seconda delle esigenze, pagine dedicate per rendere accessibili e chiare le informazioni e per mettere in risalto sia il lavoro dell'AdG sul territorio sia le esperienze delle scuole. In conformità con quanto già previsto nella precedente programmazione e in linea con la normativa di riferimento, le pagine web saranno conformi alle norme di accesso per gli utenti diversamente abili.

Sarà altresì alimentata la sezione del sito riservata al Comitato di sorveglianza con informazioni sulle attività e i documenti di competenza di questo organo. Verrà valutata la possibilità di utilizzare i *social network* (Twitter, Facebook, ecc.) per la comunicazione con i beneficiari. Inoltre, l'AdG considererà la possibilità di avvalersi di piattaforme per la condivisione di file video e fotografici (YouTube, Vimeo, Flickr ecc.)

Oltre ai *mass media*, si farà ampio uso dei *personal media*. Attraverso strumenti come la *newsletter*, l'*e-mail* e il *forum* si stabilirà un ponte per incentivare il dialogo e raggiungere in maniera capillare tutti i beneficiari.

Open data - "PON in Chiaro"

La rubrica "PON in Chiaro" sarà aggiornata in modo costante. L'obiettivo principale del *restyling* è quello di valorizzare le informazioni a disposizione, permettendo, anche a chi accede per la prima volta, di trovare facilmente tutti i dati ed avere un quadro chiaro ed esaustivo del PON "Per la Scuola". L'interfaccia web sarà quindi intuitiva, di facile lettura e le informazioni chiare e precise. Oltre alle sezioni già collaudate nella passata programmazione ("Beneficiari", "Bandi delle scuole", "I numeri della programmazione" e "Open data") si dedicherà uno spazio alle scuole per pubblicizzare gli interventi realizzati con i fondi europei. La nuova sezione si chiamerà "Come cambia la mia scuola" e darà l'opportunità agli istituti che lo vorranno di mettersi in mostra e far vedere i lavori fatti, pubblicando foto e video nei formati richiesti. Verrà inserita anche una rubrica "Speciale su..." che verrà attivata all'occorrenza per dedicare un focus a indagini statistiche in occasione di particolari eventi o specifiche esigenze dell'AdG.

❖ Materiale informativo e promozionale

Sarà prodotto materiale informativo cartaceo e multimediale (*brochure*, infografica, *booklet*, volantini, ecc.) per la pubblicizzazione del Programma. Questi materiali si renderanno molto utili sia per diffondere documenti di notevole entità come i testi-chiave della programmazione comunitaria, sia per presentare in maniera interattiva e graficamente appropriata i contenuti del PON. Nella fase di lancio del Programma, parallelamente all'avvio delle iniziative di comunicazione verranno utilizzati prodotti editoriali di sintesi a carattere divulgativo. Essi conterranno una spiegazione semplice e concreta dei contenuti del PON anche attraverso un linguaggio grafico e testuale semplice e immediato. Saranno predisposti, inoltre, alcuni opuscoli informativi di facile consultazione. Per rinforzare il messaggio promozionale si prevede di realizzare una serie di gadget (calendari, penne, agende, chiavette USB, *shopper* ecc.) caratterizzati dalla linea grafica da distribuire in occasione di manifestazioni ed eventi.

⁸http://hubmiur.pubblica.istruzione.it/web/istruzione/pon/2014_2020

Linea grafica e kit di documenti

Un'esigenza da soddisfare è quella di dare organicità ed immediata visibilità agli interventi attraverso la progettazione di un logo grafico che contraddistingua la campagna di comunicazione per tutto il periodo di riferimento del Programma. Questa linea grafica sarà scaricabile dalle pagine web dei Fondi Strutturali e potrà essere utilizzata per la stampa di tutti gli strumenti cartacei necessari (cartelloni, locandine, cartelle, bandi, ecc.). Verrà quindi predisposto dall'AdG un kit di documenti e strumenti grafici a supporto delle scuole nell'organizzazione delle varie iniziative di comunicazione sul territorio. I documenti e i supporti grafici saranno oggetto di seminari di formazione.

❖ Altri canali

Sarà attivato lungo tutto il periodo di programmazione 2014-2020, un canale di supporto ai potenziali beneficiari. In particolare, sarà sviluppato un sistema di supporto a distanza tramite:

- il potenziamento e miglioramento dell'*Help desk* di assistenza (telefonico e via e-mail);
- l'elaborazione di FAQ, schede e *tutorial*;
- l'introduzione di strumenti come video conferenze, Skype o altri sistemi di comunicazione a distanza.

