

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Direzione Generale per il Coordinamento e lo Sviluppo della Ricerca

Ufficio VII – Programmi Operativi Comunitari

Unità Organizzativa della Comunicazione e Qualità

PROGRAMMA OPERATIVO NAZIONALE

“RICERCA E COMPETITIVITÀ”

2007/2013

**METODOLOGIE E STRUMENTI DI RACCOLTA
DATI PER IL MONITORAGGIO, LA
SORVEGLIANZA E LA VALUTAZIONE DEL
PIANO DI COMUNICAZIONE**

Tutor interno

Manuela **GIAQUINTO**

Stagista:

Marco **DE GAETANO**

Collaborazione:

Raffaella **LAZZARI**

Fabio **MARINO**

Chiara **MAURIZI**

Fabiana **ZEPPIERI**

Roma, 31 marzo 2011



INDICE

CONTESTO DI RIFERIMENTO.....	3
INTRODUZIONE.....	5
1. OBIETTIVI E FINALITÀ DEL PROGETTO.....	8
2. FASI DEL PROGETTO.....	9
2.1. INDAGINE DESK.....	10
2.2. MICRO-ANALISI CON I RESPONSABILI INTERNI.....	11
2.3. CREAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MONITORAGGIO	12
2.4. DEFINIZIONE DEI FLUSSI DI RESPONSABILITÀ.....	16
2.5. ALIMENTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MONITORAGGIO.....	17
2.6. IMPLEMENTAZIONE DELLE METODOLOGIE DI MISURAZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DELL'ASSE III	18
3. SINTESI DEI RISULTATI RAGGIUNTI.....	21
3.1. STRUMENTI DI MISURAZIONE E RACCOLTA DATI PREVISTI DAL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	21
3.2. MISURAZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DELL'ASSE III.....	24
3.3. NOTA METODOLOGICA PER LA VALUTAZIONE DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI ..	26
4. CONCLUSIONI ED OSSERVAZIONI FINALI.....	28
ALLEGATI.....	31
ALLEGATO 1. TABELLA DI RIEPILOGO DEGLI INDICATORI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	Errore. Il segnalibro non è definito.
ALLEGATO 2. STRUMENTO PER IL MONITORAGGIO DELL'AREA PUBBLICAZIONI INFORMATIVE	Errore. Il segnalibro non è definito.
ALLEGATO 3. CRUSCOTTO DEGLI INDICATORI DI MONITORAGGIO DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI SUDDIVISI PER AREE DI COMUNICAZIONE	Errore. Il segnalibro non è definito.

CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il Programma Operativo Nazionale “Ricerca e Competitività” 2007/2013 (PON o Programma) concentra i propri interventi sullo sviluppo e la valorizzazione della conoscenza, della Ricerca, dell’innovazione e del capitale umano. Il Programma, cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR)¹, estende e valorizza le positive esperienze dei Programmi Operativi Nazionali “Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione” e “Sviluppo Imprenditoriale Locale” 2000-2006. In coerenza con quanto previsto dai dettami del Regolamento CE n. 1083/06², tutte le azioni promosse e gestite nell’ambito del PON, sono accompagnate da “Interventi di informazione e pubblicità”³.

Secondo il Regolamento (CE) n.1083/06 l’Autorità di Gestione detiene, tra l’altro, la responsabilità, nell’ambito degli “Interventi di informazione e pubblicità”, di informare i cittadini europei e i beneficiari del Programma circa i programmi cofinanziati dai fondi della Comunità europea con lo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e di garantire la trasparenza dell’intervento dei Fondi⁴

Il Regolamento (CE) n.1828/06, contenente le disposizioni di attuazione del Regolamento (CE) n. 1083/06, alla sezione 1, illustra tutte le norme che regolano l’ambito degli interventi di informazione e pubblicità. Il primo articolo della sezione 1 disciplina la preparazione di un Piano di Comunicazione (P.d.C.) che oltre a definire in modo chiaro e inequivocabile gli obiettivi, i gruppi di destinatari, la strategia e il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari, riporta al suo interno un’indicazione del modo in cui tali interventi vanno valutati in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità.

A rafforzare l’importanza dell’attività di valutazione, il Regolamento prevede un’attività di controllo e sorveglianza del P.d.C. Attraverso l’art.4, infatti, si stabilisce che l’A.d.G. informi il Comitato di Sorveglianza, organo garante dell’efficienza e della qualità dell’esecuzione del Programma, in merito a:

¹ Regolamento CE n.1083 dell’ 11 luglio 2006

² Regolamento CE n.1083 dell’ 11 luglio 2006, Capo III, articolo 46.

³ PON “Ricerca e Competitività” – 2007/2013: Priorità - Asse III - Assistenza tecnica e attività di accompagnamento

⁴ Regolamento CE n.1083 dell’ 11 luglio 2006, Capo III, articolo 69, paragrafi 1 e 2.

- a) Piano di Comunicazione e i progressi nella sua attuazione;
- b) interventi informativi e pubblicitari realizzati;
- c) mezzi di comunicazione e strumenti utilizzati.

INTRODUZIONE

Il Piano di Comunicazione, finalizzato alla massima copertura mediatica, individua diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale, con l'Obiettivo Generale di:

“accrescere la conoscenza, la cooperazione e la partecipazione attiva delle cittadine e cittadini europei sulle priorità d'intervento del PON Ricerca e Competitività 2007-2013, in coerenza con finalità, metodi e risultati attesi della politica regionale unitaria, valorizzando il ruolo dell'UE nel cofinanziamento del Programma e diffondendo il valore aggiunto dell'intervento comunitario al livello nazionale, regionale e locale”.

L'approccio con il quale viene perseguito l'Obiettivo Generale è basato sull'integrazione di servizi e strumenti, nonché di circuiti informativi e processi di comunicazione da implementare e di specifici indicatori di monitoraggio agli stessi associati, che consentono di valutare il grado di visibilità del PON presso il target prestabilito e il grado di consapevolezza circa il ruolo della Comunità Europea raggiunti tramite l'attuazione del Piano di Comunicazione del Programma.

Dal dettato del Piano di Comunicazione si evince che la strategia di comunicazione, in linea con le norme previste dai Regolamenti europei in tema di Interventi informativi e pubblicitari, assegna un ruolo chiave e di particolare importanza alle fasi d'implementazione del sistema di monitoraggio e valutazione degli interventi programmati.

In particolare, la valutazione degli interventi informativi e pubblicitari, basata sui processi di monitoraggio e valutazione attivati, si conclude con la preparazione di specifici Rapporti o specifiche sezioni degli stessi, tra cui:

- **Rapporto Annuale di Valutazione** – nel quale sono dettagliati, in tema di interventi informativi e pubblicitari, i risultati conseguiti per canale/strumento/servizio;
- **Rapporto sull'Analisi di Citizen Satisfaction** – per segmenti di destinatari del Piano di Comunicazione;
- **Rapporto di Valutazione Visibilità e Consapevolezza** – avente ad oggetto la “visibilità del PON Ricerca e Competitività e consapevolezza del ruolo della Comunità” per gruppi significativi di cittadini presenti nelle Regioni della “Convergenza”⁵;

⁵ Calabria, Campania, Puglia e Sicilia

- **Rapporto di Valutazione della Rete** – avente ad oggetto la performance e le potenzialità della Rete della Comunicazione per la ricerca e l'innovazione di qualità delle Regioni italiane.

