

FESR 2014-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALITÀ 2022-2023

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE
CULTURA E SVILUPPO

*Documento approvato dal Comitato di
Sorveglianza il 2 dicembre 2022*



UNIONE EUROPEA
Fondo europeo di sviluppo regionale

Programma Operativo Nazionale
Cultura e Sviluppo

FESR 2014-2020



MINISTERO
DELLA
CULTURA

INDICE

1. Premessa	2
2. I principali risultati della comunicazione 2022-2023	3
3. Obiettivi strategici del Piano 2022-2023	10
4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2022-2023.....	10
5. Monitoraggio e valutazione	16
6. Budget.....	16

1. Premessa

Il Piano di Comunicazione, giunto alla sua sesta edizione, rappresenta lo strumento di gestione e di pianificazione delle attività di comunicazione del PON Cultura e Sviluppo con l'obiettivo di garantire, entro dicembre 2023, così come previsto dai Regolamenti e dalle raccomandazioni comunitarie, adeguata visibilità del Programma Operativo rispetto alle opportunità offerte ai potenziali beneficiari, alle attività realizzate ed ai risultati raggiunti, dando contestualmente maggiore rilievo al valore aggiunto fornito dai Fondi Europei, ed in particolare dal FESR.

Nello specifico, le attività che saranno riportate nel Piano, per la presente annualità si configureranno quali strumenti in grado di:

1. Accrescere la conoscenza, la consapevolezza, la cooperazione delle parti interessate e la partecipazione dei cittadini fornendo dati e informazioni attraverso il sito del PON Cultura e Sviluppo, quale principale veicolo di comunicazione;
2. assicurare la massima copertura mediatica nell'informare i cittadini sui risultati delle azioni sostenute con i fondi europei, sviluppando iniziative di coinvolgimento delle comunità locali e creando contenuti comprensibili a tutti;
3. divulgare le linee del Programma Operativo e le opportunità di finanziamento per i potenziali beneficiari e per tutte le parti interessate in modo articolato e attraverso il sistema mediatico nazionale e locale;
4. contribuire a rafforzare il partenariato dell'informazione e della comunicazione attraverso la partecipazione alle attività delle reti nazionali e transnazionali dei comunicatori dei fondi europei.

In linea con le precedenti edizioni, il documento tiene conto sia degli obiettivi specifici individuati nella Strategia di Comunicazione che delle attività espletate e avviate nella precedente annualità.



2. I principali risultati della comunicazione 2021-2022

Per l'annualità 2021-2022, l'attuazione del Piano di Comunicazione (PdC) si è concentrata nel realizzare azioni di comunicazione in grado di coinvolgere e informare i diversi target del Programma (grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e partenariato) con l'obiettivo di aumentare la diffusione dei valori dell'Unione europea, valorizzando al contempo l'importanza che rivestono le Politiche di coesione nello sviluppo economico e turistico dei territori su cui insiste il Programma.

Nello specifico, le principali attività di comunicazione realizzate da luglio 2021 a luglio 2022 hanno riguardato la realizzazione di:

- n.1 Evento Annuale "La Cultura diventa impresa";
- n. 3 eventi promozionali "Cultura Crea", in partenariato con attori locali;
- n. 1 indagine volta alla misurazione del "Tasso di conoscenza dei Fondi UE per il tramite del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020 presso il grande pubblico".

In coerenza con quanto definito nel PdC 2021-2022, è stata mantenuta alta l'attenzione sullo *storytelling* dei progetti, affidando al sito internet e alla pagina Facebook la narrazione degli oltre 150 progetti finanziati, per descriverne i principali sviluppi, gli output realizzati e, nel caso di progetti conclusi o in via di conclusione, i risultati raggiunti.

In termini di feedback tale scelta ha portato a buoni risultati, in linea con quelli raggiunti nelle precedenti annualità. Il sito internet ha infatti registrato complessivamente 2,4 milioni di accessi effettuati da oltre 41 mila visitatori diversi, mentre la pagina Facebook del PON Cultura e Sviluppo 2014-2020 ha fatto registrare il superamento dei 2.450 *followers*.

