



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



**MINISTERO DELLA PUBBLICA
ISTRUZIONE**
Dipartimento per la Programmazione
Direzione Generale per gli Affari Internazionali
Ufficio V

Piano di Comunicazione Unitario

PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013

**FSE: “COMPETENZE PER LO SVILUPPO”
FESR: “AMBIENTI PER L’APPRENDIMENTO”**

Azioni di Informazione e Pubblicità

Roma, febbraio 2008

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
1. Il contesto	5
2. Gli obiettivi dei Programmi Operativi dei Fondi FSE e FESR.....	6
3. La Strategia del Piano della Comunicazione (Allegato 1).....	7
4. Le azioni e gli strumenti.....	9
5. I destinatari.....	11
6. Organizzazione e reti di collaborazione.....	12
7. La Comunicazione Integrata	12
8. Monitoraggio e valutazione	13
9. Tempi di realizzazione	14
10. Piano Finanziario	15

Allegati:

- **La strategia**
- **Gli strumenti della comunicazione**
- **Gli strumenti per valutare le azioni di comunicazione**

INTRODUZIONE

Il Regolamento CE n.1260/99 agli art.34-46 prevede azioni informative e pubblicitarie sugli interventi programmati con risorse strutturali europee e stabilisce che sia l’Autorità competente di gestione, la “responsabile” del rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità e, la stessa Autorità, deve assicurare che gli interventi siano resi pubblici per informare i potenziali beneficiari e tutta l’opinione pubblica per aumentare la notorietà e la trasparenza dell’azione dell’Unione Europea destinata a far conoscere strumenti ed opportunità, che vengono offerte ai cittadini per la loro crescita formativa e professionale. Tale Regolamento afferma anche che per rendere più incisive tali azioni, e per presentarle in maniera più omogenea, esse vadano redatte sotto forma di un PIANO di azioni di COMUNICAZIONE per ciascun Programma Operativo.

In linea con questa politica di sensibilizzazione a livello Comunitario, l’Autorità di Gestione, Ufficio V della DGAI **del MPI**, ha da sempre sviluppato iniziative di informazione e pubblicità per diffondere le opportunità promosse dai Fondi strutturali. Tale azione è stata anche svolta poi, a livello territoriale dagli uffici Scolastici Regionali e dalle Istituzioni Scolastiche Autonome beneficiarie.

Nel recente dibattito Comunitario, l’attenzione sugli aspetti di Comunicazione istituzionale si è andata maggiormente intensificando e, nel 2006, Il **Libro Bianco**, della Commissione Europea ha definito nei dettagli come “La comunicazione istituzionale, benché fondamentale ed in continuo miglioramento”, non risulti sufficiente a colmare alcune lacune dovute al fatto che le azioni di informazione e pubblicità realizzate finora, sono state contenute, in genere, in quella parte dei Documenti di Programmazione e dei Programmi operativi che hanno riguardato l’Assistenza tecnica e interessato solo i beneficiari finali.

Per questo, oggi, la **Commissione Europea** propone un approccio fondamentalmente nuovo – un passaggio decisivo dalla comunicazione a senso unico e un dialogo consolidato, da una comunicazione basata sulle istituzioni a una comunicazione basata sui cittadini, da un approccio incentrato su Bruxelles a un approccio più decentrato. La comunicazione vuole diventare una politica dell’UE a pieno titolo, un servizio ai cittadini-.

Il **Libro Bianco** pone fra i suoi obiettivi principali quello di “**Collegare i cittadini e le istituzioni pubbliche**”. Una buona comunicazione a due sensi tra i cittadini e le pubbliche istituzioni è fondamentale in una democrazia sana. Gli sforzi attualmente prodigati per rendere le istituzioni europee **più responsabili, aperte e accessibili** devono essere costantemente potenziati. Ma ciò riguarda anche le istituzioni nazionali, regionali e locali. Ridurre le distanze tra l’Europa e i suoi cittadini significa creare e mantenere i collegamenti tra i cittadini e le pubbliche autorità, dal livello locale a quello europeo “.

