



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per gli Affari Internazionali
Ufficio IV - Programmazione e gestione dei fondi strutturali europei e nazionali
per lo sviluppo e la coesione sociale

ITALIA Obiettivo "Convergenza"

Programmi Operativi Nazionali 2007-2013

FSE: "COMPETENZE PER LO SVILUPPO"
FESR: "AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO"

Piano di comunicazione

Organismi amministrativi responsabili degli interventi

Ministero della Pubblica Istruzione – Direzione Generale per gli Affari Internazionali
Ufficio IV – Programmazione e gestione dei fondi strutturali europei e nazionali per lo
sviluppo e la coesione sociale

Responsabile: Dott.ssa Annamaria Leuzzi

Tel: +390658492

Fax: +390658493683

Email: dgcult.div5@istruzione.it

Referente per la Comunicazione: Prof.ssa Marie Suzanne Ely

Tel: +390658492465

Fax: +390658492770

Email: suzanne.ely@istruzione.it

INDICE

Premessa.....	3
1. Il contesto.....	5
1.1. Il contesto geografico specifico del mezzogiorno d'Italia.....	5
1.2. Contesto operativo: la pubblica amministrazione.....	5
1.3. Il contesto normativo dell'autonomia scolastica.....	5
1.4. Contesto culturale: i livelli di competenza dei giovani di 15 anni.....	6
1.5. L'uso dei media e il contesto tecnologico.....	6
1.6. L'esperienza del PON 2000-2006 "La Scuola per lo Sviluppo".....	8
1.7. Insegnamenti dall'esperienza 2000-2006 e dall'analisi del contesto delle quattro regioni dell'obiettivo convergenza.....	10
2. Gli obiettivi generali, specifici ed operativi di riferimento del Piano di comunicazione dei due programmi operativi nazionali.....	12
2.1. Obiettivi generali della programmazione.....	12
2.2. Obiettivi generali del Piano di comunicazione.....	12
2.3. Obiettivi specifici.....	13
2.4. Obiettivi operativi.....	13
3. Destinatari del Piano di comunicazione.....	15
4. Azioni e strumenti della comunicazione.....	17
4.1. Azioni assunte dal Piano di comunicazione.....	17
4.2. Strumenti utili alla comunicazione.....	18
5. Organizzazione e reti di collaborazioni.....	26
5.1. Ruolo dell'Autorità di gestione in tema di promozione dell'informazione e della comunicazione pubblicitaria a favore dei PO.....	26
5.2. Reti di comunicazione sul territorio.....	27
6. Operazioni di monitoraggio e valutazione.....	28
6.1. Priorità delle azioni di monitoraggio e valutazione.....	28
6.2. Indicatori e strumenti del monitoraggio e della valutazione.....	29
7. Fasi e tempi di realizzazione.....	32
7.1. Principali fasi di attuazione del Piano di comunicazione.....	32
7.2. Implementazione delle attività di comunicazione.....	32
8. Bilancio di previsione.....	34

PREMESSA

Nell'Unione Europea i processi che favoriscono l'accesso, la condivisione e la comunicazione delle informazioni assumono un carattere di priorità in quanto coniugano aspetti istituzionali, politici, economici ma soprattutto sociali ed impongono una strategia comune affinché le stesse informazioni giungano ad una 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 strategia di comunicazione della Commissione Europea mira a:

- rafforzare il consenso generale sul futuro delle politiche comunitarie attraverso una maggiore visibilità delle azioni comunitarie;
- garantire maggiore trasparenza attraverso istituzioni europee più efficienti, trasparenti e accessibili, aperte al controllo pubblico;
- ridurre il divario tra le istituzioni dell'Unione Europea e i cittadini, attraverso il dialogo e l'ascolto.

È una responsabilità di tutti i soggetti istituzionali di operare per rendere facilmente accessibili gli strumenti delle politiche regionali e di informare e comunicare efficacemente il loro operato al fine di rafforzare la fiducia dei cittadini nelle Istituzioni della UE e di coinvolgerli nella gestione dei processi di policy making a diversi livelli.

Il Regolamento di attuazione n. 1828/2006 prevede azioni informative e pubblicitarie sugli interventi programmati con risorse strutturali europee; tali azioni devono essere programmate attraverso un PIANO di COMUNICAZIONE per ciascun Programma Operativo.

Il Piano di Comunicazione 2007-2013 nasce dall'esperienza acquisita dal Ministero della Pubblica Istruzione nel settore della comunicazione sull'Europa e sui Fondi Strutturali, durante i precedenti periodi di programmazione e si sviluppa alla luce dei documenti di riferimento europei e nazionali, e della normativa vigente per il periodo 2007-2013.

Il Piano di comunicazione condivide documenti chiave di politica comunitaria quali:

- l'iniziativa europea per la trasparenza, per rendere più aperte ed accessibili le istituzioni europee, far conoscere come vengono usati i fondi europei e rendere conto all'opinione pubblica l'operato degli organi amministrativi;
- il Piano di azione della Commissione per migliorare la comunicazione dell'Europa;
- il Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito;
- il Libro bianco su una politica europea di comunicazione;
- i seguenti regolamenti europei:
 - o Regolamento (CE) n. 1083/2006 regolamento generale che definisce i principi, le regole e gli standard comuni per l'attuazione dei fondi strutturali, Capo III, articolo 69 "Informazione e pubblicità";
 - o Regolamento (CE) n. 1828/2006 sulle modalità di applicazione del precedente regolamento, Capo II, Sezione I "Informazione e pubblicità", articoli dal 2 al 10.

A livello nazionale il piano s'inserisce nel quadro tracciato dal QSN (VI.2.5 "Informazione e comunicazione"). La programmazione delle risorse dei Fondi strutturali europei per il periodo 2007/2013, individuata per il settore dell'istruzione, è caratterizzata da una strategia unitaria, sia per il Programma finanziato dal Fondo Sociale Europeo sia per il programma finanziato con il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, fermo restando la diversità degli interventi in rapporto alla correlata diversità delle missioni dei due fondi.

Pertanto anche questo Piano di comunicazione si configura come piano unitario per i due PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013 (PO), FSE: “Competenze per lo Sviluppo” e FESR: “Ambienti per l’Apprendimento” e prevede una forte integrazione tra le iniziative previste dal Piano di comunicazione per il PON FSE e per il PON FESR, nonché con i PO regionali.

Il Piano di Comunicazione approfondisce la strategia comunicativa delineata dai PON stessi, nonché dalla circolare di questa Direzione Generale relativa alla Programmazione dei Fondi Strutturali 2007/2013 (Prot.A00DGA1 872 del 01/08/2007).

Si sottolinea in particolare il ruolo dell’ Asse III dei due Programmi, assistenza tecnica, obiettivo operativo g per il FESR e obiettivo specifico L per il FSE, che si impegnano a “migliorare e sviluppare modalità, forme e contenuti dell’informazione e pubblicizzazione del Programma, degli interventi e dei risultati”.

1. IL CONTESTO

1.1. Il contesto geografico specifico del mezzogiorno d'Italia

Le aree territoriali italiane appartenenti all'obiettivo Convergenza sono: Calabria, Campania, Puglia e Sicilia. In esse risiedono quasi 17 milioni di persone (il 28,74% della popolazione italiana), ma la proporzione è di gran lunga superiore se si guarda alla popolazione con un'età compresa fra 0-14 e soprattutto fra 15-19 anni, ossia alla popolazione in età scolastica, che raggiunge valori rispettivamente del 34,05% e del 37,18%. La scuola statale è presente con un'incidenza molto simile a quella della popolazione in età scolastica, con una leggera flessione per quanto concerne i punti di erogazione del servizio.

Per quanto riguarda le caratteristiche fisiche dei territori nelle Regioni dell'Obiettivo Convergenza, si evidenzia che il 51,7% dei comuni sono montani, esattamente nella media nazionale (51,9%). Sono pochissimi, tuttavia, in proporzione, i comuni montani di ampiezza demografica minima: 0,8% da 1 a 500 residenti, 11,2% da 501 a 1.000 residenti, per lo più concentrati in *Campania* e in *Calabria*, mentre raggiungono proporzioni più consistenti *i comuni con 1.001-3.000 residenti: il 33,7%, con punte del 50,7% in Calabria.*

Un caso a sé è rappresentato dalle isole, in particolare Egadi ed Eolie, in cui la popolazione è distribuita in numerosi piccoli centri.

E' necessario considerare in queste aree territoriali la limitatezza e precarietà delle infrastrutture di comunicazione e viabilità, in particolare strade, trasporti funzionali, linee di comunicazione a banda larga che permetterebbero anche l'attivazione di forme di comunicazione e formazione a distanza.

1.2. Contesto operativo: la pubblica amministrazione

Le azioni di comunicazione implicano la collaborazione e l'interdipendenza di numerosi soggetti, a livello nazionale e locale.

Il QSN mette in evidenza l'esperienza della programmazione 2000-2006, in cui un grosso sforzo è stato compiuto da parte di tutte le Autorità di Gestione per la realizzazione di azioni informative e pubblicitarie; questa fase ha fatto registrare segnali positivi in merito all'accrescimento della consapevolezza dell'utilità della comunicazione quale strumento strategico per un buon funzionamento della politica regionale. Si sono moltiplicati, in particolare, gli sportelli e i siti dedicati in ogni regione.

Resta tuttavia l'impressione che non di rado le Amministrazioni abbiano attuato il Regolamento n. 1159/2000, di disciplina delle azioni informative e pubblicitarie, quale obbligo meramente burocratico e che ancora molto occorra fare affinché si radichi un profondo convincimento dell'utilità della comunicazione ai fini della mobilitazione delle diverse responsabilità coinvolte dalla politica regionale.

1.3. Il contesto normativo dell'autonomia scolastica

E' utile sottolineare il contesto specifico del sistema dell'istruzione dove l'istituto autonomo svolge un ruolo primordiale, insieme come beneficiario e come soggetto promotore di iniziative di comunicazione. Il processo di sviluppo dell'autonomia scolastica, che si sostanzia in autonomia organizzativa, didattica, finanziaria, in ricerca metodologica e didattica e sperimentazione, non è pienamente compiuto e presenta dei limiti legati in

prevalenza alle risorse finanziarie, tecnologiche, umane e professionali. L'autonomia scolastica accentua il divario tra la qualità dei servizi forniti nelle varie scuole, anche sullo stesso territorio.

