



PON IMPRESE E COMPETITIVITÀ
INIZIATIVA PMI
2014-20



Presentazione PON IC e PON Iniziativa PMI Piano di Comunicazione 2016

Modifiche Strategia di Comunicazione

Il **Regolamento (UE) 1303/2013 all'articolo 116** prevede che l'Autorità di gestione sia responsabile dell'elaborazione di una Strategia di comunicazione per ciascun Programma operativo o di una **strategia comune a più PO**

In considerazione della:

- stessa responsabilità gestionale affidata al MiSE-DGIAI (AdG)
- forte complementarità e sinergia tra i due programmi

l'AdG ha deciso di elaborare una strategia di comunicazione unitaria



Piano di comunicazione 2016

Azioni di comunicazione previste nella
Strategia **PON Imprese e Competitività**



POND Iniziativa PMI

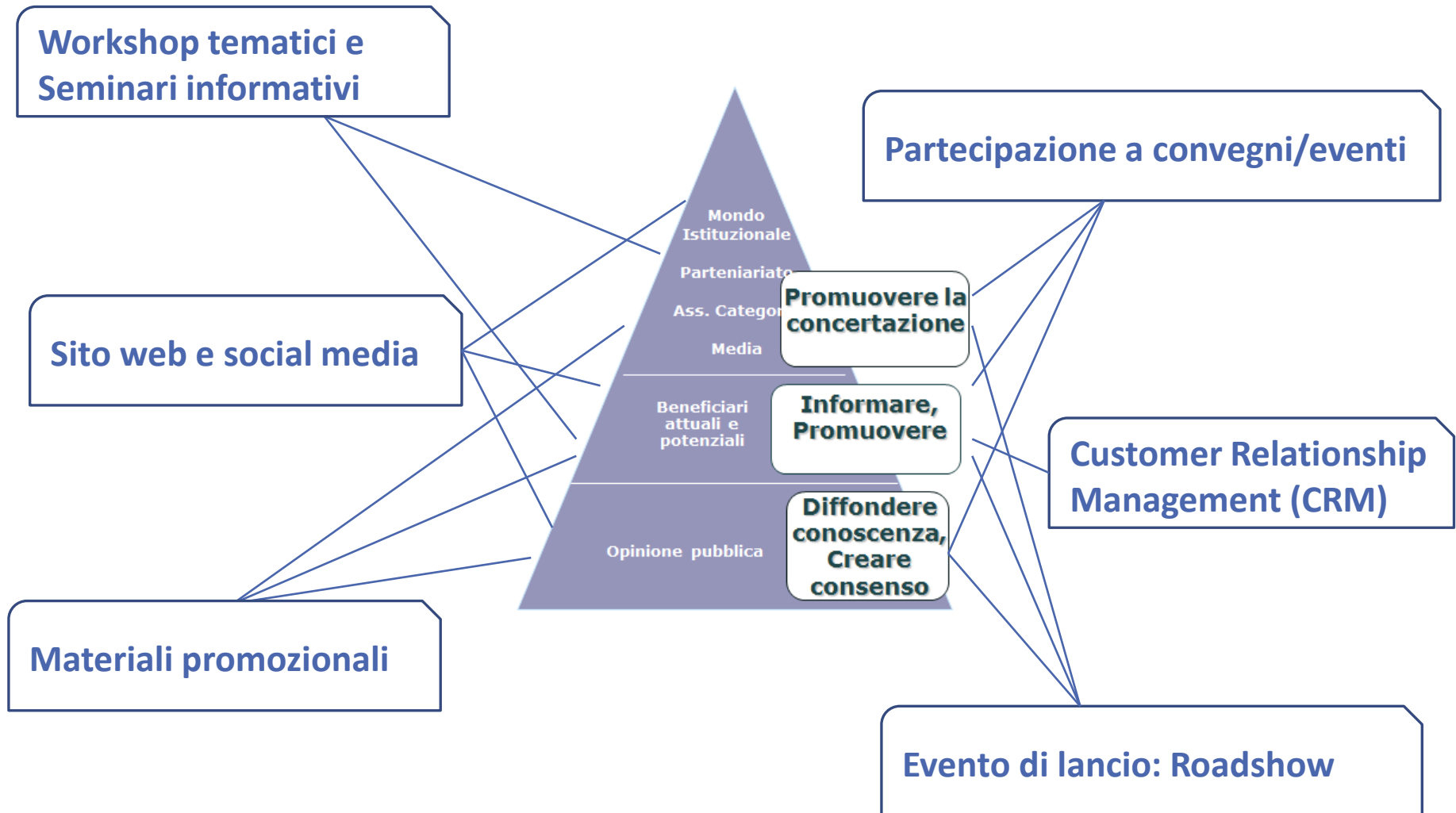


Piano di Comunicazione unitario
PON
IMPRESE E COMPETITIVITA'
INIZIATIVA PMI
2014-2020