Il presente documento illustra le tappe percorse nell'attività di revisione delle metodologie, degli strumenti e sistemi di raccolta dati utilizzati per il monitoraggio, la sorveglianza e la valutazione degli interventi informativi e pubblicitari previsti dal Piano di Comunicazione del Programma, nell'ottica di garantire un progressivo miglioramento:

- nel controllo di efficacia/efficienza e nel miglioramento continuo delle attività di comunicazione progettate secondo un criterio di orientamento al cittadino (*citizen oriented*);
- nella verifica della realizzazione effettiva delle iniziative programmate e nella valutazione dei risultati conseguiti a fronte delle attese;
- nell'individuazione delle criticità dei sistemi in essere e nella pianificazione delle opportune azioni correttive.

Inoltre, vengono illustrate le modalità condivise attraverso le quali sono stati analizzati ed aggregati i dati raccolti allo scopo di valorizzare gli indicatori di risultato della Priorità d'intervento del PON - *Asse III: Assistenza tecnica e attività di accompagnamento* utilizzati per la stesura dei seguenti Rapporti:

- **Rapporto Annuale di Esecuzione**
- **Attuazione del Piano di Comunicazione**
- **Rapporto di Valutazione Visibilità e Consapevolezza**

In particolare:

nel capitolo 1 – *Obiettivi e finalità del Progetto* – vengono esposti gli obiettivi e le finalità del lavoro svolto nell'ambito del presente Progetto di implementazione degli Strumenti e dei Metodi di Monitoraggio degli Interventi informativi e pubblicitari previsti dal Piano di Comunicazione;

nel capitolo 2 – *Fasi di lavoro* – vengono illustrate tutte le tappe percorse nello sviluppo del Progetto;

nel capitolo 3 – Sintesi dei *Risultati raggiunti* – si espongono i risultati quantitativi ottenuti dal Progetto suddivisi per le tre macro aree di intervento previste:

- a) strumenti di misurazione e raccolta dati previsti dal Piano di Comunicazione;
- b) misurazione degli indicatori di risultato degli obiettivi specifici dell'Asse III;
- c) valutazione degli Interventi informativi e pubblicitari.

nel capitolo 4 – *Conclusioni ed osservazioni finali* - si fa riferimento a tutti i punti di forza e di debolezza riscontrati col fine di fornire osservazioni per il miglioramento continuo dei processi gestiti nell'ambito del sistema di monitoraggio.

1. OBIETTIVI E FINALITÀ DEL PROGETTO

Il Progetto ha l'obiettivo generale di revisionare i metodi e gli strumenti di raccolta dati per migliorare e semplificare, secondo un approccio sistemico, la misurazione dei progressi compiuti nell'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari del PON, in particolare, in termini di efficacia degli stessi interventi realizzati.

Per il raggiungimento dell'obiettivo generale sono state sviluppate macro fasi di attività cui sono stati associati i seguenti specifici obiettivi operativi:

- a) effettuare la **raccolta dei dati** utili alla misurazione degli indicatori fisici di realizzazione e di risultato previsti dal Piano di Comunicazione, attraverso i quali determinare il valore associato agli indicatori di risultato del PON⁶;
- b) adottare una **metodologia** condivisa per la raccolta, l'aggiornamento e l'aggregazione dei dati mediante la **mappatura dei processi** in relazione a ogni intervento previsto dal Piano di Comunicazione;
- c) creare **strumenti ad hoc** per la raccolta, l'aggiornamento, l'analisi e la rendicontazione dei dati associati alle singole aree di attività previste dal Piano di Comunicazione.

L'insieme di tutti gli obiettivi costituisce l'albero degli obiettivi del Progetto di implementazione degli Strumenti e Metodi di raccolta dati per il Monitoraggio e la Valutazione degli interventi informativi e pubblicitari, la cui struttura è illustrata nella seguente figura:

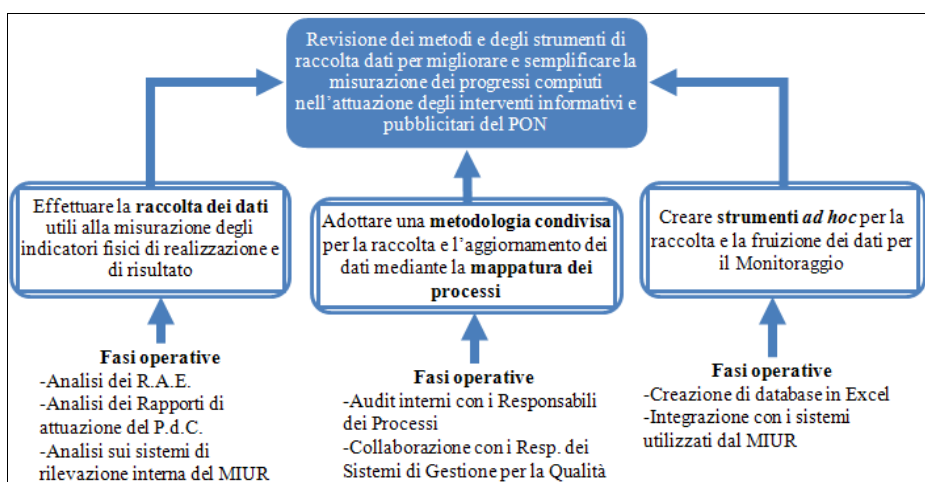


FIGURA 1 - Struttura ad albero degli obiettivi del Progetto.

⁶ PON "Ricerca e Competitività" 2007/2013, Asse III – Assistenza Tecnica e attività di accompagnamento, pag 188.

2. FASI DEL PROGETTO

Le fasi del lavoro previsto dal Progetto sono di seguito elencate ed illustrate nella rappresentazione grafica (Fig. 2):

1. Indagine Desk
2. Micro-Analisi con i responsabili interni
3. Creazione degli strumenti di monitoraggio
4. Definizione dei flussi di responsabilità
5. Alimentazione degli strumenti di monitoraggio
6. Implementazione delle metodologie di misurazione degli indicatori di risultato degli obiettivi specifici dell'Asse III

