



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



Ministero delle Infrastrutture



PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PON “RETI E MOBILITÀ”

PERIODO 2007-2013

VERSIONE 2

09 Maggio 2008

Rispetto a quella trasmessa alla Commissione europea il 07.04.08, la presente versione è stata rivista e integrata in base alle indicazioni raccolte in sede di CdS del PON “Reti e mobilità” tenutosi il 18.04.08, nonché alle successive interlocuzioni avute con la Commissione europea.

Il presente Piano è stato inoltrato al DPS in data 09.05.08 ai fini della sua trasmissione formale alla Commissione con il sistema SFC.

INDICE

1. ELEMENTI DI CONTESTO	1
1.1. IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PON “RETI E MOBILITÀ” 2007-2013 NEL QUADRO REGOLAMENTARE	1
1.2. LE LEZIONI DELL’ESPERIENZA	2
2. LA STRATEGIA DELLA COMUNICAZIONE DEL PON “RETI E MOBILITÀ” 2007-2013	4
2.1. FINALIZZAZIONE DEL PIANO: INDIVIDUAZIONE DEI PUNTI CARDINE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	4
2.2. ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DEL PIANO	5
2.2.1. <i>Gli obiettivi</i>	5
2.2.2. <i>I destinatari del Piano</i>	6
2.2.3. <i>Gli strumenti per l’attuazione delle azione di comunicazione in rapporto ai differenti destinatari</i>	7
2.2.4. <i>Risultati attesi</i>	10
2.2.5. <i>Il flusso e le relazioni tra le azioni previste dal piano di comunicazione</i>	15
2.2.6. <i>Gli eventi chiave del Piano</i>	16
2.2.7. <i>Il bilancio indicativo</i>	16
2.2.8. <i>Gli organismi amministrativi responsabili dell’attuazione degli interventi informativi e pubblicitari</i>	17
2.2.9. <i>La tempistica e il cronogramma</i>	17
2.2.10. <i>Le modalità di valutazione dell’efficacia delle azioni di comunicazione</i>	18

1. ELEMENTI DI CONTESTO

1.1. IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PON "RETI E MOBILITÀ" 2007-2013 NEL QUADRO REGOLAMENTARE

Nel Regolamento (CE) del Consiglio 1083/2006, art. 69, la Commissione afferma l'obbligo per i Paesi Membri di prevedere azioni informative e pubblicitarie sugli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali, definendo le modalità di applicazione dello stesso nel Capo II, Sezione 1 del Regolamento di attuazione (CE) della Commissione n. 1828/2006.

Così come previsto dagli artt. 2-10 del Regolamento di attuazione (CE) della Commissione 1828/2006, la comunicazione del PON "Reti e mobilità" 2007-2013 è finalizzata ad aumentare la notorietà e la trasparenza degli interventi realizzati con la collaborazione ed il cofinanziamento dei Fondi strutturali, sottolineando il contributo degli stessi interventi nello sviluppo dei territori interessati.

Il Ministero delle Infrastrutture, in qualità di Autorità di Gestione del Programma, è impegnato, lungo tutto il periodo di programmazione, ad assicurare il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate.

Tali obblighi hanno riguardato, in particolare, ad oggi, la preparazione del Piano di Comunicazione, all'interno del quale (art. 2 del Reg. (CE) 1828/2006) è fatto obbligo definire gli obiettivi delle attività di comunicazione, i destinatari, la strategia e il contenuto delle attività, le risorse economiche, i soggetti amministrativi responsabili di una corretta attuazione degli interventi di comunicazione, i criteri per la valutazione degli stessi.

Il Piano di Comunicazione si configura quindi quale strumento funzionale ad una gestione coerente ed integrata del complesso delle attività di comunicazione, che, nel periodo 2007-2013, si concentreranno in particolare:

- sulla **trasparenza**, tramite le informazioni concernenti le possibilità di finanziamento offerte congiuntamente dall'Unione e dallo Stato italiano, e la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, della denominazione delle operazioni e del relativo finanziamento pubblico;
- sulla **diffusione** dei risultati e la valorizzazione dei progetti particolarmente significativi;
- sul **ruolo svolto dall'Unione** europea nel finanziamento del Programma destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica.

Il Ministero delle Infrastrutture provvederà quindi all'implementazione e all'attuazione del Piano di Comunicazione, agli interventi informativi concernenti i potenziali beneficiari, allo scambio di esperienze, nonché agli interventi informativi e pubblicitari destinati al vasto pubblico, presso il quale saranno diffusi i risultati e gli impatti della politica europea di coesione e il ruolo dell'Unione; nell'ambito delle attività di comunicazione, il Ministero delle Infrastrutture assumerà anche l'impegno a dare pieno valore alla possibile costruzione di *network* sulle politiche di trasporto come fattore-chiave per il successo e l'implementazione del Programma.

Un’attenzione specifica sarà riservata alla **cartellonistica** e al **rispetto di tutti gli obblighi regolamentari in materia di comunicazione e pubblicità** degli interventi cofinanziati UE, nonché all’informazione dei soggetti attuatori della provenienza comunitaria dei fondi.

1.2. LE LEZIONI DELL’ESPERIENZA

Nella definizione della strategia di comunicazione del PON “Reti e mobilità”, si è tenuto conto dei primi risultati ottenuti con l’attuazione del PON “Trasporti” relativo al periodo 2000 – 2006 e, soprattutto, dei suggerimenti e raccomandazioni derivanti dalle attività di Valutazione intermedia dello stesso.

Gli esiti delle attività valutative tematiche al 31.12.05 evidenziano la necessità di riservare ancora grande attenzione – in continuità con quanto effettuato per il PON “Trasporti” in occasione e a seguito della revisione di metà periodo¹ – ad alcuni profili preminenti che attengono, soprattutto, alla sfera della *governance multivello* del Programma. Rispetto a tali profili la comunicazione ha dimostrato, già nel periodo 2000-2006, di potere esercitare un ruolo altamente propulsivo. Questo ruolo, in avvio del nuovo periodo di programmazione, deve essere ulteriormente rafforzato e a tale proposito devono essere fatte, sul piano della progettazione degli obiettivi e degli strumenti specifici delle attività di comunicazione, scelte chiare e rigorose.

La definizione degli indirizzi da attribuire all’attività di comunicazione per il periodo 2007-2013 si basa su due pilastri fondamentali: da un lato i suggerimenti espressi dal Valutatore indipendente, dall’altro l’esperienza concreta maturata dall’Autorità di Gestione nell’attuazione del PON Trasporti. La combinazione di questi due fattori ha orientato le scelte in materia di comunicazione del PON “Reti e Mobilità” 2007-2013.