1.4. Contesto culturale: i livelli di competenza dei giovani di 15 anni

Nel mezzogiorno, per quanto riguarda il livello delle competenze dei giovani di 15 anni (Indagini PISA dell'OCSE), si registra una situazione di difficoltà, sia dal lato della esiguità delle eccellenze, sia per l'ampiezza dei livelli più bassi di apprendimento, non solo per le competenze matematiche, ma anche per quelle di lettura e comprensione di testi.

L'analisi evidenziata dal QSN (Cap.II.2.1 Istruzione e formazione del capitale umano P 52) suggerisce di attuare l'intervento con modalità che accrescano la consapevolezza degli attori territoriali rispetto al tema dell'istruzione e delle competenze di base e di dare rilievo al coinvolgimento locale nel disegno e nell'attuazione di ogni intervento. Molte esperienze positive paiono derivare da un coinvolgimento del territorio, dei cittadini e delle imprese nei percorsi di istruzione di ogni singola scuola, e il convincimento crescente che il grave divario negativo di competenza degli studenti del Mezzogiorno sia dovuto in misura rilevante a un contesto sociale disattento ai risultati scolastici in termini di effettive competenze.

1.5. L'uso dei media e il contesto tecnologico

- Vecchi e nuovi media¹

Vecchi e nuovi media convivono perfettamente nelle scelte delle persone, amplificando ulteriormente gli accessi individuali al mondo dei media.

La televisione tradizionale risulta sempre il mezzo più usato, con il 92,1% di utenti complessivi, ma la tv satellitare raggiunge il 27,3% e la digitale terrestre il 13,4% degli italiani sopra i quattordici anni.

Nel 2007 il cellulare ha raggiunto un indice di penetrazione complessiva pari all'86,4% della popolazione, ormai a un passo da quel 92,1% che costituisce il consumo complessivo della tv generalista.

Per la radio, al 56% di utenti da autoradio e al 53,7% di ascoltatori da apparecchi tradizionali vanno aggiunti il 13,6% di utenti da lettore Mp3 e il 7,6% da internet; L'integrazione tra i media ne incrementa l'uso, coinvolgendo in questo aumento d'attenzione anche quelli tradizionali. La stessa tenuta di settimanali (40,3%) e mensili (26,7%) conferma che la società digitale non solo non segna la fine della circolazione della carta stampata, ma che anzi la sostiene: per i quotidiani oltre al 67% di utenti che leggono un giornale tradizionale acquistato in edicola si deve considerare anche 34,7% di lettori di quotidiani gratuiti e il 21,1% di frequentatori delle pagine *on line* dei giornali via internet.

Mai la lettura di libri e giornali in Italia aveva raggiunto punte così elevate. Il 59,4% di italiani che hanno letto almeno un libro nel corso dell'anno è un risultato confortante, ma il 52,9% ne ha letti almeno tre.

- Vecchi e nuovi modi di imparare

La convivenza tra vecchi e nuovi strumenti si ritrova anche nei modi di studiare, sia per quanto riguarda i ragazzi a scuola, sia gli adulti coinvolti nelle attività di formazione.

¹ CENSIS, XLI Rapporto sulla situazione sociale del paese- Dicembre 2007

I colloqui condotti da esperti e psicologi², sembrano, infatti, tracciare le linee di un cambiamento più articolato in cui si passa da percorsi di apprendimento di tipo lineare – da un’unità didattica a quella successiva, da un capitolo a quello seguente, ecc. – ad altri di tipo ipertestuale e combinatorio, in cui su un certo argomento le pagine di un libro convivono (“con pari dignità” nel vissuto dei giovani, ma anche in quello dei loro genitori) con tutto quanto può essere trovato in rete utilizzando i numerosi motori di ricerca. Non solo: è ormai prassi comune che tutto quanto trovato venga scaricato, utilizzato per approfondire o integrare quanto disponibile su carta, sia rielaborato all’interno di percorsi personali, spesso senza porsi assolutamente il problema della titolarità dei diritti.

Tra coloro che hanno partecipato a corsi³, più della metà ha utilizzato la rete per fare ricerche nell’ambito del corso (53,6%) e ha scaricato lezioni o materiale formativo disponibile on line (51,4%). Il 30,9% ha scambiato messaggi con gli altri partecipanti relativi alle attività del corso e il 38,4% ha consultato on line una biblioteca per cercare libri o articoli relativi all’oggetto del corso.

- Lo squilibrio territoriale e sociale nell’uso del computer e di internet⁴

Nel 2007 permane lo squilibrio territoriale sia nell’uso del personal computer che in quello di Internet: dichiarano, infatti, di utilizzare il computer oltre il 43% della popolazione residente nel Centro-nord a fronte di una quota che nel Sud e nelle Isole non supera il 36,5%; l’uso di Internet supera il 38% nel Centro e nel Nord e si attesta intorno al 29,6% nel Sud e nelle Isole (Tavola 5).

Va sottolineato, inoltre, che dal 2003 al 2007 aumentano le differenze tra Nord e Sud del Paese: la distanza nell’uso del personal computer tra il Nord-ovest e il Sud era di 8,6 punti percentuali nel 2003 ed è diventata di 12,6 punti percentuali nel 2007. Lo stesso andamento si riscontra per Internet.

L’uso del personal computer e di Internet è connotato anche da un forte divario sociale. Usano di più il personal computer e Internet gli studenti (rispettivamente 85% e 80,6%), seguiti dagli occupati (58,6% e 54,1%); all’ultimo posto si collocano le casalinghe (10,9% e 8%) e i ritirati dal lavoro (9,7% e 7,8%).

- Tecnologie e scuola

Durante il periodo 2000-2006, gli interventi del FESR hanno determinato un decisivo miglioramento del rapporto studenti/PC, cioè l’indicatore preso a riferimento per la penetrazione delle ICT nella didattica. Tale rapporto è passato, nelle regioni obiettivo.1, da 1 a 33 nel 2001 a 1 a 10,2 nel 2006, mentre è ancora al 12,1 se consideriamo le sole regioni Convergenza. Si ritiene che, parallelamente, sia aumentato anche l’uso delle tecnologie nelle scuole anche in considerazione delle consistenti azioni formative in favore degli insegnanti realizzate contestualmente. Tuttavia, la rilevazione effettuata per le scuole elementari non è completa e non permette di fornire dati quantitativi del tutto affidabili.

I risultati riguardanti gli interventi⁵ della società dell’informazione nella scuola permettono di indicare, su questo terreno, una ulteriore lezione specifica che muove dall’osservazione

² Indagine condotta da ACNielsen per conto dell’Osservatorio permanente dei contenuti digitali e BolognaFiere, presentati a [Docet](#) il 30 marzo 2007.

³ ISTAT, Le tecnologie dell’informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui *Anno 2007*; gennaio 2008

⁴ ISTAT, Le tecnologie dell’informazione e della comunicazione: disponibilità nelle famiglie e utilizzo degli individui *Anno 2007*; gennaio 2008

⁵ MPI, Osservatorio permanente sulle tecnologie per la didattica nella scuola italiana - rapporto 2006.

di persistenti difficoltà di trasferire le positive esperienze che si vanno accumulando grazie ai progetti nell'innovazione della didattica tradizionale.

Si osserva infatti che l'incremento significativo delle dotazioni e delle attrezzature non si accompagna sempre ad un loro impiego diffuso a causa di un lento adeguamento dell'organizzazione e degli operatori. Senza un'adeguata attenzione a questo riguardo, il rischio è di un lento ma progressivo degrado della qualità e funzionalità delle stesse attrezzature per il venire meno di incentivi diffusi al loro aggiornamento.

Questa situazione è una discriminante importante rispetto alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie in funzione sia educativa che di inclusione sociale.

1.6. L'esperienza del PON 2000-2006 "La Scuola per lo Sviluppo"

Il PON 2000-2006, "La Scuola per lo Sviluppo", ha programmato una pluralità di azioni di comunicazione dirette a rafforzare, potenziare e sviluppare i processi di attuazione degli interventi al fine di realizzare un concreto e costante sviluppo partecipato tra tutti gli attori del Programma.

Per la realizzazione delle linee d'intervento definite dal PON scuola 2000-2006, si sono dovute sviluppare specifiche procedure di trasferimento delle informazioni che rispondessero alle normative comunitarie in materia di comunicazione garantendo la partecipazione al Programma Operativo da parte di tutti i potenziali beneficiari finali.

Pertanto, i destinatari privilegiati di queste azioni di comunicazione sono stati gli istituti scolastici – dirigenti, personale amministrativo, docenti e studenti – e l'amministrazione scolastica periferica.

Le azioni intraprese possono essere raggruppate in funzione dei sotto-gruppi destinatari delle azioni:

Azioni specifiche per il personale della scuola direttamente coinvolto nella gestione dei progetti

- Predisposizione di strumenti di informazione

L'articolazione della struttura del PON in diverse Misure e azioni, ha determinato, sin dall'avvio del Programma, la necessità di chiarire ai potenziali beneficiari finali le procedure per una corretta presentazione delle idee progettuali.

L'autorità di gestione ha, di conseguenza provveduto alla redazione e alla diffusione delle Linee Guida, aggiornate annualmente e ampiamente diffuse attraverso mailing list, convegni e la sezione del sito del Ministero della Pubblica istruzione dedicato ai Fondi strutturali, che hanno permesso all'Autorità di Gestione di trasferire competenze e know-how alle istituzioni scolastiche guidandole nella progettazione e attuazione degli interventi.

Un'ulteriore strumento utilizzato dall'Autorità di Gestione per la diffusione dei contenuti del Programma Operativo è rappresentato dalle Circolari nelle quali sono contenute, oltre alla normativa comunitaria e nazionale di riferimento, le azioni e le procedure attuative degli interventi, l'interpretazione autentica di problematiche particolari e le comunicazioni riferite a particolari eventi.

- Seminari di informazione e pubblicizzazione diretti a:

la formazione dei nuclei di valutazione territoriali;

la formazione per Dirigenti scolastici, Referenti regionali, Referenti di progetto e Direttori Amministrativi sulla normativa comunitaria e nazionale relativa al monitoraggio fisico e finanziario, alla gestione amministrativo-contabile e alla pubblicità;

la diffusione delle informazioni relative alla promozione dei contenuti delle diverse Azioni finanziate;
il sostegno alla progettazione degli interventi;
il supporto per la gestione dei progetti;
la diffusione di prodotti didattici;
la gestione organizzativa e didattica;

L'Autorità di Gestione del PON ha realizzato, a partire dal mese di settembre, dei seminari relativi ai risultati conseguiti dal Pon Scuola 2000/2006 e finalizzati anche al lancio, nelle Regioni dell'obiettivo convergenza, delle opportunità offerte dagli strumenti previsti dalla nuova programmazione comunitaria 2007/2013.