OBIETTIVI	TARGET	PROMOTORI DELLE AZIONI	STRUMENTI/AZIONI
1. Far conoscere la strategia europea "Istruzione e formazione 2020", il PON "Per la Scuola - Competenze e ambienti per l'apprendimento" e gli interventi realizzati con i fondi strutturali europei e gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali Europei	Tutti (Beneficiari-Destinatari-Territorio-Stakeholder)	AdG, USR, scuole polo, istituzioni scolastiche	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestazioni per la presentazione del PON su tutto il territorio nazionale; - Pubblicizzazione delle attività realizzate nell'ambito del PON nelle grandi fiere ed eventi nazionali nell'ambito dell'istruzione e formazione, estendendo gli interventi su tutto il territorio nazionale; - Organizzazione di concorsi rivolti alle scuole, a livello regionale o nazionali; - Campagna <i>mass-media</i>: utilizzo di cartellonistica, inserzioni su giornali nazionali e locali, pubblicità su radio e televisioni nazionali e locali; - Produzione di materiale informativo a disposizione sul sito web; produzione di materiale informativo specifico differenziato a seconda del destinatario di riferimento.
2. Garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni	Tutti i target	AdG e enti strumentali MIUR a livello centrale, USR e istituzioni scolastiche a livello locale	<ul style="list-style-type: none"> - Migliorare l'accessibilità e l'efficacia del sito WEB PON-MIUR e dei vari strumenti di diffusione delle informazioni <i>online</i>, in particolare il sistema "PON in Chiaro". - Realizzazione di una sezione dedicata "ADG Trasparente" per garantire la trasparenza nelle procedure di aggiudicazione dei contratti. <p>Per le istituzioni beneficiarie, migliorare l'accessibilità e la completezza dei siti web per: 1) evidenziare le procedure utilizzate per la realizzazione dei progetti, in particolare i bandi di gara; 2) comunicare i finanziamenti ricevuti; 3) mettere in evidenza i progetti realizzati nell'ambito della programmazione.</p>

OBIETTIVI	TARGET	PROMOTORI DELLE AZIONI	STRUMENTI/AZIONI
3. Sviluppare lo scambio di informazioni tra AdG, le varie amministrazioni e i partner istituzionali per condividere e sostenere le azioni programmate	Varie amministrazioni e i partner istituzionali	AdG, USR, scuole polo, istituzioni scolastiche	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinamento con altri PON/POR; partecipazione alle reti istituzionali per la comunicazione nel PO - Azioni di comunicazione specifiche con i partner istituzionali (componenti del Comitato di Sorveglianza), che saranno invitati a condividere e sostenere le azioni più significative a livello nazionale e locale. - Campagna <i>personal media</i> attraverso strumenti specifici quali: <i>e-mail, forum, newsletter</i>.
4. Informare e sostenere i beneficiari durante la realizzazione delle azioni programmate	I beneficiari: tutte le scuole statali, di ogni ordine e grado, incluse le scuole per l'infanzia, CPIA, enti strumentali del MIUR	AdG in collaborazione con gli USR e le scuole polo	<ul style="list-style-type: none"> - Migliorare le funzionalità del sito web PON-MIUR e dei sistemi informativi che permettono la gestione del programma. - Potenziare e migliorare l'organizzazione dell'<i>Help desk</i> di assistenza, sia telefonico che attraverso e-mail. - Elaborazione di FAQ, schede e <i>tutorial</i>. - Sviluppare un sistema di supporto a distanza, attraverso video conferenze, Skype o altri sistemi di comunicazione a distanza.
5. Sviluppare la qualità degli interventi di comunicazione delle istituzioni beneficiarie	I beneficiari, l'amministrazione scolastica	AdG in collaborazione con gli USR e scuole polo	<ul style="list-style-type: none"> - Formazione del personale dell'amministrazione e docente nell'ambito della comunicazione. La formazione avrà come obiettivo il miglior uso dei media e degli strumenti informativi per raggiungere i destinatari, il territorio, gli <i>stakeholder</i>. - Sostenere i beneficiari che, a loro volta, devono garantire la trasparenza delle procedure e dell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni sulla realizzazione di ogni progetto. - Mettere a disposizione dei beneficiari gli strumenti finanziari che permettono la realizzazione di efficaci azioni di comunicazione. - Rendere i siti web strumenti di comunicazione per il territorio, in particolare invitando le scuole a prevedere, sui loro siti internet, una sezione dedicata al PON.