Sul piano delle scelte di fondo, tre risultano essere i postulati fondamentali:

- in prima istanza, il **coinvolgimento dei soggetti partenariali**, che deve essere costante durante l’intero ciclo di vita del PON. Rispetto a tale esigenza occorre massimizzare la funzionalità delle attività di comunicazione. È indispensabile definire con maggior precisione e puntualizzare le condizioni ottimali per l’impiego efficace degli strumenti identificati dal piano di comunicazione. Effettive occasioni di dialogo e di confronto tra tutti i “portatori di progetti” devono sostenere lo sviluppo sinergico degli interventi infrastrutturali, in un contesto di *consenso informato* tra gli attori del Programma, tale da valorizzare in pieno le capacità progettuali e attuative degli Enti attuatori/gestori;
- parallelamente, **una costante e più incisiva alimentazione dei processi di comunicazione dei risultati raggiunti dal Programma** deve incrementare tanto i livelli di percezione delle politiche di coesione europea presso il pubblico quanto il grado di conoscenza/consapevolezza a tutto campo. È necessario promuovere presso il largo pubblico *una cultura della valutazione* dei risultati ottenuti dal Programma. La

¹ Tra i principali correttivi/miglioramenti apportati dall’Autorità di Gestione del PON “Trasporti” nella fase post *Mid Term Review*, e che costituiscono un importante patrimonio esperienziale per il periodo 2007-2013, si segnala un’adeguata diffusione delle informazioni verso i Beneficiari finali e gli utenti del Programma (attraverso il miglioramento della catalogazione delle informazioni, il potenziamento della documentazione disponibile sul sito web e la pubblicazione della collana Quaderni del PON Trasporti e della Newsletter del PON diffusa via internet).

pubblica opinione deve avere gli strumenti per poter essere informata di cosa il programma va realizzando, con una puntuale rendicontazione dello stato di avanzamento degli interventi; deve altresì essere messa nelle condizioni di comprendere l'utilità degli investimenti pubblici effettuati dal Programma: capire non solo "il quanto" si spende, ma anche "il perché";

- vi è, inoltre, l'assoluta necessità da parte dell'AdG di **coordinare e monitorare le azioni utili a garantire il rispetto, da parte dei Beneficiari, degli obblighi regolamentari** previsti in ordine alla pubblicità degli interventi cofinanziati Ue (in particolare con riferimento all'esposizione di targhe e cartelli).

Considerate le premesse, anche rispetto alle modalità di attuazione occorre compiere, rispetto al passato, delle scelte finalizzate ad ottimizzare l'efficacia dei *mix* comunicativi:

- dare maggior peso ad attività, come gli eventi pubblici e l'attività di relazione con i media, dimostratesi più efficaci, rispetto all'acquisto di spazi pubblicitari, ai fini della partecipazione, del partenariato e della notorietà delle iniziative presso il sistema degli interlocutori del Programma, strumenti fondamentali ai fini del potenziamento dei meccanismi di *governance* del Programma;
- una maggiore attenzione, nell'ambito delle attività di comunicazione, agli intrecci ed alle relazioni tra le differenti scale di produzione degli impatti generati da un programma operativo, come quello in argomento, in cui gli interventi finanziati – infrastrutture di I livello finalizzate al trasporto e alla logistica delle merci – sono, al tempo stesso, sia un evento di rango ed interesse nazionali ed europei sia il fattore di produzione di eventi di livello locale;
- l'unificazione del momento di elaborazione della "creatività" (ad esempio, l'elaborazione della linea grafica, degli spot e dell'*headline*), da un lato, e il momento relativo all'ideazione, progettazione e realizzazione del piano media, dall'altro;
- l'ulteriore rafforzamento del ruolo dell'AdG ai fini della piena garanzia del rispetto degli obblighi regolamentari.

2. LA STRATEGIA DELLA COMUNICAZIONE DEL PON “RETI E MOBILITÀ” 2007-2013

2.1. FINALIZZAZIONE DEL PIANO: INDIVIDUAZIONE DEI PUNTI CARDINE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Il PON “Reti e mobilità” assume la complessità delle infrastrutture come condizione operativa intrinseca alle azioni previste e come contesto strategico nell’ambito del quale conseguire gli obiettivi di efficacia. Raccoglie in tal senso una sfida non facile, un compito che certo non si esaurisce nella programmazione in corso.

La comunicazione del PON è comunicazione di questa complessità, dello sforzo che le politiche comunitarie, in generale, e il PON “Reti e mobilità” in particolare, stanno operando per andare oltre la concezione dell’infrastruttura come intervento settoriale, per rendere più fertile il rapporto tra infrastrutture e contesti territoriali, tra reti sovralocali e *milieu* locali.

“*Comunicare l’intervento infrastrutturale come opera territoriale*” è l’obiettivo strategico di un Piano di Comunicazione che intende far crescere nel nostro Paese, e in particolare nelle Regioni “Convergenza”, insieme al senso di appartenenza all’Europa, la consapevolezza del ruolo e del valore che le opere infrastrutturali per la mobilità e i trasporti assumono nello sviluppo del territorio. La comunicazione del PON “Reti e mobilità” intende, cioè, veicolare un’idea dello sviluppo del territorio che guardi alle grandi armature infrastrutturali non solo in termini trasportistici, ma come “opere territoriali” capaci di innescare – per la loro vocazione a radicarsi nel contesto in cui sono inseriti – diffusi ed equilibrati processi di sviluppo sostenibile che vedano nelle “reti territoriali” un patrimonio di straordinaria rilevanza e un’opportunità reale di crescita per l’intero sistema-Paese.

Nell’ambito del PON “Reti e mobilità”, la comunicazione deve essere interpretata quindi non tanto, o non solo, come momento di presentazione (a valle del processo) dei risultati dell’azione del Programma, in adempimento agli obblighi di informazione e pubblicità previsti dai Regolamenti, ma soprattutto come occasione per:

- **sensibilizzare gli attori** che operano nelle realtà territoriali (istituzioni, associazioni, cittadini, imprese) ai fini di facilitare i processi di creazione del consenso intorno alle iniziative programmate;
- **disseminare e stabilizzare una cultura della governance e della progettazione territoriale**: una cultura che, confrontandosi con i contesti del cambiamento, intende porsi l’interrogativo del “come fare” e del “come radicare” man mano l’esperienza acquisita; in quest’ottica sarà anche valutata l’opportunità di attivare la costruzione di specifici *network* sulle politiche di trasporto.

Pertanto, la comunicazione assume un ruolo spiccatamente “strumentale” anche rispetto all’opportunità di coinvolgere nei processi attuativi del PON, in misura pregnante e interattiva – soggetti ad esso “esterni”, segnatamente il partenariato sociale ed economico e, quindi, di catturarne e alimentarne costantemente gli interessi. In questo senso, assieme alle altre Linee di attività dell’Asse III del PON e in coerenza con gli enunciati del QSN, la comunicazione contribuisce ad alimentare forme di accompagnamento e di cooperazione interistituzionale finalizzate sia ad accrescere i livelli di operatività del Programma, sia a rafforzare le competenze tecniche e di governo dei diversi soggetti coinvolti nella sua attuazione.

