



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

PON
INCLUSIONE

FSE 2014-2020

Strategia di comunicazione

Aggiornamento maggio 2020



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

Indice

Premessa	1
1. Contesto di riferimento.....	1
2. Strategia di comunicazione	2
2.1 Destinatari.....	3
2.2. Obiettivi	4
2.3 Azioni e strumenti	5
3. Misure adottate per aiutare i beneficiari nel rispetto degli obblighi di comunicazione	9
4. Budget	9
5. Organismi amministrativi – Ufficio responsabile	9
6. Modalità di valutazione delle attività realizzate	10
7. Piani annuali di comunicazione	11
8. Orientamenti europei in materia di informazione e comunicazione.....	11



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

Premessa

Il presente documento rappresenta un aggiornamento della [Strategia di comunicazione del PON Inclusione 2014-2020](#) approvata dal Comitato di Sorveglianza nel corso della sua prima riunione, il 28 maggio 2015.

La necessità di redigere un aggiornamento nasce dalle evoluzioni dello scenario e del Programma, nonché dall'introduzione di nuovi strumenti di gestione e di comunicazione realizzati in questi anni.

Tale documento, pertanto, in linea con i principi e gli indirizzi strategici dell'Unione Europea ed in continuità con quanto espresso nella Strategia originale, aggiorna e integra le indicazioni in materia di comunicazione, informazione e pubblicità alla luce dello stato di avanzamento del PON Inclusione e delle [riprogrammazioni](#) approvate dalla Commissione europea (Decisione C(2017) 8881 del 15 dicembre 2017, Decisione C(2018) 8586 del 6 dicembre 2018, Decisione C(2019) 5237 del 11 luglio 2019 e, da ultimo, Decisione C(2020) 1848 del 19 marzo 2020).

La strategia di comunicazione del PON Inclusione, declinata in tutti gli elementi indicati nell'Allegato XII, punto 4, del Regolamento 1303/2013, rappresenta uno strumento strategico a disposizione dell'Autorità di Gestione per garantire la trasparenza e la massima diffusione delle informazioni sugli interventi finanziati e sui risultati conseguiti e mira a raggiungere tutti i cittadini, con una particolare attenzione alle persone più fragili e al sistema di servizi sociali che le sostiene.

Secondo quanto previsto dall'art.116 del Regolamento (UE) 1303/2013, il presente documento è sottoposto dall'Autorità di gestione ai membri del Comitato di Sorveglianza per approvazione.

1. Contesto di riferimento

Come è noto, le azioni del PON Inclusione sono rivolte prioritariamente ad accompagnare il processo di riforma finalizzato all'introduzione di una misura universale di contrasto alla povertà e al rafforzamento dei servizi territoriali responsabili della sua attuazione.

Il Programma ha rappresentato un'importante novità nello scenario nazionale ed ha portato al centro dell'agenda politica il tema della lotta alla povertà, sul quale l'Italia scontava un pesante ritardo rispetto al resto dell'Europa, fornendo risorse determinanti e linee di intervento strategiche.

La complessità dello scenario nel quale si sono sviluppate in questi anni le politiche nazionali di contrasto alla povertà è stata cruciale per l'attuazione del Programma. Negoziato con la



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

Commissione Europea in un'epoca in cui era allo studio la misura che sarebbe stata denominata SIA (Sostegno per l'inclusione attiva), il PON Inclusione si è rivelato uno strumento prezioso di accompagnamento della riforma che nel 2018 ha portato all'introduzione del REI (Reddito di inclusione) e che oggi supporta l'attuazione del Reddito di cittadinanza.

A prescindere dalla specificità delle diverse misure, il PON Inclusione ha l'obiettivo di creare un modello di welfare basato sull'inclusione attiva, rafforzando i servizi territoriali e ripensandone l'organizzazione in un'ottica di multidisciplinarietà, per strutturare interventi più appropriati ed efficaci sulla base dei bisogni specifici dei cittadini destinatari delle misure di sostegno al reddito.

