

Regione Abruzzo

POR FESR 2007/2013

PIANO DI COMUNICAZIONE

INDICE

PRESENTAZIONE	1
1. INTRODUZIONE AL PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR	3
2. LE LEZIONI DELL'ESPERIENZA.....	4
3. LA STRATEGIA	6
4. I CONCETTI CHIAVE DELLA COMUNICAZIONE.....	7
5. GLI OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI DA PERSEGUIRE	8
6. I GRUPPI DI DESTINATARI.....	10
7. I CONTENUTI.....	12
8. GLI STRUMENTI.....	20
9. PROCEDURE, MODALITÀ E GRUPPO RESPONSABILE DELL'ATTUAZIONE DEL PIANO	24
10. TEMPISTICA E CRONOGRAMMA.....	26
11. IL SISTEMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELL'AZIONE PROGRAMMATA	27
12. IL PIANO FINANZIARIO	29

PRESENTAZIONE

La Regione Abruzzo è consapevole del ruolo della comunicazione istituzionale quale elemento strategico dei processi di buona *governance*. Pertanto condivide l'enfasi che la Unione Europea pone in modo crescente sulla necessità di ampliare e rafforzare il dialogo tra istituzioni e cittadinanza.

La comunicazione interviene trasversalmente per attuare il principio di integrazione che assume in Abruzzo molteplici valenze: da quella relativa alle politiche e agli interventi programmati, all'integrazione sociale per eliminare le disparità, anche in una logica di pari opportunità e di occupazione diffusa, all'avvicinamento tra chi amministra e i cittadini. La Regione Abruzzo intende continuare a ridurre il divario e la distanza tra istituzioni pubbliche e società civile.

La Regione fa propri i principi, i concetti e gli orientamenti sviluppati in una serie di documenti chiave di attuazione della politica comunitaria, tra cui:

- “il Libro Verde iniziativa europea per la trasparenza”¹, presentato dalla Commissione Europea nel maggio 2006 con il quale la CE si impegna a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'utilizzo dei Fondi strutturali e sul ruolo della UE;
- il “Piano di azione della Commissione per migliorare la comunicazione dell'Europa”;
- la comunicazione della Commissione sul “Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito”²;
- il Libro bianco su una politica europea di comunicazione³;
- il preambolo del Reg. (CE) 1828/2006;
- il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale di sviluppo 2007-2013 par. VI.2.5.

¹ Libro Verde iniziativa europea per la trasparenza COM(2006) 194 definitivo

² Il contributo della Commissione al periodo di riflessione e oltre: Un Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito COM(2005) 494 definitivo

³ Libro bianco su una politica europea di comunicazione COM(2006) 35 definitivo

Tali principi, concetti ed orientamenti permeano gli obiettivi della strategia regionale unitaria di comunicazione della politica di coesione e di sviluppo.

Tale strategia mira a:

- diffondere l'informazione sulla Politica di Coesione ed il ruolo dei Fondi strutturali comunitari;
- stabilire e/o approfondire il dialogo sugli obiettivi dello sviluppo regionale attraverso gli strumenti comunitari;
- assicurare la diffusione dell'informazione sulle opportunità offerte, sugli strumenti, la loro tempistica e le fonti di finanziamento.

La strategia unitaria di comunicazione della politica di coesione si declina nei Piani pluriennali di comunicazione di ciascuno dei principali strumenti di attuazione di tale politica, e degli altri strumenti di sviluppo regionale POR FESR, POR FSE, PSR FEASR, POR FAS.

Al fine di assicurare coerenza ed integrazione alle diverse azioni di comunicazione che saranno attivate nell'ambito dell'attuazione della politica regionale di comunicazione unitaria, la Regione Abruzzo si è dotata di un gruppo di lavoro unitario del quale fanno parte i responsabili dell'attuazione dei Piani di Comunicazione Pluriennali di ciascun Programma Operativo.

I Piani pluriennali saranno attuati attraverso Piani di Azione annuali che saranno predisposti dai gruppi di lavoro responsabili.

Il presente documento costituisce il Piano di Comunicazione Pluriennale del Programma Operativo FESR della Regione Abruzzo per il periodo 2007-2013, da presentare alla Commissione europea entro quattro mesi dall'adozione del POR.

1. INTRODUZIONE AL PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR

Il Piano di Comunicazione (in seguito anche PdC) Pluriennale del POR qui presentato, individua gli obiettivi e gli strumenti di informazione e comunicazione programmati dalla Regione Abruzzo per informare i cittadini, le istituzioni e le imprese sulle opportunità offerte dal Programma Operativo Regionale FESR 2007 2013.

A livello normativo, il piano fa riferimento a:

- Regolamento (CE) n. 1083/2006 regolamento generale che definisce i principi, le regole e gli standard comuni per l'attuazione dei fondi strutturali, in particolare Capo III, articolo 69 "Informazione e pubblicità";
- Regolamento (CE) n. 1828/2006 sulle modalità di applicazione del precedente regolamento, in particolare Capo II, Sezione I "Informazione e pubblicità", articoli dal 2 a 10.