In ragione della pluralità di obiettivi che la comunicazione assume nell'ambito del Programma, si prevedono dunque due livelli di attività, che agiscano in modo complementare e sinergico: un primo livello di attività, finanziato a valere sull'Asse III, riguarda gli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico e finalizzati a garantire la "massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale" e gli interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari e ai beneficiari; un secondo livello, finanziato a valere sugli Assi I e II, attiene invece alle azioni di informazione e comunicazione puntuali, funzionali a supportare la realizzazione degli obiettivi individuati nell'ambito degli Assi nei quali il Programma si articola.

A fronte della compresenza di un duplice livello comunicativo, l'adozione di una strategia unitaria consentirà di garantire l'efficacia delle attività di comunicazione e contenere eventuali rischi di dispersione: a questo scopo, l'Autorità di Gestione dovrà sorvegliare lo sviluppo delle attività di comunicazione lungo tutto il periodo di programmazione, ponendo particolare attenzione alla conservazione della coerenza tra creatività, pianificazione dei mezzi e attuazione della strategia di comunicazione.

Tale attività di sorveglianza si avvarrà di due strumenti sostanziali:

- la **produzione di una periodica "Relazione sul rispetto degli obblighi derivanti dalla normativa comunitaria"** di cui al § 5.5.4 del PON, finalizzata all'accertamento del pieno rispetto degli obblighi di pubblicità degli interventi (oltre a quelli riferiti al rispetto del mercato interno, della concorrenza e della normativa ambientale);
- il **controllo effettuato dall'AdG in fase di erogazione dei finanziamenti ai Beneficiari**, che avverrà esclusivamente previa acquisizione di adeguata documentazione attestante l'avvenuto rispetto da parte degli stessi degli obblighi suddetti.

2.2. ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO DEL PIANO

2.2.1. Gli obiettivi

Le attività di sensibilizzazione, pubblicità e comunicazione perseguono l'obiettivo prioritario di promuovere e realizzare, a favore di un'ampia gamma di destinatari, un'informazione costante e trasparente sui contenuti, le finalità e i risultati conseguiti con i progetti finanziati e di evidenziare al tempo stesso il ruolo svolto dall'Unione Europea per la loro realizzazione.

In particolare, le azioni di comunicazione del PON "Reti e mobilità" perseguono alcuni obiettivi di carattere generale:

- informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea, in collaborazione con gli Stati membri, in favore del Programma e in merito ai risultati conseguiti da quest'ultimo;
- informare i potenziali beneficiari sulle possibilità offerte e ottenute, congiuntamente, dall'Unione Europea e dagli Stati membri, al fine di garantirne la trasparenza;
- informare i beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, con riferimento alle procedure di attuazione delle operazioni finanziate;

- informare e aumentare la notorietà delle opere realizzate nelle regioni Obiettivo "Convergenza" mediante l'utilizzo dei Fondi strutturali;
- disseminare e stabilizzare la cultura della governance e della progettazione territoriale, potenziando i meccanismi di partecipazione del partenariato.

Gli obiettivi specifici possono, invece, essere così sintetizzati:

- evidenziare il contributo offerto dal PON "Reti e mobilità" al conseguimento degli obiettivi strategici stabiliti nel QSN e valorizzare il ruolo della Unione Europea in tale contesto;
- evidenziare il positivo impatto in termini economici e sociali degli investimenti infrastrutturali oggetto del cofinanziamento comunitario;
- garantire la visibilità delle realizzazioni cofinanziate, in particolar modo presso le collettività locali;
- evidenziare il ruolo svolto dall'Unione Europea nella tutela dell'ambiente e sottolineare che tutti gli interventi dovranno essere realizzati nel rispetto dell'ambiente;
- sviluppare presso l'opinione pubblica il senso di appartenenza all'Europa, valorizzando, anche a livello locale, i risultati raggiunti con le opere realizzate;
- aumentare il numero e la qualità delle domande presentate, garantendo un'informazione ampia, chiara e dettagliata relativamente ai meccanismi d'accesso ai finanziamenti;
- preinformare i beneficiari dei finanziamenti del loro inserimento nell'elenco dei beneficiari pubblicato tramite opportuni strumenti di diffusione;
- favorire il coinvolgimento dei soggetti partenariali durante l'intero ciclo di vita del Programma, promuovendo il *consenso informato* tra gli attori del Programma.

2.2.2. I destinatari del Piano

Sulla base delle indicazioni contenute nel Regolamento (CE) n. 1828/2006, i destinatari possono essere suddivisi preliminarmente in tre gruppi:

- pubblico (*come da Regolamento CE 1828/2006, art. 7*), cioè la pubblica opinione;
- potenziali beneficiari (*come da Regolamento CE 1828/2006, art. 5*);
- beneficiari degli interventi (*come da Regolamento CE 1083/2006 art. 2*)².

Nell'ambito di questi macro-target, possono essere identificati i diversi segmenti di pubblico ai quali il Piano di Comunicazione del PON "Reti e mobilità" intende rivolgersi in via prevalente:

- autorità locali competenti: tutti gli enti e gli organismi pubblici locali con una dimensione territoriale comunale, sovracomunale e provinciale che per il ruolo

² "Beneficiario": un operatore, organismo o impresa, pubblico o privato, responsabile dell'avvio o dell'avvio e dell'attuazione delle operazioni; nel quadro del regime di aiuti di cui all'articolo 87 del trattato, i beneficiari sono imprese pubbliche o private che realizzano un singolo progetto e ricevono l'aiuto pubblico.

istituzionale ricoperto svolgono attività che concorrono alla realizzazione degli interventi cofinanziati;

- altre autorità pubbliche competenti: tutti gli enti e gli organismi pubblici con una competenza territoriale regionale che per il ruolo istituzionale ricoperto svolgono delle attività che concorrono alla realizzazione degli interventi cofinanziati;
- organizzazioni professionali: tutti gli enti e gli organismi pubblici e privati a scala regionale e provinciale che raggruppano soggetti interessati dalla realizzazione degli interventi cofinanziati;
- parti economiche e sociali: tutti gli enti e gli organismi pubblici e privati che sono attori della realtà economica e sociale del territorio, e come tali sono in grado di influenzarla e orientarla;
- organizzazioni *no profit*: gli enti e gli organismi pubblici senza fine di lucro che svolgono un ruolo positivo a favore della collettività, in particolare gli organismi che operano per la tutela ed il miglioramento dell'ambiente;
- opinione pubblica, utenti e clienti dei servizi di trasporto.

2.2.3. Gli strumenti per l'attuazione delle azioni di comunicazione in rapporto ai differenti destinatari

Dall'identificazione dei target discende la necessità di selezionare strumenti di informazione e comunicazione diversificati per ciascun gruppo omogeneo.