In questi anni, pertanto, gli interventi di comunicazione hanno puntato innanzitutto a supportare l'attuazione omogenea del Programma nei territori, attraverso un'attività di accompagnamento rivolta ai servizi di contrasto alla povertà, finalizzata al loro rafforzamento sia in termini di risorse umane e strumentali, sia in termini di sviluppo di competenze e di "lavoro in rete" con gli altri servizi del territorio. A partire dall'ascolto delle storie di successo e delle difficoltà riscontrate nell'attuazione delle misure, è stato dato supporto alle Regioni e agli Ambiti territoriali per la progettazione, l'attuazione e la comunicazione degli interventi e per la condivisione di buone pratiche e conoscenze utili a favorire lo sviluppo delle competenze degli operatori e le potenzialità delle amministrazioni locali.

Inoltre, per informare il grande pubblico dell'attivazione delle nuove misure di contrasto alla povertà e delle modalità per accedervi, sono state promosse campagne di comunicazione sui *mass media*.

Adesso, tenuto conto dell'avanzamento del Programma operativo, si ritiene utile consolidare e rafforzare gli interventi di comunicazione, concentrando l'attenzione sulla condivisione dei risultati sin qui raggiunti e su come migliorarli nel prossimo futuro. Parallelamente, a fronte delle ricadute socio-economiche dell'emergenza COVID-19, si sta aprendo una riflessione ad ampio raggio sulle politiche di coesione e sul PON Inclusione che potrebbe produrre dei riflessi anche nella strategia comunicativa.

2. Strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione del PON Inclusione privilegia da sempre un approccio integrato, legato alla natura stessa del Programma che interviene in un ambito di *policy* - quello delle politiche sociali - oggetto di una *governance* multilivello, all'interno del quale il partenariato economico e sociale svolge un ruolo centrale, anche al fine di mobilitare il patrimonio di conoscenze presente sui territori e attivare opportune sedi di confronto.

Essa, infatti, punta ad abbracciare i diversi livelli di governo coinvolti nell'attuazione delle politiche sociali rivolgendo un'attenzione particolare agli Ambiti territoriali, principali attori del



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

sistema, e agli organismi del Terzo settore, che svolgono un ruolo cruciale nell'erogazione dei servizi ai cittadini integrando l'azione dei soggetti pubblici all'interno di reti pubblico/private.

L'obiettivo prioritario delle attività di comunicazione è facilitare l'accesso alle informazioni sulle azioni finanziate dal Programma e sui risultati da esse conseguiti, promuovendo le opportunità per accedervi e sostenendo gli operatori nell'attuazione delle stesse.

Nello specifico, a partire da quanto avvenuto nelle politiche sociali dall'avvio del Programma ad oggi e da un'analisi delle relative azioni di comunicazione, si intende adesso focalizzare l'attenzione sui risultati raggiunti e su come migliorarli. Si proverà a fare questo soprattutto attraverso le storie e la partecipazione diretta dei protagonisti degli interventi, mettendo in risalto il contributo fornito dalla politica di coesione, con l'obiettivo di condividere esperienze che possano essere utili sia agli operatori, sia ai cittadini.

Sotto il profilo dei contenuti, la Strategia di comunicazione, e di conseguenza la sua modifica, riporta gli elementi indicati nell'Allegato XII par. 4 del Regolamento 1303/2013:

1. approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'Autorità di Gestione intende adottare;
2. modalità utilizzate per aiutare i beneficiari nel rispetto degli obblighi di comunicazione;
3. budget per l'attuazione della strategia;
4. organismi amministrativi responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione;
5. modalità di valutazione delle attività realizzate;
6. aggiornamento annuale delle attività svolte e pianificazione delle attività da svolgere nell'anno successivo (Piano di comunicazione annuale).

