



*Agenzia per la coesione territoriale*

# PIANO DI COMUNICAZIONE



*Release 21 giugno 2018*



## *Agenzia per la coesione territoriale*

|   |    |
|---|----|
| Premessa .....                                      | 3  |
| 1. Contesto .....                                   | 4  |
| 2. Obiettivi .....                                  | 5  |
| 3. Pubblici di riferimento .....                    | 5  |
| 4. Messaggi chiave .....                            | 6  |
| 5. Azioni .....                                     | 7  |
| 6. Monitoraggio e valutazione .....                 | 10 |
| 7. Organizzazione e risorse .....                   | 12 |
| 8. Piani di attività locale e cartellonistica ..... | 13 |
| 9. Cronoprogramma attività 2018 .....               | 14 |



## *Agenzia per la coesione territoriale*

### **Premessa**

Il processo avviato con la sottoscrizione e l'avvio della fase attuativa dei Patti per lo sviluppo rappresenta uno dei maggiori elementi di spinta propulsiva e di accompagnamento dei territori nella realizzazione di politiche finalizzate al miglioramento delle condizioni socio-economiche e di competitività delle regioni e delle città italiane. Per tale motivo, così come già previsto nella fase di sottoscrizione dei Patti, è opportuno, se non indispensabile, provvedere ad accompagnare l'intero percorso con un'azione strutturata e sistemica informativa finalizzata da un lato alla promozione e divulgazione delle attività messe in campo e, dall'altro, alla diffusione trasparente e partecipata dell'avanzamento, dei risultati e del valore di impatto che tali strumenti sono in grado di generare sulla dimensione di competitività territoriale e nazionale.

Come previsto dalla delibera 26/2016 del CIPE, l'Agenzia per la coesione territoriale è responsabile del coordinamento e della vigilanza sull'attuazione e svolge, altresì, l'azione di monitoraggio e valutazione degli obiettivi raggiunti. Ed è sempre il testo della delibera a prevedere che al fine di diffondere le informazioni inerenti agli obiettivi, alla realizzazione e ai risultati raggiunti, l'Agenzia predispone un piano di comunicazione.

In questa direzione, al fine di costruire una cornice di lavoro e di coordinamento sistematica, con questo documento l'Agenzia per la coesione territoriale intende proporre un insieme di **linee di indirizzo per una strategia di comunicazione** dei Patti per lo sviluppo. Tali linee costituiscono il quadro di riferimento per la definizione dei valori informativi e relazionali da condividere e per la realizzazione e la pianificazione annuale delle azioni di comunicazione da attuare, in collaborazione con le Regioni e le Città metropolitane interessate, in tema di Patti per lo sviluppo. L'obiettivo del documento è quello di presentare un'innovativa metodologia di cooperazione tra Governo centrale e governo del territorio, secondo una rinnovata impostazione di attuazione ed accompagnamento informato e partecipato delle politiche per lo sviluppo.

Le attività di comunicazione contribuiranno alla costruzione di uno storytelling efficace delle realizzazioni concrete, dei progetti e degli interventi attuati sui territori. Sarà necessario, in particolar modo, far emergere lo stato di avanzamento dei progetti, anche attraverso azioni di monitoraggio civico che coinvolgeranno direttamente i cittadini e gli studenti delle scuole superiori.



## *Agenzia per la coesione territoriale*

### **1. Contesto**

Con i Patti per lo sviluppo, il Governo, le Regioni e le Città metropolitane si impegnano su alcuni obiettivi prioritari per l'integrazione tra strumenti di programmazione, la convergenza tra fonti di finanziamento, il coordinamento interistituzionale e l'accelerazione della spesa per investimenti, fissando tempi certi di realizzazione. Il contenuto dei Patti per lo sviluppo aggiunge all'attuale impianto normativo una *governance* paritetica da esercitarsi congiuntamente con le Regioni e gli enti locali firmatari per l'attuazione dei progetti ed il relativo monitoraggio e controllo.