Esigenza posta di nuovo in evidenza nel giugno 2007 dal **Consiglio Europeo**, che ha ribadito l’importanza cruciale di rafforzare la comunicazione coi cittadini europei informandoli in modo completo ed esauriente sull’Unione europea e associandoli ad un dialogo permanente. Per quanto riguarda gli strumenti preferiti di comunicazione la **Commissione Europea** ad ottobre 2007 nel suo documento di Comunicazione “**Insieme per comunicare l’Europa**” ha dichiarato come “Le istituzioni e gli organi dell’Unione Europea, gli Stati membri e gli enti regionali e locali di tutta Europa comunicano in modo diverso e a vari livelli sulle tematiche connesse alle politiche perseguite a livello europeo. Tutti coloro che sono più direttamente coinvolti nel processo decisionale europeo hanno l’obbligo di comunicare e spiegare. Anche se ogni soggetto deve mantenere la propria autonomia e le proprie prerogative per comunicare a modo suo, esistono ampie possibilità di collaborare per promuovere la discussione ed il dibattito sull’Europa”. Il principio della trasparenza e dell’accesso di ogni cittadino europeo alle informazioni sulle politiche strutturali rappresenta per l’Unione Europea “il principio cardine del valore dell’informazione sulle politiche strutturali è condizione necessaria per l’esercizio stesso dei diritti dei cittadini europei”.

Al presente, e alla luce di quanto indicato a livello Comunitario, l'Autorità di Gestione intende migliorare gli interventi di comunicazione istituzionale, diversificando e intensificando le azioni a livello nazionale e agendo anche in coordinamento con le realtà istituzionali territoriali, così come indicato nel presente Piano di Comunicazione sugli interventi del FSE e FESR- Obiettivo CONVERGENZA – nell'ambito del Piano Operativo Nazionale del PON 2007/2013 del MPI. L'Autorità di Gestione, Ufficio V della DGAI del MPI è responsabile della realizzazione del suddetto Piano di Comunicazione.

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 dei documenti di riferimento europei e nazionali, e della normativa vigente per il periodo 2007-2013.

Il Piano della Comunicazione condivide documenti chiave di politica comunitaria quali:

- l'iniziativa europea per la trasparenza, per rendere più aperte ed accessibili le istituzioni europee, far conoscere come vengono usati i fondi europei e rendere conto all'opinione pubblica l'operato degli organi amministrativi;
- il Piano di azione della Commissione per migliorare la comunicazione dell'Europa;
- il Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito;
- il Libro bianco su una politica europea di comunicazione;
- i seguenti regolamenti europei:

Regolamento (CE) n. 1083/2006 regolamento generale che definisce i principi, le regole e gli standard comuni per l'attuazione dei fondi strutturali, Capo III, articolo 69 "Informazione e pubblicità";

Regolamento (CE) n. 1828/2006 sulle modalità di applicazione del precedente regolamento, Capo II, Sezione I "Informazione e pubblicità", articoli dal 2 al 10.

A livello nazionale il piano s'inserisce nel quadro tracciato dal QSN (VI.2.5 "Informazione e comunicazione") e approfondisce la strategia comunicativa delineata dai PON stessi, nonché dalla circolare di questa Direzione Generale relativa alla Programmazione dei Fondi Strutturali 2007/2013 (Prot.A00DGAI 872 del 01/08/2007). La programmazione delle risorse dei Fondi strutturali europei per il periodo 2007/2013, individuata per il settore dell'istruzione, è caratterizzata da una strategia unitaria, sia per il Programma finanziato dal Fondo Sociale Europeo sia per il programma finanziato con il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, fermo restando la diversità degli interventi in rapporto alla correlata diversità delle missioni dei due fondi. Pertanto anche questo Piano della Comunicazione si configura come piano unitario per i due PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013 (PO), FSE: "Competenze per lo Sviluppo" e FESR: "Ambienti per l'Apprendimento" e prevede una forte integrazione tra le iniziative previste dal Piano della Comunicazione per il PON FSE e per il PON FESR, nonché con i PO regionali.