OBIETTIVI	TARGET	PROMOTORI DELLE AZIONI	STRUMENTI/AZIONI
6. Garantire l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati	Amministrazioni e istituzioni partner	AdG (+ assistenza tecnica)	<ul style="list-style-type: none"> - Prosecuzione, in collaborazione con le reti nazionali di comunicatori, delle azioni di monitoraggio e valutazione. - Realizzazione di indagini finalizzate a valutare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione.

4. BUDGET

Per le attività di comunicazione si stima un budget complessivo di circa 14 milioni di euro per i sette anni della Programmazione 2014-2020.

Successivamente, ogni Piano di comunicazione annuale stabilirà un budget analitico delle risorse stanziato per l'anno seguente e suddivise per tipologia di intervento previsto e/o strumento di comunicazione da utilizzare.

La tabella seguente mostra la ripartizione indicativa di risorse per aree di intervento:

Aree di intervento Strategia di comunicazione 2014/2020	% risorse sul totale	Importo indicativo delle risorse
Azioni di disseminazione in presenza <i>Manifestazioni, convegni, seminari, ecc.</i>	45%	€ 6.300.000
Media <i>Stampa, radio, TV e web</i>	30%	€ 4.200.000
Materiale informativo e promozionale <i>Brochure, volantini, kit pubblicitari, ecc.</i>	25%	€ 3.500.000
Totale	100%	€ 14.000.000

5. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE

Conformemente a quanto disposto dall'Allegato XII punto e) Regolamento UE 1303/2013, sono stati individuati gli organismi amministrativi deputati alla realizzazione delle misure di informazione e comunicazione previste dalla strategia.

Le strutture amministrative competenti nell'attuazione delle attività di promozione e diffusione del Programma sono le seguenti:

- Autorità di Gestione
- Comitato di sorveglianza
- Uffici Scolastici Regionali

In fase di implementazione delle azioni si prevede, inoltre, il coinvolgimento di altri *stakeholder*, in continuità con il percorso di condivisione già avviato.

❖ Ruolo dell'Autorità di Gestione in tema di promozione dell'informazione e della comunicazione pubblicitaria a favore dei PO

L'Autorità di Gestione promuove, coordina e verifica l'adozione e il rispetto di procedure unitarie in materia di informazione e pubblicità per le singole operazioni del PO da parte dei responsabili, dei soggetti intermedi e dei beneficiari, mediante il coinvolgimento degli Uffici Scolastici Regionali e Provinciali.

L'attuazione della Strategia attraverso il Piano di comunicazione è curata dall'Autorità di Gestione e l'eventuale ricorso a soggetti attuatori specializzati nella fornitura delle singole attività/beni/servizi avverrà nel rispetto della normativa europea degli appalti pubblici.

In linea con quanto stabilito dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione MIUR si impegna ad assicurare:

- l'applicazione delle misure di informazione e comunicazione in linea con la Strategia di comunicazione;
- la massima copertura mediatica delle attività previste, con il ricorso a varie forme di comunicazione;
- l'organizzazione di eventi per il lancio dei programmi o di importanti iniziative annuali di informazione;
- la visibilità della bandiera dell'UE presso i locali dell'Autorità di Gestione;
- la pubblicazione e l'aggiornamento dell'elenco degli interventi con cadenza almeno semestrale e la collaborazione per l'alimentazione del portale unico nazionale;
- la pubblicazione su internet di esempi di progetti anche in un'altra lingua ufficiale dell'UE ampiamente utilizzata e diversa dalla/e lingua/e ufficiale/i dello Stato membro;
- la pubblicazione di informazioni aggiornate sull'attuazione del programma e sui risultati ottenuti;
- la fornitura di kit informativi e pubblicità (anche in formato elettronico) destinati ai beneficiari (Allegato XII punto 3.2.2).

Inoltre, attraverso riunioni periodiche e specifici rapporti, opportunamente documentati, l'AdG informa il Comitato di Sorveglianza sull'avanzamento delle azioni definite nella Strategia.