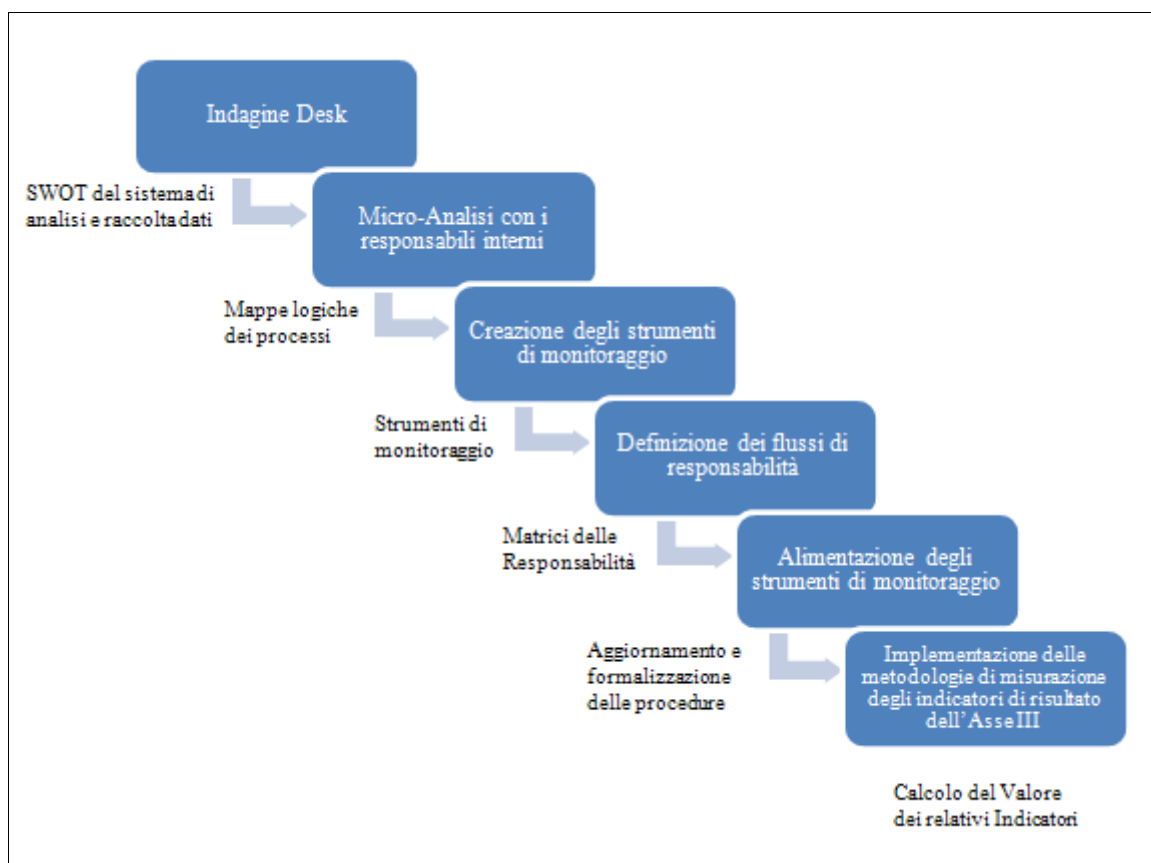


FIGURA 2 - Rappresentazione grafica delle fasi del Progetto.

2.1. INDAGINE DESK

In fase di avvio si è proceduto ad effettuare un'analisi di dettaglio della normativa di riferimento e di tutta la documentazione contenente:

- indicazioni e linee guida utili alla valutazione degli interventi informativi e pubblicitari previsti dal Piano di Comunicazione del PON “Ricerca e Competitività” 2007/2013
- dati rendicontati nei rapporti e relative metodologie di acquisizione e rendicontazione
- analisi delle procedure, istruzioni e strumenti di registrazione utilizzati nella gestione dei processi legati alle attività svolte dall' Unità Organizzativa della Comunicazione e Qualità (UOCQ)⁷ anche in funzione del miglioramento del Sistema di Gestione per la Qualità;

L'analisi della normativa e lo stesso studio del Piano di Comunicazione è stata sicuramente la base di partenza per:

- individuare tutti i processi chiave (alcuni dei quali non ancora attivati) e dei relativi indicatori;
- orientare in modo logico e strutturato il presente lavoro;
- progettare in modo efficace i relativi output.

In particolare, lo studio approfondito del Piano di Comunicazione, ha permesso l'individuazione di 29 indicatori di output e 21 indicatori di risultato⁸ riguardanti le seguenti aree di comunicazione:

- a) Assistenza ai beneficiari nell'applicazione degli standard informativi
- b) Pubblicazioni
- c) Relazione con i media
- d) Eventi informativi, formativi e Lancio del PON
- e) Materiale Promozionale e Pubblicità
- f) Prodotti Audiovisivi

⁷ Unità organizzativa interna al Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e responsabile delle attività di Informazione e Pubblicità previste dal Programma Operativo Nazionale “Ricerca e Competitività” – 2007/2013.

⁸ Cfr. Allegato 1.

- g) Portale Web
- h) Partenariato della comunicazione, cooperazione inter istituzionale e animazione territoriale
- i) Supporto informativo e mailing diretto

L'indagine si è poi indirizzata sull'analisi dei **Rapporti Annuali di Esecuzione** e di tutti gli stati di **Attuazione del Piano di Comunicazione** redatti dalla UOCQ con il triplice scopo di: rintracciare i dati esemplificativi dei principali sforzi già compiuti dal Programma; di individuare utili riferimenti per mantenere coerenza nell'interpretazione dei diversi indicatori; indirizzare al meglio la revisione della metodologia ad oggi utilizzata nell'attività di Monitoraggio e di Valutazione degli interventi informativi e pubblicitari attivati.

Con tale indirizzo, l'analisi della documentazione ha permesso anche una prima valutazione delle criticità e punti di debolezza delle metodologie di raccolta dei dati e delle relative modalità di gestione e rappresentazione.

2.2. MICRO-ANALISI CON I RESPONSABILI INTERNI

Conclusa la fase definita "Indagine desk", si è proceduto ad una micro analisi, mediante interviste mirate ai responsabili dei processi realizzativi e di supporto legati all'implementazione del Piano di Comunicazione della UOCQ.

Tale attività è stata avviata al fine di razionalizzare, mediante schemi e mappe logiche, i processi di raccolta, archiviazione e gestione dei dati di monitoraggio secondo i metodi e gli strumenti in dotazione alla UOCQ, tenuto conto del Sistema di Gestione per la Qualità già implementato durante il corso della precedente Programmazione.

Lo svolgimento di questa fase di lavoro ha permesso di tracciare i fabbisogni informativi dei soggetti interessati e di individuare i principali cambiamenti (miglioramenti e integrazioni) rispetto ai processi delineati nel Sistema di Gestione per la Qualità. Annotando le reali criticità dei processi presi in esame, si sono individuate le indicazioni chiave utili per la revisione degli strumenti di raccolta dati per il Monitoraggio.

L'attività svolta ha inoltre permesso, nell'analizzare ogni processo nel suo specifico contesto tecnico-funzionale, di raccogliere informazioni utili alla definizione dei flussi di responsabilità.

Infine, le interviste hanno consentito di analizzare in maggior dettaglio tutti i *database* utilizzati per la raccolta dei dati, consentendo il completamento della fase di raccolta dati iniziata con l'indagine desk.

2.3. CREAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MONITORAGGIO

Il completamento dell'indagine desk e i relativi risultati hanno permesso di creare, per ogni singola area di attività prevista dal Piano di Comunicazione, uno strumento personalizzato di raccolta dei dati in grado di garantire semplicità di utilizzo e di gestione dei dati⁹.

Il software scelto per la realizzazione tecnica degli strumenti sopra descritti è Excel di Microsoft, programma con funzionalità di semplice fruizione orientata all'utente e che, come verrà descritto nel capitolo "Conclusioni ed Osservazioni conclusive", si dimostra un'eccellente base per le implementazioni future anche in termini di integrabilità con altre soluzioni informatiche.

L'impostazione grafica nella realizzazione degli strumenti è stata scelta nell'ottica di una piena integrazione del Sistema di Gestione per la Qualità che prevede regole puntuali per la definizione di format in linea con l'immagine coordinata del Programma.

Ogni singola Area di Comunicazione è stata rappresentata tramite una maschera (interfaccia utente) contenente tutte le informazioni previste dal Piano di Comunicazione di seguito elencate e illustrate nella relativa figura (Fig. 3):

- nome Area di attività;
- Indicatori;
- Valore obiettivo totale;

⁹ A titolo esemplificativo viene riportato in allegato 2 lo strumento afferente l'area di comunicazione: e) Materiale Promozionale.