Nel corso dell'annualità sono poi proseguite le azioni di comunicazione diretta presso i territori del Mezzogiorno dedicate al grande pubblico e ai potenziali beneficiari. Prima fra tutte, l'Evento Annuale "La Cultura diventa impresa" tenutosi lo scorso 3 dicembre presso l'Auditorium del MANN. La scelta di andare sul territorio con un evento divulgativo



ha voluto rappresentare un segnale positivo di ritorno alla normalità, dopo l'esperienza pandemica, ma anche sottolineare la presenza delle istituzioni nei territori in un momento tanto complesso.

L'organizzazione dell'evento annuale ha incluso la predisposizione di una campagna di comunicazione adeguata che ha utilizzato i seguenti strumenti:

- attività di ufficio stampa;
- materiale audiovisivo e postproduzione;
- diretta streaming dell'evento sui social.

Contestualmente, il gestore Invitalia si è occupato della realizzazione di incontri promozionali organizzati in collaborazione con attrattori culturali e organizzazioni locali. Tra quest'ultimi rientrano:

1. Venosa: Incontro organizzato dal Comune di Venosa 26 Novembre 2021;
2. Torre Annunziata: Percorso di formazione sull'imprenditoria giovanile organizzato da PRO J - 2/3 Aprile 2022;
3. Lecce: incontro con Programma Sviluppo 15 giugno 22.

Infine, si è provveduto alla realizzazione di un'indagine conoscitiva, affidata ad un valutatore indipendente, avente come obiettivo quello di misurare l'efficacia della Strategia di Comunicazione in termini di grado di conoscenza da parte del grande pubblico delle cinque regioni (Campania, Calabria, Puglia, Basilicata, Sicilia) dei Fondi Europei per il tramite del PON Cultura e Sviluppo.

Il documento, presentato nel corso del Comitato di Sorveglianza di novembre 2021, ha mostrato risultati soddisfacenti: su un campione di 4002 unità è infatti emerso un discreto livello di conoscenza dei Fondi Europei e del PON Cultura e Sviluppo. Il tasso di conoscenza dei Fondi Europei per il tramite del PON presso il grande pubblico è risultato essere pari al 35,7% e quindi maggiore rispetto al relativo indicatore di risultato presente nella Strategia di Comunicazione, pari a 30%.



Nella tabella che segue si riporta il riepilogo dello stato di avanzamento delle attività di comunicazione realizzate rispetto al Piano di comunicazione 2021-2022 e un quadro generale di sintesi sugli indicatori di output aggiornato al 30 giugno 2022.

Tabella 1. Attività realizzate rispetto a quanto previsto dal Piano di comunicazione 2021-2022

PIANO DI COMUNICAZIONE 2020-2021	
Attività previste	Attività realizzate
Informazione e comunicazione su web	<ul style="list-style-type: none"> • Aggiornamento informativo continuo sito istituzionale e canali social; • Realizzazione Webinar; • indagine volta alla misurazione del “Tasso di conoscenza dei Fondi UE per il tramite del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020 presso il grande pubblico”
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione Evento Annuale “<i>La Cultura diventa Impresa</i>”, Roma 03.12.2021;
Relazioni con i media	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicati e note stampa;
Azioni trasversali: assistenza ai beneficiari e attività di partenariato	<ul style="list-style-type: none"> • n. 3 eventi promozionali Cultura Crea 2021 in partenariato con attori locali; • Partecipazione incontri Rete dei comunicatori FESR e iniziative di comunicazione Agenzia Coesione.

Tabella 2. Avanzamento indicatori di output Attività di comunicazione (Asse III) al 30.6.2021

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2022	Output
Linee guida, documenti metodologico-operativi	N.	7	5	<ul style="list-style-type: none"> • Istruzioni operative per i beneficiari; • Linee guida beneficiari in materia di informazione e pubblicità; • Manuale d'uso Community MiBAC • Asse I - Linee guida Soggetti Beneficiari • Social media policy
Prodotti informativi e pubblicitari	N.	25	26	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web PON; • Attivazione e gestione di due pagine "social" Facebook e Twitter • Piattaforma online "Forum permanente delle Imprese culturali e creative". • Brochure <i>CulturaCrea</i>; • Video <i>CulturaCrea</i>; • Brochure PON; • PON editato e stampato; • Newsletter "PON News" n. 1/2017; • Newsletter "PON News" n. 2/2017; • Quaderno <i>CulturaCrea</i>. Finanziamenti per le imprese culturali e creative; • Booklet #PONCULTURAESVILUPPO; • Booklet #STORIEDICULTURACREA; • Booklet #PONCULTURAESVILUPPO (dic. 2018); • Landing Page "<i>Cultura crea Cultura</i>"; • 5 video reportage sullo stato di avanzamento del PON; • Video Progetto MUSAS - Riunione di Riesame; • Videointervista ("Fi-compass Showcase2019"); • Landing Page "<i>La Cultura come veicolo e spazio di coesione</i>"; • Brochure – Traiettorie Digitali; • Spot Radiofonico "Cultura Crea Plus"; • Videoclip "Cultura Crea 2.0".