In occasione di ogni Comitato di Sorveglianza sarà resa un'ampia informazione sull'attuazione delle attività di comunicazione, con riferimento agli interventi formativi e pubblicitari realizzati e agli strumenti utilizzati.

Autorità di Gestione

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Direzione Generale per interventi in materia di edilizia scolastica, per la gestione dei fondi strutturali per l'istruzione e per l'innovazione digitale
Ufficio IV

Responsabile: Dott.ssa Annamaria Leuzzi

Tel: +390658492

Fax: +390658493683

E-mail: dgcult.div4@istruzione.it

Referente per la Comunicazione: Dott.ssa Marie Suzanne Ely

Tel: +390658492465

Fax: +390658492770

E-mail: suzanne.ely@istruzione.it

❖ Reti di comunicazione sul territorio e responsabilità dei beneficiari

Per assicurare la diffusione capillare del Programma sarà attivata una rete di comunicazione con i referenti presenti sul territorio. Saranno inoltre ricercate utili forme di collaborazione con i soggetti istituzionali, economici e sociali che già svolgono attività di informazione e orientamento sulle politiche europee a livello regionale.

Anche i beneficiari, quali primi testimoni del ruolo svolto dall'UE nel finanziamento di opere e servizi di pubblica utilità, sono coinvolti nella realizzazione di azioni di promozione del PON. In termini operativi, nei casi previsti dai regolamenti comunitari e negli altri casi previsti dalla normativa e dalle procedure interne, i beneficiari hanno l'obbligo di fornire le opportune prove documentali dell'osservanza delle norme, in particolare:

- per ogni attività di comunicazione è obbligatorio rendere noto il sostegno ricevuto dai fondi esponendo il simbolo dell'UE, corredato da riferimenti specifici ai fondi utilizzati;
- sul sito web del beneficiario devono essere riportate informazioni sul progetto comprendenti anche una breve descrizione degli obiettivi e dei risultati nonché l'indicazione del sostegno ricevuto dall'UE;
- su richiesta dell'Autorità di Gestione, è necessario descrivere le attività di comunicazione previste già al momento della presentazione della domanda (Allegato XII, punto 3.1.2, lettera (e) del Regolamento (UE) n. 1303/2013);
- occorre esporre almeno un manifesto indicante informazioni sul progetto in un luogo facilmente visibile al pubblico;
- per gli interventi che rientrano nel Fondo sociale europeo e in altri progetti educativi finanziati dal Fondo europeo di sviluppo regionale, il beneficiario è tenuto a informare i partecipanti circa i finanziamenti ricevuti;
- nel caso di attività nel settore delle infrastrutture o dell'edilizia che ricevano fondi pubblici per un importo superiore ai 500.000 euro è obbligatorio esporre un cartellone o una targa permanente.

6. VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DELLA STRATEGIA

Le operazioni di monitoraggio e valutazione condotte sulle attività di comunicazione hanno lo scopo di consentire all'AdG di verificare se le attività e gli strumenti messi in campo stanno generando i risultati attesi rispetto agli obiettivi strategici prefissati nella Strategia di comunicazione, e in particolare in merito a:

- la conoscenza da parte dei beneficiari del Programma e del grande pubblico rispetto alla strategia europea "Istruzione e formazione 2020", al PON "Per la Scuola" e agli interventi realizzati con i fondi strutturali europei;
- la trasparenza, l'accessibilità e la fruibilità delle informazioni;
- la diffusione e lo scambio costruttivo di informazioni con le amministrazioni nazionali e locali (nello specifico AdG degli altri PON e dei POR) in merito alle azioni programmate;
- la diffusione di informazioni per una partecipazione consapevole dei potenziali beneficiari alle azioni programmate;
- lo sviluppo della capacità di comunicazione nei vari soggetti coinvolti nella gestione del PON, amministrazioni ed istituti scolastici;
- l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione svolte.

6.1. INDICATORI DEL MONITORAGGIO E DELLA VALUTAZIONE

Sarà strutturato un sistema di rilevazione dei dati inerenti **indicatori di trasparenza, realizzazione e risultato**.

❖ Indicatori di trasparenza

L'Autorità di Gestione, per la Programmazione 2014-2020, ha ravvisato la necessità di predisporre sulla pagina web dedicata ai fondi strutturali, una sezione dedicata alla trasparenza, denominata "AdG Trasparente" e destinata ad accogliere tutta la documentazione specifica sull'attuazione del PON 2014-2020.