- Valori annui.


								
Monitoraggio Pubblicazioni - Tabelle di sintesi indicatori								
	Valore obiettivo Totale	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012	Valore 2013	Stato di attuazione 31/12/2010
Indicatori di output								
N. di Materiale informativo e pubblicazioni prodotte	10	2	5	1	0	0	0	8
N. di destinatari delle liste di distribuzione	2.000	400	700	400	0	0	0	1.500
Indicatori di Risultato								
N di copie distribuite	85%	42%	52%	59%	0%	0%	0%	59%
N. di copie scaricate	5.000	0	1.129	5.903	0	0	0	7.032
Indicatori di Impatto								
Da definire								

FIGURA 3 - Maschera dello strumento relativo all'area di attività B) Pubblicazioni informative.

Come si osserva nella figura (Fig.3), a ciascun indicatore, è stato associato il corrispondente “Valore obiettivo totale” previsto dal Piano di Comunicazione e sono stati inseriti dei campi “Valori anni” che consentono:

- di consuntivare i risultati raggiunti per singolo anno di riferimento
- di dare evidenza dello stato progressivo di attuazione, ad una specifica data in cui si valuta lo specifico obiettivo delineato.

I dati associati ad ogni indicatore, al fine di dare una tracciatura sistematica dei dati, sono alimentati attraverso strumenti di rilevazione (database), collegati alla maschera principale e di fruizione intuitiva (Fig.4):

		
Monitoraggio Pubblicazioni - Tabella delle Tipologie		
Anno	Data ¹	Tipologia di Pubblicazioni
2008		PON Ricerca e Competitività 2007/2013 (I ^a Release)
		Piano di Comunicazione del PON Ricerca e Competitività (lingua italiana)
2009		Guida per apertura Sportello F.I.T.
		Brochure istituzionale del PON Ricerca e Competitività
		PON Ricerca e Competitività 2007/2013 (II ^a Release)
		Piano di Comunicazione del PON Ricerca e Competitività (Lingua inglese)
2010		Guida Bando Tematico F.I.T.
		Strategia Europa 2020 e Politica di coesione
2011		

FIGURA 4 - Tabella di misurazione dell'indicatore *N. di Materiale informativo e Pubblicazioni prodotte*.

Al fine di dare una chiara rappresentazione d'insieme dei dati associati agli indicatori previsti dal Piano di Comunicazione, le informazioni chiave sono state inserite all'interno di un cruscotto che, opportunamente collegato ai singoli strumenti, fornisce un aggiornamento in tempo reale delle linee di intervento gestite dall'Unità Organizzativa della Comunicazione e Qualità e sinteticamente rappresentato nella seguente figura¹⁰:

¹⁰ In Allegato 3 è riportato lo strumento in versione integrale.

B) Pubblicazioni Informative

	Valore obiettivo Totale	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012	Valore 2013	Stato di attuazione 31/12/2010
Indicatori di output								
N. di Materiale informativo e pubblicazioni prodotte	30	2	5	1				8
N. di destinatari delle liste di distribuzione ¹	2.000	400	700	400				1.500
Indicatori di Risultato								
N. di copie distribuite ²	85%	94%	57%	68%				68%
N. di copie scaricate ²	5.000	n.d.	1.129	5.903				7.032
Indicatori di Impatto								
Da definire								
Note								
¹ L'indicatore misura il numero dei partecipanti agli eventi organizzati di MIUR/MISE sommato al numero dei destinatari dell'indirizzario delle spedizioni di pubblicazioni informative (escluse le spedizioni per gli eventi)								
² Rapporto cumulativo pluriennale tra il numero di copie prodotte e il numero di copie distribuite								
² Dato annuale di tutte le pubblicazioni presenti sul sito								

C) Relazioni con i Media

	Valore obiettivo Totale	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012	Valore 2013	Stato di attuazione 31/12/2010
Indicatori di output								
N. totale comunicati stampa e lanci di agenzia realizzati ¹	70	10	6	1				17
N. di conferenze stampa organizzate	5	0	0	0				0
N. totale interviste realizzate	35	10	8	2				20
N. di articoli e inserzioni realizzate	30	4	4	0				8
Indicatori di Risultato								
N. di comunicati stampa pubblicati ²	80%	n.d.	n.d.	n.d.				
N. di giornalisti partecipanti (per sessione)	5	0	0	0				0,00
N. cartelle stampa distribuite	10	0	0	0				0
Indicatori di Impatto								
Da definire								
Note								
¹ Comunicati stampa e lanci di agenzia realizzati dal MIUR, dal MISE e dal MIUR/MISE								
² Rapporto tra comunicati stampa diramati e le azioni che prevedrebbero la pubblicazione di un comunicato stampa (eventi, bandi ed azioni di rilevanza di cui è stata data visibilità tramite pubblicazione nella sezione News del Portale)								

D.1) Eventi informativi, formativi promozionali e di scambio di esperienze

	Valore obiettivo Totale	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012	Valore 2013	Stato di attuazione 31/12/2010
Indicatori di output								
N. di eventi organizzati ¹	47	2	16	8				26
N. di eventi informativi ²	50	3	15	2				20
N. di partecipazione dell'A.d.G. - O.I. e/o del Responsabile della Comunicazione a riunioni organizzate da altri soggetti ³	50	8	3	8				19
N. di invitati		3.260	1.772	7.056				12.088
Indicatori di Risultato								
N. totale di partecipanti ⁴	1.800	129	1.015	765				1.909
N. di soggetti interessati/coINVOLTI dagli eventi ⁵	1.800	457	48.536	61.328				110.321
N. di questionari compilati	40%	n.d.	n.d.	n.s.				0%
% customer satisfaction ⁵	70%	n.d.	n.d.	n.s.				0%
Indicatori di Impatto								
Da definire								
Note								
¹ Eventi "organizzati" dal PON Ricerca e Competitività 2007/2013								
² Eventi "organizzati" da altri in collaborazione con il PON Ricerca e Competitività 2007/2013								
³ Eventi "organizzati" da altri								
⁴ Numero di partecipanti ad eventi "organizzati"								
⁵ Valore ≥ 4 su scala 1-5								

FIGURA 5 - Strumento "Cruscotto di Supporto" semplificato.

2.4. DEFINIZIONE DEI FLUSSI DI RESPONSABILITÀ

Ogni strumento realizzato è stato il frutto di attività di analisi e studio dei processi, delle procedure, delle istruzioni e degli strumenti di registrazione esistenti a supporto delle attività svolte dai responsabili nella rilevazione e rendicontazione dei dati, facilitandone lo svolgimento (semplificazione e miglioramento).

Considerata la complessità del sistema di monitoraggio e le numerose interazioni tra i soggetti responsabili, si è ritenuto necessario formalizzare e standardizzare i risultati ottenuti dal riesame dei flussi di responsabilità, al fine di facilitare la gestione degli strumenti e la relativa supervisione.

Tale risultato è stato ottenuto attraverso l'integrazione negli strumenti di rilevazione con una Matrice di Responsabilità, matrice RACI¹¹, attraverso la quale porre in relazione le risorse responsabili del processo con i principali attori coinvolti in funzione degli input e degli output del processo stesso.