Nel dettaglio il Piano di Comunicazione pluriennale definisce:

- a) la strategia di comunicazione;
- b) gli obiettivi generali e specifici da perseguire in attuazione della strategia (rispondenza della regolamentazione comunitaria);
- c) i destinatari delle attività di comunicazione ed informazione;
- d) le attività programmate per comunicare le opportunità offerte dal Programma, nonché per assicurare la diffusione dei risultati e degli impatti che saranno conseguiti (contenuti del Piano);
- e) i mezzi di comunicazione che si intende impiegare nella realizzazione del Piano (gli strumenti);
- f) le procedure, le modalità ed i soggetti responsabili dell'attuazione del Piano;
- g) il sistema di sorveglianza e monitoraggio delle attività sviluppate nell'ambito del periodo di implementazione del programma;
- h) le modalità di valutazione dell'efficienza e dell'efficacia nel conseguimento degli obiettivi assunti a base del Piano di Comunicazione.

La programmazione e la definizione delle attività operative puntuali sono demandate ai piani di comunicazione annuali che, a loro volta, individueranno:

- gli obiettivi operativi;
- i contenuti specifici;
- i mezzi, il linguaggio, il *mix* di strumenti da utilizzare;
- le modalità di attuazione;
- il budget necessario per ciascuna azione/strumento;
- i soggetti coinvolti nell'attuazione e le loro competenze;
- la tempistica di realizzazione;
- le azioni di monitoraggio.

2. LE LEZIONI DELL'ESPERIENZA

Le attività di informazione e di pubblicità della Regione Abruzzo hanno preso avvio con il Programma Operativo Plurifondo (POP) 1994/99. Al fine di consentire la conoscenza delle potenzialità del POP da parte degli operatori economici e della comunità regionale fu istituito uno sportello informativo presso l'Assessorato regionale al Commercio ed artigianato; furono realizzate brochure e opuscoli informativi; furono organizzati seminari, convegni e conferenze stampa. Per quanto riguarda la diffusione ad un pubblico più vasto, fu predisposto un "Progetto di comunicazione" che prevedeva il coinvolgimento nell'attuazione di tutti gli organi di informazione locali.

Nel periodo di programmazione 2000-2006 l'obiettivo del Piano di Comunicazione di informare i potenziali beneficiari finali sulle opportunità offerte dal Programma e l'opinione pubblica sul ruolo della UE è stato perseguito attraverso la predisposizione di un sistema organico di iniziative caratterizzate da:

- una comunicazione dai contenuti semplici, chiari ed immediati;
- una serie di azioni basate su diversi strumenti di comunicazione in modo da poter raggiungere fasce diversificate di popolazione e di operatori economici;
- messaggi diversificati: informazioni più generali per l'opinione pubblica, informazioni più puntuali e settoriali per gli operatori economici ed istituzionali.

Gli strumenti sviluppati, pur non trascurando il ruolo degli strumenti tradizionali (in particolare: *Brochure*, Opuscoli e Pubblicazioni), hanno privilegiato l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione.

L'esperienza ha messo in evidenza luci ed ombre che rappresentano altrettanti punti di forza e di debolezza da tenere in considerazione nel presente periodo di programmazione. In particolare con riferimento alle azioni implementate nel periodo 2000-2006, si evidenziano le seguenti criticità:

- assenza di una declinazione di dettaglio dei *target* ai quali destinare le azioni di informazione e pubblicità. Il PdC si limita a riprendere le categorie generali suggerite dal Regolamento comunitario in materia senza, però, meglio specificarle in base alla propria strategia comunicativa, che per tale motivo, pertanto, risulta poco esplicitata;
- pur in presenza di un piano di comunicazione, le attività realizzate sono risultate episodiche e non strettamente coordinate;
- gli strumenti adottati, seppure diversificati, non hanno raggiunto l'intera platea dei potenziali beneficiari dell'informazione;
- i potenziali beneficiari hanno dichiarato in occasioni diverse che l'informazione non appariva chiara e non risultava facilmente utilizzabile;
- non è stata attuata nel corso dell'attuazione del Piano un'attività di monitoraggio e di valutazione dei risultati conseguiti.

A fronte di tali criticità si riscontrano elementi positivi sui quali la Regione Abruzzo può contare nell'implementazione del Piano di Comunicazione 2007-2013, quali:

- una consolidata rete interna costituita dai referenti per l'informazione e la comunicazione sui Fondi Strutturali;
- la sezione dedicata alla programmazione europea (Europa) nel sito web regionale che, seppur migliorabile, costituisce una solida base di partenza;

La Regione è inoltre consapevole delle aspettative crescenti di trasparenza ed "accountability" rispetto alle politiche pubbliche ed a quelle di sviluppo in particolare. Tale circostanza può costituire un importante elemento favorevole all'instaurazione di un efficace canale di comunicazione. Tuttavia, se non opportunamente soddisfatte, tali aspettative possono facilmente tradursi in atteggiamenti di distacco e disillusione nei confronti delle attività dell'amministrazione regionale.

3. LA STRATEGIA

La strategia per la comunicazione del POR FESR 2007-2013, pertanto, nel contesto degli obiettivi e della strategia unitaria di comunicazione della Politica di coesione attuata dalla Regione Abruzzo, mira a

- migliorare la comunicazione interna e rafforzare reti di partenariato, per raggiungere un pubblico più ampio possibile, con la collaborazione con enti ed istituzioni più vicini alle persone per competenza, prossimità territoriale o di materia;
- raggiungere un elevato livello di trasparenza e avviare un dialogo effettivo con i destinatari dell'informazione;
- rispondere ad esigenze proprie di particolari segmenti del pubblico;
- assicurare la massima visibilità e riconoscibilità degli interventi.