Azioni rivolte agli studenti

L'autorità di gestione promuove alcune attività specifiche che gli istituti scolastici svolgono per fare crescere nelle nuove generazioni 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.

Una delle strategie innovative previste dal Piano di comunicazione finalizzate alla valorizzazione e piena evidenza dei progetti realizzati nell'ambito del PON, riguarda i concorsi destinati agli studenti ed alle scuole coinvolte negli interventi.

I concorsi sono stati realizzati sia nell'ambito delle attività di raccordo con le altre amministrazioni a supporto dell'attuazione del programma, sia nel piano di comunicazione concordato con la società affidataria del servizio di Informazione e Pubblicità.

Le iniziative promosse, che hanno avuto come oggetto diverse tematiche, si sono rivelate un utile strumento di stimolo sia per gli studenti che per i docenti al fine di mettere in luce prodotti di qualità attraverso l'uso di nuove tecnologie e di nuovi linguaggi.

Azioni rivolte a tutti gli stakeholders del sistema di istruzione

Accanto ad azioni rivolte principalmente a soggetti istituzionali ed operatori scolastici, l'Autorità di Gestione ha realizzato una serie di attività finalizzate a far conoscere il Programma ad un pubblico più vasto. Si segnalano in particolare:

- Il sito WEB, accessibile attraverso il sito del MPI, <http://www.pubblica.istruzione.it/fondistrutturali/default.shtml>, costituisce un utile contenitore dal quale attingere informazioni ed approfondimenti su: normativa comunitaria e nazionale, informazioni sulle attività in corso, sulle opportunità di finanziamento, sulla modalità di accesso ai fondi, sulle caratteristiche della nuova progettazione delle iniziative. In essa trovano spazio oltre alle comunicazioni istituzionali direttamente emanate dall'Autorità di Gestione, per tutti i potenziali beneficiari del Programma (circolari, avvisi, ecc.) anche informazioni su eventi e nuove pubblicazioni relative ai progetti realizzati ed alle esperienze maturate.
- Attività di pubblicazioni e ricerca (Il catalogo è stato pubblicato sul sito web nella rubrica "Pubblicazioni & Brochures" nel mese di gennaio 2008). Sono stati pubblicati opuscoli e manuali che illustrano le finalità, i contenuti e la gestione del PON 2000-2006 "La Scuola per lo Sviluppo". E' stata svolta un'intensa attività di studio e di ricerca nel quadro di alcuni ambiti particolarmente rilevanti del PON; queste attività hanno dato luogo a pubblicazioni che si configurano come un insieme di esperienze e buone

pratiche, utili anche per la programmazione 2007-2013. Sono stati più particolarmente approfonditi i temi seguenti:

- acquisizione delle competenze
- inclusione sociale e dispersione scolastica
- educazione degli adulti
- Pari Opportunità
- Ambiente
- Diffusione delle tecnologie innovativa
- Legalità
- Storia del mezzogiorno

Le pubblicazioni sono state distribuite a tutte le scuole, agli uffici scolastici regionali e a tutti i partner del PON scuola. Sono state distribuite su appositi stand durante le manifestazioni. Alcune sono accessibili on-line.

1.7. Insegnamenti dall'esperienza 2000-2006 e dall'analisi del contesto delle quattro regioni dell'obiettivo convergenza

L'insegnamento della fase precedente 2000-2006 e l'analisi di contesto suggeriscono le quattro linee d'indirizzo intorno alle quali definire la nuova strategia di comunicazione:

1. Sviluppare la capacità di comunicare:
 - Favorire la collaborazione fra le Autorità di Gestione per la condivisione degli obiettivi di comunicazione e la pianificazione di iniziative informative e pubblicitarie comuni;
 - Evidenziare l'utilità della comunicazione, indispensabile per la mobilitazione dei diversi soggetti coinvolti nella gestione dei PON, evidenziare in particolare agli istituti scolastici, principali beneficiari dei PON, l'importanza del proprio ruolo nelle azioni di comunicazione;
 - Attivare e rendere efficienti i partenariati e network per la diffusione delle informazioni.
2. Sviluppare gli strumenti di comunicazione:
 - Potenziare i canali e gli strumenti di comunicazione all'interno della Pubblica Amministrazione e del sistema scolastico;
 - Implementare e realizzare nuove modalità di comunicazione per raggiungere i soggetti che non hanno mai partecipato ai PON, i gruppi deboli e isolati;
 - Utilizzare i mezzi di comunicazione di massa, in particolare radio e televisione.
3. Far conoscere le politiche europee nel campo dell'istruzione:
 - Evidenziare il ruolo delle politiche europee nel campo dell'istruzione e della formazione, il quadro della strategia di Lisbona;
 - Illustrare gli obiettivi di servizio dei PON FSE e FESR;
 - Diffondere e illustrare le opportunità offerte nel quadro dei fondi strutturali;
 - illustrare le modalità di partecipazione ai PON FSE e FESR.
4. Garantire la trasparenza, l'efficacia e l'efficienza delle attività svolte:
 - Ricondurre al piano unitario di comunicazione le tante iniziative di comunicazione intraprese nel quadro dei PON FSE e FESR;

- Assicurare la trasparenza dei meccanismi di gestione; di definizione delle scelte, di selezione dei progetti, di erogazione dei fondi;
- Garantire l'accesso da parte dei cittadini a informazioni esaustive e facilmente comprensibili in ogni fase;
- Allargare le azioni di comunicazione a tutti gli stakeholders della scuola e al grande pubblico;
- Portare l'informazione nelle zone più isolate, mettere l'informazione alla portata dei gruppi emarginati;
- Valutare l'impatto delle azioni di comunicazione; implementare azioni sistematiche di monitoraggio.

2. GLI OBIETTIVI GENERALI, SPECIFICI ED OPERATIVI DI RIFERIMENTO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEI DUE PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI

2.1. Obiettivi generali della programmazione

L'Autorità di Gestione dei Programmi Operativi dei Fondi FSE e FESR attribuisce alla Comunicazione un ruolo fondamentale per la piena attuazione delle strategie individuate all'interno degli Assi prioritari e degli Obiettivi dei due programmi.

Il Piano di comunicazione assume e sostiene prioritariamente gli obiettivi generali dei due programmi operativi nazionali, "Competenze per lo Sviluppo" (FSE) e "Ambienti per l'Apprendimento" (FESR):

- innalzare i livelli di apprendimento e di competenze chiave, l'effettiva equità di accesso ai percorsi migliori, aumentare la copertura dei percorsi di istruzione e formazione iniziale;
- aumentare la partecipazione a opportunità formative lungo tutto l'arco della vita;
- rafforzare, integrare e migliorare la qualità dei sistemi d'istruzione, formazione e lavoro e il loro collegamento con il territorio.

I Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR, in coerenza con le politiche europee della Strategia di Lisbona e come viene precisato nel QSN, si impegnano a garantire almeno pari standard minimi di qualità del servizio scolastico in tutto il territorio nazionale, fissando indicatori di risultato. In particolare, gli obiettivi di servizio fissati dal Quadro Strategico Nazionale attinenti alle tematiche oggetto del presente Piano sono:

1. elevare le competenze degli studenti e la capacità di apprendimento della popolazione;
2. ridurre gli abbandoni scolastici.

Questi obiettivi saranno misurati sulla base dei seguenti indicatori (scelti fra i benchmark definiti per il sistema istruzione dal Consiglio dei Ministri europei):

- Riducendo la percentuale dei giovani che abbandonano prematuramente gli studi dall'attuale 26% al 10%;
- Riducendo la percentuale degli studenti di 15 anni con scarse competenze in lettura dall'attuale 35% al 20%;
- Riducendo la percentuale degli studenti di 15 anni con scarse competenze in matematica dall'attuale 48% al 21%.

Come stabilito dagli Orientamenti Strategici in materia di Coesione (Decisione del Consiglio del ottobre 2006- 2006/702/CE) le competenze degli studenti di 15 anni in lettura e in competenze in matematica verranno verificate nel 2009 e le scuole che hanno raggiunto gli obiettivi prefissati verranno premiate con contributi maggiori.

2.2. Obiettivi generali del Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione dei Programmi Operativi FSE e FESR in capo al Ministero della Pubblica Istruzione risponde ad un obiettivo generale unitario ovvero quello di garantire la massima trasparenza e la crescita della consapevolezza e del consenso sulle finalità, i metodi e i risultati della politica regionale unitaria.

A questo obiettivo corrispondono obiettivi specifici ed operativi che ne declinano ulteriormente finalità e campi di intervento correlati, volti a rendere le politiche promosse

dai programmi note presso l'intero pubblico diretto ed indiretto degli interventi nell'ottica della promozione del sistema dell'istruzione e delle strutture su cui fa perno.

2.3. *Obiettivi specifici*

Il Piano di comunicazione non è soltanto costituito da una serie di eventi ma si configura, attraverso otto obiettivi specifici, come un percorso sostenuto da una continua riflessione tra partner e da azioni di monitoraggio e valutazione.

In coerenza

- con il quadro normativo;
- con gli obiettivi dei Programmi Operativi dei Fondi FSE e FESR;
- con il contesto specifico delle regioni dell'obiettivo convergenza.

Seguendo le linee d'indirizzo tracciate a partire dagli insegnamenti della programmazione 2000-2006, il Piano di comunicazione si pone i seguenti obiettivi specifici:

1. *sviluppare la comunicazione interna al sistema d'istruzione e alle amministrazioni pubbliche*, a supporto del miglioramento complessivo dell'efficacia dell'azione della Amministrazione Pubblica nella gestione della comunicazione ai cittadini; in particolare, collaborare con le altre Autorità di Gestione nazionali per la condivisione degli obiettivi di comunicazione e la pianificazione di iniziative informative e pubblicitarie comuni;
2. *sviluppare la qualità degli interventi di comunicazione degli istituti scolastici*; evidenziare agli istituti scolastici, principali beneficiari dei PON, l'importanza del proprio ruolo nelle azioni di comunicazione; attivare e *rendere efficienti i partenariati e network di scuole* per la diffusione delle informazioni;
3. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali *il quadro delle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione, la politica regionale svolta in partenariato con gli Stati membri, attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali*; rivolgere una attenzione particolare al coinvolgimento degli enti locali e di tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale;
4. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali *le finalità e le opportunità offerte dai Fondi strutturali e le modalità per accedervi*; rivolgere una particolare attenzione agli istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO, ai beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO e ad altri gruppi specifici socialmente deboli;
5. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali *le attività, gli interventi e i prodotti realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei PO*;
6. *garantire la trasparenza* nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni e l'utilizzo di procedure e strumenti di partecipazione semplici ed efficaci;
7. *garantire l'efficacia e l'efficienza delle attività* di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati.