Lo matrice serve a condividere e mappare le interazioni tra tutti i soggetti coinvolti nel processo analizzato, e a garantire una maggiore consapevolezza sulle aspettative di performance dettate dall'organizzazione.

Gli strumenti revisionati prevedono dunque al loro interno una scheda introduttiva contenente tutti i flussi di responsabilità rintracciati mediante l'analisi del contesto operativo ed i colloqui con i soggetti della UOCQ interessati (Fig. 6).

¹¹ La denominazione "RACI" deriva dall'acronimo composto dalle iniziali delle parole:

- **R**esponsible, indica il Responsabile della Realizzazione, cioè colui che esegue materialmente un'attività mediante una **responsabilità di tipo operativo**;
- **A**ccountable, indica colui che viene riconosciuto come l'accentratore della responsabilità finale di una certa attività e che **ha l'ultima parola** e il potere di veto;
- **C**onsulted, viene associata alla **persona consultata prima di eseguire l'attività** o prima di prendere decisioni esecutive;
- **I**nformed, è identificato **chi viene informato**, di solito successivamente, della decisione o dell'azione intrapresa


						
Monitoraggio Eventi						
Informazioni richieste	Attività da svolgere	Soggetti coinvolti nell'acquisizione dati				Note
		R	A	C	I	
Compilazione scheda evento	Per ogni "evento organizzato" acquisire i dati funzionali alla compilazione della scheda. La raccolta dei dati deve essere effettuata, a seconda della voce di interesse, in fase di preparazione e di chiusura evento. La scheda evento è approvata dal Responsabile UOCQ e archiviata a cura del Responsabile Eventi.	Resp. Eventi	Resp. UOCQ	Segreteria		Nell'ipotesi di stand o di eventi organizzati presso fiere/venti più ampi, il numero dei partecipanti corrisponde al numero dei visitatori dello stand e al numero dei partecipanti agli eventi (workshop/seminari) specifici organizzati. Tale numero deve essere rilevato secondo quanto definito nella istruzione "Gestione eventi". I dati sulla quantità di materiali devono essere concordati con il Responsabile Segreteria per consentire un allineamento delle giacenze in magazzino.
	Per ogni evento partecipato anticipare al Responsabile organizzazione evento la necessità di acquisire, per esigenze di monitoraggio, i dati a consuntivo sul numero dei partecipanti. La scheda evento, compilata dal Responsabile eventi è approvata dal Responsabile UOCQ e archiviata a cura del Responsabile Eventi.	Resp. Eventi	Resp. UOCQ	Segreteria		I dati sulla quantità di materiali devono essere concordati con il Responsabile Segreteria per consentire un allineamento delle giacenze di magazzino.
Compilazione tabella riassuntiva schede	Riportare i dati cumulati risultanti, per ogni voce, dalla sommatoria dei dati riportati sulle singole schede evento	Resp. Eventi				
Compilazione tabella Generale	Integrare in tabella i dati di sintesi sull'evento. Tali dati possono essere acquisiti dalla scheda evento compilata.	Resp. Eventi				I dati integrati alimenteranno in automatico la tabella indicatori
Analisi e validazione indicatori	Gli indicatori sono riesaminati e analizzati con cadenza trimestrale . Gli esiti di tali analisi sono sottoposti alla validazione del Responsabile UOCQ. I dati sono condivisi nell'ambito delle riunioni interne di sistema e trasmessi all'AdG	Resp. Eventi	Resp. UOCQ	UOCQ	AdG	I dati sono condivisi nell'ambito delle riunioni interne di sistema.
Legenda						
R = Soggetto responsabile dell'acquisizione del dato						
A= Soggetto responsabile della validazione del dato acquisito						
C= Soggetto coinvolto/di interfaccia nell'acquisizione del dato						
I = Soggetto informato						

FIGURA 6 - Matrice di Responsabilità dell'Area D) Eventi informativi, formativi e Lancio del PON.

2.5. ALIMENTAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MONITORAGGIO

Con le fasi di “Indagine desk” e “Micro-analisi con i responsabili interni” si è conclusa anche la raccolta dei dati storici relativa agli interventi informativi e pubblicitari, previsti dal Piano di Comunicazione del PON Ricerca e Competitività 2007/2013, dalla data di avvio della Programmazione fino a tutto il 2010.

Tale fase di attività, svolta in piena collaborazione con tutti i referenti delle aree di comunicazione della UOCQ, ha consentito l'alimentazione e l'aggiornamento degli strumenti realizzati fino al 31/03/2011, formalizzando, pertanto, la contestuale adozione delle relative procedure anche per il futuro nell'ambito del Sistema di Gestione per la Qualità.

2.6. IMPLEMENTAZIONE DELLE METODOLOGIE DI MISURAZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DELL'ASSE III

I risultati raggiunti attraverso le precedenti fasi progettuali hanno consentito di elaborare una metodologia condivisa per l'aggregazione dei dati e la misurazione degli indicatori di risultato previsti per l'Obiettivo specifico "Rafforzamento dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità del Programma" nell'ambito dell'Asse III - Priorità d'Intervento del PON¹² e riportati nella seguente tabella:

				
Obiettivo Operativo	Indicatore			
	di realizzazione	u.m.	v.o. al 2015	
Rafforzamento della capacità strategica e di comunicazione del PON	Azioni di informazione realizzate con il coinvolgimento del partenariato ¹	n.	7	
Obiettivi specifici	Indicatore			
	di realizzazione	u.m.	baseline ₅	v.o. al 2015
Rafforzamento dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità del Programma	Incremento % dei contatti al sito ²	%	530.000 (per il 2005-2007 totale dei 2 PON) ₄	30
	Quota popolazione target interessata dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione sul totale popolazione CONVERGENZA ³	%	n.d.	30

FIGURA 7 - Tabella degli indicatori dell'Asse III del PON "Ricerca e Competitività" 2007/2013

¹² Programma Operativo Nazionale "Ricerca e Competitività" 2007/2013, Asse III – Assistenza Tecnica e attività di accompagnamento, Obiettivo specifico – Rafforzamento della qualità dell'azione del PON e del relativo impatto, Obiettivo operativo – Rafforzamento della capacità strategica e di comunicazione del PON, Informazione e Pubblicità, pag 191.

Nello specifico gli indicatori d'interesse sono:

- Incremento % dei contatti al sito web
- Quota di popolazione target interessata dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione sul totale popolazione CONV

L'indicatore *incremento % dei contatti al sito web* del PON (www.ponrec.it) presentava una *baseline* non definita alla stesura del Programma ed è stata oggetto di studio ai fini di una sua quantificazione così come descritto nel capitolo “Risultati raggiunti”.

L'incremento % misurato dall'indicatore è stato rintracciato riportando l'indicatore *n. totale dei visitatori unici* del Servizio Portale Web, oggetto di quantificazione nel presente lavoro, con la *baseline* sopradescritta.

Per quel che riguarda l'indicatore di risultato *Quota di popolazione target interessata (coinvolta) dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione, sul totale della popolazione CONV*(Quota Target), si è proceduto a definire il metodo di misurazione della *baseline*, indicato dal testo del Programma con n.r. (non rilevato).

Si è stabilito che i soggetti che rientrano nei gruppi di destinatari degli interventi di comunicazione e sensibilizzazione del PON, siano tutti le persone presenti nelle Regioni della cosiddetta “Convergenza” con età superiore ai 14 anni.