Operativamente la strategia prevede l'attuazione di una comunicazione integrata, ovvero:

- integrazione con il partenariato istituzionale ed economico-sociale, che funge da "moltiplicatore" dei messaggi e risponde al principio di sussidiarietà;
- integrazione di strumenti e di canali e comunicazione mirata alle caratteristiche e alle esigenze dei gruppi destinatari, che significa nello specifico:
 - *semplificazione del linguaggio;*
 - *comunicazione differenziata per pubblico (target);*
 - *utilizzo di strumenti tradizionali e innovativi;*
 - *comunicazione diretta e indiretta.*

In tale ottica, la Regione Abruzzo ritiene particolarmente strategico nel periodo di programmazione 2007-2013 dare continuità, rafforzandole, alle azioni intraprese nel periodo precedente, realizzando nel contempo strutture e strumenti di attuazione più efficaci. Tale scelta è dettata dalla consapevolezza che l'obiettivo delle azioni di informazione e pubblicità istituzionale non è solo quello di diffondere notizie, quanto

piuttosto creare un rapporto stabile bi-direzionale (comunicazione) tra decisori pubblici e cittadinanza/comunità regionale.

A tal proposito il Piano di Comunicazione avrà anche il compito di informare le cittadine ed i cittadini abruzzesi delle politiche messe in campo dell'Unione Europea, in particolare degli ambiziosi obiettivi che questa si propone di raggiungere in campo ambientale, scientifico e delle telecomunicazioni (riduzione del *digital divide*) per un'Europa più competitiva e con migliori posti di lavoro. Inoltre il PdC dovrà sensibilizzare i beneficiari della comunicazione sul valore aggiunto delle politiche comunitarie e sulle opportunità date all'Abruzzo dall'UE in tema di sviluppo sostenibile e di crescita economica e sociale.

4. I CONCETTI CHIAVE DELLA COMUNICAZIONE

I concetti chiave che la Regione intende trasmettere ai cittadini, alle istituzioni ed alle imprese abruzzesi attraverso il presente Piano di Comunicazione sono espressione diretta degli obiettivi specifici e delle strategie programmate con il POR FESR.

Il presente Piano di Comunicazione ha come *mission* principale quella di sostenere gli interventi del Programma Operativo e migliorare la *governance* del Programma stesso rimuovendo le distanze tra cittadini e decisori e promuovendo un'attuazione del Programma che tenga conto delle reali esigenze delle cittadine e dei cittadini abruzzesi. Questo nuovo modo di affrontare i temi della Comunicazione è un importante effetto delle *policy* comunitarie (valore aggiunto comunitario) che, attraverso la regolamentazione comunitaria, favoriscono una maggiore visibilità ai cittadini, alla comunità, alle imprese e alle altre amministrazioni locali coinvolte nell'implementazione degli interventi/operazioni promossi dall'Amministrazione regionale e cofinanziati dall'UE.

I concetti chiave mirano a sottolineare in particolare i progressi conseguiti dalla Regione negli anni passati ed i nuovi ed ambiziosi traguardi che si propone di raggiungere attraverso la programmazione corrente:

- l'Abruzzo è il laboratorio dove si costruisce un modello di società tradizionale e solidale che assume come finalità prioritaria il rafforzamento della competitività e dinamicità del proprio sistema al fine di rispondere alla sfida della globalizzazione;
- l'Abruzzo intende mettersi alla prova quale sistema in cui i valori fondanti sono la competitività, la coesione sociale, dove si scrivono e si attuano politiche per

l'innovazione, per la formazione, per l'energia e l'ambiente, per la diffusione della conoscenza tecnologica;

- l'Abruzzo da sempre ha considerato la natura un patrimonio da salvaguardare e proteggere: la sostenibilità ambientale è un concetto insito nell'organizzazione e funzionamento del proprio modello produttivo;
- l'Abruzzo è un luogo in cui l'Amministrazione è in sintonia con le cittadine ed i cittadini e lavora per garantire libertà, prosperità, sicurezza;

I messaggi che veicheranno tali concetti chiave saranno dettagliatamente elaborati nei Piani Annuali di Comunicazione predisposti dal Gruppo di lavoro responsabile dell'attuazione operativa del Piano.

5. GLI OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI DA PERSEGUIRE

Il POR FESR della Regione Abruzzo precisa che, coerentemente con quanto stabilito dal Regolamento (CE) N° 1083/2006 all'art. 69, e con il Quadro Strategico Nazionale, "nel periodo 2007-2013 le azioni informative e pubblicitarie saranno finalizzate a conseguire i seguenti obiettivi generali:

- **assicurare la trasparenza nell'utilizzo delle risorse del POR FESR**, attraverso la diffusione di informazioni puntuali, esaustive e complete sulle possibilità di finanziamento offerte e sui beneficiari potenziali;
- **garantire la diffusione e valorizzazione dei risultati del POR FESR** attraverso una diffusa informazione sui progetti realizzati/ in corso di realizzazione;
- **valorizzare il ruolo dell'Unione Europea e della politica di coesione europea**, attuata in collaborazione con le Autorità nazionali e regionali attraverso il cofinanziamento dei Programmi di sviluppo territoriali e settoriali.