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2022	Output
				<ul style="list-style-type: none"> • indagine volta alla misurazione del “Tasso di conoscenza dei Fondi UE per il tramite del PON Cultura e Sviluppo FESR 2014-2020 presso il grande pubblico”
Attività di informazione e disseminazione (giornate, seminari, ecc.)	N.	15	54	<ul style="list-style-type: none"> • Evento lancio PON 9/6/2015; • <i>CulturaCrea</i> evento di lancio; • 4 seminari regionali; • Partecipazione <i>Borsa archeologica Mediterraneo - Paestum</i> (Ed. 2015-2016); • Partecipazione <i>Forum PA</i> 2017; <p>- Webinar Cultura Crea - 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> • 27/07/2017 • 14/09/2017 • 10/11/2017 <p>- Webinar Cultura Crea - 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> • 28/02/2018 • 19/04/2018 • 23/05/2018 • 12/06/2018 • 24/07/2018 • 28/09/2018 • 31/10/2018 • 28/11/2018 <p>- Webinar Cultura Crea - 2019</p> <ul style="list-style-type: none"> • 21/02/2019 • 08/03/2019 • 03/04/2019 • 08/05/2019 • 05/06/2019 • 26/06/2019 • 10/10/2019 • 19/11/2019 <p>- Webinar Cultura Crea – 2020</p>

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2022	Output
				<ul style="list-style-type: none"> •14/05/2020 Webinar Cultura Crea -2021 con Vulkanik di Catania. Febbraio 2021 con Puglia Creativa. Gennaio Marzo 2021 n. eventi promozionali Cultura Crea 2019: <ul style="list-style-type: none"> - 5 incontri in Campania; - 1 incontri in Basilicata; - 1 incontri in Puglia; - 3 incontri in Sicilia. n. eventi promozionali Cultura Crea 2020: <ul style="list-style-type: none"> - 4 incontri in Campania n. eventi promozionali Cultura Crea 2021: <ul style="list-style-type: none"> -con il Parco Archeologico di Ercolano. Marzo 2021 -con il GAL di Fisciano. Giugno 2021 - con Acceleratore di imprese di Catania, Isola. giugno 2021 •Tavolo stakeholders ICC 6/10/2017; •Tavolo stakeholders ICC 9/11/2017; •Stati Generali delle imprese culturali e creative - Roma, 1-2/2/2018; • “Il patrimonio culturale digitale. Iniziative in Europa e in Italia” - Centro di documentazione europea (Cde) CNR - Roma, 24.10.2018 • “Stakeholders event” - Bruxelles, 28.11.2018 • Seminario "Gli incentivi alle imprese culturali e creative. Gli strumenti MiBAC per favorire la nascita e il consolidamento delle ICC" UniMarconi - Roma, 30.11.2018 • Evento Annuale “Cultura Crea Cultura”, Roma 11.12.2018; • Convegno “Cultura come veicolo e spazio di coesione”, Napoli 14.11.2019;

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo (2023)	Valore al 30.06.2022	Output
				<ul style="list-style-type: none"> • Evento Annuale “Traiettorie Digitali – Gli Attrattori culturali del PON tra reale e virtuale”, Roma 03.11.2020; • Evento Annuale “La Cultura diventa impresa”, Napoli 03.12.2021;

3. Obiettivi strategici del Piano 2022-2023

Le azioni di comunicazione e di informazione pianificate per il periodo luglio 2022 – dicembre 2023 si focalizzeranno principalmente sulla narrazione degli interventi conclusi, dando così maggiore visibilità ai risultati raggiunti, al fine di creare maggiore empatia con il grande pubblico aumentandone la fiducia sul Programma.

