



UNIONE EUROPEA
*Direzione Generale Occupazione
e Affari Sociali
Direzione Generale Politiche Regionali*



MINISTERO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE
*Dipartimento dell'Istruzione
Direzione Generale per gli Affari Internazionali
Uff. V*

Punto 11 dell'o.d.g.

Bozza Piano della Comunicazione

ITALIA- Obiettivo "Convergenza"

PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013

FSE: "Competenze per lo Sviluppo"
FESR: "Ambienti per l'Apprendimento"

Indice:

Premessa

1. Ruolo dell'Autorità di Gestione
2. Obiettivi generali dei P.O.
3. Obiettivi strategici dei P.O.
4. Contesto: i nodi problematici
5. Obiettivi generali del Piano della Comunicazione
6. Obiettivi specifici del Piano della Comunicazione
7. Destinatari del Piano della Comunicazione
8. Obiettivi operativi della Comunicazione
9. Azioni e strumenti
10. Modalità di attuazione e reti di collaborazioni
11. Monitoraggio e valutazione
12. Tempi di realizzazione
13. Bilancio di previsione

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.

Anche l'informazione e la comunicazione istituzionale sulla politica regionale devono porsi in linea con gli intenti del *Piano D*, il piano diretto a stimolare il Dialogo, la Democrazia, il Dibattito (13/10/2005 COM(2005)494).

Per questo 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.

Nelle politiche regionali la comunicazione e la promozione informativa sul FSE e FESR sono quindi vettori particolarmente strategici, sia per l'accesso e l'utilizzo dei fondi

stessi da parte dei beneficiari finali, sia per la promozione delle politiche dell'occupazione, secondo i pilastri di riferimento fondamentali: occupabilità, imprenditorialità, adattabilità, pari opportunità.

Questo Piano della Comunicazione relativo ai due PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013 (PO), FSE: "Competenze per lo Sviluppo" e FESR: "Ambienti per l'Apprendimento" s'inserisce nel quadro tracciato dal QSN (VI.2.5 "Informazione e comunicazione") e approfondisce la strategia comunicativa delineata dai PO stessi, nonché dalla circolare di questa Direzione Generale relativa alla Programmazione dei Fondi Strutturali 2007/2013 (Prot.A00DGAI 872 del 01/08/2007).

1) Ruolo dell'Autorità di gestione.

1.1 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.

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

L'ufficio responsabile per l'Informazione è la stessa Autorità di Gestione: Ufficio V 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.

1.2 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.

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 l'esame preventivo di bandi, capitolati, convenzioni e disciplinari di concessione e un parere vincolante su di essi; assume le eventuali iniziative e raccoglie le informazioni, oggetto di specifica trattazione nei Rapporti di esecuzione annuali e finale dell'intervento.

1.3 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.

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, gli organismi intermedi 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.

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.

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

2) Obiettivi generali dei due Programmi Operativi: “Competenze per lo Sviluppo” (FSE) e “Ambienti per l'Apprendimento” (FESR).

2.1. La strategia globale 2007-2013 relativa all'istruzione, in linea con la priorità 1 del QSN, si pone obiettivi generali ambiziosi allo scopo di:

- 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.

2.2. 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.

Questi obiettivi generali, essenziali per lo sviluppo delle aree dell'obiettivo convergenza, possono essere raggiunti intervenendo sulla qualità e preparazione professionale delle risorse umane che operano nel settore scolastico, nonché sulla qualità dell'offerta formativa, ma anche, contestualmente, migliorando la qualità delle infrastrutture, le attrezzature didattiche, i laboratori che costituiscono gli ambienti per l'apprendimento ed incidono notevolmente sulla qualità dei risultati in quanto promuovono modalità di apprendimento più adeguate ad un sistema scolastico più dinamico e flessibile.

2.3 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.

Gli obiettivi di servizio fissati dal Quadro Strategico Nazionale 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.