Inoltre il Piano di Comunicazione intende contribuire a:

- **rafforzare le reti di partenariato** attraverso l'implementazione di *network* informativi e lo scambio di buone pratiche.

Tali obiettivi generali si traducono, nel quadro di una struttura di programma gerarchizzata, in una serie di obiettivi specifici (o intermedi):

- a) portare a conoscenza dell'opinione pubblica gli obiettivi, le strategie di sviluppo regionale il valore aggiunto ottenuto dall'applicazione degli

orientamenti/regolamenti comunitari alla base del POR FESR cofinanziato con il Fondo Strutturale Comunitario e con risorse nazionali;

- b) informare i potenziali beneficiari, operatori pubblici e privati, in particolare le PMI e organizzazioni professionali, sulle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR e gli obiettivi operativi da perseguire, fornendo indicazioni chiare ed esaurienti su: le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento nel quadro del POR; la descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze; i criteri di selezione delle operazioni da finanziare; l'indicazione delle strutture e delle persone di riferimento a livello nazionale, regionale e locale che possono fornire informazioni sul POR;
- c) informare i beneficiari effettivi sulle modalità di gestione delle operazioni finanziate indicando chiaramente gli uffici e i funzionari regionali presso i quali reperire tutte le informazioni tecniche necessarie;
- d) evidenziare l'impatto economico-sociale atteso valorizzando il contributo della politica di coesione e del cofinanziamento comunitario;
- e) dare ampia diffusione alle decisioni del Comitato di sorveglianza ed ai risultati intermedi conseguiti nell'implementazione del POR (*best practices*);
- f) evidenziare il ruolo dell'Unione Europea nel perseguire le priorità trasversali: la sostenibilità ambientale, la società dell'informazione, le pari opportunità, la tutela del mercato e della concorrenza; in tale contesto il piano dovrà affrontare la sfida di "colmare la lacuna tra l'Europa ed i suoi cittadini" ponendo l'accento sulla politica regionale;
- g) rafforzare il sistema di *governance* del POR attraverso la condivisione in rete con il partenariato istituzionale ed economico delle informazioni e delle procedure gestionali.

Tale articolazione gerarchica degli obiettivi generali e intermedi trova puntuale collegamento nelle attività/azioni/iniziative da intraprendere e deve dunque essere vista in termini funzionali allo sviluppo di tutto il Piano di comunicazione. Gli obiettivi generali sono perseguiti attraverso l'azione sinergica di tutte le singole attività/azioni previste per il raggiungimento degli obiettivi intermedi.

Tab. 1 - La struttura gerarchizzata degli obiettivi generali e specifici del Piano di Comunicazione

Obiettivi Generali	Obiettivi specifici
<p>1) Assicurare la trasparenza nell'utilizzo delle risorse del PO FESR</p>	<p>a) portare a conoscenza dell'opinione pubblica gli obiettivi e le strategie di sviluppo regionale del POR FESR;</p> <p>b) informare i potenziali beneficiari, operatori pubblici e privati, in particolare le PMI e organizzazioni professionali, sulle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR</p> <p>c) informare i beneficiari effettivi sulle modalità di gestione delle operazioni finanziate</p>
<p>2) Garantire la diffusione e valorizzazione dei risultati del PO FESR</p>	<p>d) evidenziare l'impatto economico-sociale atteso valorizzando il contributo della politica di coesione e del cofinanziamento comunitario</p> <p>e) dare ampia diffusione alle decisioni del Comitato di sorveglianza ed ai risultati intermedi conseguiti nell'implementazione del POR (<i>best practices</i>).</p>
<p>3) Valorizzare il ruolo dell'Unione Europea e della politica di coesione europea</p>	<p>f) evidenziare il ruolo dell'Unione Europea nel perseguire le priorità trasversali: la sostenibilità ambientale, la società dell'informazione, le pari opportunità, la tutela del mercato e della concorrenza</p>
<p>4) Rafforzare le reti di partenariato</p>	<p>g) rafforzare il sistema di <i>governance</i> del POR attraverso la condivisione in rete con il partenariato istituzionale ed economico delle informazioni e delle procedure gestionali</p>

6. I GRUPPI DI DESTINATARI

I destinatari delle azioni di comunicazione (*target*) previste dal Piano sono numerosi ed eterogenei e comprendono, anche alcuni gruppi di destinatari individuati in base agli obiettivi specifici del Piano ed alle diverse esigenze di comunicazione:

- beneficiari potenziali;
- beneficiari effettivi;
- partenariato istituzionale ed economico – sociale regionale e locale;
- opinione pubblica;

- intermediari dell'informazione⁴.

Tali gruppi comprendono categorie di destinatari omogenee in termini di tipologia di informazione da ricevere, anche se spesso possono risultare talmente ampie da rendere necessaria un'ulteriore segmentazione. Ad esempio, tra i Beneficiari potenziali che hanno accesso ad informazioni sui bandi di gara e ad informazioni di tipo tecnico a supporto della progettazione, sono ricompresi sia soggetti di natura pubblica, sia soggetti privati o di natura mista.