L'eterogenea platea di destinatari degli interventi di comunicazione comporta, in termini operativi, la necessità di attivare azioni e strumenti tra loro diversificati, in grado di rispondere pienamente ai diversi fabbisogni conoscitivi: la comunicazione, pur dovendo assicurare la diffusione di notizie circa la realizzazione degli interventi cofinanziati presso la pubblica opinione, deve altresì garantire ai beneficiari e ai soggetti a diverso titolo coinvolti nell'attuazione del Programma la conoscenza approfondita delle modalità attuative del Programma e dei progetti, dei meccanismi finanziari connessi all'utilizzo dei Fondi, dei risultati e degli impatti da questi generati nel corso dell'attuazione del Programma Operativo.

Di seguito si offre dunque una descrizione degli strumenti previsti nell'ambito del Piano di Comunicazione; le attività di selezione degli strumenti saranno svolte in fase di progettazione operativa e costituiranno parte integrante delle attività richieste al Soggetto affidatario del servizio di attuazione del Piano di Comunicazione, da selezionare mediante procedura di evidenza pubblica.

In ogni caso, nell'elaborazione della pianificazione strategica, dovrà prioritariamente essere assicurata la maggior pressione informativa in favore dell'opinione pubblica delle regioni dell'Obiettivo "Convergenza" (Campania, Calabria, Puglia, Sicilia).

- a) **Eventi (convegni, seminari, workshop, etc.).** L'impiego di tale strumento di comunicazione sarà rivolto principalmente alle amministrazioni centrali, regionali e locali, alle organizzazioni professionali, alle altre parti economiche e sociali e agli enti attuatori, nonché ad altri soggetti che a vario titolo presentino interessi legati alla realizzazione di infrastrutture di trasporto e alle tematiche di sviluppo connesse all'attuazione del PON "Reti e mobilità" 2007-2013.

- *Convegni*. I convegni sono il momento "più alto" di una strategia finalizzata a comunicare "l'opera infrastrutturale come opera territoriale". Ai convegni è assegnato il compito di esplorare la complessità dei contenuti del Programma, di trattare temi e problemi individuati dall'avanzamento dello stesso e di suscitare, grazie all'adozione di adeguati approcci comunicativi, l'interesse e l'attenzione dello specifico target di destinatari, individuato in: autorità locali competenti; enti ed organismi pubblici locali con una dimensione territoriale comunale, sovracomunale e provinciale; altre autorità pubbliche competenti; organizzazioni professionali; parti economiche e sociali; organizzazioni no profit; istituzioni universitarie e della ricerca scientifica; stampa e opinion leader nazionali e locali; opinione pubblica, utenti e clienti dei servizi di trasporto. Le aree tematiche interessate dai convegni dovranno restituire la ricchezza di spunti di riflessione, soprattutto prospettica, che offre la lettura del Programma.
 - *Seminari, workshop*. Organizzati nei territori coinvolti dagli interventi, sono concepiti come "strumenti di informazione" nei confronti degli operatori specializzati e delle organizzazioni professionali con fini di approfondimento su aspetti tecnici, economici e finanziari connessi alla realizzazione degli interventi del PON. Seminari e *workshop* hanno pertanto l'obiettivo di accompagnare i progetti ed i processi di innovazione del PON nelle Regioni, al fine di accrescere le competenze dei soggetti coinvolti nei processi di innovazione, di aggiornare e dare consapevolezza del percorso che si sta attuando mediante le politiche infrastrutturali a livello nazionale e locale. Tali azioni sono concepite, a differenza di quanto accade per i convegni, per incidere a livello locale e pertanto si propongono raggiungere un target specialistico costituito prevalentemente da "addetti ai lavori". Sarà quindi previsto il coinvolgimento degli operatori sul territorio (dagli Assessorati regionali competenti, agli uffici degli Enti locali interessati dalle realizzazioni del PON), nonché quello dei soggetti attuatori (principalmente Enti ed Amministrazioni responsabili dell'attuazione quali RFI, ENAC, ENAV, ANAS e Ministeri competenti).
- b) **Sito web**. Il sito web dedicato al Programma – che prevedrà anche un'area a carattere generale in versione bilingue italiano – inglese - costituirà lo strumento di comunicazione costante con tutti gli operatori coinvolti nell'attuazione degli interventi, configurandosi quale piattaforma relazionale a supporto dei processi di disseminazione e stabilizzazione della cultura della *governance* e all'alimentazione dei processi di partecipazione partenariale. Il sito si rivolgerà altresì al pubblico complessivo degli utenti delle infrastrutture di trasporto, al quale saranno indirizzate informazioni di carattere generale. Il sito fornirà dunque livelli differenziati di informazioni che saranno, rispettivamente, indirizzate al grande pubblico, per quanto attiene ai contenuti generali del programma, e rivolte ad un'utenza specialistica, con riferimento ai contenuti più prettamente tecnico-gestionali (ad esempio, Autorità di Gestione di altri programmi Nazionali e Regionali ed altri enti coinvolti dal programma, organi preposti agli aspetti valutativi, Amministrazioni, ricercatori, studenti etc.). Particolare attenzione sarà riservata alla diffusione dei materiali e delle decisioni sviluppate nell'ambito del Comitato di Sorveglianza e degli altri contesti afferenti al programma. Sarà inoltre prevista la pubblicazione, in formato elettronico, dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del

finanziamento pubblico destinato alle operazioni. Particolare cura dovrà essere posta nel garantire alcuni requisiti tecnici, indispensabili per assicurare una navigazione fluida e una perfetta funzionalità del sito, che dovrà essere caratterizzato da alti livelli di utilizzabilità; interattività; facilità nell'attività di aggiornamento dei dati contenuti e dei link ad altri siti; velocità di scaricamento dati; completezza dell'informazione; accessibilità.

c) **Pubblicazioni e materiali di supporto.** Le pubblicazioni rivestono un ruolo importante nell'ambito della campagna di comunicazione del PON "Reti e mobilità". Strumenti diversi, per caratteristiche e obiettivi, consentono di illustrare ed approfondire le conoscenze sul Programma a più livelli:

- *Depliant/brochure* a supporto degli eventi e delle fiere programmati nel corso dell'attuazione del Piano di comunicazione. *Depliant e brochure* rappresentano fondamentali strumenti di informazione rivolti al grande pubblico, un pubblico eterogeneo la cui attenzione va captata e orientata verso i contenuti, i significati e gli interventi del Programma. I messaggi dovranno pertanto avere un'impostazione chiara, accessibile, facilmente memorizzabile; i contenuti saranno espressi in maniera piana e discorsiva e offriranno un quadro sintetico ed esaustivo degli obiettivi, delle iniziative, dei luoghi e dei tempi del PON, attori coinvolti, prevedendo altresì, in base al Reg. (CE) 1828/2006 (art. 7), la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.
- *Quaderni tematici* con cadenza periodica. Strumenti dotati di continuità e riconoscibilità, si configurano come materiale di supporto alla programmazione e come significativa collezione di testi, destinati a restare nel tempo, per restituire e testimoniare il valore e la complessità di un'esperienza. Il principale obiettivo di tale azione risiede nella condivisione delle esperienze e degli approfondimenti sviluppati in seno al PON con i diversi attori deputati all'attuazione e coinvolti in contesti analoghi (ad esempio le Autorità di Gestione degli altri Programmi nazionale e regionali). I quaderni si rivolgono inoltre ad un pubblico specialistico, interessato dal punto di vista tecnico-scientifico agli argomenti di volta in volta trattati.
- *Altre pubblicazioni* con cadenza occasionale (quali cataloghi, etc.). Si tratta di pubblicazioni aperte nella definizione dei contenuti e degli obiettivi. Luoghi e occasioni idonee per la loro distribuzione, temi a cui dare di volta in volta risalto, saranno individuati tenendo conto delle fasi di attuazione del Programma e del Piano di Comunicazione. I destinatari di tali azioni sono prevalentemente costituiti dal grande pubblico, verso il quale è necessaria un'azione di informazione diretta, chiara ed evidente.

d) **Partecipazione a fiere/eventi.** Si prevede la progettazione e la realizzazione di uno stand fieristico dedicato al PON "Reti e mobilità" 2007-2013 e la partecipazione a manifestazioni espositive sia generaliste sia direttamente o indirettamente connesse con le tematiche relative alla mobilità individuale e collettiva, al rapporto tra infrastrutture e territorio. Le fiere sono, per il Programma, occasioni di grande visibilità: la presenza dello stand del PON "Reti e mobilità" 2007-2013 a questo tipo particolare di eventi consente contatti diretti con un ampio pubblico, prevalentemente

costituito da soggetti provenienti dall'ambito istituzionale, ma caratterizzato anche dalla presenza di rappresentanze del mondo produttivo, della scuola e della cultura, nonché dell'informazione, iterati nel tempo e permette di coinvolgere un target differenziato che potrebbe sfuggire ad altre azioni del Piano. La selezione delle manifestazioni, così come le attività preliminari e contestuali all'ottimale svolgimento di ciascun evento, costituiranno parte integrante delle attività richieste al Soggetto affidatario del servizio di progettazione operativa e realizzazione del Piano di Comunicazione, da selezionare mediante procedura di evidenza pubblica ai sensi del D.Lgs 163/06.

- e) **Ufficio stampa.** Obiettivo delle attività di Ufficio stampa è quello di far percepire lo sforzo che il PON "Reti e mobilità" 2007-2013 sta operando per rendere più forte il rapporto tra opere infrastrutturali e contesti territoriali. L'Ufficio stampa, attraverso un approccio costante e proattivo, dovrà pertanto contribuire alla corretta veicolazione degli obiettivi del Programma, individuando opportuni strumenti di comunicazione verso i media. I destinatari di tali attività sono i media nazionali e locali (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, radio, televisioni, testate on line, stampa di settore economia, stampa generalista, uffici stampa degli Enti locali).
- f) **Servizi pubblicitari.** Obiettivo della campagna pubblicitaria è sensibilizzare l'opinione pubblica, garantendo, in particolare, una capillare diffusione delle informazioni presso gli utenti delle diverse infrastrutture di trasporto presenti sul territorio oggetto degli interventi del PON, rispetto alle finalità e agli obiettivi precedentemente descritti. La selezione dei mezzi pubblicitari e la quantificazione delle risorse destinate a questa specifica attività costituiranno parte integrante delle attività richieste al Soggetto affidatario del servizio di progettazione operativa e realizzazione del Piano di Comunicazione, da selezionare mediante procedura di evidenza pubblica ai sensi del D.Lgs 163/06. In ordine ai destinatari delle azioni pubblicitarie è individuato, all'interno del target nazionale complessivo, il sottosegmento formato da entità locali, organizzazioni (professionali, economiche, sociali e no profit), istituti universitari, opinione pubblica, utenti e clienti dei servizi di trasporto.

2.2.4. Risultati attesi

I risultati attesi dalle attività di comunicazione del Programma possono essere individuati in:

- conoscenza, da parte dei cittadini delle Regioni "Convergenza" del Programma e degli interventi da questo cofinanziati, in termini di contenuti, finalità e risultati conseguiti;
- riconoscibilità del ruolo svolto dall'Unione Europea nell'ambito delle politiche di sviluppo del territorio regionale, anche in funzione di un accrescimento del senso di appartenenza all'Europa da parte dell'opinione pubblica;
- conseguimento di una maggiore consapevolezza, da parte dei cittadini delle "Regioni Convergenza", del ruolo e del valore che le opere infrastrutturali per la mobilità e i trasporti assumono nello sviluppo del territorio.
- riconoscibilità del contributo offerto dal PON Reti e mobilità 2007 – 2013 al conseguimento degli obiettivi strategici stabiliti nel QSN e del ruolo dell'Unione Europea in tale contesto;

- trasparenza dell'azione dell'UE e degli Stati membri grazie alla produzione di un'informazione corretta e capillare rivolta ai potenziali beneficiari sulle possibilità offerte dall'Unione Europea e dagli Stati membri, al fine di garantire la trasparenza;
- corretto adempimento delle procedure di attuazione delle operazioni cofinanziate da parte dei beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, attraverso la realizzazione di un'informazione capillare;
- rafforzamento delle reti partenariali, attraverso azioni mirate a promuovere il coinvolgimento del partenariato e a rafforzare la conoscenza e la consapevolezza del Programma nella sua dimensione complessiva.

Nelle tabelle successive, si offre, per ciascuno dei tre macro-target individuati, una rappresentazione sinottica della strategia del Piano di Comunicazione, in termini di relazione tra obiettivi, risultati attesi, tipologie di attività e azioni/ strumenti.