L'Agenzia per la coesione territoriale è chiamata a contribuire alla realizzazione delle iniziative di investimento che il Governo, di concerto con le Amministrazioni regionali e locali, sta definendo per garantire la certezza della realizzazione degli interventi. L'Agenzia è l'amministrazione responsabile del coordinamento e della vigilanza sull'attuazione dei Patti per lo sviluppo e svolge l'azione di monitoraggio e valutazione degli obiettivi raggiunti; riferisce alla Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le politiche di coesione (DPCoe), sullo stato di attuazione dei Patti ed annualmente presenta al CIPE una relazione sulle eventuali modifiche intervenute e sullo stato di avanzamento degli interventi inseriti nei Patti predisposta dal DipCoe sulla base dei dati informativi forniti dall'Agenzia.

Sotto l'impulso e il coordinamento dell'Agenzia per la coesione territoriale, dopo aver preliminarmente condiviso un piano di lavoro semestrale, è stato richiesto alle Regioni/Città metropolitane di fornire le schede di progetto corredate dal cronoprogramma per l'attuazione e dal nome del Responsabile Unico di Progetto (RUP) e, come previsto dall' art. 5 di ciascun Accordo, sono stati individuati i Responsabili Unici dei Patti sottoscritti.

Tra le proposte che sono state condivise vi è quella di dotarsi di un cruscotto gestionale unico per tutti i Patti, costruito e condiviso nell'ambito dei diversi Comitati di Indirizzo, da cui poter estrarre anche informazioni qualitative. Ciò è necessario e funzionale sia per le attività in capo ai Responsabili Unici, sia per una lettura complessiva dell'insieme dei Patti.

Tale cruscotto rappresenterebbe sinteticamente, per ciascun progetto:

- le informazioni provenienti dal Sistema Nazionale di Monitoraggio, comunemente noto come BDU;
- le informazioni qualitative non contenute nel sistema;
- le previsioni degli atti/ azioni da adottare/ avviare nel successivo bimestre;
- le eventuali annotazioni rilevanti quali i punti di forza/ punti di debolezza utili a valutare l'effettiva realizzabilità del progetto.

Alla luce di ciò, al fine di adempiere al proprio ruolo, l'Agenzia si sta progressivamente dotando di metodi e di strumenti di lavoro in grado di supportare ed accompagnare le istituzioni coinvolte



## *Agenzia per la coesione territoriale*

nell'attuazione e gestione dei Patti per lo sviluppo, garantendo in particolare una coerente implementazione delle informazioni necessarie, una uniforme reportistica e univoche metodiche di analisi e soprattutto l'attività di comunicazione e presentazione di tali strumenti al cittadino.

### **2. Obiettivi**

Le azioni di comunicazione da realizzare per promuovere i valori e le attività messe in campo con i Patti per lo sviluppo dovranno puntare principalmente ai seguenti obiettivi strategici:

- 1- comunicare che **cosa sono i Patti**: quali sono gli obiettivi e quali gli **elementi di innovazione** nell'impostazione della politica per lo sviluppo garantiti attraverso lo strumento:
  - coniugazione tra visione e azione;
  - integrazione tra strumenti di programmazione;
  - convergenza tra fonti di finanziamento;
  - coordinamento interistituzionale;
  - forte responsabilizzazione di tutti i soggetti che operano sul territorio;
  - accelerazione della spesa per investimenti;
- 2- informare correttamente sulla **governance allargata** dello strumento, chiarendo ruoli e competenze tra i diversi livelli di governo;
- 3- accompagnare l'implementazione dei Patti attraverso un'azione di **informazione e comunicazione costante sull'attuazione** degli interventi prioritari e trainanti;
- 4- dare **visibilità ai risultati** raggiunti in funzione dei cronoprogrammi stabiliti e **comunicare l'impatto diretto** degli interventi sul territorio;
- 5- valorizzare e far emergere le "storie", anche e soprattutto attraverso un racconto diretto che provenga dai cittadini e dai territori.

### **3. Pubblici di riferimento**

La selezione dei pubblici di riferimento verso cui orientare l'attività di comunicazione non può prescindere da una macro-segmentazione sostanzialmente fondata sui ruoli dei principali attori del processo di sviluppo ed attuazione dei Patti, nonché di influenza tanto intermediata che disintermediata dell'opinione pubblica più in generale. Per tale motivo le principali categorie di pubblici sono riconducibili a:

- **amministratori centrali e locali e soggetti attuatori**, partendo dai grandi player (es. esempio RFI – ANAS - TERNA – ENI);



## *Agenzia per la coesione territoriale*

- **partenariato economico e sociale** (destinatari in forma diretta di misure di aiuto previste nei Patti e in forma indiretta di un complessivo processo di rilancio della competitività del territorio);
- **media** (nazionali e locali) e altre categorie di **influencer**;
- **cittadini e società civile**.