3) Obiettivi specifici dei due Programmi Operativi

3.1 Gli obiettivi specifici indicati nel programma operativo "*Competenze per lo Sviluppo*", finanziato dal Fondo Sociale Europeo per il settennio di programmazione, hanno lo scopo di:

- Sviluppare la capacità diagnostica e i dispositivi per la qualità del sistema scolastico
- Migliorare le competenze del personale della scuola e dei docenti
- Migliorare i livelli di conoscenza e competenza dei giovani
- Accrescere la diffusione, l'accesso e l'uso della società dell'informazione nella scuola.
- Sviluppare attività di rete tra gli attori del sistema e con le istanze del territorio
- Promuovere il successo scolastico le pari opportunità e l' inclusione sociale
- Migliorare i sistemi di apprendimento durante tutto l'arco della vita
- migliorare la governance e la valutazione del sistema scolastico

3.2 Il Programma Operativo FESR 2007-2013 "Ambienti per l'apprendimento" del Ministero della Pubblica Istruzione, in coerenza con gli obiettivi del PO-FSE, incide più specificamente sulla qualità degli ambienti dedicati all'apprendimento e sulla implementazione delle tecnologie e dei laboratori didattici come elementi essenziali per la qualificazione del servizio.

Il Programma Operativo FESR 2007-2013 "Ambienti per l'apprendimento" si pone i seguenti obiettivi specifici:

- Promuovere e sviluppare la Società dell'informazione e della conoscenza del sistema scolastico;
- migliorare la qualità delle strutture scolastiche, ivi compresa la sostenibilità ambientale e dei servizi complementari alla didattica.

4) Il contesto: i nodi problematici

L'esperienza della fase precedente 2000-2006 e l'analisi di contesto svolta dal QSN e nei documenti relativi ai due Programmi Operativi FSE e FESR, mettono in evidenza alcuni punti nevralgici che devono indirizzare le azioni del Piano della Comunicazione:

4.1 Il contesto geografico specifico del mezzogiorno d'Italia.

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.

4.2. 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.

4.3. Contesto operativo: la pubblica amministrazione

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

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, 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.

4.4. 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.

4.5. Il contesto tecnologico.

I risultati riguardanti gli interventi della società dell'informazione nella scuola permettono di indicare, su questo terreno, una ulteriore lezione specifica che muove dall'osservazione 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 "normale" e 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.

Alcune statistiche, fornite dall'Osservatorio permanente sulle tecnologiche per la didattica nella scuola italiana (lettura a dicembre 2006), mettono in evidenza

- che circa il 15% delle scuole non usa l'e-mail, in modo particolare le scuole primarie e dell'obbligo che sono anche quelle che meno aderiscono ai PO e ai progetti europei in generale.
- Il computer è presente nel 39,1% delle famiglie del mezzogiorno d'Italia quindi meno della metà della popolazione implicata direttamente nella scuola può disporre in qualche modo del computer – e dei suoi servizi in casa. Le famiglie che utilizzano Internet sono ancora di meno: nel 2005, soltanto il 37,4% nel Mezzogiorno.

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

I problemi di isolamento geografico e tecnologico, nonché alcuni limiti nella gestione degli istituti, concorrono al fatto che nella programmazione per l'A.S. 2007/2008, il 15% in media delle scuole non ha presentato nessuna richiesta di adesione, quasi il 20% in Campania e Calabria.

REGIONE	Istituti presenti nella Regione	Piani Presentati	Istituti che non hanno presentato il piano	% Istituti che hanno presentato il piano	% Istituti che NON hanno presentato il piano
Calabria	664	537	127	80,87	19,13
Campania	1.456	1166	290	80,08	19,92
Puglia	987	900	87	91,19	8,81
Sicilia	1.274	1121	153	87,99	12,01
Totale	4.381	3.724	657	85,00	15,00

5) Obiettivi generali della comunicazione

5.1 L'Autorità di Gestione dei Piani 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 specifici.

In termini di finalità generali, le azioni di comunicazione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR rimangono a garanzia della massima trasparenza nell'impiego delle risorse e realizzano un sistema sempre più aperto alla partecipazione attiva degli operatori pubblici e privati e dei cittadini, mediante un servizio che diffonda informazione e conoscenze, opportunità e cambiamento. Al contempo limitano iniziative isolate, episodiche ed autoreferenziali. Tali azioni, inoltre, sono finalizzate alla crescita della consapevolezza e del consenso sulle finalità, i metodi e i risultati della politica regionale unitaria.