L'utilizzo di un linguaggio semplice e immediato consentirà al comune cittadino di comprendere a pieno i benefici risultanti dai finanziamenti europei in termini di valorizzazione dei Luoghi della Cultura, ma anche l'impatto che le politiche di coesione hanno, non solo sul tessuto economico e turistico del territorio, ma anche e soprattutto sulla vita di tutti i giorni.

Per tale ragione e in continuità con le precedenti edizioni, sarà confermata la strategia comunicativa affidata allo *storytelling*, a cui sarà dedicata la narrazione degli oltre 150 progetti finanziati, per esporre i principali sviluppi, gli output realizzati e, nel caso di progetti conclusi o in via di conclusione, i risultati raggiunti.

Inoltre, grazie al consolidato supporto rappresentato dal Soggetto gestore Invitalia verranno incrementate le attività di informazione riguardanti Cultura Crea 2.0. Nello specifico saranno valorizzate le iniziative volte a illustrare i risultati raggiunti attraverso l'ideazione di eventi divulgativi.

Un ruolo importante per il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Piano sarà caratterizzato da una più stretta collaborazione con gli uffici di comunicazione del Ministero in modo da canalizzare uniformemente il flusso di informazioni verso i mass media e raggiungere in modo trasversale i diversi pubblici delle iniziative e dei territori di riferimento a cui si rivolge il Programma.

Le azioni che verranno pianificate per il periodo di riferimento verteranno quindi al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Informare il grande pubblico sui risultati raggiunti grazie agli interventi dell'Asse 1 e sulle opportunità offerte da Cultura Crea 2.0;
- Rafforzare la collaborazione con i beneficiari dell'Asse1 nelle attività di comunicazione e d'informazione dell'Autorità di Gestione;



- Consolidare la collaborazione con la Rete Nazionale dei comunicatori FESR e l'Agencia per la Coesione Territoriale sulle principali novità della politica di coesione per il prossimo ciclo 2021-2027;

4. Pianificazione delle attività per l'annualità 2022-2023

Di seguito, si riportano le azioni previste per l'annualità 2022-2023 evidenziando che, qualora dovesse riproporsi l'emergenza sanitaria da Covid-19, saranno privilegiate le attività realizzabili con metodologie digitali e da remoto.

4.1. Comunicazione on line: web e social

Il sito web www.ponculturaesviluppo.beniculturali.it continuerà a rappresentare lo strumento principale per raccontare i risultati e le opportunità offerte dal Programma.

L'attività ordinaria, garantirà una continuità d'azione, e verterà nel caricamento di informazione e di produzione di contenuti sottoforma di notizie, testi, immagini, video, infografiche dedicate all'avanzamento fisico, procedurale e finanziario del Programma.

La comunicazione sarà incentrata su due finalità: la diffusione delle informazioni riguardanti le opportunità offerte dagli avvisi pubblici presso il target dei Beneficiari Potenziali e il racconto dei risultati delle azioni avviate e degli interventi realizzati.

Maggiore spazio sarà destinato ai risultati raggiunti grazie al Programma, attraverso una più solida collaborazione con le amministrazioni periferiche che racconteranno le storie legate ai progetti del PON. A tal proposito, si procederà alla realizzazione di una **videorubrica** da veicolare attraverso sito web istituzionale, contenente i risultati dei singoli progetti. Nello specifico, saranno realizzate una serie di interviste, a cadenza bimestrale, dedicate ad un attrattore per ciascuna delle cinque regioni interessate dal Programma menzionato: Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

Essendo già disponibile per ciascuno degli attrattori sopra elencato, una copiosa quantità di materiale video *on-line*, è stato pensato di presentare gli attrattori al pubblico mettendoli sotto una nuova luce, creata dalle visioni personali, intime e uniche di chi racconterà l'attrattore stesso: questo contribuirebbe a rendere la videorubrica differente rispetto agli altri

prodotti attualmente visionabili. La videorubrica metterà in luce anche dati statistici ed obiettivi raggiunti grazie ai finanziamenti ricevuti, risultati di cui il cittadino spesso non ha conoscenza, mentre le interviste costituirebbero testimonianze della gestione dell'attrattore stesso e della programmazione/attuazione del PON Cultura e Sviluppo.

In quest'ottica, l'utilizzo dei **social network** può assumere un ruolo fondamentale nella comunicazione delle attività del PON Cultura, sia in termini di informazione sui nuovi progetti finanziati, che di aggiornamento sul work in progress, ma soprattutto sui risultati raggiunti. Un utilizzo strategico di questi strumenti permette di ottenere risultati importanti in termini di visibilità sull'opinione pubblica e sui media stessi.