### **4. Messaggi chiave**

Il concetto chiave da declinare nei messaggi informativi e nei *claim* promozionali che accompagneranno la strategia comunicativa è sostanzialmente fondato sull'idea che i Patti per lo sviluppo costituiscono un elemento propulsivo e realizzativo delle politiche di sviluppo. Per ciascun pubblico di riferimento, il messaggio chiave potrà poi avere declinazioni peculiarità a seconda degli obiettivi di comunicazione puntuali e specifici. A titolo esemplificativo:

#### *Amministratori locali e soggetti attuatori*

- le priorità stabilite a livello locale sono parte di un disegno strategico di portata nazionale;
- i Patti valorizzano la capacità di programmare dando rapido avvio agli interventi strategici;
- si consolida un modello di *governance* allargata nelle politiche di sviluppo che va oltre la durata degli interventi.

#### *Partenariato economico e sociale*

- i Patti sostengono il tessuto economico e produttivo locale;
- i Patti finanziano opere e servizi strategici per promuovere la competitività dei territori;
- l'accelerazione degli investimenti pubblici supporta gli investimenti privati.

#### *Media nazionali e locali, influencer*

- le priorità stabilite a livello locale sono parte di un disegno strategico di portata nazionale;
- i Patti innovano l'impostazione delle politiche per lo sviluppo attraverso la cooperazione tra governo centrale e territorio;
- i Patti innovano l'impostazione delle politiche per lo sviluppo attraverso una forte responsabilizzazione dei vertici politici e amministrativi.

#### *Cittadini e società civile*

- lo sviluppo del territorio in cui si vive riguarda l'intero Paese;
- gli interventi da finanziare sono stati scelti mettendo al centro l'interesse collettivo;
- le risorse per lo sviluppo ci sono e questo strumento servirà a spenderle in modo efficace e in tempi rapidi.



## *Agenzia per la coesione territoriale*

### **5. Azioni**

Le azioni di comunicazione devono supportare l'attuazione degli interventi previsti dai Patti per lo sviluppo e verranno realizzate facendo ricorso a strumenti di comunicazione differenti, al fine di raggiungere più efficacemente gli obiettivi del presente quadro strategico. Per dare organicità ed immediata visibilità agli interventi, tutte le attività saranno caratterizzate da un elemento identificativo coerente con l'immagine dell'Agenzia.

#### **5.1 Azioni di promozione: eventi**

L'obiettivo di questa azione è quello di migliorare la conoscenza dei cittadini circa l'esistenza degli interventi programmati, l'origine delle fonti di finanziamento, il budget stanziato, la visione di massima di ogni Patto, la tempistica di realizzazione e lo stato di avanzamento.

Si prevede di far realizzare eventi territoriali relativi a ciascun patto, di competenza dell'amministrazione regionale e/o metropolitana, che informi i pubblici di riferimento circa le attività, le tempistiche e la realizzazione degli interventi. I singoli eventi organizzati dalle amministrazioni territoriali saranno coordinati dall'Agenzia per la coesione.

#### **5.2 Azioni di informazione: spazio Web e social**

L'implementazione di uno spazio web dedicato ai Patti, da realizzare nell'ambito del sito web dell'Agenzia per la coesione territoriale, garantirà la veicolazione di tutte le informazioni necessarie al cittadino/utente per approfondire le azioni e gli interventi programmati e seguirne il loro andamento.

L'alimentazione dei contenuti dello spazio web potrà essere garantita anche attraverso l'utilizzo degli Open Data, secondo un flusso continuo e condiviso tra Amministrazioni (Referenti della comunicazione) e l'Ufficio comunicazione dell'Agenzia.

Lo spazio web costituirà un mezzo sia di informazione tecnica e specialistica per gli operatori pubblici e privati, potenziali beneficiari delle azioni, sia di sensibilizzazione per l'intera opinione pubblica sui temi generali dell'azione di governo attraverso un costante aggiornamento durante tutto il periodo di programmazione. I contenuti presenti saranno composti non solo da testi, ma privilegeranno soprattutto materiale fotografico e multimediale che attesti l'attività dei cantieri anche in modalità georeferenziata.