5.2 L'Autorità di Gestione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR intende rafforzare e sviluppare la propria strategia di comunicazione completando l'integrazione di tutti i principi enunciati nel Piano di Azione della comunicazione europea approvato il 20 luglio 2005:

- **ascoltare**, ossia informare i cittadini europei e, contemporaneamente, tenere conto dei loro punti di vista;
- **comunicare**, come le politiche della UE influenzano la vita quotidiana dei cittadini e qual è il loro valore aggiunto;
- **coinvolgere** il livello locale, sviluppando e potenziando le capacità di ascolto e l'animazione territoriale.

6) Obiettivi specifici

(Vedi allegato 1: quadro riassuntivo della strategia adottata)

In coerenza con il quadro normativo, con gli obiettivi strategici dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR con il contesto specifico delle regioni dell'obiettivo convergenza, il piano di comunicazione individua i seguenti obiettivi specifici:

1. sviluppare la comunicazione interna a supporto del miglioramento complessivo dell'efficacia dell'azione della Amministrazione Pubblica nella gestione della comunicazione ai cittadini;
2. implementare e realizzare nuove modalità di comunicazione, anche sperimentando canali e tecnologie di comunicazione innovativi per raggiungere e coinvolgere tutti i soggetti sul territorio, in particolare i soggetti isolati geograficamente e che non sono raggiungibili dalle nuove tecnologie;
3. comunicare efficacemente all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari le finalità delle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione, in partenariato con gli Stati membri, attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali; rivolgere una particolare attenzione al coinvolgimento degli enti locali e di tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale.
4. far conoscere a tutti i potenziali beneficiari, a tutti i cittadini e ai beneficiari 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. ampliare la qualità degli interventi di comunicazione degli istituti scolastici, in particolare quelli finalizzati al raggiungimento degli Obiettivi dei due PO; rivolgere una particolare attenzione alla formazione dei dirigenti e docenti.
6. dare ampia visibilità agli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei PO, al pubblico e ai potenziali beneficiari.
7. 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;
8. migliorare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati.

7) 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.

7.1 Beneficiari finali. Sono beneficiari 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.

Dovranno essere destinatari di particolari azioni d'informazione gli istituti che non hanno mai partecipato ai programmi operativi, in particolare le scuole primarie.

7.2 *Potenziali beneficiari.* 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.

7.3 *Pubblico:*

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.

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

7.4. Gruppi di destinatari specifici:

Sono destinatari specifici i gruppi che, non hanno ancora ricevuto un diretto beneficio dai programmi precedenti.

Altri destinatari specifici 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

8) Obiettivi operativi

In questa fase preliminare dei programmi operativi, è possibile indicare soltanto le grandi linee delle modalità previste per raggiungere gli obiettivi sopraindicati; 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;

Potenziare i canali d'informazione e sviluppare azioni comuni all'interno dello stesso MPI e con gli istituti scolastici; sviluppare la concertazione con altri soggetti dell'amministrazione centrale e con gli enti locali delle regioni dell'Obiettivo convergenza.