2.1 Destinatari

La platea dei destinatari delle azioni di comunicazione e informazione del PON Inclusion e si può suddividere in sei principali gruppi:

- **Beneficiari potenziali:** sono tutti i soggetti potenzialmente interessati alla partecipazione al Programma, quali ad esempio i Comuni, gli Ambiti territoriali, le Regioni, gli organismi del Terzo settore, gli enti pubblici e privati che operano nel settore delle politiche sociali.
- **Beneficiari effettivi:** sono i soggetti che ricevono un sostegno finanziario per attuare gli interventi previsti dal Programma, unitamente ai soggetti pubblici e privati da questi coinvolti, a vario titolo, nel processo attuativo.
- **Destinatari finali** degli interventi: per gli Assi 1 e 2 sono le persone in condizione di povertà e le persone in marginalità estrema e senza dimora; per l'Asse 3 sono le varie tipologie di individui a rischio di esclusione sociale (migranti, vittime di tratta o violenza, popolazione



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

Rom, minori stranieri non accompagnati, detenuti ed ex detenuti, ecc.), operatori nel campo dell'economia sociale, funzionari e operatori delle pubbliche amministrazioni; per l'Asse 4 i funzionari e gli operatori delle pubbliche amministrazioni e degli organismi coinvolti nell'attuazione del Programma.

- **Stakeholder:** sono gli organismi coinvolti a vario titolo nell'attuazione del PON e più in generale nelle politiche di coesione (Pubbliche Amministrazioni, organismi del Terzo settore, Autorità di gestione, Autorità di Certificazione, Autorità di Audit, ecc.).
- **Soggetti moltiplicatori d'informazione:** sono gruppi di destinatari specifici che, per il loro ruolo, sono in grado di amplificare la trasmissione delle informazioni ai potenziali beneficiari. Si tratta di *opinion leader*, autorità pubbliche, sindacati, organizzazioni professionali, CAF, Università.
- **Grande pubblico:** rappresenta tutti i cittadini, anche se non direttamente coinvolti dagli interventi del Programma, ma che ne beneficiano in quanto parte della comunità.

Trasversalmente ai target, nelle azioni di comunicazione un particolare riguardo verrà riservato alle persone con disabilità - per le quali il Regolamento 1303/2013 prevede espressamente la predisposizione di materiali in formati accessibili - e a fasce specifiche di destinatari (ad esempio i minorenni e le persone straniere), per i quali verranno prodotti documenti ad hoc, finalizzati a rendere le informazioni comprensibili nell'ottica di favorire l'accesso ai servizi loro dedicati.

2.2. Obiettivi

Come già evidenziato, in linea generale la strategia di comunicazione del PON mira a diffondere le informazioni sulle opportunità offerte dal Programma, dando visibilità agli interventi finanziati e ai risultati conseguiti. L'obiettivo primario è assicurare alle persone in condizione di povertà e a rischio di emarginazione l'accesso a servizi efficienti ed appropriati, sostenendo gli operatori del territorio nel loro ruolo di responsabili dell'erogazione di tali servizi e, più in generale, sensibilizzando l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea nelle politiche nazionali di inclusione sociale e di contrasto alla povertà.

All'interno di un complesso sistema di *governance* dettato dal nostro assetto costituzionale, il livello territoriale svolge infatti un ruolo chiave di soggetto attuatore, spesso supportato dagli organismi del Terzo settore che integrano l'azione dei soggetti pubblici all'interno di reti pubblico/private.

In generale, l'attività di comunicazione punta a massimizzare l'impatto di tutti gli interventi finanziati dal Programma. Considerata come uno strumento di efficacia del Programma, essa pertanto non si limita agli interventi finanziati a valere sull'Asse 5 ma investe in maniera sinergica tutti gli assi del PON Inclusion.