Lo spazio web sarà alimentato attraverso gli input provenienti da Regioni e Città Metropolitane, secondo un flusso continuo che dovrà consentire di realizzare azioni di comunicazione efficaci coordinate dall'Agenzia.

Il sistema presenterà contenuti di interesse per la comunità e l'economia, perché porterà alla luce le attività realizzate e descriverà, anche con eventuali infografiche, video, dati e connessioni con il



## *Agenzia per la coesione territoriale*

portale OpenCoesione, l'avanzamento del processo di attuazione dei Patti, il presidio di conoscenza e di elaborazione di possibili soluzioni, la descrizione dell'attuazione degli interventi per lo sviluppo del territorio, per il rilancio dell'economia.

A fianco dell'azione web, sarà necessario prevedere un'azione di diffusione delle attività, dei valori e dei progetti previsti all'interno dei Patti, con un accurato utilizzo dei principali social media, anche mediante i canali ufficiali dell'Agenzia e quelli delle Amministrazioni coinvolte, in stretto coordinamento attuativo.

Le azioni di comunicazione social dovranno essere opportunamente differenziate per target di riferimento, favorendo così un efficace engagement dell'audience e dei pubblici interessati. La diffusione delle informazioni inerenti i Patti dovrà essere potenziata grazie all'utilizzo di contenuti di qualità e alla costruzione di "relazioni" attraverso l'uso corretto di hashtag e mention.

Ampio spazio dovrà essere garantito allo storytelling delle realizzazioni concrete, attraverso interviste da realizzare durante gli incontri territoriali, infografiche e ulteriori attività di comunicazione sull'avanzamento dei singoli progetti.

Social card e infografiche saranno strutturate congiuntamente dall'Agenzia e dalle Amministrazioni (Regioni e Città Metropolitane), attraverso i rispettivi referenti della comunicazione, al fine di garantire un ampio spazio all'impatto degli interventi previsti dai Patti per lo Sviluppo sulla vita quotidiana dei territori e sulla qualità della stessa.

### **5.3 Identità visiva**

L'Agenzia per la coesione territoriale propone il seguente logo per conferire un'identità visiva alle attività di comunicazione dei Patti per lo Sviluppo relative alle azioni web, social e agli eventi.

Successivamente l'Agenzia invierà a tutti i referenti il logo proposto in formato vettoriale, e una versione in negativo, per le diverse declinazioni e usi possibili.

Le Città Metropolitane e le Regioni potranno customizzare il proprio logo ufficiale dei Patti per lo Sviluppo, al fine di accrescerne la riconoscibilità sul territorio di riferimento, utilizzandolo congiuntamente al logo proposto dall'Agenzia, nell'ottica di una identità visiva condivisa.



*Agenzia per la coesione territoriale*



#### **5.4 Azioni di supporto: pubblicazioni e materiali documentali**

Si prevede la realizzazione e la distribuzione di prodotti cartacei, in formato digitale e multimediali di supporto che possano essere impiegati per diffondere informazioni e suscitare interesse, nel corso di seminari o convegni, o da veicolare attraverso i media. Potranno essere diffusi anche in formato e-book con l'obiettivo di dare massima visibilità alle informazioni procedurali e di avanzamento attraverso pillole, comunicati stampa, infografiche e i casi/esperienze maggiormente significativi per i territori, secondo quanto inserito nelle Relazioni Semestrali previste dalle Delibere CIPE.

Le pubblicazioni e i materiali documentali saranno a cura delle amministrazioni titolari dei Patti, mentre l'Agenzia manterrà un ruolo di coordinamento a partire dalla condivisione della visual identity.

Il carnet documentale proposto comprenderà, tra l'altro, una serie di "pillole informative" a cura dell'Agenzia per la coesione territoriale.

La circolazione del materiale documentale tra Amministrazioni e l'Agenzia, sarà garantita in formato digitale con ricorso residuale alla stampa.