Comunicazione destinata al Pubblico

OBIETTIVI GENERALI	OBIETTIVI SPECIFICI	RISULTATI ATTESI	ATTIVITÀ	AZIONI / STRUMENTI
Informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea, in collaborazione con gli Stati membri, in favore del Programma e in merito ai risultati conseguiti da quest'ultimo	<ul style="list-style-type: none"> - Sviluppare presso l'opinione pubblica il senso di appartenenza all'Europa, valorizzando i risultati conseguiti dal Programma. - Evidenziare il contributo offerto dal PON "Reti e mobilità" al conseguimento degli obiettivi strategici stabiliti nel QSN e valorizzare il ruolo dell'Unione Europea in tale contesto. - Evidenziare il ruolo svolto dall'Unione Europea nella tutela dell'ambiente e sottolineare che tutti gli interventi dovranno essere realizzati nel rispetto dell'ambiente. - Sensibilizzare il sistema dei media sulla rilevanza strategica del PON per lo sviluppo socio-economico dei territori coinvolti. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenza, da parte dei cittadini delle Regioni "Convergenza" del Programma, in termini di contenuti, finalità e risultati conseguiti. - Riconoscibilità del ruolo svolto dall'Unione Europea nell'ambito delle politiche di sviluppo del territorio regionale, anche in funzione di un accrescimento del senso di appartenenza all'Europa da parte dell'opinione pubblica. - Riconoscibilità del contributo offerto dal PON Reti e mobilità 2007 – 2013 al conseguimento degli obiettivi strategici stabiliti nel QSN e del ruolo dell'Unione Europea in tale contesto. 	Attività informative e pubblicitarie riguardanti il Programma e le opere infrastrutturali realizzate, con particolare riferimento ad obiettivi, contenuti, articolazione, risultati attesi, benefici conseguiti; buone pratiche, fonti di finanziamento, pubblicazione elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi (convegni) - Sito web - Pubblicazioni e materiali di supporto (depliant, brochure, quaderni tematici) - Partecipazione a fiere/eventi - Ufficio stampa/relazioni con i media - Servizi pubblicitari - Esposizione della bandiera europea
Informare e aumentare la notorietà delle opere realizzate nelle regioni Obiettivo "Convergenza" mediante l'utilizzo dei Fondi strutturali	<ul style="list-style-type: none"> - Evidenziare il positivo impatto in termini economici e sociali degli investimenti infrastrutturali oggetto del cofinanziamento comunitario. - Garantire la visibilità delle realizzazioni cofinanziate, in particolar modo presso le collettività locali. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenza, da parte dei cittadini delle Regioni "Convergenza" degli interventi cofinanziati dal Programma. - Conseguimento di una maggiore consapevolezza, da parte dei cittadini delle "Regioni Convergenza", del ruolo e del valore che le opere infrastrutturali per la mobilità e i trasporti assumono nello sviluppo del territorio. 		

Comunicazione destinata ai potenziali beneficiari

OBIETTIVI GENERALI	OBIETTIVI SPECIFICI	RISULTATI ATTESI	ATTIVITÀ	AZIONI / STRUMENTI
<p>Informare i potenziali beneficiari sulle possibilità offerte e ottenute, congiuntamente, dall'Unione Europea e dagli Stati membri, al fine di garantirne la trasparenza</p>	<p>Aumentare il numero e la qualità delle domande presentate per ottenere i finanziamenti, garantendo un'informazione ampia, chiara e dettagliata relativamente ai meccanismi d'accesso ai finanziamenti.</p>	<p>Trasparenza dell'azione dell'UE e degli Stati membri grazie alla produzione di un'informazione corretta e capillare.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Attività informative e pubblicitarie riguardanti: condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento nel quadro del programma operativo; procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze; criteri di selezione delle operazioni da finanziare; persone di riferimento che possono fornire informazioni sui programmi operativi. - Pubblicazione di documenti di programmazione e dei dati sui contributi finanziari del FESR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi (convegni, seminari, workshop) - Sito web - Pubblicazioni e materiali di supporto (depliant, brochure, quaderni tematici; altre pubblicazioni) - Partecipazione a fiere/eventi

Comunicazione destinata ai beneficiari e agli stakeholder

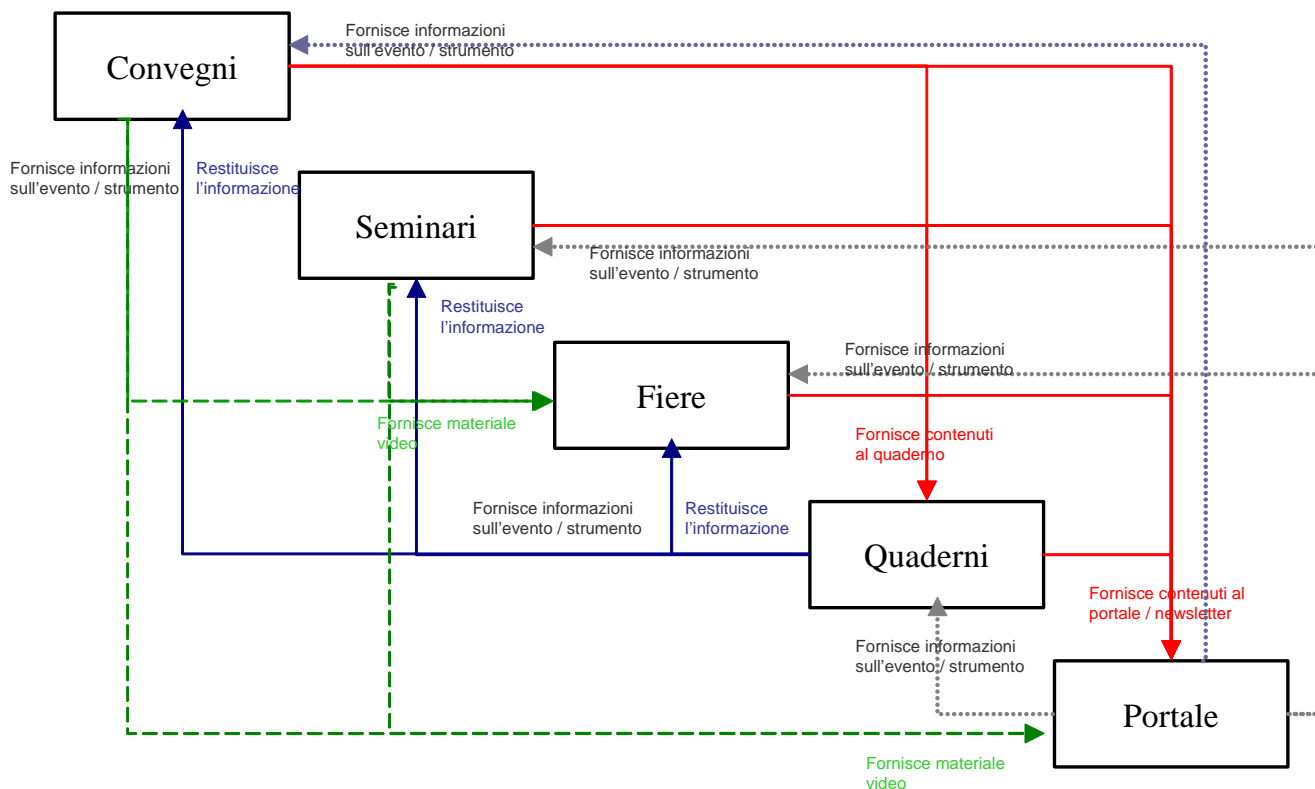
OBIETTIVI GENERALI	OBIETTIVI SPECIFICI	RISULTATI ATTESI	ATTIVITÀ	AZIONI / STRUMENTI
Informare i beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, con riferimento alle procedure di attuazione delle operazioni finanziate	Informare i beneficiari che, accettando il finanziamento, essi accettano di venire inclusi nell'elenco dei beneficiari pubblicato.	Corretto adempimento delle procedure di attuazione delle operazioni cofinanziate da parte dei beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, attraverso la realizzazione di un'informazione capillare.	Attività informative in merito agli obblighi in capo al beneficiario relativamente all'attuazione delle operazioni finanziate, con particolare riferimento alle responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico.	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Altre pubblicazioni
Disseminare e stabilizzare una cultura della <i>governance</i> e della progettazione territoriale	<ul style="list-style-type: none"> - Promuovere il coinvolgimento dei soggetti partenariati durante l'intero ciclo di vita del PON. - Favorire la notorietà delle iniziative presso il sistema degli interlocutori del Programma, promuovendo il <i>consenso informato</i> tra gli attori del Programma, tale da valorizzare in pieno le capacità progettuali e attuative degli Enti attuatori/gestori. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidamento delle reti partenariati. - Conoscenza e consapevolezza del Programma nella sua dimensione complessiva. 	Attività informative e promozionali volte a costruire e sostenere network di conoscenze, anche potenziando i meccanismi di partecipazione del partenariato.	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi (convegni, seminari, workshop) - Sito web - Pubblicazioni e materiali di supporto (quaderni tematici; altre pubblicazioni)