2.4. *Obiettivi operativi*

Gli interventi verranno precisati e perfezionati nel corso del programma, tenendo conto dei risultati delle azioni di monitoraggio e valutazione. Ogni obiettivo operativo corrisponde ad un obiettivo specifico:

1. sviluppare la concertazione e la collaborazione con i partner istituzionali dell'Autorità di gestione puntando: sul potenziamento dei canali d'informazione e sviluppando azioni

comuni all'interno dello stesso MPI e con gli istituti scolastici e all'esterno con altri soggetti dell'amministrazione centrale e con gli enti locali delle regioni dell'Obiettivo convergenza;

2. Prevedere specifiche azioni regionali di formazione "a cascata", iniziando dal nucleo regionale e dalle scuole di supporto alla gestione potenziando e rendendo efficienti le nuove tecnologie nella pratica quotidiana delle attività di comunicazione delle istituzioni e degli individui anche attraverso l'attivazione ed il potenziamento dei partenariati e network di scuole per la diffusione delle informazioni;
3. organizzare a livello nazionale e nelle regioni dell'obiettivo convergenza azioni che evidenziano le politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione;
4. istituire appositi gruppi di lavoro/commissioni per stabilire la strategia di comunicazione da utilizzare con i gruppi specifici (istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO, beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO e altri gruppi specifici socialmente deboli);
5. informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. abbiano ampia visibilità; dare massima diffusione ai risultati delle attività e ai prodotti elaborati;
6. informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. garantiscano la massima trasparenza. Pubblicare sul sito dell'Autorità di Gestione gli elenchi dei beneficiari, i relativi progetti e finanziamenti pubblici, conformemente alle direttive della Commissione;
7. istituire un gruppo di monitoraggio, controllo, valutazione delle attività di comunicazione.

3. DESTINATARI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

I destinatari del Piano comprendono diversi macro gruppi individuati in base agli obiettivi specifici del Piano ed alle diverse esigenze di comunicazione.

Le azioni e strumenti di comunicazione saranno differenziati a seconda del gruppo di destinatari.

Beneficiari finali

Sono, come nella precedente programmazione, i principali destinatari del piano di comunicazione: gli istituti scolastici, i CTP e istituti sedi di corsi serali (Centri Provinciali per l'Istruzione degli Adulti); i Centri risorse per l'inclusione scolastica e contro l'emarginazione sociale e Centri Polifunzionali di Servizio delle Regioni Calabria, Campania, Puglia e Sicilia, che potranno essere i soggetti attuatori dei progetti autorizzati. Un impegno particolare dovrà essere dedicato al sostegno delle reti di scuole.

Beneficiari potenziali: alunni e studenti delle scuole

Sono potenziali beneficiari i destinatari delle azioni dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR, alunni delle scuole dell'obbligo e superiori, personale docente, personale amministrativo, operatori scolastici e famiglie, giovani adulti e adulti.

Verranno riservate azioni specifiche per gli alunni e studenti delle scuole, con l'intento di fare crescere 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.

Le amministrazioni pubbliche, la stessa amministrazione scolastica e i soggetti pubblici coinvolti nella gestione dei programmi

E' fondamentale dedicare specifiche azioni finalizzate al maggiore coinvolgimento dell'amministrazione centrale e degli enti locali, di tutti i partenariati istituzionali e socio-economici regionali e locali che sono coinvolti nelle fasi di promozione, concertazione e valutazione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR.

Il grande pubblico

Per la buona riuscita dei progetti si prevede l'implicazione di tutte le forze presenti sul territorio: imprese, associazioni, terzo settore, volontariato sociale.

Gruppi specifici

Sono destinatari specifici i gruppi che, non hanno ancora ricevuto un diretto beneficio dai programmi precedenti. Il Piano di comunicazione dovrà tener conto da subito di alcuni dati evidenziati al momento della presentazione delle proposte per la programmazione 2007/2008: mediamente, nelle quattro regioni, il 15% delle scuole non ha presentato nessuna richiesta di adesione, il 20% in Campania e Calabria.

Altri gruppi dovranno essere individuati attraverso la concertazione con i partenariati istituzionali e socio-economici regionali e locali tra i seguenti gruppi di popolazione:

- Dropouts;
- Famiglie in situazione di disagio;

- Persone in situazione di svantaggio;
- Persone con bisogni particolari di apprendimento.

Di seguito si riporta una tavola di raccordo tra obiettivi specifici del Piano e destinatari indicativi finalizzata a fornire un primo schema di riferimento strategico su cui impernare gli aspetti di carattere maggiormente attuativo e strumentale del Piano.

La scelta di prendere a riferimento gli obiettivi specifici consente, in questa fase, di garantire, da un lato, la presa in conto di un livello di specificità della strategia significativo (quello collocato, appunto, tra gli obiettivi generali e quelli operativi), dall'altro, di identificare strumenti e metodologie di intervento sufficientemente puntuali ancorché declinabili ulteriormente rispetto a particolari esigenze di comunicazione associate ai due programmi che saranno messe a punto da un gruppo di lavoro appositamente attivato.

Raccordo tra obiettivi specifici del Piano e destinatari

OBIETTIVI SPECIFICI	DESTINATARI
1. <i>sviluppare la comunicazione interna al sistema d'istruzione e alle amministrazioni pubbliche</i> , a supporto del miglioramento complessivo dell'efficacia dell'azione della Amministrazione Pubblica nella gestione della comunicazione ai cittadini; in particolare, collaborare con le altre Autorità di Gestione nazionali per la condivisione degli obiettivi di comunicazione e la pianificazione di iniziative informative e pubblicitarie comuni;	Amministrazioni centrali e locali, Partner dell'Autorità di Gestione, istituti scolastici.
2. <i>sviluppare la qualità degli interventi di comunicazione degli istituti scolastici</i> ; evidenziare agli istituti scolastici, principali beneficiari dei PON, l'importanza del proprio ruolo nelle azioni di comunicazione; attivare e rendere efficienti i partenariati e network di scuole per la diffusione delle informazioni;	Istituti scolastici, con una particolare attenzione ai dirigenti scolastici, ai Direttori Servizi Amministrativi
3. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali <i>il quadro delle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione, la politica regionale svolta in partenariato con gli Stati membri, attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali</i> ; (...);	Opinione pubblica, potenziali beneficiari e beneficiari finali; enti locali e tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale.
4. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali <i>le finalità e le opportunità offerte dai Fondi strutturali e le modalità per accedervi</i> ; rivolgere una particolare attenzione agli istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO, ai beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO e ad altri gruppi specifici socialmente deboli;	Opinione pubblica, potenziali beneficiari e beneficiari finali; attenzione particolare agli istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO, e ai beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO.
5. far conoscere all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari finali <i>le attività, gli interventi e i prodotti realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei PO</i> ;	Opinione pubblica, potenziali beneficiari e beneficiari finali; attenzione particolare agli alunni delle scuole, i genitori e le varie istituzioni sul territorio.
6. <i>garantire la trasparenza</i> nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni e l'utilizzo di procedure e strumenti di partecipazione semplici ed efficaci;	Istituti scolastici, amministrazioni scolastiche locali.
7. <i>garantire l'efficacia e l'efficienza delle attività</i> di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati.	Autorità di gestione, Commissione di Controllo, Amministrazioni Pubbliche, beneficiari.

4. AZIONI E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Il piano di Comunicazione è stato definito unitario, in quanto il PON del FESR “Ambienti per l’Apprendimento” sostiene le azioni del PON del FSE “Competenze per lo Sviluppo”. Le attività di comunicazione sono tutte comuni. Le azioni di comunicazione e gli obblighi di pubblicità (regolamento CE n. 1828/2006 della Commissione Europea dell’8 dicembre 2006 artt. 8 e 9) sono gli stessi per i due programmi.

4.1. Azioni assunte dal Piano di comunicazione

4.1.1. Azioni rivolte agli istituti scolastici

Gli obblighi di comunicazione sono stati posti in capo non solo alle Autorità di Gestione ma anche ai beneficiari finali, ovvero le nostre scuole pubbliche, quali primi testimoni del ruolo svolto dall’Unione europea nel finanziamento di opere e servizi di pubblica utilità.

Gli istituti scolastici sono confrontati ad una utenza numerosa, diversificata e spesso distribuita su vasti territori; le azioni di comunicazione da elaborare sono complesse e numerose. Pertanto sono i principali destinatari delle attività di comunicazione.

Sono previste Linee guida, comuni ai due PON, che, accompagnate da una specifica sezione del sito dell’Autorità di gestione e da un KIT di documenti e strumenti grafici, permetteranno di trovare informazioni, documenti e strumenti a supporto:

- dell’organizzazione delle varie iniziative di comunicazione sul territorio,
- della rendicontazione di tali attività,
- della fornitura delle opportune prove documentali dell’osservanza delle norme stabilite.

La presentazione e la diffusione di queste Linee-guida e dei supporti grafici saranno oggetto di seminari di formazione “a cascata”, indirizzati in una prima fase ai centri risorse e ai vari referenti dei PON sul territorio.

4.1.2. Azioni rivolte agli alunni e studenti delle scuole

E’ anche compito degli istituti scolastici svolgere azioni di sensibilizzazione dei giovani per fare crescere nelle nuove generazioni 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. Queste azioni si svolgeranno nel quadro dei due PON e saranno sostenute dall’Autorità di Gestione attraverso manifestazioni e concorsi rivolti alle scuole delle quattro regioni.

4.1.3. Azioni rivolte al grande pubblico

Come specificamente previsto dall’articolo 7, comma 2, lettera c) del regolamento 1828/2006:

“E’ prevista l’organizzazione di un evento, ogni anno, per tutta la durata del programma; questo evento rivolto al grande pubblico, ai potenziali beneficiari e beneficiari finali, sarà l’occasione per illustrare l’attività svolta nel quadro dei due PON e i risultati delle valutazioni in itinere relativa all’attuazione del programma.”

Sarà esposta la bandiera dell'Unione Europea per una settimana a partire del 9 maggio, davanti alle sedi dell'autorità di gestione.