Lo stato di avanzamento dei singoli Patti potrà essere inserito in una newsletter mensile a cura dei Responsabili della comunicazione territoriali. L'Agenzia potrà assicurarne una diffusione ampia, anche presso il partenariato economico e sociale.

#### **5.5 Attività di relazione con i media**

Si prevede di realizzare nel corso del 2018 una serie di attività di relazione e comunicazione con i media nazionali e locali al fine di divulgare i risultati e le attuazioni concrete dei Patti per lo Sviluppo, sulla base delle indicazioni puntuali dei referenti della comunicazione, e far percepire nell'ambito del tema della cooperazione interistituzionale l'impegno dell'azione del Governo



## *Agenzia per la coesione territoriale*

attraverso l’Agenzia per la coesione territoriale per la realizzazione delle iniziative di investimento programmate tra le Amministrazioni regionali e locali.

### **5.6 Coordinamento delle azioni di comunicazione di Regioni e Città Metropolitane**

L’Agenzia garantirà un coordinamento e un supporto di massima, a partire dalla condivisione della “visual identity” dei Patti per lo Sviluppo e da ulteriori rilanci attraverso i canali istituzionali e social.

I referenti della comunicazione per ogni singolo Patto condivideranno con le strutture dell’Agenzia le azioni di comunicazione ed eventuali eventi da organizzare sui territori.

## **6. Monitoraggio e valutazione**

Per valutare correttamente l’efficacia delle azioni di comunicazione illustrate, si rende necessario definire una serie di indicatori che diano evidenza della performance delle azioni previste. I dati raccolti attraverso questi **indicatori di realizzazione** permetteranno di valutare il raggiungimento o meno degli obiettivi prefissati e di valutare un eventuale cambiamento delle scelte di comunicazione.

Si presentano dunque, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, i principali indicatori di realizzazione fisica e di risultato che verranno utilizzati per informare i cittadini, amministratori e in generale tutti gli stakeholders su cosa sono i Patti per lo sviluppo, come funziona la loro *governance* e a che punto è l’attuazione degli interventi previsti. Si prevede la possibilità di aggiustamenti in itinere o integrazioni sulla base dell’implementazione della Strategia stessa.

A seguire un schema in cui si indica per ogni azione, rispetto gli obiettivi prefissati, gli indicatori previsti e gli strumenti di misurazione utilizzati per ciascuno di essi.



*Agenzia per la coesione territoriale*

| OBIETTIVI                                    | AZIONI                                | INDICATORI DI REALIZZAZIONE             | STRUMENTO DI MISURAZIONE   |
|--|---------------------------------------|---|--|
| Informazione<br>Promozione<br>Partecipazione | Web publishing                        | n. news pubblicate                      | Strumenti di monitoraggio sito<br>(Google Analytics)                           |
|  |                                       | n. accessi alla pagina                  |  |
|  |                                       | tempo di permanenza dell'utente         |  |
|  | Social media                          | n. follower/fan acquisiti               | Social Media Monitoring Tools<br>Insight della specifica<br>piattaforma social |
|  |                                       | n. visualizzazioni pagina/viste profilo |  |
|  |                                       | n. menzioni/tag                         |  |
|  |                                       | n. click per link (azioni)              |  |
|  | Eventi                                | n. partecipanti                         | Strumento di gestione iscrizioni   |
|  |                                       | n. eventi                               | Monitoraggio da ACT  |
|  |                                       | n. materiali informativi distribuiti    | Dati forniti dal personale a presidio  |
|  | Relazione con i media                 | n. uscite stampa                        | Strumento monitoraggio rassegna stampa   |
|  | Pubblicazioni e materiale informativo | n. prodotti realizzati                  | Monitoraggio da ACT  |
|  |                                       | n. copie distribuite                    | Dati forniti dal personale   |
| n. download da sito                          |                                       | Strumenti di monitoraggio sito          |  |
| Identità visiva                              | n. prodotti realizzati                | Monitoraggio da ACT                     |  |

Il raggiungimento degli obiettivi di informazione, promozione e partecipazione, non viene qui inteso solo come quantità di soggetti raggiunti e prodotti realizzati, ma anche in termini di efficacia dell'informazione veicolata. Attraverso specifici **indicatori di risultato**, si valuterà l'impatto di tali azioni. Queste informazioni saranno raccolte attraverso strumenti di tipo qualitativo, da applicare alle diverse categorie di pubblico e target. Se ne indicano a seguire alcuni, senza pretesa di esaustività:

- indagini campionarie;
- survey e questionari on line, rivolti sia all'opinione pubblica che a segmenti specifici di pubblico;
- focus group, interviste in profondità rivolte prevalentemente a categorie specifiche di target quali beneficiari potenziali o effettivi;
- audit interni per soggetti partner e stakeholders.