Nello specifico, gli **indicatori di trasparenza** prevedono la rilevazione di informazioni che riguardano i seguenti aspetti:

- la visibilità pubblica da dare alle condizioni di eleggibilità, alle procedure di esame e ai criteri di selezione dei progetti;
- la divulgazione delle liste dei beneficiari e dei progetti finanziati;
- la costruzione di partenariati e reti per la diffusione delle informazioni;
- le specifiche azioni di pubblicità previste dal Reg. (UE) n. 1303/2013 e suo Reg. di esecuzione (UE) n. 821/2014.

❖ Indicatori di realizzazione

Gli **indicatori di realizzazione** permettono di monitorare la realizzazione delle varie azioni previste dalla Strategia di comunicazione e suoi successivi piani annuali e forniscono informazioni sui destinatari di tali azioni. Questa tipologia di indicatori prevede una rilevazione di dati quantitativi, relativi a:

- visitatori della pagina web dedicata;
- manifestazioni pubbliche (convegni, presentazioni, ecc.);
- incontri, riunioni, documenti condivisi, accordi e protocolli raggiunti;
- prodotti promozionali, loro tipologia e quantità;

- iscritti alla *newsletter*;
- comunicati;
- pubblicazioni (volumi, *report*, documenti);
- materiale divulgativo (*brochure*, schede, guide, infografiche, ecc.);
- messaggi pubblicitari via radio, con relativa collocazione e frequenza;
- messaggi / spot televisivi, con relativa collocazione e frequenza;
- inserzioni pubblicitarie sulla stampa locale, regionale e nazionale;
- punti di informazione;
- stand mobili;
- prodotti multimediali.

❖ Indicatori di risultato

Gli **indicatori di risultato** dovranno rispondere alle seguenti domande:

- In quale misura è migliorata la conoscenza della strategia europea “Istruzione e formazione 2020”, del PON “Per la Scuola” e degli interventi realizzati con i fondi strutturali europei, da parte dei soggetti coinvolti e del grande pubblico?
- In quale misura è incrementata la trasparenza, l’accessibilità e la fruibilità delle informazioni?
- In quale misura e attraverso quali strumenti è migliorato lo scambio e la condivisione delle informazioni con le amministrazioni nazionali e locali (tra cui anche AdG degli altri PO nazionali e regionali)?
- In quale misura è migliorata la capacità di comunicazione tra AdG e beneficiari durante la realizzazione delle azioni programmate?
- In quale misura è migliorata la partecipazione dei potenziali beneficiari agli interventi previsti dal PON e la qualità delle loro azioni di comunicazione?
- In quale misura è incrementata la diffusione tra i soggetti coinvolti nel PON e il grande pubblico delle attività realizzate e dei risultati ottenuti grazie ad esse?
- In quale misura è migliorata l’efficacia e l’efficienza delle attività di comunicazione svolte?

Gli indicatori di risultato sono da definire insieme ai soggetti che verranno incaricati dello svolgimento delle varie azioni di comunicazione e alla società responsabile della valutazione dei programmi.

6.2. ATTIVITÀ E STRUMENTI

Le **attività di monitoraggio e valutazione** delineate per la Strategia di comunicazione 2014-2020 possono essere così sintetizzate:

- un gruppo di lavoro interno all’AdG che provvederà a mettere a punto la metodologia, gli strumenti e le scadenze;
- i Sistemi Informativi (SIDI e GPU-INDIRE) per la Programmazione 2014-2020 permetteranno la gestione e il controllo degli interventi realizzati dagli istituti scolastici;
- un’azione di monitoraggio che sarà implementata nella fase iniziale delle principali azioni di comunicazione e sviluppata dai soggetti e dalle società responsabili di tali azioni;
- una valutazione esterna che sarà parte integrante della valutazione prevista dal Regolamento (UE) n. 1303/2013.

Oltre ai dati forniti dal sistema informativo, altre informazioni saranno elaborate attraverso vari strumenti, tra cui:

- **Indagini conoscitive preliminari** per definire i destinatari di alcune azioni specifiche di comunicazione.
- **Sondaggi presso gruppi destinatari per rilevare l'efficacia** di alcune azioni specifiche di comunicazione.
- **Indagini conoscitive attraverso questionari/interviste** somministrati a gruppi campioni di destinatari per valutare l'efficacia dell'azione svolta e eventuali nuove azioni da svolgere.
- **Focus group** per raccogliere commenti e valutazioni sull'azione svolta.