In particolare, gli obiettivi specifici possono essere così riassunti:

- diffondere in modo chiaro e accessibile informazioni sulle politiche di coesione in generale e in particolare sul contributo svolto dal Fondo Sociale Europeo nelle politiche di contrasto alla povertà e all'esclusione sociale;
- promuovere le opportunità di finanziamento offerte dal PON e le modalità per accedervi;
- diffondere informazioni aggiornate e puntuali sulle azioni implementate e sui risultati conseguiti;
- informare i cittadini, con particolare attenzione ai destinatari finali degli interventi, sulle modalità di accesso ai servizi e agli interventi che il Programma sostiene;
- supportare gli operatori nell'attuazione degli interventi attraverso azioni mirate e differenziate rispetto ai diversi organismi beneficiari e alle diverse tipologie di destinatari finali;
- informare i beneficiari in merito agli obblighi cui sono tenuti, con riferimento alle procedure di attuazione dei progetti e agli obblighi in materia di comunicazione;
- promuovere forme di comunicazione integrate e coerenti tra i vari soggetti coinvolti ai vari livelli di *governance*, garantendo l'uniformità delle informazioni per quanto attiene all'identificabilità del Programma;
- rafforzare il ruolo sinergico del partenariato economico e sociale, dando particolare risalto ai soggetti del Terzo settore attivi nel contrasto alla povertà, in grado di veicolare in maniera capillare le informazioni sul Programma ai beneficiari e ai destinatari finali degli interventi;
- promuovere azioni integrate con l'Autorità di Gestione del Programma Operativo I del Fondo Europeo per gli Aiuti agli Indigenti ([PO I FEAD](#)), incardinata all'interno della stessa Direzione Generale per la lotta alla povertà e per la programmazione sociale, con il [PON Città Metropolitane](#) e con altri Programmi operativi che prevedono linee di azione coerenti con le finalità del PON Inclusion.

2.3 Azioni e strumenti

Abbiamo visto che la strategia di comunicazione si fonda su un approccio integrato perché vuole raggiungere una platea vasta e differenziata. L'utilizzo di strumenti diversi a seconda del target di riferimento resta quindi una metodologia valida che si intende portare avanti e rafforzare.

Le attività che seguono, in continuità con quanto definito nella prima strategia, integrano le misure già individuate con ulteriori azioni e prodotti utili a realizzare una migliore diffusione del Programma.



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

2.3.1 Campagne di informazione e sensibilizzazione

Pensate per informare i cittadini sull'attivazione di servizi e opportunità per le persone in condizione di bisogno, le campagne saranno rivolte al grande pubblico e in particolare ai beneficiari e ai destinatari finali del PON Inclusione. Obiettivo più generale delle campagne è anche sensibilizzare i cittadini rispetto al ruolo svolto dal Fondo Sociale Europeo nelle politiche nazionali di contrasto alla povertà e promuovere il nuovo approccio di inclusione attiva che il Programma sostiene. Di tipo integrato, le campagne saranno veicolate sui mezzi di comunicazione di massa (tv, radio, web e giornali) e attraverso canali più mirati, utilizzando una comunicazione *below the line*. La definizione di un Piano mezzi dettagliato garantirà una diffusione efficace dei messaggi ai diversi target di riferimento.

2.3.2. Eventi annuali

Nel rispetto degli obblighi regolamentari (Regolamento 1303/2013, Allegato XII, punto 2.1) saranno organizzati eventi annuali per presentare lo stato di attuazione del Programma, i progetti finanziati e risultati raggiunti, anche attraverso le testimonianze di alcuni beneficiari ed esponenti del mondo dell'associazionismo che supportano le istituzioni nell'attuazione dei progetti. Saranno coinvolti stakeholders, esperti, rappresentanti della società civile e del Terzo settore.

2.3.3. Manifestazioni istituzionali e di settore

Sarà promossa la partecipazione del PON Inclusione a eventi istituzionali e manifestazioni settoriali all'interno degli appositi spazi allestiti dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (Forum PA, Luci sul Lavoro, Assemblea ANCI, ecc.).