Le attività di comunicazione proseguiranno attraverso la pagina Facebook dedicato al Programma. Tale canale verrà utilizzato per condividere contenuti multimediali e per dirette di eventi specifici.

Per la presente annualità, alla luce dei risultati fino ad ora raggiunti, si prevede la creazione anche di una pagina Instagram che, attraverso il supporto degli Attrattori coinvolti nei progetti, racconterà l'evoluzione dei medesimi. In particolare, attraverso il *visual storytelling*, la narrazione visuale punterà ad aumentare la fidelizzazione con i propri *followers*, raggiungendo, in tal modo, con un differente tipo di comunicazione visiva e immediata un'ulteriore fetta di pubblico. Verranno utilizzate le immagini per raccontare i progetti, o anche quello che sarà presentato durante un evento.

Il canale citato rientra in un progetto pilota allo scopo di verificare la fattibilità d'azione e la sua utilità volta a ricercare e definire una base specifica di pubblico soprattutto in vista della nuova programmazione 2021 -27.

4.2. Iniziative di comunicazione diretta: incontri informativi, webinar e seminari.

In continuità con le precedenti annualità, proseguiranno le attività di comunicazione diretta attraverso la realizzazione di specifici webinar dedicati alla misura Cultura Crea 2.0 e destinati sia ai beneficiari effettivi, che più in particolare ai beneficiari potenziali.

Come nelle precedenti annualità, il Soggetto Gestore Invitalia organizzerà appuntamenti informativi e promozionali anche in collaborazione con le strutture periferiche del MiC, associazioni di categoria ed Università al fine di intercettare e coinvolgere tutti i potenziali beneficiari della Misura.

4.3. Eventi

Gli eventi rappresentano occasioni di comunicazione in grado di raggiungere un target eterogeneo e multilivello come quello coinvolto nel Programma.

A tal proposito, è prevista l'organizzazione dei seguenti appuntamenti: l'evento annuale 2022, l'evento annuale 2023 e l'evento di chiusura del Grande Progetto Pompei.

Per l'evento annuale 2022, posticipato a gennaio 2023, si prevede la realizzazione all'interno del maniero conosciuto come "Forte a Mare", imponente fortezza realizzata nel '500 sull'Isola di Sant'Andrea – posizionata insieme al Castello Alfonsino all'ingresso del porto di Brindisi. Sarà data evidenza all'importanza che ha rivestito la collaborazione tra Amministrazione centrale e Amministrazioni periferiche nel raggiungimento degli obiettivi comuni, coinvolgendo la Direzione Regionale Musei Puglia, la Soprintendenza di Bari e il Segretariato Regionale Puglia.

L'evento sarà costituito da un convegno dedicato al tema dei Castelli e delle Fortificazioni presenti nel territorio pugliese: all'interno del salone predisposto per l'evento e allestito con pannelli sinottici sarà data visibilità e conto dei risultati conseguiti con l'asse di finanziamento in questione. Saranno invitati a partecipare al dibattito rappresentanti istituzionali, enti e associazioni che discuteranno sui temi inerenti alla gestione e valorizzazione del patrimonio storico-culturale con un particolare focus sulle loro ricadute economico-sociali-culturali.



Tra le prioritarie intenzioni dell'AdG quella di contribuire alla realizzazione dell'evento di chiusura del Grande Progetto Pompei, da calendarizzare entro la fine del primo semestre del 2023.

Diffondere tra i cittadini i risultati del Grande Progetto Pompei è importante, quanto necessario: da simbolo di crolli e abbandoni a buona pratica europea di spesa dei Fondi Strutturali e di collaborazione istituzionale.

Trattandosi di un progetto significativo e ambizioso dovrà essere organizzato e realizzato in collaborazione con i vertici del Ministero della Cultura, della Direzione Generale Musei, del Parco Archeologico al fine di intercettare la presenza e la partecipazione delle massime cariche politiche italiane ed europee.

L'iniziativa è finalizzata a far conoscere l'enorme opera di restaurazione e messa in sicurezza attuata per consolidare il sito archeologico, renderlo fruibile a tutti e stimolando lo sviluppo economico dell'intero territorio di riferimento.