Il modello partecipativo, promosso dalla regolamentazione comunitaria, fondato su un ampio coinvolgimento degli *stakeholders* (istituzioni investite del processo di programmazione e degli attori socioeconomici impegnati nel settore di intervento del Programma) richiede una forte promozione e diffusione dei risultati ottenuti per innescare meccanismi virtuosi e di scambio di *best practice* tra i diversi attori coinvolti. Il PdC ha il compito, di comunicare le leve azionate con il valore aggiunto comunitario e in particolare la migliorare trasparenza, cooperazione e coordinamento tra i diversi attuatori e beneficiari del Programma.

Beneficiari Potenziali Questo gruppo comprende tutte quelle categorie individuate dal Programma Operativo come “Soggetti Attuatori e Beneficiari degli interventi”. Si tratta di un gruppo di soggetti estremamente ampio ed eterogeneo:

- Amministrazioni locali, provinciali, comunali e loro associazioni;
- Imprese e altri soggetti imprenditoriali privati;
- Altri Enti e soggetti, anche di natura mista pubblico/privata.

Beneficiari effettivi Si tratta di una sotto-categoria del gruppo precedente ovvero coloro che hanno avuto accesso ai finanziamenti (contributi e aiuti) offerti dal POR FESR. L'informazione loro destinata avrà un contenuto strettamente tecnico operativo al fine di rafforzare ed integrare l'informazione già fornita dalla AdG e dai Responsabili dell'attuazione del Programma per quanto riguarda gli obblighi in capo al beneficiario e fornire indicazioni chiare ed esaurienti sulle modalità di attuazione delle operazioni finanziate, gli obblighi del beneficiario (trasmissione dati di monitoraggio, pubblicità

⁴ Nel sito della Regione verrà pubblicato il piano di comunicazione, appena approvato, attraverso il quale verrà data la più diffusa conoscenza delle categorie di Beneficiari da coinvolgere nell'azione di informazione sulle attività e sui risultati realizzati con il POR FESR 2007 – 2013.

dell'intervento a norma degli art 8 e 9 del Reg. 1828/2006, etc.), nonché ogni altro adempimento necessario per partecipare alla realizzazione degli interventi del POR⁵.

Partenariato Istituzionale ed economico – sociale Questo gruppo comprende gli organismi pubblici e privati che partecipano attivamente attraverso il Partenariato Istituzionale e Socio-Economico regionale e locale alla programmazione. Si tratta principalmente degli Enti locali, delle associazioni di categoria e *partners* sociali che operano sul territorio regionale (Confcommercio, Confindustria, Autorità Ambientale, consigliere Pari Opportunità, ANCI, UNCEM, Università, Associazioni, ONG). Il partenariato rappresenta non solo un *target* della comunicazione, ma anche un *partner* rilevante che la Regione intende coinvolgere nell'attuazione al Piano di Comunicazione.

Opinione Pubblica Costituisce il gruppo più ampio e comprende l'opinione pubblica regionale e nazionale. La Regione intende portare a conoscenza del più ampio pubblico possibile gli interventi che la Regione Abruzzo attua attraverso gli strumenti dell'Unione Europea. I segmenti di riferimento sono rappresentati da: “grande pubblico”; giovani; donne; fasce deboli.

Intermediari dell'informazione Questo gruppo è costituito dagli operatori della comunicazione nazionale e locale e dagli operatori specializzati nell'informazione comunitaria. Essi costituiscono al tempo stesso un target ed uno strumento del Piano di comunicazione. Sensibilizzare e “coinvolgere” in modo efficace tali soggetti risulta strategico al fine di assicurare un'informazione costante, corretta e mirata, del “grande pubblico”. I sottosegmenti individuati riguardano: *mass media* regionali, nazionali e comunitari (televisioni, giornali, agenzie di stampa).

7. I CONTENUTI

Il piano di comunicazione pluriennale si propone di organizzare strategicamente le attività di promozione ed informazione inserendole in un contesto omogeneo in modo da rispettare criteri di:

- organicità delle azioni;
- integrazione delle azioni;
- sinergia tra le azioni;

⁵ Va rilevato che tali indicazioni sono generalmente contenute nella convenzione che viene stipulata tra AdG ed i soggetti beneficiari.

- efficacia;
- economia di scala;
- trasparenza;
- massima visibilità
- rispetto dei principi trasversali di pari opportunità e sviluppo sostenibile e degli obiettivi di Lisbona.

Il conseguimento degli obiettivi esplicitati e la eterogeneità dei *target* richiede lo sviluppo di una serie di attività/azioni articolate e flessibili in grado di integrare gli strumenti, gli attori e le stesse procedure di attuazione.

La Regione Abruzzo, al fine di pervenire ad un'immagine unitaria e coerente del PO FESR, provvede ad individuare:

- il logo che dovrà rappresentare il POR FESR 2007-2013;
- la veste grafica da replicare in tutti gli strumenti adottati;
- lo *slogan* generale, di alto impatto, che identifichi in maniera chiara ed al tempo stesso sintetica il POR ed i suoi obiettivi, evidenziando in modo univoco il ruolo dell'UE a sostegno dello sviluppo regionale del Abruzzo⁶;

e garantire la realizzazione di:

- un Evento di lancio/presentazione del POR FESR 2007-2013 all'avvio del Programma;
- un evento annuale da realizzare sino alla fine del Programma per comunicare l'avanzamento dello stato di attuazione ed i primi risultati.