2.3.4. Canali web

Il [sito web del PON Inclusione](#), online da giugno 2019, rappresenta lo strumento di comunicazione fondamentale del Programma e permette oggi di comunicare in modo più efficace rispetto all'inizio del ciclo di programmazione: ha ampliato infatti la platea di visitatori e diffonde informazioni più mirate e notizie più frequenti e dettagliate. Anche la [sezione web RdC operatori](#), attiva da agosto 2019, si sta rivelando un punto di riferimento basilare per gli operatori coinvolti nell'attuazione del Reddito di Cittadinanza. La sezione raccoglie materiali specialistici per supportare il delicato compito che essi sono chiamati a svolgere, focalizzandosi in particolare sui Patti per l'Inclusione Sociale (PaIS) (istruzioni operative, linee guida, manuali, video tutorial, piattaforme di gestione e di formazione a distanza, schede tecniche, dati, *dashboard*, ecc.).

Entrambi i siti, trasversali ai diversi target, svolgono una funzione di supporto e complementarietà alle altre attività di comunicazione e consentono di strutturare l'informazione su più livelli. Pertanto, saranno oggetto di interventi migliorativi al fine di rendere i contenuti sempre più completi e fruibili. Particolare attenzione sarà data all'inserimento di contenuti multimediali e alle notizie provenienti dai territori, per rafforzare



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

la comunicazione tra i beneficiari e la condivisione di esperienze, storie e strumenti utili a una gestione più efficace del Programma.

Alcune azioni di comunicazione potrebbero essere veicolate anche attraverso i canali social del MLPS, per comunicare in maniera più diretta con i diversi destinatari e favorire la conoscenza delle iniziative in corso.

7

2.3.5. Trasmissioni televisive

Grazie a un protocollo d'intesa tra il Ministero e la RAI, saranno realizzate iniziative di comunicazione sul PON Inclusion e sulle misure che esso sostiene per dare massima diffusione dei messaggi sulla TV pubblica, adattandoli ai diversi target di riferimento. Gli interventi potranno consistere in interviste, filmati realizzati ad hoc, approfondimenti tematici, inserimenti nel tessuto narrativo delle fiction, presentazione di dati a supporto dei temi trattati, spazi appositamente dedicati ai temi di interesse, dove valorizzare eccellenze e buone prassi.

2.3.6. Prodotti audiovisivi

Si intende realizzare uno o più video informativi sul PON per illustrare le finalità generali del Programma e le linee di azione attraverso le quali esso si articola. L'obiettivo è restituire un'informazione sintetica ed esaustiva utilizzando soluzioni grafiche e linguaggi fruibili anche da un target di non addetti ai lavori. La speranza è arrivare in nuovi contesti e coinvolgere target non ancora raggiunti, con un'attenzione particolare ai potenziali destinatari degli interventi. Oltre ai canali istituzionali (sito PON, eventi, manifestazioni fieristiche, ecc.) i video saranno diffusi anche negli spazi televisivi realizzati in convenzione con la Rai e in ogni altra occasione che si riterrà pertinente e utile a promuoverli.

Al fine di individuare e condividere storie e buone pratiche dai territori, si potrà dare voce alle esperienze dirette dei beneficiari anche attraverso la realizzazione di brevi interviste e video reportage.

2.3.7. Prodotti editoriali e promozionali

Nell'ottica di diffondere l'immagine coordinata del PON Inclusion e per accrescerne la riconoscibilità presso il grande pubblico, potranno essere realizzati dei prodotti editoriali (opuscoli, depliant, pubblicazioni) e promozionali (gadget), personalizzati con il logo firma del PON Inclusion, da distribuire in occasione degli eventi e delle fiere.