4.1.4. Azioni connesse alle attività del Comitato di Sorveglianza dei Programmi

In occasione di ogni comitato di sorveglianza sarà resa un'ampia informazione sull'attuazione del Piano di Comunicazione, con riferimento agli interventi formativi e pubblicitari realizzati e agli strumenti di comunicazione utilizzati. Sarà predisposto un comunicato stampa in cui verrà data la notizia delle principali decisioni prese in sede di Comitato.

4.1.5. Campagne informative

La scelta delle azioni e degli strumenti sarà condizionata da diversi fattori, quali i destinatari, l'obiettivo da raggiungere, i costi, i tempi di realizzazione.

Sono state ideate tre "Campagne" che si configurano come grandi contenitori di azioni imperniate su tematiche specifiche e rivolte a più categorie di destinatari:

- Campagna di sensibilizzazione sugli obiettivi di servizio e sulla valutazione delle competenze di lettura e di matematica
- Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario
- Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte; include i concorsi per le scuole e l'attività editoriale

Si prevedono anche le attività seguenti che accompagneranno le varie tappe del piano di comunicazione:

- Implementazione delle attività di collaborazione (gruppi di lavoro, commissioni, gare contratti con l'assistenza tecnica)
- Elaborazione degli strumenti informativi e grafici, aggiornamento del sito web,
- Manifestazioni e azioni di lancio dei nuovi programmi e delle nuove iniziative;
- Attività di partenariato: lavori di commissioni e gruppi di lavoro; coordinamento delle attività gestite dalle società dell'assistenza tecnica
- Attività diretta (seminari, riunioni) rivolta alle scuole e ai partner locali per supportare la gestione delle attività;
- Attività trasversale di sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia, da gestire insieme alla società alla quale verranno affidate alcune azioni di comunicazione.

4.2. Strumenti utili alla comunicazione

4.2.1. Strumenti di informazione e comunicazione basati sull'impiego di ICT

Rete Internet

Si prevede il restyling del sito istituzionale dedicato ai Fondi Strutturali. Il sito sarà impostato in modo di:

- evidenziare tutte le informazioni e la documentazione disponibili (compresi i testi integrali dei documenti), con particolare riferimento alle procedure di accesso ai fondi, ai dispositivi di gestione dei processi, ai criteri di selezione utilizzati nelle gare d'appalto e ai criteri di valutazione degli interventi, nonché ai nominativi dei referenti chiamati a

fornire ulteriori spiegazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità.

- attivare un contatto diretto con i potenziali destinatari e di interagire con essi, raccogliendo pareri e suggerimenti per via telematica. Il nuovo sito sarà adeguatamente pubblicizzato in tutti i messaggi promozionali della campagna informativa per accrescerne la visibilità e l'utilizzo da parte degli utenti. Costituirà un mezzo privilegiato sia di informazione tecnica e specialistica per gli operatori pubblici e privati potenziali beneficiari delle azioni, sia di sensibilizzazione per l'intera opinione pubblica sui temi generali, attraverso la sua azione costante e aggiornata per tutto il periodo di programmazione.
- Smistare il flusso informativo tra l'Autorità di Gestione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR e i vari partners interni ed esterni coinvolti nell'azione di comunicazione.

La struttura del sito potrà essere articolata su diversi livelli: comunitario, nazionale e regionale. In ciascuna sezione sarà possibile accedere alle relative informazioni nonché alla documentazione integrale dei testi programmatici. In particolare, si prevede di dedicare una sezione del sito al Comitato di sorveglianza con un suo specifico indirizzo di posta elettronica. In essa saranno contenute informazioni sulle attività e i documenti di competenza di quest'organo, nonché sui dati di monitoraggio e valutazione.

Linea grafica coordinata

Una prima 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. Un'immagine così coordinata consentirà ai destinatari dell'azione informativa di collegare facilmente la singola iniziativa al piano organico d'interventi. Tutte le azioni di comunicazione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR saranno così facilmente identificabili dall'insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo.

Questa linea grafica sarà scaricabile da internet e potrà essere utilizzata per la stampa di tutti gli strumenti cartacei necessari (cartelloni, locandine, cartelle, bandi, ecc.)

Informazione sui media

Le opportunità offerte dalla programmazione 2007-2013 saranno pubblicizzate ampiamente su tutto il territorio regionale anche attraverso comunicati stampa, inserti su quotidiani e stampa specializzata, coproduzione di spot televisivi, pagine televideo.

I comunicati stampa per la divulgazione di notizie sulla gestione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR saranno indirizzati a tutti gli organi di stampa nazionali e regionali nonché agli Uffici stampa delle varie istituzioni presenti sul territorio delle regioni dell'Obiettivo Convergenza.

La comunicazione indirizzata al grande pubblico sarà veicolata attraverso l'inserimento di spot informativi appositamente predisposti nelle trasmissioni televisive di maggiore ascolto che trattano i temi individuati all'interno degli obiettivi tematici.

Pubblicità sui media

I mezzi di comunicazione di massa saranno utilizzati per pubblicizzare sia il PON "Competenze per lo Sviluppo" nel suo complesso che le azioni specifiche del Piano di comunicazione, come il sito internet, il call center, l'help-desk, i convegni, i seminari tematici, ecc. Inoltre, attraverso la collaborazione con la Direzione per la Comunicazione verrà realizzata una rete di giornalisti referenti per coinvolgere quanto più efficacemente possibile le diverse testate giornalistiche, sia dei quotidiani/periodici che delle televisioni e delle radio nazionali e regionali. Attraverso tale rete di referenti, si provvederà a

sensibilizzare ulteriormente i media sulla rilevanza strategica del Programma. per lo sviluppo socio-economico delle regioni dell'Ob. Convergenza e quindi ad assicurarsi che nei processi redazionali di selezione delle notizie vengano costantemente garantiti i necessari "livelli di attenzione" alle informazioni relative ai Fondi Strutturali. Gli eventi di comunicazione sul P.O.R. faranno quindi "notizia" e i media potranno così svolgere la funzione di soggetti moltiplicatori delle stesse iniziative.

Newsletter

Per garantire un'informazione puntuale e dinamica sul Programma sarà realizzata una newsletter periodica da diffondere sia attraverso il sito web dell'Autorità di Gestione che per corrispondenza ordinaria sulla base di una mailing list.

4.2.2.Strumenti destinati ad una azione in presenza

Convegni a livello nazionale e regionale

Nella fase iniziale di avvio si rende necessario far conoscere la programmazione nazionale dei fondi strutturali 2007-2013. A tal fine verrà allestita una grande iniziativa di livello nazionale per il lancio del programma rappresentata da un evento congressuale che vedrà il coinvolgimento del partenariato istituzionale, economico e sociale. L'iniziativa sarà accompagnata da un'adeguata campagna promozionale, che si svilupperà attraverso conferenze stampa o altro tipo di presentazioni, con l'obiettivo di sviluppare nei gruppi target la necessaria consapevolezza ed informazione sugli interventi comunitari. Un'analogha iniziativa sarà organizzata alla fine del periodo di programmazione per illustrare i risultati ottenuti.

Altri momenti collettivi d'incontro su temi di carattere generale potranno essere individuati ed organizzati nel corso del periodo di programmazione a discrezione delle strutture di coordinamento del Piano per rispondere ad esigenze di informazione particolari.

Seminari tematici

L'obiettivo di questa azione è quello di migliorare la partecipazione alle azioni dei beneficiari, fornendoli di strumenti operativi e pratici sulla loro attuazione attraverso l'organizzazione di seminari tematici sui diversi assi del PON o su altri temi particolarmente significativi di valenza trasversale. I seminari saranno rivolti alle categorie specifiche di soggetti interessati ai temi trattati. In fase avanzata di programmazione altri seminari tematici potranno essere organizzati per diffondere i risultati delle misure realizzate.

Workshop

L'azione workshop, finalizzata all'informazione del personale operante nelle amministrazioni regionali e nei punti di informazione locale che collaboreranno all'attuazione del Piano, mira al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- qualificare il personale coinvolto nel funzionamento del sistema di programmazione sia dal punto di vista delle conoscenze in materia di Fondi strutturali che delle competenze generali necessarie ad una buona realizzazione delle attività;
- assicurare l'integrazione e il coordinamento tra la struttura operativa della Commissione/Dipartimento della comunicazione e la rete esterna di operatori che interagisce con essa;
- sensibilizzare tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del Piano sull'importanza della comunicazione;

- individuare le modalità di costituzione della rete operativa e di collaborazione tra i vari soggetti coinvolti nelle attività del Piano, designando per ciascuna organizzazione un funzionario referente.

Conferenze stampa

Le conferenze stampa saranno utilizzate per promuovere le principali iniziative del Piano di Comunicazione come i convegni regionali, il sito internet, il call center, l'help-desk ecc. e saranno dirette agli addetti stampa delle Istituzioni pubbliche, delle organizzazioni private e delle testate giornalistiche più diffuse. Per l'organizzazione di dette conferenze ci si avvarrà della collaborazione dell'Ufficio stampa della Presidenza.

Stand mobili

Per promuovere e divulgare gli interventi previsti dal PON "Competenze per lo Sviluppo", si realizzano delle strutture mobili e itineranti da allestire nei luoghi nevralgici delle maggiori città delle regioni dell'Ob. Convergenza in occasione di manifestazioni pubbliche, fiere, feste patronali o altre iniziative di richiamo sociale che interessano le intere collettività locali o anche singoli quartieri. L'assistenza informativa al pubblico dei visitatori con la distribuzione di materiale divulgativo e promozionale sarà svolta da personale appositamente formato.

4.2.3. Documentazione e pubblicazione, materiale da distribuire

Prodotti mediali e multimediali

La realizzazione di prodotti come video, cd-rom e floppy-disk consentirà di rendere l'opera di informazione sui contenuti comunitari più gradevole, veloce e moderna. Questi materiali si renderanno molto utili sia per diffondere – parallelamente al sito dei Fondi Strutturali - documenti di notevole entità come i testi-chiave della programmazione comunitaria, sia per presentare in maniera interattiva e graficamente appropriata i contenuti dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR.