In tale contesto il piano intende rilevare l'importanza dell'esposizione della Bandiera dell'UE nella giornata del 9 maggio ed in tutte le altre ricorrenze.

I contenuti delle azioni di comunicazione dovranno sempre evidenziare il ruolo dell'Unione Europea e il valore aggiunto delle politiche di coesione promosse a livello

⁶ A tal proposito il reg. 1828/06 suggerisce slogan del tipo: "Investiamo nel vostro futuro". Su tale modello si possono proporre slogan tipo: "Il futuro dell'Europa nel futuro del Abruzzo", oppure "L'Europa per il futuro del Abruzzo" o ancora "Investiamo nel Abruzzo per l'Europa del futuro" etc.

comunitario e messe in atto a livello regionale e locale in particolare i risultati ottenuti attraverso l'implementazione della strategia di Lisbona rinnovata e della strategia di Goteborg.

Ogni intervento informativo e pubblicitario comprenderà l'emblema dell'Unione europea, l'indicazione del fondo pertinente, ovvero Fondo europeo di sviluppo regionale e una frase (*slogan* generale) che evidenzia il valore aggiunto dell'intervento comunitario, ai sensi dell'art. 9 del Regolamento (CE) 1828/2006.

Le attività programmate sono state strutturate in funzione sia degli obiettivi che dei target e comprendono:

A1 attività informative per i beneficiari potenziali;

A2 attività di supporto per i beneficiari effettivi;

A3 attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica;

A4 attività di comunicazione con il partenariato.

Le attività, dettagliate nella tabella 2, saranno ulteriormente specificate nei Piani annuali di comunicazione prestando particolare cura alla declinazione dei contenuti in funzione degli obiettivi (e degli Assi) del Programma Operativo.

Un esempio di come potrà avvenire tale declinazione è riportato nella tabella 2.

Tab. 2 - I contenuti informativi delle attività del Piano

<i>Attività</i>	<i>Contenuti</i>
A1 Attività informative per i beneficiari potenziali	<ul style="list-style-type: none"> - linee di attività finanziabili ed operazioni ammissibili; - condizioni di ammissibilità per poter beneficiare del finanziamento; - descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze, e la disponibilità di modulistica on line; - criteri di selezione delle operazioni da finanziare; - persone di riferimento a livello regionale e locale che possono fornire informazioni dettagliate sui bandi; - informazioni sulla pubblicazione su <i>web</i> dell'elenco dei beneficiari.
A2 Attività di supporto per i beneficiari effettivi	<ul style="list-style-type: none"> - procedure amministrative, attuate in una logica di semplificazione; - persone di riferimento a livello regionale e locale responsabili dell'attuazione delle operazioni finanziate; - responsabilità relative ad interventi informativi e promozionali sui progetti realizzati.
A3 Attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica	<ul style="list-style-type: none"> - obiettivi che si intende raggiungere, strategia di lungo termine, benefici attesi e temi sviluppati dal POR - risultati ottenuti nelle varie fasi di attuazione e pubblicazione sul sito dell'elenco dei beneficiari ai fini della trasparenza - informazioni sui progetti realizzati - promozione di casi di eccellenza e progetti rilevanti
A4 Attività di comunicazione con il partenariato	<ul style="list-style-type: none"> - informazioni sul POR, con particolare riferimento al piano di comunicazione e alla sua realizzazione

Tab. 3 - Contenuti ed obiettivi di comunicazione in funzione degli Assi del PO FESR.

Attività ASSI POR	Attività informative per i beneficiari potenziali	Attività di supporto per i beneficiari effettivi	Attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica	Attività di comunicazione con il partenariato
<p style="text-align: center;">ASSE I R&ST INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informare rispetto alle opportunità, sollecitando investimenti in ricerca - Far conoscere a università, enti di ricerca, enti locali le opportunità offerte - Promuovere la presentazione di progetti di ricerca collaborativa di PMI con università, laboratori, enti di ricerca, grandi imprese - Informare rispetto al sostegno a progetti di start-up di imprese innovative 	<ul style="list-style-type: none"> - Informare e fornire assistenza sulle procedure e sullo stato di avanzamento delle stesse - Sensibilizzare e coinvolgere i beneficiari in azioni di comunicazione, anche attraverso forme di partenariato 	<ul style="list-style-type: none"> - Dare visibilità alla politica regionale per l'innovazione rendendo evidente il valore aggiunto per il sistema economico, derivato dai finanziamenti europei in ricerca e innovazione - Far conoscere i risultati e illustrare i progetti, sottolineando l'importanza della collaborazione tra istituzioni, università, centri di ricerca e imprese, a favore dell'economia della conoscenza 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare forme di partenariato, all'interno degli accordi di programma e delle convenzioni stipulate con enti locali, università, laboratori e centri di ricerca, al fine di realizzare iniziative di comunicazione - Promuovere attraverso reti europee i risultati ottenuti