2.2.5. Il flusso e le relazioni tra le azioni previste dal piano di comunicazione

La coerenza delle diverse azioni previste nel Piano di Comunicazione non si fonda solo sulla continuità delle stesse, ma anche attraverso le sinergie costruite fra di esse. Tra i diversi luoghi della comunicazione del PON Reti e Mobilità si stabiliscono legami, connessioni, processi di alimentazione reciproca. I contenuti del Piano crescono così attraverso l'interazione che si stabilisce in primo luogo con l'AdG e con i vari soggetti attuatori, nel confronto con i diversi attori del PON e con i suoi numerosi utenti, nelle relazioni e nei contatti stabiliti con i territori coinvolti dalle nuove infrastrutture per la mobilità e i trasporti, ma anche attraverso la attività stessa di comunicazione e di informazione, nei flussi di dati, notizie, materiali, immagini che essa produce, rielabora, orienta.

In generale, l'integrazione tra i diversi strumenti di cui si compone il Piano di Comunicazione del PON "Reti e mobilità" non è semplice sommatoria di azioni mirate, per quanto diversificate tra loro. L'efficacia non deriva, infatti, solo dalla continuità di alcuni servizi, ma è data anche da un'attenta regia dei contenuti e dei tempi. In questo senso, verrà data importanza alla fase di avvio del Piano (2008-2009), per la quale si ipotizza una maggiore concentrazione di risorse e di attività e alla fase conclusiva (2013-2015), caratterizzata da attività informative in merito ai risultati conseguiti dal Programma.

Nella fase centrale dell'attuazione del Programma, attività di informazione costanti si integreranno a momenti di maggiore intensità comunicativa, nella quale gli esiti del Programma si misureranno via via anche con la nuova Programmazione.



2.2.6. Gli eventi chiave del Piano

Il convegno di lancio e i convegni annuali

Strumenti fondamentali al fine di diffondere e mantenere vivi l'interesse e la conoscenza del PON Reti e Mobilità sono gli eventi a cadenza annuale, che consentiranno di divulgare i contenuti ed risultati conseguiti, ma rappresenteranno anche momenti rilevanti di confronto ed interlocuzione. Tra questi il convegno di lancio del Programma, previsto entro il secondo semestre 2008, rivestirà il duplice ruolo di consuntivo rispetto al precedente ciclo di programmazione 2000/2006 e di presentazione delle nuove strategie del 2007/2013. Tale evento dovrà richiamare l'attenzione di un pubblico prevalentemente istituzionale, prevedendo anche la presenza di rappresentanze politiche di livello nazionale, ed avrà, quale principale obiettivo, quello di sensibilizzare il livello decisionale circa le opportunità e le sfide connesse con la nuova programmazione.

Ulteriori azioni chiave

Ai sensi dell'art. 7 del Reg. CE 1828/2006, ogni anno sarà prevista l'esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alle sedi dell'Autorità di Gestione (sede centrale di Roma, strutture periferiche site nelle Regioni obiettivo Convergenza).

Come già specificato, estrema attenzione dovrà essere riservata al rispetto del Regolamento concernente le azioni di informazione e pubblicità in materia cartelli di cantiere e targhe commemorative. In particolare, saranno definite dall'AdG modalità appropriate per quanto attiene alle infrastrutture lineari (ferrovie e strade), individuando tipologie di cartellonistica stradale permanente ed ulteriori adeguate forme di messaggistica per le linee ferroviarie, da affiancare alle installazioni in aree di servizio e stazioni ferroviarie già adottate per il PON Trasporti 2000/2006.

2.2.7. Il bilancio indicativo

Per la progettazione operativa e l'attuazione del Piano di Comunicazione si utilizzeranno le risorse a valere sull'Asse III Assistenza Tecnica (codice Ue 86) per un valore indicativo di M€8,850 (di cui M€4,425 di quota FESR e M€4,425 di cofinanziamento nazionale).

La ripartizione delle risorse stanziato per ciascuno strumento individuato costituirà parte integrante delle attività richieste al Soggetto affidatario del servizio di progettazione operativa e realizzazione del Piano di Comunicazione, da selezionare mediante procedura di evidenza pubblica ai sensi del D.Lgs 163/06.

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

Ripartizione indicativa delle risorse finanziarie per annualità

Annualità	Ripartizione percentuale
2008	10
2009	25
2010	10
2011	5
2012	20
2013	15
2014	10
2015	5

2.2.8. Gli organismi amministrativi responsabili dell’attuazione degli interventi informativi e pubblicitari

L’Ufficio responsabile per l’informazione è l’Ufficio Programmazione negoziata della Direzione Generale per la Programmazione e i Programmi europei. Esso è tenuto a rispondere tempestivamente ai cittadini europei che richiedono informazioni specifiche inerenti l’attuazione delle operazioni.

L’esecuzione del Piano di Comunicazione è curata dall’Autorità di Gestione: la progettazione operativa e la realizzazione del Piano di Comunicazione sarà affidata a qualificati soggetti attuatori specialistici selezionati nel rispetto della normativa comunitaria sugli appalti pubblici.

Struttura Competente: Autorità di Gestione - Ministero delle Infrastrutture - Ufficio Programmazione negoziata della Direzione Generale per la Programmazione

Indirizzo: Via Nomentana, 1 - Roma

Posta Elettronica: cdsponretiemobilita@infrastrutture.gov.it

2.2.9. La tempistica e il cronogramma

Il Piano di Comunicazione si compone di diversi strumenti e di diverse azioni che vengono organizzate nel tempo in ragione della loro specificità, dell’efficacia comunicativa ad esse attribuita, della funzione che svolgono all’interno della strategia del Piano, dei soggetti cui si rivolgono – selezionati di volta in volta tra i numerosi soggetti individuati come destinatari del servizio –, delle fasi di attuazione del PON “Reti e mobilità” e del Piano stesso.