2. Richiedere il supporto di società specializzate nella comunicazione per elaborare strategie innovative di comunicazione, con lo scopo di:
 - raggiungere il grande pubblico, in particolare i soggetti isolati geograficamente e che non sono raggiungibili dalle nuove tecnologie;
 - raggiungere i destinatari che non sono stati raggiunti dai programmi precedenti

- affrontare temi che non sono stati sufficientemente considerati durante i programmi precedenti.
3. Elaborare una campagna di comunicazione specifica sulle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione, rivolta ad un grande pubblico e a tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale.
Elaborare strumenti adeguati alla campagna di comunicazione.
 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);
Svolgere indagini preliminari per definire i destinatari di queste azioni specifiche di comunicazione.
 5. Istituire appositi gruppi di lavoro/commissioni per stabilire la strategia di comunicazione che gli istituti scolastici devono utilizzare per informare il grande pubblico, e tutti i beneficiari degli obiettivi dei due P.O.;
Elaborare appositi strumenti per sostenere gli istituti scolastici nella loro azione di comunicazione.
Elaborare specifiche azioni di formazione dei dirigenti e docenti, in merito ai livelli di competenza richiesti dagli obiettivi di servizio.
 6. Informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. abbiano ampia visibilità
 7. Informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. garantiscano la massima trasparenza.
 8. Istituire un gruppo di monitoraggio, controllo, valutazione delle attività di comunicazione.

9) Azioni e strumenti

(Vedi anche la descrizione degli strumenti nell'All. 2)

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.

- a. Gli istituti scolastici sono confrontati ad una utenza numerosa, diversificata e spesso distribuita su vasti territori; le azioni di comunicazione da elaborare sono complesse.

In questo ambito si prevede di mettere a disposizione delle istituzioni scolastiche delle **Linee-guida** 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 devono essere oggetto di seminari di formazione, indirizzati in particolare ai centri risorse e ai vari referenti dei PO sul territorio.

9.2. In linea generale, gli interventi verranno realizzati facendo ricorso a tipologie di azioni e strumenti di comunicazione differenziati per funzione, al fine di raggiungere più efficacemente gli obiettivi del Piano. La scelta di tali strumenti sarà pertanto condizionata da diversi fattori, quali il target di riferimento, l'obiettivo da raggiungere, i costi, i tempi di realizzazione.

Il Piano individua tre macro-tipologie di azioni (la descrizione dettagliata degli strumenti, il loro possibile uso e impatto sono descritti nell'allegato 2)

Categoria di azione	Strumenti
azioni di promozione	linea grafica coordinata pubblicità sui media pubblicità esterna attività promo-educativa stand mobili eventi (convegni ed iniziative esterne) prodotti promozionali prodotti mediali e multimediali
Azioni di informazione	sito internet call centre help-desk pubblicazioni mailing, elenchi eventi (seminari tematici) conferenze stampa informazione sui media
Azioni di supporto	Referenti territoriali a supporto della comunicazione Workshop Studi e consulenze esterne Supporti tecnologici Intranet

10) Modalità di attuazione 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.

- INVALSI

Il processo di attuazione del Piano di comunicazione prevede un modello gestionale basato su tre livelli:

10.1 Coordinamento strategico

Il primo livello strategico prevede la costituzione di un'apposito gruppo per la Comunicazione che svolgerà compiti di indirizzo, coordinamento e verifica del Piano di comunicazione.

10.2. Coordinamento operativo

Il secondo livello operativo - affidato al Servizio della Comunicazione dell'Autorità di Gestione adeguatamente supportato anche da professionalità esterne - svolgerà funzioni di raccordo fra tutti i soggetti interni ed esterni all'amministrazione del MPI chiamati a collaborare per la piena realizzazione degli obiettivi della comunicazione.

In particolare, assicurerà:

- la raccolta, la selezione e la diffusione delle informazioni oggetto del Piano attraverso i vari canali individuati;
- la raccolta e l'archiviazione dei documenti relativi alla programmazione (Quadro di riferimento comunitario, norme nazionali e regionali collegate, circolari di attuazione delle azioni, bandi, ecc.);
- il tempestivo e sistematico aggiornamento dei contenuti informativi del sito web.
- il collegamento con il Servizio della Comunicazione nonché con i referenti degli organi istituzionali periferici (USR) interessati alla realizzazione delle azioni del PON, con l'obiettivo di avviare un modello stabile di comunicazione istituzionale interna;
- il collegamento, anche informatico, con tutti i punti locali di informazione e di assistenza tecnica;
- il collegamento tecnico con tutti i soggetti fornitori di beni e servizi relativi al Piano.