Oltre a rappresentare, infatti, un'occasione di impulso per il territorio circostante in termini di occupazione e indotto, il Grande Progetto Pompei delinea uno degli elementi caratterizzanti il rilancio della Campania e del Mezzogiorno.

Il Programma dell'evento prevederà l'ideazione di sessioni di carattere istituzionale all'interno delle quali saranno invitate a partecipare proprio le principali Autorità comunitarie, nazionali e locali coinvolte e di taglio divulgativo, dedicato al pubblico e alla cittadinanza.

Per l'organizzazione dell'evento si prevede una importante e massiccia campagna di comunicazione che utilizzi i seguenti strumenti:

- attività di ufficio stampa;
- produzione materiale informativo a stampa;
- realizzazione materiale audiovisivo;
- attività social;
- eventuale diretta streaming dell'evento sul Web.



4.4. Materiale a stampa e audiovisivi

In linea con quanto già realizzato, si prevede la pubblicazione di materiali divulgativi e formativi (depliant, brochure, slide, infografiche tale da rendere più accessibili ai cittadini le informazioni sulle opportunità e sui risultati del Programma), e a stampa di carattere divulgativo e di approfondimento che puntino a una rappresentazione capace di illustrare i progetti.

In occasione degli eventi e di particolari incontri di natura istituzionale (Comitati di Sorveglianza, incontri informativi, workshop e seminari, attività di comunicazione diretta, etc.) potranno essere realizzate anche video-interviste dedicate.

Tutto il materiale sarà, come sempre, caricato sul sito internet dedicato al Programma.

Relazioni con i media

Parallelamente e in maniera trasversale rispetto alle diverse attività, proseguirà il supporto all'ufficio stampa centrale del MiC per la composizione di informative dedicate alla stampa e afferenti iniziative cofinanziate dal PON Cultura e Sviluppo.

Tale supporto sarà fornito anche per le conferenze stampa, organizzate dal Ministero in occasione di eventi particolarmente importanti e rilevanti per il Programma, nonché per l'ideazione di comunicati stampa, interviste, ecc., al fine di assicurare la massima copertura mediatica sui principali mezzi di informazione nazionali e locali.

4.5. Assistenza ai beneficiari e attività di partenariato

Oltre all'eventuale aggiornamento delle Linee guida per i beneficiari, continuerà a essere attuata l'assistenza alla realizzazione dei materiali di comunicazione, sia relativi a iniziative di divulgazione dei progetti e dei risultati raggiunti, sia quelli previsti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (poster, cartellone temporaneo, targa).

Inoltre, in linea con le precedenti annualità, l'Autorità di Gestione del Programma assicurerà la propria presenza agli incontri di coordinamento e confronto con la **Rete nazionale dei comunicatori FESR**, il gruppo operativo presieduto dall'Agenzia per la Coesione Territoriale che intende facilitare la circolazione delle informazioni, lo scambio di esperienze e la

progettazione di azioni coordinate in tema di comunicazione tra le diverse Autorità di Gestione dei Fondi.

5. Monitoraggio e valutazione

Il monitoraggio continuerà a essere strumento essenziale nel ciclo di vita della Strategia e dei Piani di comunicazione del Programma, per verificare puntualmente quanto realizzato e apportare eventuali azioni correttive e migliorative.

In particolare, le attività di monitoraggio e valutazione saranno volte a verificare lo sviluppo e l'efficacia delle azioni e degli strumenti di comunicazioni in merito a:

- contenuti del PON e agli interventi realizzati;
- la trasparenza, l'accessibilità e la fruibilità delle informazioni;
- la diffusione e lo scambio costruttivo di informazioni con le amministrazioni nazionali e regionali in merito alle azioni programmate;
- la diffusione di informazioni per una partecipazione consapevole dei potenziali beneficiari alle azioni/interventi; lo sviluppo della capacità di comunicazione nei vari soggetti coinvolti nella gestione e attuazione del PON;
- l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione svolte.

6. Budget

Per la realizzazione delle azioni rappresentate nel presente Piano di comunicazione 2022-2023 si stima un impegno economico pari a € 40.000,00, ripartito secondo azioni di seguito riportate:

Linee di attività	Budget indicativo
Eventi	€ 30.000,00
Materiale a stampa e audiovisivi	€ 10.000,00
Totale	€ 40.000,00