



KNOWLEDGE **THAT INNOVATES**

Esperienze di valutazione della comunicazione del POR FESR 2007-2013 Lombardia

Cinzia Lombardo
PTSCLAS

Roma,
22 novembre 2019

INDICE

1. Informazioni di contesto
2. Attività di monitoraggio e valutazione realizzate
3. Responsabili per il M&V
4. Uso dei risultati del M&V per il miglioramento del Piano
5. Lezioni apprese

Informazioni di contesto: i *target group*

Potenziali
beneficiari

Beneficiari

Grande pubblico

In corso d'opera
...focus su

scuole superiori
(prevalentemente
ad indirizzo
professionale)



Informazioni di contesto: le azioni realizzate

Sviluppo di un'identità visuale

Campagne di
comunicazione (pubblicità)

Materiale promozionale

Pubblicazioni informative

Relazioni con i media

Eventi informativi

Prodotti audiovisivi

Sito web

Concorso nelle scuole

Azioni realizzate senza una
pianificazione temporale
ma in risposta alle esigenze
via via emergenti

Fa eccezione il concorso
nelle scuole, divenuto
annuale



Informazioni di contesto: le risorse

Costo complessivo del Piano di comunicazione del POR FESR 2007-2013: **2.545.000 €**

(di cui quota nazionale 1.335.072 €
e contributo comunitario 889.928 €)

Costo delle attività di M&V del Piano di comunicazione del POR FESR 2007-2013 non quantificato; stimabile in circa **50mila €** per 8 anni



Attività di monitoraggio e valutazione effettuate -1

Gli **attori** coinvolti nelle attività di:

- monitoraggio: soggetto incaricato del servizio di assistenza tecnica al Piano di comunicazione (Agenzia di comunicazione) e referente per l'attività di comunicazione della struttura dell'AdG;
- valutazione: valutatore indipendente (che ha proposto un focus su questo tema)

La **periodicità** delle attività di:

- monitoraggio: semestrale;
- valutazione: annuale.



Attività di monitoraggio e valutazione effettuate - 2

Gli **strumenti** utilizzati per la valutazione:

- del processo: interviste in profondità con interlocutori privilegiati (AdG, responsabili dell'attuazione degli Assi del PO, referenti regionali per il Piano di comunicazione, dell'agenzia di comunicazione, dell'AT al programma);
- dell'efficacia: indicatori, survey con i beneficiari dei finanziamenti del programma (percezione dell'efficacia del Piano di comunicazione).



Attività di monitoraggio e valutazione effettuate - 3

Gli **indicatori** utilizzati per la valutazione:

- rigidamente definiti dal Piano di Valutazione, in relazione a realizzazioni, risultati e impatti
- individuati per azione del Piano e non per target group
- quantificati rispetto a valori attesi definiti *una tantum* in fase di stesura del Piano



Uso dei risultati del M&V del Piano di comunicazione

I risultati dell'attività di valutazione sono stati discussi periodicamente con l'AdG e presentati in sede di CdS.

Follow up della valutazione:

Sito web:

- **facilità** nell'individuazione del sito del PO;
- **quantità** (e qualità) delle informazioni veicolate attraverso il sito;
- **accessibilità**: predisposizione di contenuti audio sostitutivi dei contenuti visivi per tutte le pagine del sito.

Focalizzazione della strategia di comunicazione nei confronti di **target specifici**, in particolare:

- **imprese** (cfr. evento annuale presso lo SMAU di Milano);
- **studenti** (cfr. Concorso "Alla scoperta del POR Lombardia: la Lombardia vista dal tuo obiettivo").



Lezioni apprese

- Importanza dell'utilizzo di benchmark
 - misure standard dove esistenti, situazione di baseline negli altri casi
- Importanza, per la valutazione dell'efficacia delle azioni sul digital, dell'utilizzo:
 - di indicatori di *Google Analytics*;
- Best practice da confermare:
 - valutazione della percezione dei target groups
 - valutazione *in itinere* e azioni di *follow up*



Criticità da affrontare

Difficoltà da parte delle AdG 2014-2020 dei fondi SIE a definire Piani di comunicazione annuali che

- definiscano azioni e tempistiche in modo puntuale
- stabiliscano valori attesi realistici
- monitorino l'attuazione della strategia in modo regolare
- aiutino a ripensare la strategia



GRAZIE

Cinzia Lombardo,
c.lombardo@ptsclas.com

Chiara Sumiraschi
c.sumiraschi@ptsclas.com



KNOWLEDGE THAT INNOVATES

DOVE SIAMO

Via Solferino, 40
20121 | Milano
Viale di Villa Massimo, 29
00161 | Roma
Via San Nicolò, 15
34121 | Trieste
segreteria@ptsclas.it
www.ptsclas.it