10.3 Territorio e reti di collaborazione

Il terzo livello investe la realizzazione territoriale del piano e il sistema delle collaborazioni esterne. Per assicurare la massima diffusione del Programma Operativo su tutto il territorio delle regioni dell'Obiettivo Conv., sarà attivata una rete di comunicazione con:

- un nucleo di referenti della comunicazione sul territorio
- punti di informazione locali individuati nei soggetti istituzionali, economici e sociali che svolgono già attività di informazione e orientamento sulle politiche comunitarie, essendo negli ultimi anni il loro numero sensibilmente cresciuto. Utili forme di collaborazione saranno ricercate con strutture informative già esistenti sul territorio regionale come gli Eurosportelli, gli Euro-infopoint, i Carrefours, i Centri di documentazione europea, gli uffici Informagiovani, gli uffici Europa, ecc...

Nella prima fase del piano, bisognerà verificare il potenziale delle strutture già esistenti, verificandone 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. Dalle risultanze dell'analisi si coglieranno anche gli elementi per valutare l'istituzione di nuovi punti locali d'informazione che coprano ambiti informativi territoriali o settoriali non ancora forniti di tale servizio.

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

Per l'attuazione del Piano di Comunicazione stesso si farà ricorso a uno o più bandi da emanare entrogiorni dall'approvazione del rivolti ad organismi con qualificazione specialistica rispetto alle funzioni previste e con particolari competenze nel campo della comunicazione e dell'animazione economica.

11) Monitoraggio e valutazione

(Vedi la descrizione degli indicatori e degli strumenti di monitoraggio e valutazione nell'all. 3)

11.1. 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 cofinanziati;
- 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).

11.2 Inoltre, 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, così definite:

realizzazione	Che rilevano le tipologie e la quantità delle attività svolte;
risultato	Che verificano gli effetti delle attività realizzate in relazione agli obiettivi specifici del piano di comunicazione
Impatto	Che misurano le modificazioni del comportamento dei soggetti destinatari, ed in genere dei sistemi entro i quali l'intervento ha luogo, conseguenti all'informazione diffusa circa le azioni comprese nei due PO (tenuto comunque conto che tale modificazione non dipende soltanto dall'efficacia 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.

12) Tempi di realizzazione

12.1. L'arco di tempo 2007-2013 è un lungo periodo dove sono prevedibili tanti cambiamenti nel contesto socio-culturale dove si collocano le azioni dei due PO. Il Piano della 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 importanti che saranno i temi privilegiati delle azioni di comunicazione:

1. l'avvio dei nuovi programmi operativi nel 2007 e nei primi mesi del 2008;
2. la verifica delle competenze di base in particolare in Italiano e in Matematica nel 2009;
3. la verifica della strategia di Lisbona nel 2010 nel quadro di cui è necessario fare il punto sugli obiettivi di servizio dei PO: non solo la verifica delle competenze di base ma anche la verifica degli abbandoni scolastici.

In merito alla prima scadenza, nel secondo semestre del 2007 sono stati svolti:

- seminari di formazione destinati a tutti gli istituti scolastici, nelle quattro regioni obiettivo Convergenza (settembre 2007)
- manifestazioni di lancio a Bari, Palermo, Napoli e Lamezia Terme, alle quali hanno partecipato rappresentanti del sistema scolastico regionale, enti locali, parti sociali. La manifestazione di Lamezia Terme è stata organizzata dal Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con il MPI.
- Consultazioni di tutti i partner locali delle quattro regioni dell' Ob. Convergenza per stipulare accordi di programmazione.