Le azioni di comunicazione implicano la collaborazione e l'interdipendenza di numerosi soggetti, a livello nazionale e locale. L'analisi evidenziata dal QSN (Cap.II.2.1 Istruzione e formazione del capitale umano P 52) suggerisce di attuare interventi con modalità rivolte ad accrescere la consapevolezza degli attori territoriali rispetto al tema dell'istruzione e di sviluppo delle competenze di base e dando importanza al coinvolgimento locale nella progettazione e realizzazione di ogni singolo intervento. Molte esperienze risultano maggiormente positive se il coinvolgimento interistituzionale sul territorio risulti ampio e comprenda anche i cittadini e le imprese.

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

1. Il contesto

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 nodi problematici che devono indirizzare le azioni del Piano della Comunicazione:

- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- 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 tecnologie 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.

2. Gli obiettivi dei Programmi Operativi dei Fondi FSE e FESR

L'Autorità di Gestione dei Programmi Operativi dei Fondi FSE e FESR attribuisce alla Comunicazione un ruolo fondamentale per la piena attuazione delle strategie individuate all'interno degli Assi prioritari e degli Obiettivi dei due programmi e sostiene prioritariamente gli obiettivi generali dei due programmi operativi nazionali, "Competenze per lo Sviluppo" (FSE) e "Ambienti per l'Apprendimento" (FESR) al fine 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.

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:

- ✓ elevare le competenze degli studenti e la capacità di apprendimento della popolazione
- ✓ ridurre gli abbandoni scolastici.

Questi obiettivi saranno misurati sulla base degli indicatori scelti fra i benchmark definiti per il sistema istruzione dal Consiglio dei Ministri europei.

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.

Le azioni di comunicazione dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR rispondono alle richieste degli obiettivi fissati dal Quadro Strategico Nazionale e della massima trasparenza nell'impiego delle risorse, esse realizzano un sistema sempre più aperto alla partecipazione attiva degli operatori pubblici e privati e dei cittadini, mediante un servizi che diffondano informazione e conoscenze, opportunità e cambiamento. Al contempo, saranno limitate le 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.

3. La Strategia del Piano della Comunicazione (Allegato 1)

Il Piano della Comunicazione si configura, attraverso otto obiettivi prioritari e otto obiettivi operativi, come un percorso sostenuto da una continua riflessione tra partner e da azioni di monitoraggio e valutazione. In coerenza con il quadro normativo, con gli obiettivi dei Piani Operativi dei Fondi FSE e FESR e con il contesto specifico delle regioni dell'obiettivo convergenza.

Il Piano della Comunicazione individua i seguenti **obiettivi prioritari**

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;
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 attenzione particolare 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. migliorare la qualità degli interventi di comunicazione degli istituti scolastici, in particolare quelli finalizzati al raggiungimento degli Obiettivi dei due PO; rivolgere una attenzione particolare alla formazione dei dirigenti e docenti.
6. dare ampia visibilità agli interventi già 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.

Il Piano della Comunicazione individua i seguenti **obiettivi operativi**:

1. 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 a questa campagna di comunicazione.
Prevedere come priorità della azioni di monitoraggio una indagine che verifichi il grado di conoscenza delle politiche europee nel campo dell'educazione.
4. Istituire apposito gruppo 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; dare massima diffusione ai risultati delle attività e ai prodotti elaborati.
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. Pubblicare sul sito dell'Autorità di Gestione gli elenchi dei beneficiari, i relativi progetti e finanziamenti pubblici, conformemente alle direttive della Commissione.
8. Istituire un gruppo nazionale di monitoraggio, controllo, valutazione delle attività di comunicazione.

4. Le azioni e gli strumenti

Gli obiettivi del presente Piano di comunicazione saranno realizzati attraverso le azioni di seguito elencate.

Organizzazione del lavoro

Costituzione e formazione di gruppi di lavoro per l'attuazione del Piano di Comunicazione. Sarà costituito un team di lavoro nazionale e altri presso gli Uffici Scolastici regionali.