2.3.8. Seminari, webinar e workshop territoriali

Rivolti in particolare ai beneficiari coinvolti nella progettazione e nell'attuazione degli interventi previsti dagli assi 1 e 2, i seminari tematici di informazione e formazione organizzati in questi anni in tutte le regioni puntano a supportare gli Ambiti territoriali nel rafforzamento dei servizi di contrasto alla povertà; sperimentare gli strumenti operativi per la valutazione multidimensionale e la presa in carico dei beneficiari delle misure di sostegno al reddito; formare gli operatori all'utilizzo della Piattaforma per la Gestione dei Patti per l'inclusione



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

sociale ([GePI](#)). Questa attività di accompagnamento si è rivelata cruciale per gli operatori del territorio e si intende portarla avanti anche nel futuro. Parallelamente, proseguiranno gli [interventi formativi](#) (in presenza e on line) realizzati al fine di assicurare metodologie di intervento uniformi e appropriate su tutto il territorio nazionale e per costruire progettualità innovative che accompagnino efficacemente i cittadini nel loro percorso di fuoriuscita dalla povertà.

2.3.9. URP e FAQ

L'[URP Online](#) mette in contatto i cittadini e gli operatori con gli uffici del Ministero in modalità completamente digitale. In collaborazione con l'URP vengono fornite risposte a domande specifiche sull'attuazione del Programma e sulla gestione delle misure di contrasto alla povertà. Risposte selezionate e servizi di interesse generale alimentano le domande frequenti (FAQ), che vengono costantemente aggiornate e implementate. All'interno dell'URP è attiva una specifica sezione dedicata al Reddito di cittadinanza, nella quale è a disposizione anche un chatbot, assistente virtuale in grado di rispondere a domande su una serie di argomenti e guidare l'utente verso ricerche o soluzioni. Sul sito del PON Inclusione sono a disposizione dei beneficiari servizi di supporto ed help desk su temi specifici (Avvisi pubblici, Sistema informativo del Programma, ecc.).

2.3.10. Registro nazionale delle operazioni finanziate (OpenCoesione)

Il [portale OpenCoesione](#), nell'attuale ciclo di programmazione 2014-2020, assume il ruolo di portale unico nazionale per la pubblicazione di dati e informazioni sulle operazioni e sui beneficiari dei progetti cofinanziati dai fondi SIE in Italia. Pertanto, sul sito del PON è stato pubblicato il [widget](#) di OpenCoesione che raccoglie e sintetizza le principali informazioni su progetti finanziati e relativi beneficiari. Attraverso questo strumento è possibile essere sempre allineati con gli aggiornamenti periodici di OpenCoesione.

2.3.11. Ufficio stampa

Parallelamente e in maniera trasversale rispetto alle diverse attività di comunicazione, proseguirà la relazione costante con i media attraverso conferenze stampa, comunicati stampa, interviste, ecc., al fine di assicurare la massima copertura mediatica sui principali mezzi di informazione nazionali e locali.

2.3.12. Coordinamento con la rete nazionale FSE e la rete europea

Il PON Inclusione rafforzerà il coordinamento con la rete nazionale dei comunicatori FSE (Divisione 6 ANPAL) e con la rete transnazionale dei comunicatori FSE (INIO), al fine di favorire lo scambio dei risultati raggiunti nell'attuazione delle strategie di comunicazione e lo scambio di buone pratiche sulle misure di informazione e comunicazione realizzate.



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

ML



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

3. Misure adottate per aiutare i beneficiari nel rispetto degli obblighi di comunicazione

In considerazione degli obblighi di comunicazione a cui sono tenuti i beneficiari del PON e al fine di agevolare il rispetto, l'Autorità di Gestione ha predisposto appositi documenti. Le [Linee guida per le azioni di comunicazione](#) forniscono indicazioni operative per un uso corretto dei loghi e strumenti utili ad armonizzare l'identità visiva delle iniziative finanziate dal PON Inclusione, anche al fine di renderle visibili e riconoscibili sull'intero territorio nazionale. Nelle Linee guida, inoltre, sono riassunti tutti gli obblighi regolamentari in materia di comunicazione che i beneficiari sono tenuti a rispettare.