12.2. Più genericamente ogni obiettivo specifico si sviluppa in 4 fasi temporali che potranno essere programmate nell'arco dei sette anni in questo modo:

l'implementazione	2007/2008
Una fase intermedia con lo sviluppo di alcune azioni e una valutazione intermedia. In questa fase sono prioritarie le azioni riferite alla verifica delle competenze di base e alla strategia di Lisbona.	2008/2010
Una seconda fase di sviluppo delle azioni, programmata sulla base della valutazione intermedia.	2010/2013
La fase finale con una valutazione complessiva del Piano di Comunicazione.	2012/2013

12.3. E' possibile descrivere in modo dettagliato la fase di implementazione delle azioni iniziata nel secondo semestre 2007 e che si svolgerà durante tutto il 2008:

In questa fase:

Risultano prioritari i seguenti 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

Elaborazione dei documenti di base:

- Elaborazione del Piano della Comunicazione
- Predisposizione dei documenti di riferimento normativo
- Predisposizione della documentazione, in particolare delle nuove modalità di adesione ai nuovi programmi

Azioni di promozione e diffusione:

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

Costituzione di una rete di lavoro

- 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.
- Istituzione dei gruppi di lavoro, di nuclei regionali
- Costituzione di commissioni

Azioni che riguardano gli strumenti:

- Migliorare la funzionalità del sito WEB
- Istituzione di un help desk e di altri supporti per la promozione dei nuovi programmi
- Linea grafica coordinata
- Elaborazione di linee-guide per la comunicazione
- Elaborazione di un kit per la comunicazione

13) Bilancio di previsione

Per le risorse finanziarie necessarie, il Piano di comunicazione attinge alle disponibilità di.....

Piano della Comunicazione-Allegato1

La strategia della Comunicazione

Obiettivi specifici	Destinatari	Obiettivi operativi	Strumenti di comunicazione	Monitoraggio e valutazione
1. Sviluppare la comunicazione interna a supporto del miglioramento complessivo dell'efficacia dell'azione della Amministrazione Pubblica nella gestione della comunicazione ai cittadini;	Amministrazioni centrali e locali, Partner dell'Autorità di Gestione	9. Sviluppare la concertazione e la collaborazione con i partner istituzionali dell'Autorità di gestione; Potenziare i canali d'informazione e sviluppare azioni comuni all'interno dello stesso MPI e con gli istituti scolastici; sviluppare la concertazione con altri soggetti dell'amministrazione centrale e con gli enti locali delle regioni dell'Obiettivo convergenza	incontri, riunioni, condivisione di documenti via e-mail, sul sito internet, linee guide manifestazioni, seminari	Quantificare: incontri, riunioni documenti condivisi accordi e protocolli raggiunti manifestazioni/seminari che hanno coinvolto soggetti della PA.
				Indagini conoscitive attraverso questionari/interviste somministrati a gruppi campioni di cittadini per valutare l'efficacia dell'azione svolta dalla PA. Focus group per raccogliere commenti e valutazione dell'azione svolta, anche in seno alla PA stessa.
2. implementare e realizzare nuove modalità di comunicazione, anche	Potenziali beneficiari (alunni, famiglie)Grande pubblico	10. Richiedere il supporto di società specializzate nella comunicazione per elaborare strategie	Sperimentare canali e tecnologie di comunicazione innovativi attraverso azioni di ricerca-azione.	