Attraverso le rilevazioni ISTAT, come verrà indicato nel capitolo “Risultati raggiunti” si è pervenuti ad una rappresentazione numerica del dato in questione.

La metodologia per il calcolo del valore dell'indicatore *Quota Target* è stata basata sul rapporto tra:

1. valore ottenuto dall'aggregazione dei dati di risultato di alcuni indicatori selezionati, associati alle aree di comunicazione previste dal Piano di Comunicazione;
2. popolazione delle Regioni Convergenza

Gli indicatori individuati, ai fini dell'aggregazione di cui al punto 1, sono stati:

- N. totale di utenti/visitatori del servizio Portale Web;
- N. totale di soggetti interessati/coinvolti agli eventi del servizio Eventi;

- N. di destinatari delle liste di distribuzione del servizio Pubblicazioni informative;
- N. di richieste informative del servizio Supporto informativo;
- N. di iscritti al Partenariato della Comunicazione (sezione del sito ponrec.it);
- N. di destinatari del servizio Newsletter;
- Copertura mediatica del servizio Pubblicità.

3. SINTESI DEI RISULTATI RAGGIUNTI

I risultati dell'attività di progetto sono dettagliati in relazione ai tre ambiti di seguito elencati:

- Strumenti di misurazione e raccolta dati previsti dal Piano di Comunicazione
- Misurazione degli indicatori di risultato degli obiettivi specifici dell'Asse III
- Valutazione degli Interventi informativi e pubblicitari

3.1. STRUMENTI DI MISURAZIONE E RACCOLTA DATI PREVISTI DAL PIANO DI COMUNICAZIONE

L'attività di revisione degli strumenti di misurazione e raccolta dati per il monitoraggio degli interventi informativi e pubblicitari, ha consentito di raggiungere risultati sui seguenti temi:

- selezione e individuazione degli indicatori di monitoraggio;
- formalizzazione degli strumenti di raccolta dati e di schede di sintesi;
- definizione dei flussi di responsabilità.

In tema di indicatori di monitoraggio, l'attenzione è stata concentrata sulla selezione degli indicatori funzionali all'elaborazione del Rapporto di **Attuazione del Piano di Comunicazione** (Fig. 8) e sull'individuazione di nuovi indicatori.


				
Are di Comunicazione/ Strumenti	Tipologia di indicatore	Indicatori	Stato di attuazione al 31/12/2010	Valore obiettivo
Portale Web	<i>Indicatori di output</i>	N. pagine web pubblicate	256	900
		N. banche dati	2	5
		N. news	204	350
		Frequenza nell'aggiornamento delle news (settimanale)	1,3	1
		N. di collegamenti ad altri Programmi nazionali ed europei	29	10
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. totale di utenti/visitatori	134.536	700.000
		N. pagine visitate (media giornaliera)	3.224	1.500
N. visitatori al giorno		133	300	
Materiale Promozionale	<i>Indicatori di output</i>	N. di prodotti realizzati per tipologia (materiali cancelleria, gadgets, ecc.)	20	10
	<i>Indicatori di risultato</i>	% di prodotti distribuiti	0%	90%
Newsletter	<i>Indicatori di output</i>	N. di newsletter pubblicate	1	28
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di destinatari raggiunti	0	2.000
Pubblicità	<i>Indicatori di output</i>	N. di spot TV/radio realizzati	0	2
		N. totale di passaggi sulle principali emittenti radiotelevisive	0	240
		N. totale di avvisi pubblicitari pubblicati	1	25
		N. totale di manifesti e cartellonistica	15	100
<i>Indicatori di risultato</i>	Copertura	n.d.	15%	
Relazione con i media	<i>Indicatori di output</i>	N. totale comunicati stampa e lanci di agenzia realizzati	17	70
		N. di conferenze stampa organizzate	0	5
		N. totale interviste realizzate	20	35
		N. di articoli e inserzioni realizzate	8	30
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di comunicati stampa pubblicati (%)	n.d.	80%
		N. di giornalisti partecipanti (per sessione)	0	5
<i>Indicatori di risultato</i>	N. cartelle stampa distribuite	0	10	
Pubblicazioni	<i>Indicatori di output</i>	N. di Materiale informativo e pubblicazioni prodotte	8	30
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di destinatari delle liste di distribuzione	1.500	2.000
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di copie distribuite (%)	68%	85%
Prodotti Audiovisivi	<i>Indicatori di output</i>	N. di cd prodotti	300	300
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di documentari/videoclip prodotti	8	16
Eventi	<i>Indicatori di output</i>	N. di eventi organizzati	26	47
		N. di eventi informativi	20	50
		N. di partecipazione dell'A.d.G. - O.I. e/o del Responsabile della Comunicazione a riunioni organizzate da altri soggetti	19	50
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. totale di partecipanti	110.321	1.800
<i>Indicatori di risultato</i>	N. di questionari compilati (%)	n.d.	40%	
<i>Indicatori di risultato</i>	% customer satisfaction	n.d.	70%	
Evento di lancio del Programma	<i>Indicatori di output</i>	N. di conferenze stampa per il lancio	1	1
		N. di avvisi stampa	2	6
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di media utilizzati per il lancio	2	5
Supporto Informativo	<i>Indicatori di output</i>	N. di partecipanti all'evento	600	250
	<i>Indicatori di output</i>	N. di richieste informative annue (mail, telefono)	833	4.000
Reti e Partenariato della Comunicazione	<i>Indicatori di risultato</i>	N. di richieste evase	100%	80%
		<i>Indicatori di output</i>	N. di gruppi di lavoro/partenariati formalizzati	1
Reti e Partenariato della Comunicazione	<i>Indicatori di output</i>	N. seminari/workshop organizzati	1	14
		N. di seminari/workshop partecipati	4	40
	<i>Indicatori di risultato</i>	N. totale di partecipanti: GdL	0	100
		N. di partecipanti a seminari/workshop organizzati (per sessione)	n.d.	50

FIGURA 8 - Tabella degli indicatori di risultato degli Interventi Informativi e Pubblicitari.

In particolare ha consentito, rispetto al sistema di indicatori previsti dal Piano di Comunicazione, di selezionare:

- 13 indicatori di output
- 12 indicatori di risultato

A tale risultato va aggiunto la definizione ex-novo di 1 indicatore di output e di 2 indicatori di risultato non previsti dal P.d.C.

L'attività, come descritto, non ha portato solo all'individuazione degli indicatori e alla relativa quantificazione. Sono stati interamente riprogettati 5 strumenti afferenti alle seguenti aree di attività previste dal Piano di Comunicazione:

- Eventi
- Materiale promozionale
- Portale Web
- Pubblicazioni informative
- Reti e Partenariato della Comunicazione

I dati raccolti in modo progressivo dal referente, individuato nella matrice RACI elaborata e riportati negli strumenti predisposti, sono visualizzati in una scheda di sintesi integrata nello strumento con suddivisione annuale: lo scopo è quello di misurare i risultati ottenuti dai singoli interventi in intervalli di tempo ben definiti ed effettuare una eventuale riprogrammazione degli interventi informativi e pubblicitari per confrontare il valore obiettivo del Piano e i risultati progressivamente raggiunti negli anni.

Proprio in quest'ottica, i dati ottenuti, sono stati utilizzati per la pianificazione delle attività della UOCQ per il 2011.