In aggiunta alle Linee guida, in questi anni l'Autorità di gestione ha fornito ulteriori istruzioni operative per supportare e sollecitare i beneficiari al rispetto di tali obblighi. Tutto il materiale è a disposizione nell'apposita [sezione](#) del sito web del PON Inclusione.

4. Budget

Per le attività di comunicazione indicate nel presente documento è previsto, nell'ambito dell'Asse 5 - Assistenza Tecnica, lo stanziamento di € 3.758.272, come di seguito ripartito:

Categorie di operazioni	Reg. meno sviluppate	Reg. in transizione	Reg. più sviluppate	Totale
123. Informazione e comunicazione	1.463.470 €	385.566,67 €	1.909.234,84 €	3.758.272,39 €

5. Organismi amministrativi – Ufficio responsabile

L'Autorità di Gestione del PON Inclusione, incardinata nella Divisione III della Direzione Generale per la lotta alla povertà e per la programmazione sociale, è responsabile dell'elaborazione della strategia di comunicazione, della predisposizione dei Piani di comunicazione annuali e delle azioni di comunicazione istituzionale.

Nello svolgimento della sua attività essa si raccorda con le altre divisioni della Direzione Generale per la lotta alla povertà e per la programmazione sociale e con la Direzione Generale dei sistemi informativi, dell'innovazione tecnologica, del monitoraggio dati e della comunicazione del MLPS; con l'assistenza tecnica e l'assistenza settoriale che supportano l'attuazione del Programma e con le eventuali società esterne selezionate tramite procedure di evidenza pubblica. Si raccorda inoltre con la divisione 6^a dell'ANPAL che coordina la rete nazionale dei comunicatori FSE.



In attuazione dell'articolo 117 del Regolamento 1303/2013 la dott.ssa Carla Antonucci, Autorità di Gestione del PON Inclusion, nel luglio 2018 è stata designata responsabile delle azioni di informazione e di comunicazione.

6. Modalità di valutazione delle attività realizzate

In accordo con quanto richiesto nel Regolamento (UE) n.1303/2013 Allegato XII, par. 4 lettera g), le azioni e gli strumenti previsti nella strategia di comunicazione saranno valutati in termini di visibilità del PON Inclusion e di sensibilizzazione dei cittadini sul ruolo svolto dai fondi europei nell'obiettivo della lotta alla povertà e alla discriminazione. L'attività di valutazione sarà implementata nei Piani annuali di comunicazione e sarà uno strumento fondamentale per ricalibrare eventuali azioni che risulteranno carenti e portare avanti quelle che risulteranno maggiormente performanti.

Il set di indicatori utilizzati si divide in:

- ❖ Indicatori di realizzazione fisica
- ❖ Indicatori di risultato

Gli indicatori di realizzazione fisica rilevano gli output fisici e vengono espressi attraverso una quantità (es. numero accessi al sito web, n. prodotti editoriali realizzati, n. partecipanti eventi...).

Gli indicatori di risultato, invece, esprimono una valutazione qualitativa del dato. Restituiscono, infatti, informazioni sui cambiamenti relativi a chi ha beneficiato degli interventi, in termini di maggiore consapevolezza, conoscenza e facilità all'accesso alle informazioni sul Programma.