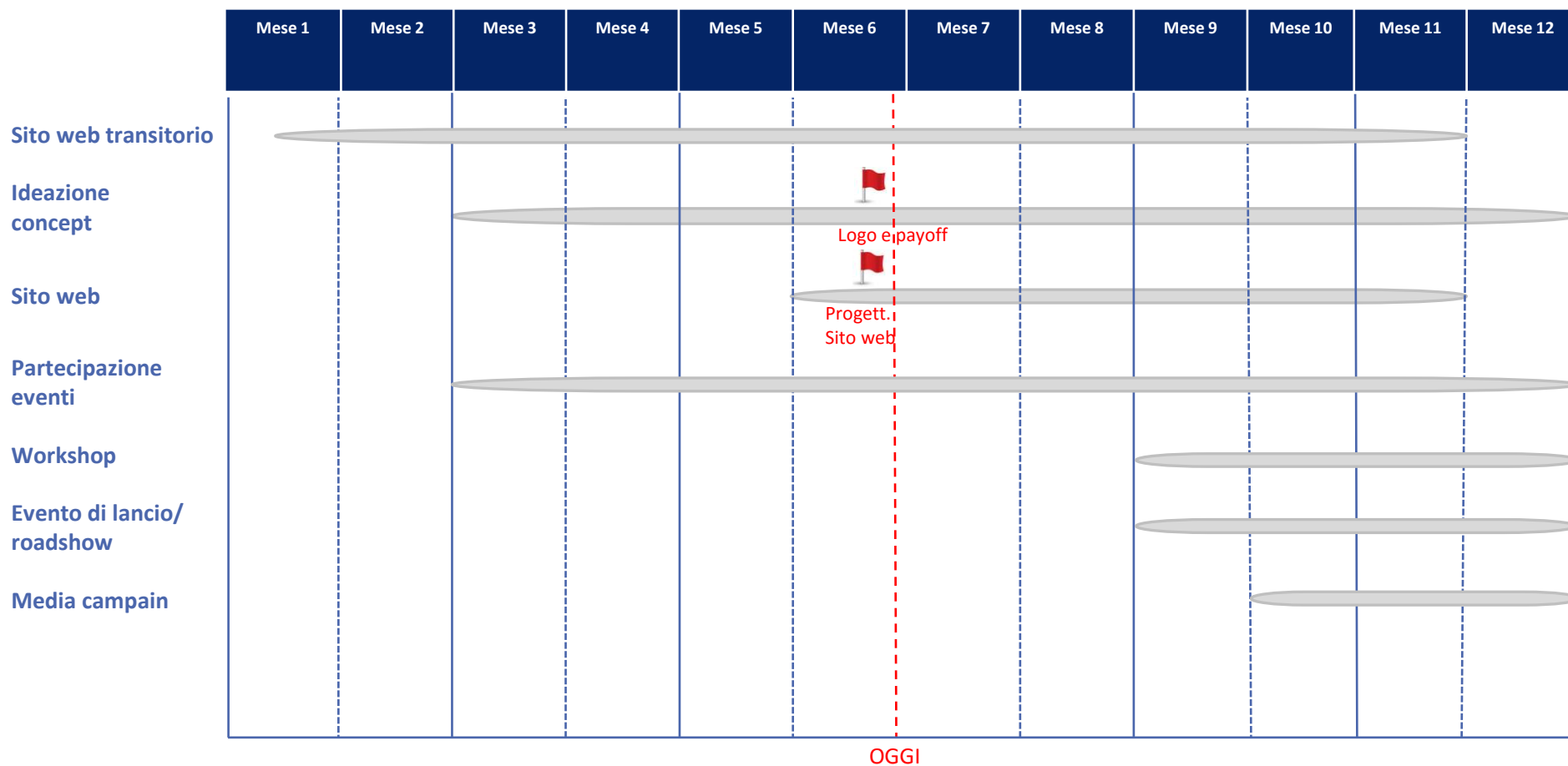


Obiettivi:

- Assicurare diffusione e conoscenza alla nuova programmazione 2014-2020
- Garantire trasparenza e accessibilità
- Raggiungere il più ampio numero di destinatari
- Rafforzare le relazioni tra cittadini/imprese e Amministrazioni e tra cittadini/imprese e CE
- Implementare un modello di relazione diretta con ciascun target specifico



Pianificazione delle attività 2016



Governance e Organizzazione

L' AdG attua il **coordinamento** e l'**implementazione** della Strategia di comunicazione per entrambi i PON attraverso una struttura organizzativa dedicata, assicurando il raccordo ed il coordinamento delle attività con gli OOII

→ Attività realizzate

- nominato il **Responsabile** della Strategia di comunicazione e del coordinamento delle attività di informazione e comunicazione
- costituita un' **Unità Operativa** che rappresenta un **gruppo di lavoro** permanente e stabilmente **dedicato** alla attuazione degli interventi definiti dai Piani comunicazione annuali (redazione web, animazione territoriale, etc.)

→ Attività da realizzare

- in corso di definizione il **Comitato di coordinamento**, di cui farà parte anche un referente di ciascun Organismo intermedio
- da costituire, dove necessario, specifici gruppi di lavoro transitori (**risorse specialistiche**)



Ideazione del Concept

→ Attività realizzate:

- Identificazione dei valori del marchio
- Definizione del **logotipo** – **immagine coordinata** dei due programmi

→ Attività da realizzare

- Ideazione del concept, definizione dello stile di comunicazione e dell'identità digitale