Attività ASSI POR	Attività informative per i beneficiari potenziali	Attività di supporto per i beneficiari effettivi	Attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica	Attività di comunicazione con il partenariato
<p style="text-align: center;">ASSE II ENERGIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Far conoscere i vantaggi della competitività energetica e della riqualificazione energetico-ambientale e le opportunità di finanziamento europeo - Informare gli enti locali rispetto alle procedure negoziali per la presentazione di progetti - Informare le PMI sulle iniziative a sostegno di azioni legate all'efficienza energetica e alla produzione di energie rinnovabili 	<ul style="list-style-type: none"> - Informare e fornire assistenza sulle procedure e sullo stato di avanzamento delle stesse - Informare e sensibilizzare sugli obblighi di informazione, anche promuovendo partenariati, soprattutto con gli enti locali 	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgare informazioni sul risparmio energetico e sensibilizzare su questi temi - Informare sugli impegni assunti e poi sui risultati rispetto a cambiamenti del sistema produttivo a vantaggio della sostenibilità ambientale e dell'efficienza energetica - Divulgare informazioni rispetto alle aree produttive ecologicamente attrezzate 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare forme di partenariato, nell'ambito delle procedure negoziali con gli enti locali, al fine di attuare iniziative di comunicazione

Attività ASSI POR	Attività informative per i beneficiari potenziali	Attività di supporto per i beneficiari effettivi	Attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica	Attività di comunicazione con il partenariato
<p style="text-align: center;">ASSE III SOCIETÀ DELL'INFORMAZIONE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Far conoscere i vantaggi legati alle opportunità connesse all'implementazione della Società dell'informazione e alla riduzione del digital divide - Informare le PMI sul sostegno a progetti per il potenziamento dei servizi ICT - Informare gli enti pubblici locali sul sostegno a progetti per il potenziamento dei servizi ICT legati alla telemedicina 	<ul style="list-style-type: none"> - Informare e fornire assistenza sulle procedure e sullo stato di avanzamento delle stesse - Informare e sensibilizzare sugli obblighi di informazione, anche promuovendo partenariati, soprattutto con gli enti locali 	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgare informazioni sul potenziamento della società dell'informazione e sensibilizzare su questi temi - Informare sugli impegni assunti e poi sui risultati rispetto alle opportunità connesse alla riduzione del digital divide - Divulgare informazioni rispetto alle aree coperte da connessioni ad alta velocità 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare forme di partenariato, nell'ambito delle procedure negoziali con gli enti locali, al fine di attuare iniziative di comunicazione

Attività ASSI POR	Attività informative per i beneficiari potenziali	Attività di supporto per i beneficiari effettivi	Attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica	Attività di comunicazione con il partenariato
<p style="text-align: center;">ASSE IV SVILUPPO TERRITORIALE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informare rispetto alle opportunità, sollecitando investimenti per la tutela, valorizzazione e promozione del patrimonio ambientale a sostegno dello sviluppo socio-economico e del turismo sostenibile - Promuovere sperimentazioni di mobilità sostenibile e di logistica, finalizzate all'efficienza energetica e all'utilizzo di fonti energetiche a minor impatto ambientale - Sollecitare l'intervento di soggetti privati che possono intervenire negli investimenti insieme ai soggetti pubblici - Informare le PMI sul sostegno a progetti per la fruibilità del patrimonio ambientale e culturale e culturale 	<ul style="list-style-type: none"> - Informare e fornire assistenza sulle procedure e sullo stato di avanzamento delle stesse - Informare e sensibilizzare sugli obblighi di informazione, anche promuovendo partenariati, soprattutto con gli enti locali 	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgare i risultati relativi a progetti di valorizzazione e qualificazione ambientale e culturale - Promuovere forme di turismo sostenibile - Far conoscere e promuovere servizi e attività realizzate per accrescere la fruibilità del patrimonio ambientale e culturale 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzare forme di partenariato, nell'ambito delle procedure negoziali con gli enti locali, al fine di attuare iniziative di comunicazione - Promuovere il turismo sostenibile anche a livello nazionale ed europeo

8. GLI STRUMENTI

La comunicazione, secondo le indicazioni del Piano, sarà realizzata con vari strumenti di informazione; ogni strumento di informazione e comunicazione presenta caratteristiche differenti ed è adottato per raggiungere destinatari diversi.

Tutte le attività del PdC dovranno prevedere e marcare con forza il ruolo dell'Unione Europea e del valore aggiunto delle politiche comunitarie per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale, per potenziare la competitività territoriale e per rafforzare la coesione.

Gli strumenti selezionati per realizzare le attività del Piano sono:

- TIC - Tecnologie Informazione e Comunicazione: Sito Internet istituzionale; FAQ e Forum, posta elettronica, sms, rete *Extranet*;
- Campagna pubblicitaria audio-visiva (spot radiofonici e televisivi);
- Manifesti;
- Pubblicazioni, *Brochure*, e *Opuscoli*;
- *Newsletter* elettronica;
- Ufficio Stampa;
- Attività di PR;
- Convegni e seminari.