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.**

Informazione

Sarà predisposta una opportuna **Campagna pubblicitaria** che dovrà prevedere anche azioni informative relative, in modo particolare, alle fasi di avvio dei singoli interventi e dei risultati.

L'intento è quello di far giungere l'informazione sui PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI 2007-2013 FSE: "COMPETENZE PER LO SVILUPPO" FESR: "AMBIENTI PER L'APPRENDIMENTO" ad un pubblico molto più vasto e differenziato che comprenda non solo i beneficiari degli interventi cofinanziati, ma anche tutti i cittadini.

L'Autorità di Gestione, Ufficio V della DGAI del Ministero della Pubblica Istruzione, nel considerare le specifiche competenze tecniche necessarie per la realizzazione di una buona ed efficace Campagna pubblicitaria, ritiene opportuno affidare ad un soggetto attuatore esterno, specializzato, la progettazione e gestione della campagna riservandosi il coordinamento, il controllo e la possibilità di correggere il progetto proposto che dovrà, essenzialmente, essere costituito da spot televisivi e radiofonici e da pubblicazioni a mezzo stampa.

La Campagna pubblicitaria si esplicherà soprattutto nella fase di presentazione degli interventi realizzati nell'anno scolastico 2007/08 dei PO per il lancio delle attività da attuare nell'anno scolastico 2008/09; gli spot pubblicitari informeranno sulle varie fasi di realizzazione degli interventi ma potranno riguardare anche altre iniziative, connesse ai PO, che l'Autorità di Gestione, Ufficio V della DGAI ha previsto nel presente Piano di Comunicazione.

L'allestimento di una Campagna pubblicitaria è una prestazione che rientra nella categoria dei servizi, pertanto, l'affidamento avverrà nel rispetto delle norme introdotte dal Decreto Legislativo n. 163 del 12/04/2006 (Decreto Bersani) e modifiche e integrazioni intercorse nel 2007.

L'intento dell'Amministrazione è quello di assicurarsi un servizio che, nel rispetto delle risorse disponibili, realizzi, con il massimo grado di creatività, gli obiettivi del proprio Piano di comunicazione e, cioè, diffondere il più efficacemente possibile le azioni dei Fondi Strutturali, con gli interventi che si propone di attuare.

Una volta affidato l'appalto, l'Amministrazione avrà a disposizione un progetto coerente con i propri obiettivi e un gruppo di professionisti di cui avvalersi per eventuali ritocchi al progetto presentato. Con loro si metterà a punto la campagna pubblicitaria in maniera più dettagliata, con la definizione dei testi dei messaggi, della grafica delle immagini, la scelta di eventuali testimonial, ecc. Il lavoro di confronto continuerà in itinere per verificare l'impatto che la campagna pubblicitaria avrà ed, eventualmente, "correggere il tiro" apportando le necessarie correzioni.

La caratteristica della campagna pubblicitaria è quella di poter determinare un forte e diffuso impatto su un vasto pubblico; non offre, invece, la possibilità di approfondire tematiche specifiche: serve a suscitare e stimolare interesse su determinate opportunità, ma demanda ad altri mezzi di comunicazione il compito di informare più nel dettaglio. Per questo l'Autorità di Gestione, Ufficio V della DGAI ha previsto l'utilizzo di ulteriori strumenti informativi, indicati di seguito nel presente Piano di Comunicazione, da utilizzare in maniera sinergica per un più efficace risultato comunicativo.

L'informativa tecnica riguarda le fasi di avvio e procedurali degli interventi previsti ed è trasmessa ai beneficiari finali di cui al punto 2.1 del Regolamento CE n.1159/2000, in tempo reale attraverso la pagina web dedicata ai Fondi Strutturali <http://www.pubblica.istruzione.it/fondistrutturali> e pubblicata sul Sito del Ministero della Pubblica Istruzione.