<p>sperimentando canali e tecnologie di comunicazione innovativi per raggiungere e coinvolgere tutti i soggetti sul territorio, in particolare i soggetti isolati geograficamente e che non sono raggiungibili dalle nuove tecnologie;</p>	<p>(associazioni e imprese sul territorio), soggetti isolati geograficamente e che non sono raggiungibili dalle nuove tecnologie;</p>	<p>innovative di comunicazione, con lo scopo di: - raggiungere il grande pubblico, in particolare i soggetti isolati geograficamente e che non sono raggiungibili dalle nuove tecnologie; - raggiungere i destinatari che non sono stati raggiunti dai programmi precedenti affrontare temi che non sono stati sufficientemente considerati durante i programmi precedenti</p>		<p>Quantificare i beneficiari finali e potenziali beneficiari raggiunti da queste azioni</p>
<p>3. comunicare efficacemente all'opinione pubblica, a tutti i potenziali beneficiari e ai beneficiari le finalità delle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione, in partenariato con gli Stati membri, attraverso gli interventi</p>	<p>Opinione pubblica, potenziali beneficiari e beneficiari finali; enti locali e tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale</p>	<p>3. Elaborare una campagna di comunicazione specifica sulle politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione rivolta ad un grande pubblico (opinione pubblica e tutti i beneficiari). Elaborare strumenti adeguati alla campagna di comunicazione.</p>	<p>Elaborare messaggi, spot, materiale e documenti che presentano le politiche dell'Unione nel campo dell'Educazione in modo chiaro e semplificato. Lanciare concorsi e manifestazioni che permettono la riflessione sulle politiche dell'UE. Coinvolgere i mass media</p>	<p>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>

<p>cofinanziati dai Fondi strutturali; rivolgere una attenzione particolare agli enti locali e di tutti i soggetti coinvolti nei processi formativi a livello locale.</p>				
<p>4. far conoscere a tutti i potenziali beneficiari, a tutti i cittadini e ai beneficiari 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</p>	<p>istituti scolastici che non hanno mai aderito ai PO, beneficiari potenziali che non sono stati coinvolti nei PO e ad altri gruppi specifici socialmente deboli.</p>	<p>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); Svolgere indagini preliminari per definire i destinatari di queste azioni specifiche di comunicazione.</p>	<p>Incontri e seminari destinati a piccoli gruppi; azioni di supporto, e di accompagnamento.</p>	<p>Indagini preliminari per definire i destinatari specifici di queste azioni di comunicazione Quantificare le azioni svolte e i beneficiari finali e potenziali coinvolti. 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>

coinvolti nei PO e ad altri gruppi specifici socialmente deboli				
5. ampliare la qualità degli interventi di comunicazione degli istituti scolastici, in particolare quelli finalizzati al raggiungimento degli Obiettivi dei due P.O., e più specificamente gli obiettivi di servizio in merito alle competenze di lettura e di scrittura.	specifiche azioni per dirigenti scolastici e docenti	5. Istituire appositi gruppi di lavoro/commissioni per stabilire la strategia di comunicazione che gli istituti scolastici devono utilizzare per informare il grande pubblico, e tutti i beneficiari degli obiettivi dei due P.O.; Elaborare appositi strumenti per sostenere gli istituti scolastici nella loro azione di comunicazione. Elaborare specifiche azioni di formazione dei dirigenti e docenti , in merito ai livelli di competenza richiesti dagli obiettivi di servizio.	Numero verde, help-desk per accompagnare i beneficiari nelle varie fasi del lavoro svolto. Linee guide per gli istituti scolastici Strumenti grafici e materiale da mettere a disposizione degli istituti scolastici da utilizzare per tutte le azioni di comunicazione.	Il gruppo di lavoro analizza le azioni di comunicazioni svolte dagli istituti Scolastici per capire l'efficacia delle linee guide e degli strumenti messi a disposizione delle scuole: 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.
6. dare ampia visibilità agli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. al pubblico e ai potenziali beneficiari.	Grande pubblico e potenziali beneficiari	6. Informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. abbiano ampia visibilità	Circolari, incontri, seminari	Controllo campionario, dal personale dell'Autorità di gestione, della visibilità degli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O.