ATTIVITÀ/STRUMENTO	INDICATORE REALIZZAZIONE FISICA	INDICATORE DI RISULTATO
Comunicazione online siti web	n. pagine pubblicate	n. visite
	n. notizie pubblicate	n. pagine visitate
	n. video pubblicati	n. visualizzazioni
Eventi	n. eventi realizzati	n. partecipanti
	n. partecipazione a fiere	n. depliant distribuiti
Seminari e workshop territoriali	n. eventi realizzati	n. partecipanti
	n. webinar	n. partecipanti
	n. eventi online	n. visualizzazioni
Pubblicazioni e materiali di supporto	n. depliant realizzati	n. depliant distribuiti
	n. gadget realizzati	n. gadget distribuiti
	n. audiovisivi pubblicati	n. visualizzazioni registrate



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

7. Piani annuali di comunicazione

Come previsto nel Regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII par. 4 lettera i), la Strategia di comunicazione prevede un aggiornamento annuale che, a partire da quanto realizzato, pianifica le attività da realizzare nell'anno successivo. Tali Piani di comunicazione, presentati al Comitato di Sorveglianza in occasione delle riunioni annuali, contengono:

3. la sintesi delle principali iniziative svolte;
4. le priorità strategiche delle azioni da svolgere nell'anno successivo;
5. la pianificazione delle attività da svolgere nell'anno successivo;
6. il monitoraggio e la valutazione degli interventi realizzati l'anno precedente;
7. il budget previsionale;
8. il cronoprogramma delle attività.

La Strategia e tutti i Piani di comunicazione annuali sono a disposizione sul sito del PON Inclusion, nella [pagina Strategia e Piani](#).

11

8. Orientamenti europei in materia di informazione e comunicazione

- [Regolamento \(UE\) 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013](#)
 - ✓ PARTE III - TITOLO III “Sorveglianza, Valutazione, Informazione e Comunicazione”. CAPO I “Sorveglianza e Valutazione”: art. 111 (Relazioni di attuazione per l’obiettivo Investimenti in favore della crescita e dell’occupazione), 4b);
CAPO II “Informazione e Comunicazione”: art. 115 (Informazione e Comunicazione); art. 116 (Strategia di comunicazione); art. 117 (Funzionari incaricati dell’informazione e della comunicazione e relative reti);
 - ✓ ALLEGATO XII “Informazioni e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi”.
- [Regolamento di esecuzione \(UE\) n. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014](#)
 - ✓ CAPO II - Caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione relative alle operazioni e istruzioni per la creazione dell’emblema dell’Unione e per la definizione dei colori standard”; art. 3 “Istruzioni per la creazione dell’emblema e per la definizione dei colori standard”; art. 4 “Caratteristiche tecniche per la visualizzazione dell’emblema dell’Unione e riferimento al fondo o ai fondi che sostengono le operazioni”; art. 5 “Caratteristiche tecniche delle targhe permanenti e dei cartelloni temporanei o permanenti”.
- [Regolamento \(UE\) n. 1046/2018 del Parlamento europeo e del Consiglio](#)
 - ✓ PARTE II - “Modifiche alle norme settoriali specifiche” - Articolo 272 “Modifiche del regolamento (UE) n. 1303/2013”: art. 49 (art. 115 - Informazione, comunicazione e



Unione europea
Fondo sociale europeo

PON
INCLUSIONE

M



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

visibilità); art. 50 (art. 116 - Strategia di comunicazione); art. 51 (art. 117 - Funzionari incaricati dell'informazione e della comunicazione e relative reti).

- **Accordo di partenariato 2014-2020 con l'Italia**

- ✓ **SEZIONE 4** – Modalità per garantire l'efficace attuazione dei Fondi SIE.

- 4.2 Modalità per garantire la trasparenza e la disponibilità pubblica di dati e informazioni su tutti i Programmi cofinanziati dai Fondi SIE, ai sensi dell'art.115 del regolamento generale

- ✓ Allegato II – Elementi salienti della proposta di SIGECO 2014 – 2020: 1.8 “Informazione e pubblicità” che ribadisce il ruolo di OpenCoesione come portale unico nazionale per una comunicazione trasparente ed efficace della politica di coesione in Italia, fissando inoltre la responsabilità delle Autorità di Gestione dei singoli fondi relativamente alle “specifiche azioni di informazione e pubblicità previste dai rispettivi regolamenti”.