- **manuale d'uso digitale** comprensivo delle specifiche grafiche e delle indicazioni di carattere operativo per il corretto utilizzo del logo dei Programmi da parte di tutti gli interessati

PON IMPRESE E COMPETITIVITÀ
INIZIATIVA PMI
2014>20

PON IMPRESE E
COMPETITIVITÀ
2014>20

PON INIZIATIVA
PMI
2014>20

Sito web dedicato

→ Attività realizzate

- Realizzazione di una iniziale presenza web attraverso sezione dedicata del sito MiSE
- <http://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/impresa/pon-impres-e-competitivita>
- <http://www.mise.gov.it/index.php/it/incentivi/impresa/pon-iniziativa-pmi>
- In corso la progettazione del sito mirata agli specifici target, grafica moderna ed essenziale, si prevede una struttura dinamica adatta all'immediatezza delle informazioni, responsive design, interattiva e rispondente alle caratteristiche di usabilità per gli utenti



→ Attività da realizzare

Presenza su canali di content sharing

- Al fine di promuovere l'interazione e la condivisione dei contenuti del programma

Reputazione digitale

- Tutte le azioni e strumenti capaci di accrescere il livello di partecipazione e diffondere la conoscenza

Redazione

- Organizzazione e sviluppo dei contenuti

Apertura canali social

- La narrazione del sito sulle opportunità del Programma continua sui social

Manutenzione evolutiva

- Al fine di andare incontro all'evolversi delle necessità informative del Programma è previsto un sistema scalabile

Attività legate al lancio del sito

- Evento di lancio

Eventi - Seminari - Convegni

Al fine di rafforzare la rete delle relazioni e stimolare l'interesse sulle attività dei Programmi, facendo conoscere le opportunità in corso di svolgimento ed avvio, è prevista:

- l'organizzazione di **eventi «interni»** ovvero progettati e predisposti dalla stessa Autorità di Gestione
- la partecipazione a selezionati **eventi «esterni»** di tipo fieristico e/o incontri di portata locale, nazionale e internazionale in cui si garantisce la presenza di rappresentanti dell'Autorità di Gestione

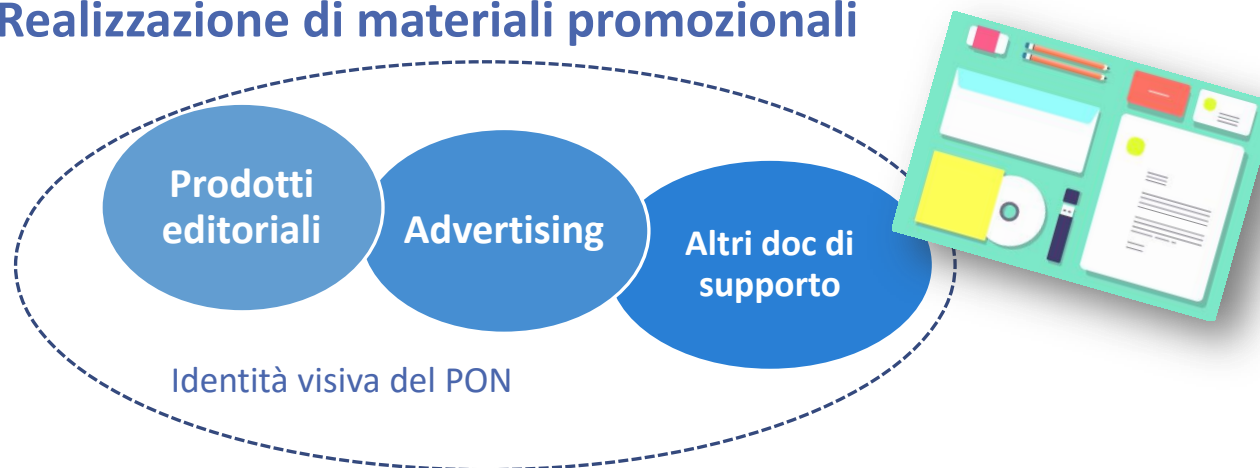
→ Attività realizzate	
Eventi esterni	▪ 4°Salone Mediterraneo della Responsabilità Sociale
	▪ EnergyMed
	▪ Seminario «Le libere Professioni ed i Fondi UE»
	▪ WIRE 2016 - Seal of Excellence in the National Operational Programme Enterprises & Competitiveness
Eventi interni	▪ Workshop Imprese e competitività: gli obiettivi della programmazione 2014-2020 per lo Sviluppo del Mezzogiorno – workshop organizzato all'interno del Forum PA per presentare gli obiettivi della nuova programmazione 2014-2020

→ Attività da realizzare	
Eventi interni	▪ Evento di Lancio – Roadshow sul territorio - per interagire da vicino con i potenziali beneficiari e presentare i Programmi
	▪ Workshop e seminari tecnici – incontri tecnici con potenziali beneficiari e/o beneficiari dei Programmi
Eventi esterni	▪ Partecipazione a Seminari, workshop, giornate formative etc.