L'Aggregazione degli strumenti sopra descritti è stata effettuata attraverso la realizzazione di 1 cruscotto, che permette di avere una visione d'insieme e aggiornamento in tempo reale dello stato di attuazione del Piano di Comunicazione.

E' importante sottolineare che attualmente, la raccolta e l'analisi dei dati storici, ha consentito una misurazione dei risultati con un intervallo di riferimento annuale.

L'applicazione a regime degli strumenti implementati, così come verrà descritto nel capitolo "Conclusioni e Osservazioni finali", consentirà di ottenere indicazioni sui risultati raggiunti anche su intervalli temporali inferiori all'anno.

In tema di "Definizione dei flussi di Responsabilità", l'attività svolta ha consentito di integrare, attraverso le matrici RACI, specifiche istruzioni operative per la raccolta dei dati in riferimento ai 2 servizi del Piano di Comunicazione, di seguito elencati:

- Eventi
- Reti e Partenariato della Comunicazione

3.2. MISURAZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI DELL'ASSE III

L'attività di valorizzazione degli indicatori di risultato in oggetto del presente paragrafo ha permesso di fornire i dati necessari per la stesura del **Rapporto Annuale di Esecuzione** nella sezione concernente l'obiettivo specifico "Rafforzamento dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità del Programma" nell'ambito del terzo Asse delle Priorità d'Intervento del PON (Fig. 9).


							
Obiettivo Operativo	Indicatore						
	di realizzazione	u.m.	2008	2009	2010	v.o. al 2015	
Rafforzamento della capacità strategica e di comunicazione del PON	Azioni di informazione realizzate con il coinvolgimento del partenariato ¹	n.	0	0	1	7	
Obiettivi specifici	Indicatore						
	di realizzazione	u.m.	baseline ₅	2008	2009	2010	v.o. al 2015
Rafforzamento dell'efficienza, dell'efficacia e della qualità del Programma	Incremento % dei contatti al sito ²	%	176.667	0%	0%	0%	30
	Quota popolazione target interessata dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione sul totale popolazione CONVERGENZA ³	%	14.327.105	0,03%	0,52%	1,74%	30

FIGURA 9 - Tabella degli indicatori di risultato dell'Asse III del PON.

Riguardo al *n. dei contatti al sito web* del PON (www.ponrec.it) si è registrato un numero di contatti, intesi come visitatori unici per il periodo 1 gennaio – 31 dicembre 2010, pari a 112.697, dato che risulta più che triplicato rispetto a quello registrato nell'anno precedente.

La *baseline* inserita nel PON è pari a “530.000” (totale dei 2 PON per il 2005-2007), che è stato inteso come il *n. totale dei visitatori unici* relativo a 3 annualità (2005-2006-2007) in relazione al sito del PON Ricerca (www.ponricerca.it) e al sito del PON Sviluppo Locale (www.ponsviluppolocale.it). Pertanto la *baseline* riferita a una sola annualità è stata stimata in 176.667 visitatori unici.

Il valore realizzato al 31/12/2010 è risultato ancora inferiore al valore obiettivo al 31/12/2015, ma si è previsto un incremento del numero dei visitatori del sito, in corrispondenza dell'attivazione delle nuove azioni del PON e dell'avvio delle operazioni in relazione a bandi di recente emanazione.

Per quel che riguarda gli indicatori di risultato riferiti all'obiettivo specifico preso in esame, e in particolare la *Quota di popolazione target interessata (coinvolta) dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione, sul totale della popolazione CONV*, si è stimato che la *baseline*, che misura la popolazione residente nelle regioni della Convergenza ed interessata dagli interventi previsti dal PON, è pari a 14.327.105¹³.

Il n. di soggetti raggiunti dagli interventi di comunicazione e sensibilizzazione nel 2010, secondo la metodologia sopra descritta, è di circa 250mila e risulta più che triplicato rispetto al dato riferito all'annualità precedente (circa 75mila).

Tale valore, se rapportato alla popolazione residente nelle Regioni della Convergenza è tuttavia ancora poco significativo (1,74%), soprattutto se messo a raffronto con il valore obiettivo a fine 2015 (30%). Il risultato raggiunto è tuttavia giustificabile tenuto conto che, alcuni indicatori, al 2010, non hanno prodotto risultati, poiché afferenti a iniziative di informazione e pubblicità non ancora attivate. In tal senso particolare rilevanza assume l'indicatore della copertura mediatica, perché il servizio di pubblicità sui *mass media*, ancora non attivato, dovrà assicurare, secondo quanto previsto dal Piano della Comunicazione, una copertura minima del 15% della popolazione Convergenza.

¹³ Fonte: www.istat.it (aggiornamento ottobre 2010)

3.3. NOTA METODOLOGICA PER LA VALUTAZIONE DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI

Come detto in premessa il Regolamento CE n. 1828/2006 della Commissione, in particolare, l'articolo 4 prescrive l'integrazione del **Rapporto Annuale di Esecuzione** relativo all'anno 2010 con un capitolo sulla valutazione degli interventi informativi e pubblicitari in termini di visibilità del programma (di seguito "Visibilità") e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità (di seguito "Consapevolezza").

Il lavoro svolto, unitamente all'analisi del Rapporto di **Valutazione della visibilità in Internet del PON Ricerca e Competitività 2007-2013**¹⁴, ha consentito la realizzazione della presente nota metodologica per la redazione del Rapporto in oggetto.

La metodologia adottata per formulare la nota in argomento ha previsto l'analisi delle seguenti domande di fabbisogno informativo:

- Quanti e quali Interventi informativi e pubblicitari sono stati realizzati al 2010?
- Quali veicoli/mezzi sono stati esposti al Pubblico mediante gli Interventi informativi e pubblicitari?
- Quali sono gli Indicatori previsti nel Piano di Comunicazione misurati per valutare gli interventi in termini di visibilità del programma e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità?
- Quanto e quale Pubblico è stato esposto ai veicoli/mezzi utilizzati negli Interventi informativi e pubblicitari?
- Qual è il numero complessivo di persone che sono state informate dell'esistenza del programma mediante gli interventi informativi e pubblicitari?
- Qual è il numero complessivo di persone che si sono fatte un'idea elementare del ruolo svolto dalla Comunità Europea mediante gli interventi informativi e pubblicitari?

Ai fini della scelta degli indicatori da individuare per la stesura del Rapporto si sono formalizzati i concetti di "Visibilità" e "Consapevolezza" secondo le seguenti definizioni:

¹⁴ Papalia M. - Valutazione della visibilità in Internet del PON Ricerca e Competitività 2007-2013: Analisi dei dati statistici del sito PONREC e ricerche sul web.