Incontri e seminari con le Istituzioni Scolastiche beneficiarie, gli Enti Locali, l'Imprenditoria, le Parti sociali per promuovere gli interventi dei PO, per l'attivazione dei Piani Integrati, per rendere noti studi e ricerche effettuate sul territorio e preparatorie della programmazione cofinanziata, per comunicare lo stato di attuazione dei PO, per confrontarsi sulle difficoltà che si potrebbero determinare in fase di realizzazione, per verificare e monitorare il livello di coinvolgimento raggiunto con l'attività di comunicazione **Diffusione, monitoraggio e valutazione**

Diffusione, monitoraggio e valutazione sono realizzati in collaborazione con il mondo della scuola per coinvolgere gli operatori scolastici, ma soprattutto gli studenti, i docenti e le famiglie sulle opportunità offerte dei PO, in particolare, attraverso il Fondo Sociale Europeo del MPI.

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

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

Risulterebbe utile mettere a disposizione delle istituzioni scolastiche delle **Linee-guide** 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-guide devono essere oggetto di seminari di formazione, indirizzati in particolare ai centri risorse e ai vari referenti dei PO sul territorio.

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. **Il Piano individua tre macro-tipologie di azioni** (la descrizione dettagliata degli strumenti, il loro possibile uso e impatto (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

5. I destinatari

I destinatari del Piano comprendono diversi macro gruppi individuati in base agli obiettivi prioritari del Piano. Per meglio raggiungere le finalità del Piano di comunicazione si propone, si evidenzia che “il target” principale è rappresentato dai “**beneficiari finali**”. Sono beneficiari finali gli Istituti scolastici, i CTP e gli 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.

Il Piano di Comunicazione tiene conto che non tutte le Istituzione scolastiche invitate hanno aderito alla Programmazione 2007/08 dei Piani Integrati: mediamente il 15% delle scuole non ha presentato nessuna richiesta di adesione, e il 20% in Campania e in Calabria.

I **potenziali beneficiari** sono tutti 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.

Il Pubblico è rappresentato dall’Amministrazione centrale, regionale e dagli Enti locali, da tutti i partenariati istituzionali e socio-economici regionali e locali 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, compresi le associazioni, il terzo settore, il volontariato sociale e tutti i cittadini.

Sono destinatari anche **specifici i gruppi** che, non hanno ancora ricevuto un diretto beneficio dai programmi precedenti e altri individuati attraverso la concertazione con i partenariati istituzionali e socio-economici regionali e locali tra i seguenti gruppi di popolazione:

- Drop out
- Famiglie in situazione di disagio
- Persone in situazione di svantaggio
- Persone con bisogni particolari di apprendimento

6. Organizzazione e reti di collaborazione

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

Ruolo dell'Autorità di gestione è la promozione dell'informazione e della comunicazione pubblicitaria a favore dei PO.

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

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,
- l'informazione sugli interventi rivolti 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.
- la pubblicazione, sul sito del MPI, sezione Fondi strutturali- conformemente alle direttive della Commissione Europea, dell'elenco dei beneficiari, dei progetti approvati e dell'importo del finanziamento pubblico devoluto.

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

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

7. La Comunicazione Integrata

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

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

- **la creazione di una rete di referenti della comunicazione sul territorio, utilizzando anche scuole con specifiche caratteristiche.**
- **punti di informazione locali individuati nei soggetti istituzionali, economici e sociali che svolgono già attività di informazione e orientamento sulle politiche comunitarie. Utili forme di collaborazione saranno ricercate con strutture informative già esistenti sul territorio regionale.**

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

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

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

8. Monitoraggio e valutazione

Le priorità delle operazioni di monitoraggio e valutazione (*allegato 3*).

L'Autorità di gestione, nella circolare Prot.n. AOODGAI 872 del 01/08/2007 pone l'accento sui seguenti aspetti, oggetto di una particolare attenzione nelle azioni di monitoraggio del Piano di Comunicazione:

- la visibilità pubblica da dare alle condizioni di eleggibilità, alle procedure di esame e ai criteri di selezione dei progetti;
- la divulgazione delle liste dei beneficiari e dei progetti finanziati;
- la costruzione di partenariati e network per la diffusione delle informazioni
- la visibilità di tutti gli strumenti importanti di pubblicità dei cofinanziamenti (la cartellonistica di cantiere, targhe commemorative permanenti, eventi annuali di informazione dei risultati conseguiti nell'ambito dei diversi programmi).