## *Agenzia per la coesione territoriale*

| INDICATORI DI RISULTATO |   | UNITA' DI MISURA     |
|-------------------------|---|----------------------|
| <b>Diffusione</b>       | tasso di conoscenza dei Patti presso l'opinione pubblica                            | %                    |
|                         | tasso di conoscenza dei Patti presso beneficiari                                    | %                    |
|                         | grado di soddisfazione dei beneficiari rispetto alle informazioni fornite           | Basso - Medio - Alto |
| <b>Accessibilità</b>    | grado di soddisfazione degli utenti rispetto alle informazioni fornite sul sito web | Basso - Medio - Alto |
| <b>Partecipazione</b>   | Partecipazione agli eventi (su numero invitati)                                     | %                    |

A questi si potranno affiancare strumenti di **social analytics** e **reputation monitoring**, per un'analisi della reputazione on line, delle principali attività di navigazione web e di social media management.

### **7. Organizzazione e risorse**

Ciascun Patto prevede, da parte dell'Amministrazione interessata, l'indicazione di un referente per le attività di informazione e comunicazione. Tale figura agirà in stretto raccordo con l'Agenzia al fine di condividere la definizione delle attività inerenti la disseminazione a livello territoriale di tutte le informazioni relative all'attuazione dello strumento nel quadro degli indirizzi strategici in materia di comunicazione definiti a livello nazionale.

L'Agenzia per la coesione territoriale, nello specifico l'Ufficio 1 Staff DG responsabile delle attività di comunicazione, coerentemente con la strategia delineata nel presente Piano di comunicazione e raccordando le attività realizzate a livello locale in un confronto stabile con i referenti della comunicazione, realizzerà le adeguate attività per garantire una comunicazione unitaria sulle politiche di sviluppo attuate attraverso l'insieme degli strumenti.

Alla luce di quanto esposto, l'Agenzia mantiene un ruolo generale di coordinamento e promozione delle azioni di comunicazione, la cui realizzazione sarà garantita a livello locale, con risorse a valere sui singoli Patti, così come previsto dalla delibera CIPE 26/2016.

Qualora i Patti di Regioni e Città Metropolitane non prevedano risorse da destinare alle attività di comunicazione, queste azioni dovranno essere ugualmente garantite.



## *Agenzia per la coesione territoriale*

### **8. Piani di attività locale e cartellonistica**

Al termine della condivisione del presente piano di comunicazione, Regioni e Città Metropolitane potranno predisporre i propri piani di attività a livello locale. Le azioni dovranno essere condivise con gli Uffici dell'Agencia.

Per quanto riguarda gli obblighi di informazione e pubblicità inerenti la cartellonistica dei cantieri, si rimanda al SIGECO dei Programmi Operativi, al SIGECO dei singoli Patti (approvati e/o in via di approvazione) e, in generale, ai regolamenti comunitari vigenti.



*Agenzia per la coesione territoriale*

**9. Cronoprogramma attività 2018**

| <b>CRONOPROGRAMMA<br/>2018</b>  | <b>giugno</b> | <b>luglio</b> | <b>agosto</b> | <b>settembre</b> | <b>ottobre</b> | <b>novembre</b> | <b>dicembre</b> |
|---|---------------|---------------|---------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|
| spazio web e comunicazione digitale: informazione, promozione                           |               |               |               |                  |                |                 |                 |
| videopresentazione: ideazione e realizzazione   |               |               |               |                  |                |                 |                 |
| videopresentazione: distribuzione su web, canali social e/o spazi istituzionali         |               |               |               |                  |                |                 |                 |
| roadshow di eventi da organizzare sui territori a cura di Regioni e Città Metropolitane |               |               |               |                  |                |                 |                 |
| 1° report annuale: redazione e diffusione   |               |               |               |                  |                |                 |                 |