- *Visibilità: il numero di “persone” esposte almeno una volta ad almeno uno dei veicoli/mezzi utilizzati negli interventi informativi e pubblicitari realizzati nel periodo 2007-2010.*
- *Consapevolezza: il numero di “persone” consapevoli (che sono informate) del fatto che la Comunità, a valere sul Bilancio dell’Unione europea, cofinanzia il Programma Operativo Nazionale Ricerca e Competitività 2007-2013 mediante il FESR - Fondo europeo di sviluppo regionale per circa il la metà del suo valore complessivo pari a circa 6,2 miliardi di euro.*

A seguito di tutte le considerazioni sopra esposte e dei risultati del presente progetto, si è definito un insieme di indicatori di risultato utili alla misurazione dei relativi gradi di “Visibilità” e “Consapevolezza” ai fini della stesura del **Rapporto di Valutazione Visibilità e Consapevolezza** esposti nella seguente figura (Fig. 10):

	
Aree di Comunicazione/ Strumenti	Indicatori di output
Evidenza del programma su: www.ponviluppocale.it www.ponricerca.it www.ponrec.it	Numero di pagine Web Numero di accessi Numero di visitatori diversi Numero di visite
Evidenza del programma su altre pagine Web	Numero di altri siti numero di pagine Web
Relazione con i media	Numero di avvisi pubblicati Numero articoli sul programma
Pubblicazioni	Numero di pubblicazioni distribuite N. di destinatari delle liste di distribuzione
Eventi	Numero di eventi Numero di invitati agli eventi Numero di presenti agli eventi
Materiale Promozionale	Numero di gadget distribuiti

FIGURA 10 - Tabella degli indicatori per la “Visibilità” e la “Consapevolezza”.

4. CONCLUSIONI ED OSSERVAZIONI FINALI

L'attività di revisione degli strumenti di misurazione e raccolta dati per il monitoraggio degli interventi informativi e pubblicitari è stata svolta per migliorare il sistema di monitoraggio ed estendere il campo di applicazione a tutti gli interventi di informazione e pubblicità previsti dal Piano di Comunicazione.

Il presente progetto, tramite un approccio integrato e condiviso, e la formalizzazione dei flussi di responsabilità in matrici RACI, ha avviato il processo di integrazione di tutti gli strumenti previsti per il monitoraggio garantendo l'estensione dell'attività stessa a tutti i prodotti e servizi previsti dal P.d.C.

Dal punto di vista tecnico-funzionale ogni strumento è stato progettato e realizzato in ambiente software Excel l'integrazione con sistemi in grado di garantire maggiori gradi di fruibilità e utilizzazione trasversale.

Per quanto riguarda il sistema degli indicatori, il progetto di revisione ha avviato una necessaria attività di integrazione del sistema predisposto dal Piano di Comunicazione con nuovi indicatori nella prospettiva auspicata di una revisione dell'intero sistema di indicatori e relative *baseline*.

Per quanto concerne la misurazione dei dati finalizzata alla valutazione delle aree di attività monitorate, l'attuale metodologia di raccolta, è stata impostata per una visualizzazione dei dati con periodo di riferimento annuale.

Infine il progetto ha predisposto un piano di sviluppo finalizzato alla misurazione del grado di *performance* relativo ad ogni area di attività previste dal Piano di comunicazione, esemplificato nella seguente figura (Fig. 11).

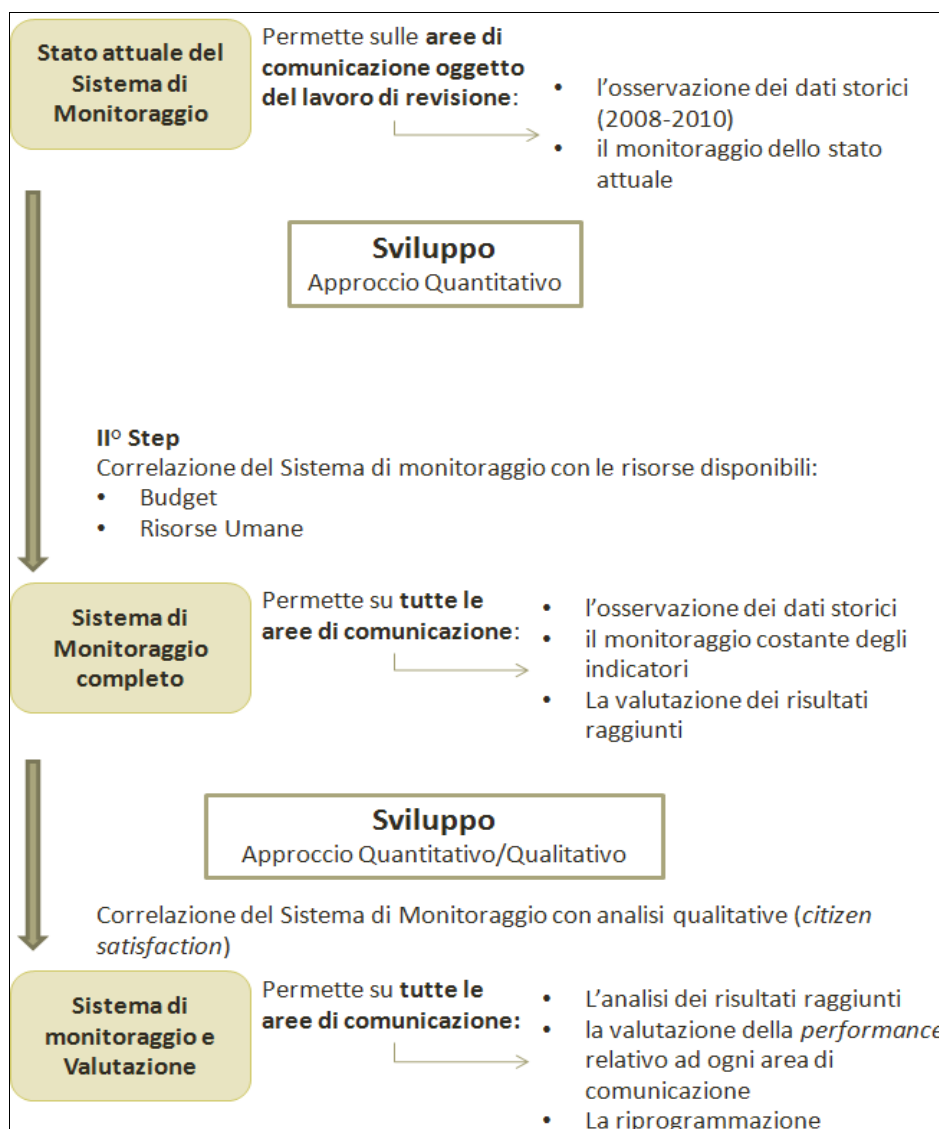
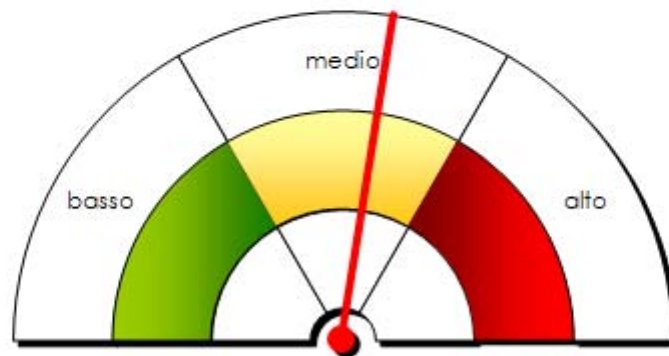


FIGURA 11- Mappa del Piano di Sviluppo.

Per la valutazione della *performance* relativa ad ogni area di comunicazione, si propone il seguente modello (Fig. 12), che raffiguri il relativo grado di misurazione su una scala di valori sintetica (basso, medio e alto)

Pubblcazioni Informative



Rendimento: 55%

FIGURA 12 - Strumento di misurazione del grado di performance.

ALLEGATI