E' importante nella fase di implementazione della Campagna di comunicazione sulle politiche europee nel campo dell'Educazione (obiettivo operativo 3) prevedere specifiche azioni per monitorare le ricadute della campagna stessa e valutare il grado di conoscenza delle politiche europee da parte del grande pubblico; queste azioni di monitoraggio e valutazione si svilupperanno in più fasi: iniziale, intermedia, ex post. il grado di conoscenza delle politiche europee sarà valutato tramite indagini conoscitive svolte su gruppi campioni, attraverso focus group, interviste e questionari.

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	Rilevare le tipologie e la quantità delle attività svolte;
risultato	Verificare gli effetti delle attività realizzate in relazione agli obiettivi specifici del piano di comunicazione
impatto	Misurare le modifiche comportamentali 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 tali modifiche non dipendono soltanto dall'efficacia del piano di comunicazione)

Il soggetto esterno incaricato delle operazioni di rilevazione e valutazione sarà diverso da quello che curerà la realizzazione delle azioni previste nel Piano di comunicazione.

9. Tempi di realizzazione

Il Piano della Comunicazione è pluriennale, è un quadro di lavoro flessibile che lascia spazio nel tempo ad opportune azioni cambiamento, richieste dagli esiti di monitoraggio e da nuove strategie da porre in essere.

Dal 2007 al 2010 tre scadenze saranno i temi privilegiate fra le azioni di comunicazione:

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

In merito alla prima scadenza, nel secondo semestre del 2007 sono stati già svolte le seguenti azioni di lancio e progettazione:

- **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.**

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

1. Implementazione	2007/2008
2. Fase intermedia. Collaborazione e svolgimento delle attività concordate con le società di assistenza Valorizzazione dei progetti svolti nel quadro dei PO Azioni di comunicazione specifiche sulla strategia di Lisbona	2008/2010
3. Fase finale Nuova definizione degli obiettivi del Piano di Convergenza in funzione dell'esperienza della fase precedente Presentazione dei primi risultati in merito agli obiettivi dei 2 PO	2011/2013
4. Fase conclusiva Manifestazioni finali, valutazione complessiva del Piano della Comunicazione.	2012/2013

Implementazione

Questa fase è iniziata nel secondo semestre 2007 e si svolgerà durante tutto il 2008; il Piano della Comunicazione riguarda le azioni finanziate sia con il FSE, sia con il FESR. Nella fase di realizzazione, saranno evidenziate le specifiche e le diverse forme di pubblicità che caratterizzano ogni fondo.

a) 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
- i partner economici e sociali.

b) Costituzione di una rete di lavoro

- Istituzione dei gruppi di lavoro,
- Istituzione di nuclei regionali
- Consultazioni con i partner delle amministrazioni centrali
- Consultazioni con i partner istituzionali regionali e elaborazioni di accordi e protocolli
- Elaborazione e pubblicazione dei bandi di gara per il reclutamento delle società di assistenza e di altre società con le quali intendiamo collaborare.
- Costituzione di commissioni

c) Elaborazione dei documenti di base

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

d) 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

e) 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

f) Azioni che riguardano il monitoraggio e la valutazione

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

10. Piano Finanziario

Secondo una prima stima dei fabbisogni, si prevede di realizzare il Piano di Comunicazione con le seguenti risorse finanziarie, articolate nei due Programmi operativi in proporzione al contributo utilizzato.

- ✓ FSE: all'interno dell'Asse 3, l'importo previsto per il Piano di Comunicazione è di 13 milioni di Euro.
- ✓ FESR: all'interno dell'Asse 3, l'importo previsto per il Piano di Comunicazione è di 4,5 milioni di Euro.