Pubblicazioni cartacee

Un ruolo non marginale continuerà ad essere svolto dalle pubblicazioni tradizionali su supporto cartaceo, non essendo il ricorso informatico ancora così diffuso nelle regioni dell'Obiettivo Convergenza da garantire un'informazione capillare tra tutti i destinatari del Piano. Una linea di prodotti editoriali contrassegnata dall'immagine grafica scelta non potrà mancare quindi fra gli strumenti destinati a sensibilizzare ed informare il pubblico sui modi e i tempi di attuazione del Programma. Tali pubblicazioni saranno diffuse attraverso un'azione di mailing mirato per target di utenti, oppure distribuite presso i punti informativi comunitari sul territorio delle regioni Obiettivo Convergenza o presso le sedi degli organismi rappresentativi delle categorie dei destinatari dell'informazione. Le pubblicazioni cartacee saranno utilizzate anche nella fase di diffusione dei risultati degli interventi.

Opuscoli informativi

Nella fase di lancio del Programma, parallelamente all'avvio delle iniziative di comunicazione che utilizzano strumenti telematici, di comunicazione normativa (pubblicazione sulla GUCE e alla pubblicazione integrale, in veste editoriale adeguata ad una diffusione istituzionale del Programma verrà posta particolare attenzione alla pubblicazione e diffusione di prodotti editoriali di sintesi a carattere divulgativo. Essi conterranno una spiegazione semplice e concreta dei contenuti della missione dei fondi, attraverso un linguaggio grafico e testuale semplice e immediato, e saranno strutturati in

modo da garantire una consultazione "mirata per argomenti" per i diversi soggetti interessati. Inoltre, saranno predisposti alcuni opuscoli informativi di facile consultazione.

Catalogo proposte

Nella fase avanzata della programmazione si realizzerà un catalogo delle proposte realizzate e cofinanziate dai Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR, che fornirà indicazioni generali sulle finalità del Programma, sui fondi stanziati e spesi, sui problemi incontrati nella gestione degli interventi e sui risultati ottenuti.

Il catalogo, corredato anche di immagini fotografiche effettuate prima e dopo la realizzazione delle opere e/o delle attività, informerà dettagliatamente sui progetti realizzati per diffondere la trasferibilità delle idee, delle pratiche e delle esperienze a tutti i singoli soggetti od associazioni, pubbliche e private, con esigenze analoghe che potrebbero diventare protagonisti in futuro di interventi simili. Il catalogo, da distribuire in occasione di un incontro a livello regionale, potrà parallelamente sollecitare una riflessione sugli insuccessi riscontrati, con l'obiettivo di evitare il ripetersi degli errori. Inoltre, verrà assicurata un'informazione graduale e puntuale sulle azioni realizzate man mano che vengono avviate soprattutto di quelle più significative in termini di impatto positivo sul miglioramento del sistema dell'Istruzione, tramite (conferenze stampa, convegni, mostre fotografiche "sul prima e sul dopo", ecc.).

Stampati di supporto

Per migliorare l'immagine dei servizi chiamati a gestire le misure del POR, anche la corrispondenza scritta deve ispirarsi alla stessa linea grafica coordinata degli altri servizi di comunicazione. Si prevede, pertanto, di fornire agli uffici e ai funzionari coinvolti nella programmazione e nella gestione delle misure del POR degli strumenti di lavoro come la carta intestata (anche realizzata secondo criteri meno formali), le buste, i biglietti da visita, ecc... contenenti gli elementi grafici coordinati di tutta la campagna di comunicazione.

Prodotti promozionali

Per rinforzare il messaggio promozionale si prevede di realizzare una serie di gadget promozionali come calendari, cappellini, penne, agende, schede telefoniche, ecc... - anch'essi caratterizzati dal logo grafico prescelto - da distribuire in occasione di manifestazioni pubbliche. Tale materiale sarà utile per veicolare in maniera gradevole e con linguaggio chiaro informazioni pratiche sui riferimenti telefonici e telematici dei servizi chiamati a fornire un'informazione più completa, oppure - nel caso dell'agenda - a costruire un diario progressivamente aggiornato sulle tappe più importanti che si susseguiranno nel periodo di programmazione 2007-2013.

4.2.4. Strumenti per l'assistenza diretta ai beneficiari

Call Center e numero verde

Questa azione assolve principalmente a due funzioni:

1. fornire un servizio informativo generale sulle misure dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR;
2. orientare l'utente verso la fonte specifica di informazione più adatta in relazione alle sue esigenze di approfondimento.

Attraverso il call center lo staff può costantemente aggiornare i canali di accesso all'informazione sul Programma curati dall'Autorità di Gestione in relazione alle esigenze manifestate dagli utenti. Il call center si rivolge ai seguenti destinatari:

1. potenziali beneficiari finali delle azioni previste dal PON “Competenze per lo sviluppo”;
2. operatori dell'informazione comunitaria e parti economiche e sociali
3. generalità dei cittadini.

Help-desk

Per soddisfare le esigenze informative più specialistiche e/o di assistenza tecnica sarà attivato un servizio di help-desk su appuntamento, articolato in brevi incontri con gli utenti, al fine di:

1. fornire informazioni su argomenti complessi che richiedono un approccio diretto con esperti della materia;
2. consentire all'utente che ha già ricevuto una prima informazione generale di approfondire alcuni temi;
3. distribuire ed illustrare agli utenti materiale esplicativo appositamente predisposto;
4. fornire consulenza in merito all'utilizzo concreto dei fondi comunitari. Il servizio di help-desk sarà rivolto ai gruppi target delle misure dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR nonché agli operatori dell'informazione.

Mailing

Questa azione prevede la possibilità di inviare in modo rapido ed efficace ogni materiale informativo e promozionale prodotto agli utenti, raggruppati in categorie di target predefiniti e ricavati da un data-base che conterrà i nominativi di tutti coloro che avranno fatto richiesta di servizi informativi.

4.2.5.Consulenze e supporto esterno

Studi e consulenze esterne

Si ritiene necessario affiancare all'attività istituzionale svolta dall' Autorità di Gestione una consulenza specialistica di esperti esterni a supporto delle azioni del Piano di Comunicazione. Potranno essere richiesti studi o sondaggi per l'approfondimento di particolari tematiche inerenti al Piano di comunicazione oppure per la rilevazione periodica dell'impatto delle azioni di comunicazione sui diversi target. Potranno altresì essere attivati presso il Servizio della Comunicazione stages per giovani laureandi o neo laureati provenienti dalle facoltà universitarie specializzate nelle discipline della comunicazione pubblica.

Rientrano in questa tipologia anche monitoraggi ed attività di valutazione specifici.

La tavola che segue offre una ricostruzione del raccordo tra destinatari, azioni e strumenti di comunicazione del Piano, finalizzata a chiarire le scelte che si intendono seguire, in linea prioritaria, con riferimento alla strategia del Piano stesso ed al suo sistema di obiettivi. Si tratta di uno schema semplificato che fornisce indicazioni di principio ma al contempo non ha la pretesa di riflettere la complessità delle azioni che spesso raggiungono diversi gruppi di destinatari.

Raccordo destinatari/azioni/strumenti di comunicazione

Destinatari	Azioni	Strumenti di comunicazione
Beneficiari finali. Istituti Scolastici e più particolarmente i Dirigenti scolastici e il personale della scuola e dell'amministrazione direttamente implicato nella gestione dei PON.	<ul style="list-style-type: none"> - manifestazioni e azioni di lancio - campagna di sensibilizzazione sugli obiettivi di servizio e sulla valutazione delle competenze di lettura e matematica - attività diretta (seminari, riunioni) di supporto per l'implementazione e la gestione delle attività - campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte 	<ul style="list-style-type: none"> - Linee-guida - Circolari, - Convegni, - seminari, workshop, - Call center, help-desk, per accompagnare i beneficiari nelle varie fasi del lavoro svolto, - Sito web del MPI - mailing - Newsletter - Strumenti grafici, stampati di supporto e materiale da mettere a disposizione degli istituti scolastici da utilizzare per tutte le azioni di comunicazione, - Pubblicità esterna, - Attività editoriale: opuscoli informativi pubblicazioni.
Alunni e studenti delle scuole dell'obbligo e superiori	<ul style="list-style-type: none"> - campagna di sensibilizzazione sugli obiettivi di servizio e sulla valutazione delle competenze di lettura e matematica - campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario - campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte - sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia 	<ul style="list-style-type: none"> - Concorsi - Mostre e spettacoli - Manifestazioni - Prodotti mediali e multimediali
Potenziali beneficiari. Sono potenziali beneficiari i destinatari delle azioni dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR, personale docente e personale amministrativo non direttamente implicati nei progetti, operatori scolastici e famiglie, giovani adulti e adulti.	<ul style="list-style-type: none"> - Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario - campagna di sensibilizzazione sugli obiettivi di servizio e sulla valutazione delle competenze di lettura e matematica - Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte - Sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia 	<ul style="list-style-type: none"> - Conferenze - Manifestazioni - Mostre e spettacoli. - Pubblicità sui media - Stand mobili
Pubbliche amministrazioni, partenariati istituzionali e socio-economici, regionali e locali	<ul style="list-style-type: none"> - manifestazioni e azioni di lancio - attività di partenariato - Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario - Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte 	<ul style="list-style-type: none"> - Gruppi di lavoro - incontri, riunioni, manifestazioni, seminari - condivisione di documenti via e-mail, - sito internet, - Attività editoriale.

Destinatari	Azioni	Strumenti di comunicazione
Il grande pubblico	<ul style="list-style-type: none"> - Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario - Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte - Sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia 	<ul style="list-style-type: none"> - Coinvolgere i mass media - Elaborare messaggi, spot, materiale e documenti che presentano le politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione in modo attraente e semplificato. - Manifestazioni in occasione del 9 maggio - Pubblicità sui media - Stand mobili - Prodotti promozionali
Istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO; beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO e altri gruppi specifici socialmente deboli e isolati	<ul style="list-style-type: none"> - Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario - Attività diretta (seminari, riunioni) di supporto per l'implementazione e la gestione delle attività - Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte - Sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia 	<ul style="list-style-type: none"> - Incontri, seminari destinati a piccoli gruppi; - Seminari tematici - Workshop di supporto, e di accompagnamento.

5. ORGANIZZAZIONE E RETI DI COLLABORAZIONI

Le strutture amministrative interessate direttamente nella realizzazione del Piano di Comunicazione sono:

- l'autorità Di Gestione;
- il Comitato di sorveglianza responsabile del Piano;
- Nuclei regionali a supporto della comunicazione, responsabili dell'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari.

Il presente Piano costituisce la base di partenza per un'azione integrata di comunicazione che necessita di ulteriori specificazioni definite in sede di progettazione esecutiva.