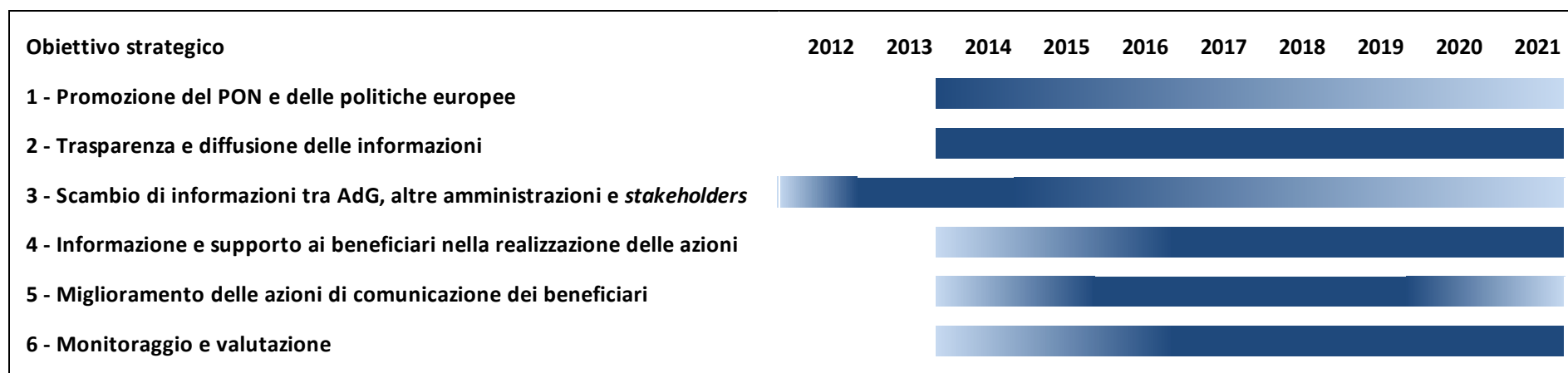
In linea con quanto disposto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità, promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione, saranno oggetto di valutazione nelle relazioni di attuazione annuali da presentare nel 2017 e nel 2019 e nella relazione di attuazione finale.

I piani di comunicazione da presentare annualmente definiranno in maniera più puntuale e dettagliata le azioni, i canali e gli strumenti che la Strategia di comunicazione adotterà, nonché gli indicatori e i relativi target.

7. CALENDARIO DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE 2014-2020

Come illustrato nella seguente tabella, le attività previste dalla Strategia di comunicazione saranno pianificate durante l'intero periodo di programmazione e modulate secondo le necessità proprie di ogni fase di attuazione del PON. Segue un calendario più dettagliato delle singole azioni (alla sfumatura del colore corrisponde il grado di intensità dell'intervento).

Figura 5. Cronoprogramma della Strategia



Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 1	Periodo inizio	Periodo fine
Manifestazioni per la presentazione del PON su tutto il territorio nazionale.	Aprile 2014 (con manifestazione interregionale di Lecce, 2-3 aprile 2014). Sono previste, entro la fine del 2015, tre grandi manifestazioni nazionali, a Milano, Roma, Palermo.	Dicembre 2016
Pubblicizzazione delle attività realizzate nell'ambito del PON nelle grandi fiere ed eventi in tema di istruzione e formazione, estendendo gli interventi su tutto il territorio nazionale.	Gennaio 2017 Le azioni volte alla diffusione delle attività realizzate e dei risultati saranno potenziate dopo il periodo di avvio.	Dicembre 2021
Campagna <i>mass-media</i> : utilizzo di cartellonistica, inserzioni su giornali nazionali e locali, pubblicità su radio e televisioni nazionali e locali.	Gennaio 2016 Tali attività saranno potenziate con il supporto di servizi di assistenza tecnica <i>ad hoc</i> .	Dicembre 2021
Produzione di materiale informativo sul programma a disposizione sulle pagine del sito del MIUR dedicate ai fondi strutturali.	Ottobre 2014 (elaborazione logo e manifesto in occasione di "3 giorni per la scuola" 2014).	Dicembre 2021
Produzione di materiale informativo specifico differenziato a seconda del destinatario di riferimento e delle azioni programmate.	Dal 2015, in concomitanza con le prime circolari.	Dicembre 2021