Nella tabella successiva è illustrato il cronoprogramma del Piano di comunicazione, articolato sulla base delle tipologie di attività previste in funzione dei macro-target individuati.

Cronoprogramma delle attività

<i>Attività</i>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Attività propedeutiche all'avvio del PON (Piano della Comunicazione, elaborazione e pubblicazione del Bando)								
Attività informative e pubblicitarie dirette al pubblico								
Attività informative dirette ai potenziali beneficiari								
Attività informative dirette ai beneficiari								

2.2.10. Le modalità di valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione

Al fine di assicurare al processo di valutazione *in itinere* la disponibilità dei necessari elementi di analisi, per valutare l'efficacia della realizzazione del Piano di Comunicazione, l'Autorità di Gestione provvederà a recepire, presso il Soggetto affidatario del servizio di progettazione operativa e realizzazione del Piano di Comunicazione, tutte le informazioni ritenute utili.

Per quanto concerne le attività di relazioni pubbliche (eventi, fiere, attività di Ufficio Stampa, etc.) si ritiene opportuno predisporre “registri” di valutazione delle singole attività comunemente concordati, al fine di evidenziare il processo professionale diretto a coinvolgere i singoli target interessati dalle attività e a monitorare gli aspetti quantitativi delle stesse: numero dei partecipanti a convegni, *workshop*, etc., quantità di articoli apparsi sulla stampa, numero di visitatori presso gli *stand* nelle diverse fiere.

Tuttavia, dal momento che ambiti quali la costruzione del consenso e il grado di coinvolgimento e partecipazione sono difficilmente esprimibili attraverso indici quantitativi, appare preferibile adottare strumenti e metodologie di ricerca e analisi di tipo qualitativo, quali, a titolo esemplificativo: somministrazione di interviste, in forma semistrutturata o aperta, a testimoni privilegiati; ricorso a tecniche di gruppo (*Focus group*, *Nominal Group Technique*, tecnica Delphi); analisi ed elaborazioni sul materiale informativo e pubblicitario prodotto nell'ambito delle attività di comunicazione del Piano e sulle fonti documentali interne.

Per quanto riguarda, invece, i servizi pubblicitari, verranno espone le procedure e le tecniche di pianificazione seguite nella scelta dei mezzi. Il Soggetto affidatario dovrà, inoltre, fornire i dati di vendita dei relativi media utilizzati nella pianificazione e la loro penetrazione nei confronti dei target coinvolti.

Per le finalità in argomento, il Soggetto incaricato della valutazione delle attività di comunicazione del Programma potrà indicare, a sua volta, le modalità che intende adottare per misurare l'efficacia dell'azione di comunicazione, potendosi avvalere anche dei risultati di indagini di campo, che interesseranno tuttavia anche altri molteplici obiettivi della valutazione stessa. D'altra parte, è importante sottolineare l'opportunità di stabilire e alimentare nessi forti tra i due servizi, là dove alle attività afferenti la sfera comunicativa – unitamente alle occasioni di condivisione partenariale delle scelte programmatico-attuative che si

esplicheranno lungo il ciclo di vita del PON – è assegnato un ruolo sostanziale nel sostenere quei profili di “processualità” e “trasversalità” richiesti alla valutazione.

Al fine di verificare *in itinere* l’efficacia delle attività di comunicazione - apportando eventuali correttivi in corso d’opera, si prevede altresì la realizzazione di un sistema di monitoraggio, i cui risultati potranno alimentare le attività di valutazione.

In fase di predisposizione del Piano di Comunicazione si è quindi individuato un quadro di riferimento rispetto al quale orientare le successive azioni di monitoraggio e valutazione. In particolare, si è in grado di distinguere 3 aree di analisi per la stima dell’efficacia del piano: misurazione della trasparenza, misurazione della consapevolezza, monitoraggio e valutazione di attività e strumenti. Per ciascuna delle aree di analisi sono stati individuati e quantificati i relativi indicatori di realizzazione e di risultato.

Tabella 1. Misurazione della trasparenza - Indicatori di realizzazione

Target	Azione / Strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Beneficiari potenziali e finali	Sito web	Pagine web pubblicate	n.	50
		Database	n.	1
		Record inseriti nel database	n.	500
	Convegni	Convegni svolti	n.	8
	Seminari	Seminari svolti	n.	8

Tabella 2. Misurazione della trasparenza - Indicatori di risultato

Target	Azione / Strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Beneficiari potenziali e finali	Sito web	Visitatori	n.	6.000
		Rapporto download/numero di visitatori	%	10%
	Convegni	Partecipanti	n.	700
	Seminari	Partecipanti	n.	200

Tabella 3. Misurazione della consapevolezza – Indicatori di realizzazione

Target	Azione / Strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Pubblico	Servizi pubblicitari	Campagne sui media	n.	5
	Fiere	Partecipazioni	n.	7

Tabella 4. Misurazione della consapevolezza – Indicatori di risultato

Target	Azione / Strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Pubblico	Servizi pubblicitari	Copertura TV/Radio (share medio)	%.	>5,34
	Fiere	Visitatori allo stand	n.	1.500
		Pubblicazioni e materiali distribuiti	n.	5.000
		Questionari somministrati	n	350

Tabella 5. Indicatori per il monitoraggio e la valutazione di attività e strumenti – Indicatori di realizzazione

Azione / strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Eventi (convegni, seminari, workshop)	Eventi organizzati	n.	16
Sito web	Pagine web pubblicate	n.	50
	Database		1
	File inseriti nel database		500
Pubblicazioni e materiali di supporto (quaderni, depliant/brochure, altre pubblicazioni)	Copie stampate	n.	10.000
Partecipazione a fiere/eventi	Partecipazioni	n.	7
Ufficio stampa	Conferenze stampa	n	10
	Comunicati stampa effettuati	n.	50
Servizi pubblicitari	Campagne effettuate	n.	5

Tabella 6. Indicatori per il monitoraggio e la valutazione di attività e strumenti – Indicatori di risultato

Azione / strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Eventi (convegni, seminari, workshop)	Visitatori/partecipanti	n.	900
	Rapporto tra inviti ed adesioni	%	15%
	Rapporto tra adesioni e partecipanti	%	85%
Sito web	Visitatori	n.	6.000
	Utenti registrati	n.	400
Pubblicazioni e materiali di supporto (quaderni, depliant/brochure, altre pubblicazioni)	Copie diffuse	n.	10.000
Partecipazione a fiere	Visitatori	n.	1.500
Ufficio stampa	Interviste/servizi per la stampa	n	20
	Interviste/servizi per la TV/Radio	n.	20
Servizi pubblicitari	Grado di diffusione del messaggio sul totale della popolazione dell'area Convergenza	%	100%