5.1. Ruolo dell'Autorità di gestione in tema di promozione dell'informazione e della comunicazione pubblicitaria a favore dei PO

Il nuovo regolamento della Commissione (n.1083/2006) relativo alle azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali introduce innovazioni rilevanti rispetto alla precedente programmazione dei PO in termini di chiara ed articolata indicazione di responsabilità, compiti attesi e procedure attuative a cura delle Autorità di Gestione in tema di promozione dell'informazione e della comunicazione pubblicitaria a favore dei PO.

L'ufficio responsabile per l'Informazione è la stessa Autorità di Gestione: Ufficio IV della Direzione generale per gli Affari internazionali; esso è tenuto a rispondere tempestivamente ai cittadini europei che richiedono informazioni specifiche inerenti l'attuazione dei PO.

Nel quadro di un impegno politico, da parte del Ministero della Pubblica Istruzione, sulla comunicazione dei risultati della politica europea di coesione, ivi compreso il ruolo dell'U.E. e dello Stato membro, lungo tutto il periodo di programmazione, l'Autorità di Gestione si impegna ad assicurare il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate a titolo del Programma e delle modalità di attuazione così come specificati nel Capo II, Sezione 1 del Regolamento di attuazione n. 1828/2006.

Tali obblighi riguardano in particolare:

- la preparazione del piano di comunicazione,
- l'attuazione e sorveglianza del piano di comunicazione,
- gli interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari e ai beneficiari,
- la responsabilità dell'autorità relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico, le responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico, nonché scambio di esperienze.
- Alla pubblicazione, sul proprio sito, conformemente alle direttive della Commissione Europea, dell'elenco dei beneficiari, dei progetti approvati e dell'importo del finanziamento pubblico devoluto.

A tal fine 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 dei due PO da parte dei responsabili, dei soggetti intermedi e dei beneficiari, mediante il coinvolgimento degli Uffici Scolastici Regionali e Provinciali.

L'esecuzione del Piano di comunicazione è curata dall'Autorità di Gestione e l'eventuale ricorso a soggetti attuatori specializzati nella fornitura delle singole attività/beni/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria degli appalti pubblici.

Il Comitato di Sorveglianza sarà informato sull'attuazione del piano di comunicazione attraverso specifici rapporti opportunamente documentati.

5.2. Reti di comunicazione sul territorio

Gli obblighi di comunicazione sono stati posti in capo non solo alle Autorità di Gestione ma anche ai beneficiari, quali primi testimoni del ruolo svolto dall'Unione europea nel finanziamento di opere e servizi di pubblica utilità.

Per assicurare la massima diffusione del Programma Operativo su tutto il territorio delle regioni dell'Obiettivo Conv., sarà attivata una rete di comunicazione con:

- la creazione di una rete di referenti della comunicazione sul territorio, utilizzando anche scuole con specifiche caratteristiche;
- punti di informazione locali individuati nei soggetti istituzionali, economici e sociali che svolgono già attività di informazione e orientamento sulle politiche comunitarie. Utili forme di collaborazione saranno ricercate con strutture informative già esistenti sul territorio regionale, per esempio la rete "Europe Direct" della Commissione Europea, presente su tutto il territorio italiano.

Nella prima fase del piano, bisognerà verificare il potenziale delle strutture già esistenti, il livello di copertura territoriale e lo standard di servizi offerto; accanto a queste potranno operare le strutture periferiche delle varie amministrazioni regionali che già svolgono istituzionalmente attività di divulgazione e informazione, per esempio nei settori dei beni culturali, dell'ambiente, dell'occupazione, dell'agricoltura, del turismo.

Gli atti di concessione dovranno prevedere clausole di condizionalità dei contributi al rispetto delle disposizioni relative all'informazione e alla pubblicità. In termini operativi, nei casi previsti dai regolamenti comunitari e negli altri casi previsti dalla normativa e dalle procedure interne, i beneficiari devono:

- a) fornire le opportune prove documentali dell'osservanza delle norme, in particolare di quelle relative alla cartellonistica, entro un mese dall'effettivo avvio dei lavori;
- b) dare prova documentale della targa apposta al progetto in occasione della richiesta di pagamento del saldo.

6. OPERAZIONI DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Le operazioni di monitoraggio e valutazione condotte sulle attività di comunicazione hanno lo scopo consentire all'AdG di verificare se le attività e gli strumenti messi in campo stanno generando i risultati attesi in merito alla diffusione di informazioni e alla partecipazione alle opportunità offerte dai due Programmi. Entrambe le attività poggeranno sul sistema di monitoraggio dei Programmi Operativi già impostato in modo da consentire la raccolta puntuale e l'elaborazione delle informazioni necessarie, nonché per attività informative in sede di Comitato di sorveglianza e per i rapporti da fornire alla Commissione.

L'AdG prevede in ogni caso la realizzazione di una valutazione di medio periodo che sarà effettuata nel 2010 e una valutazione finale, a conclusione della realizzazione del piano. La valutazione di medio periodo verificherà anche l'eventualità di apportare modifiche al piano, la cui realizzazione deve essere considerata un processo, dove periodicamente si valuta l'opportunità di intervenire sulla pianificazione che è stata fatta inizialmente. Scopo di questa valutazione è quello di verificare se e in che grado è stato raggiunto l'obiettivo di aumentare la conoscenza e la visibilità del POR tra i gruppi destinatari e di sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea nello sviluppo sociale ed economico regionale.

6.1. Priorità delle azioni di monitoraggio e valutazione

Le priorità delle operazioni di monitoraggio e valutazione sono connesse ai quanto indicato nei seguenti punti:

- a) L'Autorità di gestione, nella circolare Prot.n. AOODGAI 872 del 01/08/2007 pone l'accento sui seguenti aspetti, oggetto di una particolare attenzione nelle azioni di monitoraggio del Piano di Comunicazione:
 - 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 network per la diffusione delle informazioni;
 - la visibilità di tutti gli strumenti importanti di pubblicità dei cofinanziamenti (la cartellonistica di cantiere, targhe commemorative permanenti, eventi annuali di informazione dei risultati conseguiti nell'ambito dei diversi programmi).
- b) Nelle iniziative di valutazione che verranno effettuate si verificherà che una percentuale dei partecipanti sia costituita da pubblico femminile, con un bilanciamento rispetto al corrispettivo di pubblico maschile coinvolto, in modo da avere dati disponibili anche relativi ai criteri di pari opportunità.
- c) E' importante nella fase di implementazione della Campagna di comunicazione sulle politiche europee nel campo dell'Educazione (obiettivo operativo 3) prevedere specifiche azioni per monitorare le ricadute della campagna stessa e valutare il grado di conoscenza delle politiche europee da parte del grande pubblico; queste azioni di monitoraggio e valutazione si svilupperanno in più fasi: iniziale, intermedia, ex post. il grado di conoscenza delle politiche europee sarà valutato tramite indagini conoscitive svolte su gruppi campioni, attraverso focus group, interviste e questionari.

6.2.Indicatori e strumenti del monitoraggio e della valutazione

6.2.1.Indicatori

Al fine di adempiere agli obblighi informativi previsti nelle relazioni annuali nei confronti della Commissione Europea nonché di consentire un'adeguata valutazione delle azioni sarà strutturato un sistema di rilevazione dei dati che fanno riferimento alle variabili di realizzazione, risultato, impatto come di seguito declinati.

Gli indicatori di realizzazione riguardano essenzialmente output fisici di attività, suscettibili di conteggio:

- visitatori del sito web;
- manifestazioni pubbliche (convegni, presentazioni, etc.);
- seminari di approfondimento;
- partecipanti agli eventi esterni organizzati da altri soggetti;
- prodotti promozionali;
- abbonati alla newsletters;
- comunicati-stampa;
- conferenze-stampa;
- pubblicazioni (volumi, report, documenti);
- materiale divulgativo (brochures, schede, guide, etc.);
- manifesti e relative affissioni;
- inserzioni e/o spot pubblicitari, con relativa collocazione e frequenza;
- punti di informazione;
- stand mobili;
- prodotti multimediali.

Gli indicatori di risultato riguardano il grado in cui sono migliorate l'informazione e la sensibilizzazione dell'opinione pubblica e dei beneficiari potenziali specifici nei confronti delle azioni dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR in un arco di tempo prefissato. I risultati genericamente intesi vanno quindi tradotti in risultati *attesi*, con riguardo ai tempi di realizzazione, alla quantità dei fruitori, alla qualità e alla correttezza delle conoscenze fornite.

Gli indicatori di impatto concernono il rapporto tra attività di comunicazione e modificazioni delle condotte degli attori e dell'andamento dei sistemi. Gli indicatori di impatto, non essendo possibile isolare "in laboratorio" la correlazione causale che interessa rilevare, avranno sempre un carattere di approssimatività, dal momento che tali modificazioni sono sempre addebitabili ad un complesso di fattori, dei quali la comunicazione e le sue caratteristiche (precisione, fruibilità, accessibilità, tempestività, etc.) è soltanto uno.

6.2.2.Strumenti

La realizzazione delle attività di monitoraggio e valutazione del Piano sarà sviluppata facendo ricorso ad un set di strumenti specifici adottati anche per la valutazione delle singole iniziative oggetto della valutazione del Piano stesso:

- questionari somministrabili ad un campione rappresentativo della popolazione. Attraverso tale strumento potrebbero essere individuate sia le modificazioni riguardanti l'opinione pubblica sia quelle relative ai destinatari specifici;

- sondaggio d’opinione nella fase intermedia, anche al fine di apportare eventuali correttivi al Piano di comunicazione; successivamente;
- sondaggio finale, volto a verificare risultati e impatto dell’azione complessivamente svolta;
- peer review;
- indagini esplorative su soggetti non costituenti un campione statisticamente rappresentativo, attraverso tecniche quali l’intervista semistrutturata, il *focus group*, il *panel*.

Per quanto riguarda la *Peer review*, essa consisterà nella consultazione, attraverso interviste semistrutturate, di esperti in comunicazione non collegati al soggetto responsabile, e di testimoni privilegiati, entrambi in grado di esprimere un giudizio sulla appropriatezza comunicativa, la fruibilità e l’esattezza delle attività di comunicazione, così come sulle modificazioni in atto in specifici segmenti della popolazione e/o dei beneficiari potenziali. Attraverso la somministrazione del questionario ad un campione rappresentativo così come attraverso le indagini esplorative e il *peer review*, ciò che si intende rilevare, come si è detto, è tanto l’effettiva circolazione dell’informazione (risultato), quanto le modificazioni di comportamento ad essa direttamente o indirettamente riconducibili (impatto).