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 2	Periodo inizio	Periodo fine
Migliorare l'accessibilità e l'efficacia delle pagine "PON – Fondi Strutturali Europei" sul sito del MIUR e dei vari strumenti di diffusione delle informazioni <i>online</i> , in particolare "PON in Chiaro".	2014. Creazione delle nuove pagine a partire dal 2014 e pubblicazione in concomitanza con le circolari di avvio (14 aprile 2015).	2021. Le sezioni del sito, i sistemi informativi e il portale "PON in Chiaro" sono oggetto di quotidiani aggiornamenti.
Realizzazione di una sezione dedicata "AdG Trasparente" per garantire la trasparenza nelle procedure di aggiudicazione dei contratti.	Aprile 2015	2021
Per le scuole: migliorare l'accessibilità e la completezza dei siti web per evidenziare le procedure di attuazione dei progetti, in particolare i bandi di gara; comunicare i finanziamenti ricevuti; dare risalto ai progetti realizzati.	Nel 2015, sono previste specifiche circolari e strumenti per sostenere gli istituti scolastici nella progettazione del sito web.	I siti web delle scuole saranno monitorati a fine A.S. 2015/2016. Sulla base dei risultati del monitoraggio, saranno perfezionati gli strumenti per garantire un efficace utilizzo del sito web delle scuole nella gestione dei progetti PON.

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 3	Periodo inizio	Periodo fine
Coordinamento con altri PON/POR; partecipazione alle reti istituzionali per la comunicazione nei PO.	Ottobre 2015	2021
Azioni di comunicazione specifiche con i partner istituzionali (componenti del Comitato di Sorveglianza), che saranno invitati a condividere e sostenere le azioni più significative a livello nazionale e locale.	2012 (elaborazione programmazione 2014-2020)	2021
Campagna <i>personal media</i> : e-mail, forum, newsletter.	Ottobre 2015	2021

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 4	Periodo inizio	Periodo fine
Migliorare le funzionalità delle pagine "PON – Fondi Strutturali Europei" sul sito del MIUR e dei sistemi informativi che permettono la gestione del programma.	2014. Le pagine, i sistemi informativi e il portale "PON in Chiaro" sono oggetto di quotidiani aggiornamenti.	2021
Potenziare e migliorare l'organizzazione dell' <i>Help desk</i> di assistenza, sia telefonico che attraverso e-mail.	2015. Con l'avvio del nuovo programma, è stato riorganizzato l' <i>Help desk</i> in modo tale da poter far fronte alle richieste di tutte le regioni italiane.	2021
Elaborazione di FAC, di schede e <i>tutorial</i> .	2015. Elaborazione in corso di <i>tutorial</i> per l'utilizzo della piattaforma "Gestione degli interventi".	2021
Sviluppare un sistema di supporto a distanza, attraverso video conferenze, Skype o altri sistemi di comunicazione a distanza.	Ottobre 2015. Implementazione in corso.	2021

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 5	Periodo inizio	Periodo fine
Sostenere i beneficiari che devono garantire la trasparenza delle procedure e dell'uso delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni sulla realizzazione di ogni progetto.	2014. Elaborazione del kit pubblicità a disposizione delle scuole. 2015. Diffusione di avvisi e linee guida in merito alle azioni di informazione e pubblicità.	2021

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 5	Periodo inizio	Periodo fine
Rendere i siti web strumenti di comunicazione per il territorio, in particolare invitando le scuole a prevedere, sui loro siti internet, una sezione dedicata al PON.	2015. Diffusione di avvisi e linee guida in merito all'utilizzo del sito web.	2021
Mettere a disposizione dei beneficiari gli strumenti finanziari che permettono la realizzazione di efficaci azioni di comunicazione.	2015. Diffusione di avvisi e linee guida in merito al finanziamento delle azioni di informazione e pubblicità, all'aggiornamento del sito web.	2021
Formazione del personale dell'amministrazione e docente nell'ambito della comunicazione. La formazione avrà come obiettivo il miglior uso dei media e degli strumenti informativi per raggiungere i destinatari, il territorio, gli <i>stakeholder</i> .	2016. Azioni di formazione, in collaborazione con Formez e eventuali altre società esperte di comunicazione.	2018