<p>7. 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;</p>	<p>Commissione di Controllo, Amministrazioni Pubbliche, beneficiari</p>	<p>7. Informare e formare i beneficiari finali affinché gli interventi realizzati con i Fondi Strutturali nel quadro dei due P.O. garantiscano la massima trasparenza.</p>	<p>Numero verde, help-desk per accompagnare i beneficiari nelle varie fasi del lavoro svolto. Gestire specifiche sezioni del sito dove vengono pubblicati tutti gli elenchi e i documenti utili a garantire la massima trasparenza delle azioni svolte. Inserire nelle linee-guida un apposito capitolo sull'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni e un vademecum sull'utilizzo delle procedure e degli strumenti</p>	<p>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>
<p>8. migliorare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati.</p>	<p>Autorità di gestione, Commissione di Controllo, Amministrazioni Pubbliche, beneficiari</p>	<p>8. Istituire un gruppo di monitoraggio, controllo, valutazione delle attività di comunicazione.</p>	<p>Riunioni e confronto, con i beneficiari finali e con i vari soggetti coinvolti nelle attività di comunicazione. Stabilire azioni di comunicazione condivise con altri soggetti. Confronto a livello internazionale sul tema della comunicazione nelle regioni dell'obiettivo convergenza.</p>	<p>Monitoraggio e valutazione nelle varie fasi del Piano della Comunicazione.</p>

Strumenti utili alla comunicazione

1. Strumenti relativi alle azioni di promozione

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.

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.

Pubblicità esterna

Per rendere maggiormente visibile l'intervento dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR oltre alla realizzazione delle iniziative previste dai Regolamenti (cartelloni, targhe esplicative permanenti, ecc.), si avvierà una campagna di affissioni lungo le maggiori vie di traffico dei centri urbani con cartelli informativi incisivi ed immediatamente riconoscibili, caratterizzati dalla linea grafica coordinata prescelta.

Nelle sedi delle Istituzioni attuatrici che realizzano azioni finanziate dai fondi strutturali saranno inoltre esposti manifesti illustrativi per informare i beneficiari e l'intera opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea nei settori dello sviluppo delle risorse umane, affiancati ad una

distribuzione mirata e strategica di opuscoli e locandine informativi presso i luoghi della socialità.

Verrà inoltre garantita l'informazione sulle iniziative del PON tramite affissioni dei manifesti più rilevanti negli appositi spazi offerti nelle stazioni aeroportuali, portuali, ferroviarie, delle maggiori città italiane.

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.

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'analoga 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.

Prodotti promozionali

Per rinforzare il messaggio promozionale si prevede di realizzare una serie di gadgets 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.

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

2. Strumenti relativi alle azioni d'informazione

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.

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.

Pubblicazioni

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 Conv. 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.

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.

Opuscoli informativi

Nella fase di lancio del Programma, parallelamente all'avvio delle iniziative di comunicazione che utilizzano strumenti telematici, di comunicazione normativa (pubblicazione sulla G.U.CE 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 di

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.

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.

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.

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.

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.

3. Strumenti relativi alle azioni di supporto

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.

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.

Piano della comunicazione- Allegato 3

Indicatori e strumenti del monitoraggio e della valutazione

1. Indicatori

- **Gli indicatori di realizzazione** riguardano essenzialmente outputs 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 newsletter;
 - comunicati-stampa;
 - conferenze-stampa;
 - pubblicazioni (volumi, report, documenti);
 - materiale divulgativo (brochure, 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.

2. Strumenti

- 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.
- indagini esplorative su soggetti non costituenti un campione statisticamente rappresentativo, attraverso tecniche quali l'intervista semistrutturata, il *focus group*, il *panel*.

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.

Peer review, vale a dire la 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).

Sono ipotizzabili anche indicatori approssimativi (*proxies*) di tali entità, da utilizzare in modo complementare agli strumenti fin qui indicati: ad esempio, quanto ai risultati, il numero di accessi al sito web; il numero dei visitatori e dei partecipanti alle varie iniziative pubbliche, in genere il numero dei soggetti raggiunto dalle azioni di comunicazione; quanto all'impatto, invece, si potrebbe considerare il numero di nuovi progetti elaborati e/o presentati da parte dei beneficiari. Altri indicatori avranno a che fare con il rapporto costi/efficacia delle attività di comunicazione.

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