L’indagine esplorativa (anziché una vera e propria inchiesta campionaria) potrebbe anche essere utilizzata, all’avvio delle attività del soggetto responsabile, per verificare lo stato attuale dell’informazione sulle azioni dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR nella situazione di partenza.

Raccordo tra strumenti utili alla comunicazione e Fonti informative

STRUMENTI	FONTI INFORMATIVE PER IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE
<i>Informazione e comunicazione basati sull’impiego di ICT</i>	<p>Quantificazione incontri, riunioni documenti condivisi accordi e protocolli raggiunti manifestazioni/seminari che hanno coinvolto soggetti della PA.</p> <p>Indagini conoscitive Saranno realizzate attraverso questionari/interviste somministrati a gruppi campioni di cittadini per valutare l’efficacia dell’azione svolta dalla PA.</p> <p>Focus group Saranno attivati per raccogliere informazioni qualitative, commenti e valutazioni dell’azione svolta, anche in seno alla PA stessa.</p>
<i>Azioni in presenza</i>	<p>Analisi diretta Saranno realizzate analisi dirette sulle azioni di comunicazioni svolte dagli istituti Scolastici per capire l’efficacia degli strumenti messi a disposizione delle scuole</p> <p>Indagini conoscitive e focus group Indagini conoscitive attraverso focus group, interviste e questionari rivolti a tutti i soggetti coinvolti per valutare l’impatto delle azioni svolte e eventuali nuove azioni da svolgere.</p>
<i>Documentazione e pubblicazione, materiale da distribuire</i>	<p>Indagini conoscitive Indagini conoscitive svolte attraverso focus group, interviste e questionari rivolti a tutti i soggetti coinvolti per valutare l’impatto delle azioni svolte e eventuali nuove azioni da svolgere.</p>
<i>Assistenza diretta ai beneficiari</i>	<p>Indagini preliminari per definire i destinatari specifici di queste azioni di comunicazione.</p> <p>Quantificazione Quantificazione delle azioni svolte e i beneficiari finali e potenziali coinvolti.</p> <p>Indagini conoscitive Realizzazione di indagini conoscitive attraverso focus group, interviste e questionari rivolti a</p>

STRUMENTI	FONTI INFORMATIVE PER IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE
	tutti i soggetti coinvolti per valutare l'impatto delle azioni svolte e eventuali nuove azioni da svolgere.
<i>Consulenze e supporto esterno*</i>	Quantificazione incontri, riunioni documenti condivisi analisi realizzate

In ogni caso, le metodologie da utilizzare saranno oggetto di approfondimento, sia con il soggetto responsabile del piano di comunicazione, sia soprattutto con il soggetto incaricato delle attività di rilevazione e valutazione.

L'apposito gruppo di lavoro sul monitoraggio e la valutazione provvederà a mettere a punto ulteriormente la metodologia, gli strumenti, le scadenze; una attenzione particolare sarà rivolta a monitoraggio e la valutazione della Campagna di comunicazione sulle politiche europee nel campo dell'Educazione.

La valutazione in itinere andrà nettamente distinta da quella finale. La prima potrà guidare eventuali interventi correttivi.

Le attività di valutazione verranno affidate ad un valutatore esterno, in modo da garantire imparzialità alle analisi quantitative e qualitative messe in campo e alle conclusioni in merito alla visibilità, trasparenza e sensibilizzazione del pubblico. Insieme al valutatore esterno si stabiliranno attività e azioni idonee ad una valutazione dell'efficacia e dell'efficienza del piano di comunicazione. Il soggetto esterno incaricato delle operazioni di rilevazione e valutazione dovrà essere distinto da quello che curerà la realizzazione delle azioni previste nel Piano di comunicazione.

Al fine di adempire a quanto disposto dal regolamento (CE) n. 1828/2006, gli interventi informativi e pubblicitari saranno valutati in un apposito capitolo del Rapporto annuale di esecuzione al 2010 e del rapporto finale di esecuzione. Tale analisi, in termine di visibilità del programma operativo e della consapevolezza del ruolo svolto dalla comunità al 2010, risulterà utile anche al fine di verificare la pertinenza e l'efficacia delle azioni realizzate e l'eventuale necessità di apportare modifiche al piano di comunicazione.

7. FASI E TEMPI DI REALIZZAZIONE

7.1. Principali fasi di attuazione del Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione è un quadro di lavoro flessibile che deve lasciare spazio, con opportune azioni di monitoraggio e valutazione, a cambiamenti di obiettivi e strategie.

Tuttavia, i primi anni 2007-2010 sono scanditi da tre scadenze ineluttabili che saranno i temi privilegiati delle azioni di comunicazione:

1. l'ormai avvenuto avviamento dei programmi operativi avviato nel 2007 e nei primi mesi del 2008;
2. la verifica delle competenze di base in Italiano e in Matematica nel 2009;
3. la verifica della strategia di Lisbona nel 2010; sarà necessario fare il punto sugli obiettivi di servizio dei PO.

In merito alla prima scadenza, in particolare, ai soli fini di testimoniare modalità e contenuti dell'avviato processo di comunicazione e informazione sulla programmazione 2007-2013, nel secondo semestre del 2007 si riepilogano le principali attività svolte:

- seminari di formazione destinati a tutti gli istituti scolastici, nelle quattro regioni obiettivo Convergenza;
- manifestazioni di lancio in alcune città dell'obiettivo Convergenza, alle quali hanno partecipato rappresentanti del sistema scolastico regionale, enti locali, parti sociali in alcuni casi organizzate dal Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con il MPI.
- Consultazioni di tutti i partner locali delle quattro regioni dell' Obiettivo Convergenza per stipulare accordi di programmazione.

7.2. Implementazione delle attività di comunicazione

Come anticipato, il Piano di comunicazione riguarda le azioni finanziate sia con il FSE, sia con il FESR. Nella fase di realizzazione, vengono evidenziate le specifiche e le diverse forme di pubblicità che caratterizzano ogni Fondo.

Di seguito si riportano destinatari prioritari e tipologie di azione attivate e messe in atto a partire dall'approvazione dei due Programmi e nella fase di lancio delle attività.

a) Destinatari delle azioni di comunicazione:

- gli istituti scolastici;
- gli istituti scolastici che non hanno aderito ai PO nel 2007/2008;
- i dirigenti scolastici;
- i partner istituzionali;
- i partner economici e sociali.

b) Tipologie di azione

Costituzione di una rete di lavoro:

- Istituzione dei gruppi di lavoro;
- Istituzione di nuclei regionali;
- Consultazioni con i partner delle amministrazioni centrali;
- Consultazioni con i partner istituzionali regionali e elaborazioni di accordi e protocolli;

- Elaborazione e pubblicazione dei bandi di gara per il reclutamento delle società di assistenza e di altre società con le quali intendiamo collaborare;
- Costituzione di commissioni.

Elaborazione dei documenti di base:

- Elaborazione del Piano di comunicazione;
- Elaborazione delle Linee-guida.

Azioni di promozione e diffusione:

- Promozione dei nuovi programmi attraverso manifestazioni e seminari;
- Organizzazione di specifiche azioni di comunicazione per gli istituti scolastici che non hanno aderito/partecipato ai PO.

La tabella sotto riportata illustra il periodo di svolgimento di alcune delle principali **azioni di comunicazione realizzate e previste per gli anni 2007-2013**.

La tabella non evidenzia la totalità delle attività che saranno messe in campo a valere sul Piano in considerazione del fatto che si prevede una continuità di applicazione nel tempo della maggior parte degli strumenti. Una tempistica di maggior dettaglio sarà definita nell'ambito dei lavori del gruppo appositamente attivato per la gestione del Piano

Azioni di comunicazione	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Implementazione delle attività di collaborazione (gruppi di lavoro, commissioni, gare e contratti con l'assistenza tecnica)							
Elaborazione degli strumenti informativi e grafici, aggiornamento sito web							
Manifestazioni e azioni di lancio dei nuovi programmi e delle nuove iniziative nel corso del programma							
Attività di partenariato - Lavori di commissioni e gruppi di lavoro							
Attività diretta (seminari, riunioni) di supporto per l'implementazione e la gestione delle attività							
Attività trasversale di sperimentazione di nuove modalità di comunicazione, anche attraverso i massmedia							
Campagna di sensibilizzazione sugli obiettivi di servizio e sulla valutazione delle competenze di lettura e di matematica.							
Campagna di sensibilizzazione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto dell'intervento comunitario							
Campagna per la promozione e diffusione delle buone pratiche e dei risultati delle attività svolte; include i concorsi per le scuole e l'attività editoriale							

8. BILANCIO DI PREVISIONE

Il Piano di comunicazione sarà realizzato con le seguenti risorse finanziarie, articolate nei due Programmi operativi in proporzione al contributo utilizzato.

Le risorse vengono ripartite per attività informativa e di comunicazione e per attività di supporto alla realizzazione del piano, quali monitoraggio e valutazione.

Budget per attività informativa e di comunicazione

Attività	Finanziamento comunitario	Finanziamento nazionale	totale	% sul totale
<i>Informazione e comunicazione basati sull'impiego di ICT</i>	1.850.000,00	1.850.000,00	3.700.000,00	31,6
<i>Azioni in presenza</i>	1.695.000,00	1.695.000,00	3.390.000,00	28,9
<i>Documentazione e pubblicazione, materiale da distribuire</i>	1.243.000,00	1.243.000,00	2.486.000,00	21,2
<i>Assistenza diretta ai beneficiari</i>	621.500,00	621.500,00	1.243.000,00	10,6
<i>Consulenze e supporto esterno*</i>	452.000,00	452.000,00	904.000,00	7,7
Totale	5.861.500,00	5.861.500,00	11.723.000,00	100,00

* comprendono: studi e consulenze esterne, monitoraggi specifici, valutazione, ecc.

In relazione all'impegno di spesa necessario per l'attuazione del Piano di comunicazione, a titolo esclusivamente indicativo, si prevede la seguente articolazione annuale delle risorse:

Anni	Finanziamento comunitario	Finanziamento nazionale	TOTALE
2007			
2008	321.000,00	321.000,00	642.000,00
2009	1.650.000,00	1.650.000,00	3.300.000,00
2010	1.300.000,00	1.300.000,00	2.600.000,00
2011	1.050.000,00	1.050.000,00	2.100.000,00
2012	550.000,00	550.000,00	1.100.000,00
2013	550.000,00	550.000,00	1.100.000,00
2014	440.500,00	440.500,00	881.000,00
Totale	5.861.500,00	5.861.500,00	11.723.000,00