Azioni nell'ambito dell'Obiettivo 6	Periodo inizio	Periodo fine
Azioni di monitoraggio e valutazione delle azioni di comunicazione dell'AdG.	2014. Prosecuzione, in collaborazione con le reti nazionali di comunicatori, delle azioni di monitoraggio e valutazione delle azioni di comunicazione.	2021
Realizzazione di indagini finalizzate a valutare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione dell'AdG.	2018. Valutazione intermedia sull'efficacia delle azioni di comunicazione (in collaborazione con reti FSE e FESR).	2020. Valutazione finale sull'efficacia delle azioni di pubblicità (in collaborazione con reti FSE e FESR).
Realizzazione di indagini finalizzate a valutare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione delle scuole.	2016. Monitoraggio dei siti web delle scuole. 2018. Indagine intermedia attraverso questionari sulle azioni di comunicazione realizzate dalle scuole.	2020. Valutazione finale sulle azioni di comunicazione realizzate dalle scuole.

8. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DA SVOLGERE NEL 2015-2016

La presente Strategia mira a definire le linee programmatiche che l'AdG vuole seguire nell'ambito della comunicazione per il settennio di programmazione 2014-2020. Tale Strategia, verrà declinata annualmente in un Piano di comunicazione analitico, che specificherà le attività di informazione e comunicazione previste per l'anno seguente e fornirà un dettaglio temporale e finanziario entro cui tali azioni andranno implementate.

In questo contesto, il Piano di Comunicazione previsto per il 2015 e quello del 2016 diventano parte integrante della presente Strategia. Per quanto riguarda la pianificazione dell'anno in corso e del 2016, l'AdG proseguirà le attività già iniziate per la promozione del PON "Per la Scuola" (convegni, eventi, seminari, materiale informativo, aggiornamento pagina web, avviso di lancio ecc.) e metterà in campo le seguenti attività di informazione e comunicazione:

- Evento di lancio del PON "Per la Scuola" e manifestazioni sul territorio (partecipazione a fiere e rassegne di settore).
- Individuazione di scuole polo e implementazione di reti per le azioni di formazione, informazione e pubblicità, a livello provinciale/città metropolitane.
- Seminari regionali di formazione indirizzati agli staff responsabili delle azioni di informazione e pubblicità presso gli USR e le scuole polo.
- Alimentazione della pagina web "PON - Fondi strutturali" e della rubrica "PON in Chiaro".
- Creazione di pubblicazioni e prodotti promozionali (creazione di brochure, infografica, booklet, volantino informativo).
- Campagne mass media: realizzazione di spot pubblicitario o informativi a diffusione regionale o nazionale tramite stampa, televisione, radio.
- Diffusione dell'uso dei personal media: potenziamento della newsletter e costante aggiornamento delle scuole tramite l'invio di e-mail all'indirizzo istituzionale.
- Incontri istituzionali e con il partenariato economico e sociale.
- Stesura e pubblicazione di note, avvisi e linee guida a supporto delle scuole in merito all'adempimento degli obblighi in materia di pubblicità.

Le tabelle che seguono illustrano il dettaglio delle azioni di comunicazione e informazione pianificate per il 2015 e il 2016.

Figura 6. Cronoprogramma del Piano di comunicazione per l'anno 2015 e 2016

Attività previste per il 2015	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic
Evento di lancio del PON "Per la Scuola" e manifestazioni sul territorio												
Individuazione scuole polo e implementazioni reti												
Seminari presso gli Uffici Scolastici Regionali e le scuole polo												
Alimentazione pagina web "PON - Fondi strutturali" e rubrica "PON in Chiaro"												
Creazione di pubblicazioni e prodotti promozionali												
Campagne <i>mass media</i>												
Diffusione dell'uso dei <i>personal media</i>												
Incontri istituzionali e con il partenariato economico e sociale												
Stesura e pubblicazione note, avvisi e linee guida												

Attività previste per il 2016	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic
Manifestazioni sul territorio per la diffusione del PON "Per la Scuola"												
Individuazione scuole polo e implementazioni reti												
Seminari presso gli Uffici Scolastici Regionali e le scuole polo												
Alimentazione pagina web "PON - Fondi strutturali" e rubrica "PON in Chiaro"												
Creazione di pubblicazioni e prodotti promozionali												
Campagne <i>mass media</i>												
Diffusione dell'uso dei <i>personal media</i>												
Incontri istituzionali e con il partenariato economico e sociale												
Stesura e pubblicazione note, avvisi e linee guida												