Linee Guida per i beneficiari

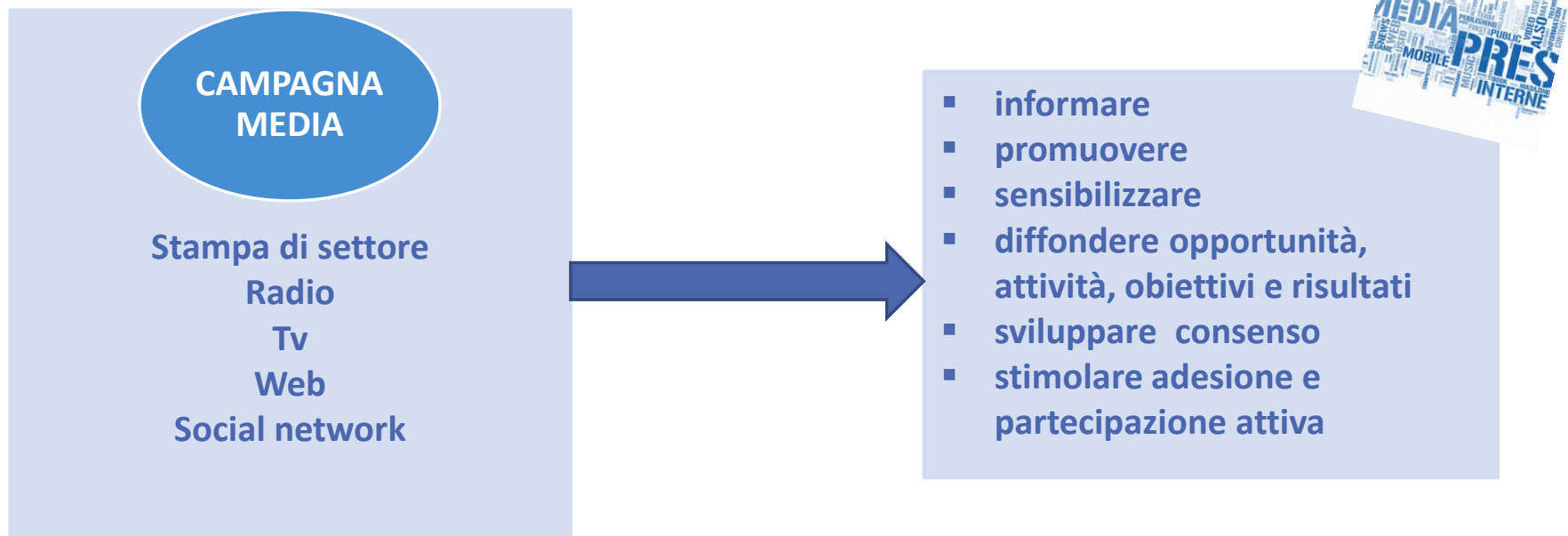


Realizzazione di materiali promozionali



Campagna di Comunicazione

Saranno attivati e utilizzati progressivamente **canali diversificati**, in funzione degli specifici target e dello stato di avanzamento dell'attuazione dei Programmi

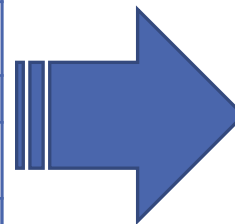


Progettazione e definizione del sistema di monitoraggio della comunicazione

Al fine di verificare l'efficacia del Piano di Comunicazione è prevista l'attivazione di uno specifico sistema di monitoraggio e valutazione. Le tabelle seguenti descrivono i valori target associati ad alcuni indicatori di realizzazione e di risultato preliminarmente identificati per l'anno 2016. I valori target degli indicatori si riferiscono complessivamente ad entrambi i PO

Indicatori di realizzazione

Azioni 2016	Indicatori di realizzazione	Valore target 2016
EVENTI	N. Eventi interni	5
	N. Eventi esterni	10
MEDIA CAMPAIN	N. Campagna stampa realizzate	1
STAMPA	N. Comunicati Stampa diffusi	5
	N. Articoli pubblicati	8
MATERIALE INFORMATIVO	N. Pubblicazioni realizzate	1
SITO WEB	N. Pagine web pubblicate	20
	N. News pubblicate	12
	N. Aggiornamenti effettuati	6
SOCIAL	N. Canali social attivati	2
	N. Contenuti postati	20



Indicatori di risultato

Azioni 2016	Indicatori di risultato
EVENTI	% Presenze registrate/invitati
	% Contatti generati/Presenze
SITO WEB	N. Visite
	N. Visitatori unici
	N. Download effettuati
	N. Pagine visualizzate
SOCIAL	N. Contenuti condivisi
	N. Follower
	N. Retweet