TIC - L'utilizzo di tali strumenti è programmato per fornire un'informazione ampia, completa e aggiornabile in tempo reale ed in particolare è finalizzato a:

- presentare le informazioni in modo dettagliato ed approfondito, nonché poco costoso e di facile accesso;
- stabilire una comunicazione diretta con l'utente tramite la posta elettronica fornendo risposte in tempo reale alle richieste di informazione;
- dare ulteriore evidenza al lancio di nuovi bandi;
- dare evidenza alle graduatorie finali;
- pubblicazione in formato elettronico sul sito web del programma dell'elenco dei beneficiari (inclusi la denominazione dell'operazione e l'importo del finanziamento pubblico);
- fornire modulistica utile per i beneficiari potenziali;

- acquisire informazioni dall'esterno utilizzando *data base* esistenti in rete;
- pubblicare rapporti di monitoraggio con l'andamento dell'attuazione del PO;
- pubblicare i rapporti di valutazione.

Rispetto al precedente periodo di programmazione si presterà particolare cura alla visibilità ed alla facilità di accesso alle informazioni del portale. A tal fine sarà predisposto un apposito *link* di accesso diretto dall'*Home page* del sito istituzionale, in modo da stimolare la curiosità dei "navigatori" occasionali e rendere più semplice l'accesso a coloro ai quali interessa approfondire la tematica dello sviluppo locale (tale strumento è previsto che siano sviluppati entro il primo trimestre del 2008).

Inoltre sarà creata una pagina *Web* interamente dedicata al Piano di Comunicazione, in modo da diffondere il più possibile la conoscenza di tale strumento presso i potenziali beneficiari degli interventi, e per facilitare il reperimento delle informazioni contenute nei materiali promossi nell'ambito del Piano.

In associazione a tali strumenti, si valuterà la possibilità di attuare servizi telefonici con tecnologia *push* per l'invio di messaggi brevi di testo (SMS) in occasione di scadenze o date di interesse.

Gli strumenti di comunicazione saranno adeguati ai diversi *target group*, offrendo informazioni corrispondenti ai differenti bisogni e pertanto personalizzate, brevi e semplici.

Nell'ambito delle Tecnologie dell'informazione e comunicazione rientra l'utilizzo della rete *extranet* attraverso la quale realizzare lo scambio di dati ed informazioni tra le strutture regionali ed altri Enti locali. L'obiettivo è quello di creare un "sistema di relazioni cooperative" tra tutti i soggetti istituzionali (Regione, Enti Locali, Comunità Montane, Consorzi industriali, ASL, Camere di Commercio, Centri per l'impiego, ecc.) che aderiranno all'iniziativa. Esso consentirà ai suddetti soggetti lo scambio di informazioni e dati utili per partecipare al processo di utilizzazione delle risorse disponibili ed al tempo stesso ad innalzare il loro livello di efficienza e di funzionalità.

Campagna audio-televisiva - La Regione Abruzzo intende utilizzare tale strumento in quanto efficace per far giungere l'informazione ad un pubblico vasto e differenziato che comprende sia i beneficiari potenziali, sia i fruitori finali di tali interventi e, cioè, tutti i cittadini abruzzesi, anche residenti fuori Regione. La campagna sarà attuata attraverso spot pubblicitari, opportunamente tarati, da diffondere nei momenti salienti dell'attuazione del POR:

- nella fase di lancio in cui si illustreranno le opportunità offerte;
- nella fase intermedia in cui si darà conto dei “lavori in corso” e di eventuali altre iniziative, connesse al POR e le revisioni del Programma;
- nella fase di conclusione in cui si presenteranno i risultati conseguiti attraverso l’implementazione del Programma.

Manifesti - I manifesti saranno utilizzati principalmente in occasione di manifestazioni e convegni e saranno affissi presso gli Organismi che realizzano azioni finanziate dai Fondi Strutturali.

Pubblicazioni, Brochure e Opuscoli - Tali strumenti sono stati programmati con l’obiettivo di informare un pubblico specializzato e più direttamente coinvolto nella fase di attuazione del POR. Le pubblicazioni saranno di due tipi: documenti ufficiali (Regolamenti comunitari sui fondi strutturali, QSN, POR, piani di attuazione de POR, etc), e documenti specifici connessi o realizzati attraverso le attività del POR (studi, analisi, ricerche specifiche di settore, etc.). Le brochure dovranno favorire una più rapida e agevole consultazione del POR e contenere informazioni funzionali alle fasi di avvio del Programma Operativo “sensibilizzando ed informando gli operatori pubblici e privati” sulle modalità, procedure e tempi di attuazione del programma.

A tal fine si provvederà alla realizzazione di diverse tipologie di *brochure* ed opuscoli informativi in funzione delle tipologie di azioni e categorie di beneficiari potenziali, (PMI, Enti locali, Grandi Imprese, etc.).

Newsletter - E’ programmato l’utilizzo della *newsletter* quale periodico informativo trimestrale rivolto principalmente agli operatori socio-economici ed ai soggetti coinvolti nell’attuazione del POR. Le informazioni che saranno pubblicate riguarderanno esclusivamente le “novità” in riferimento all’attuazione del POR ed ai documenti di interesse europeo. La *newsletter* è prevista in formato elettronico (da distribuire attraverso la posta elettronica).

Ufficio Stampa - Tale strumento è stato programmato con l’obiettivo di consolidare le relazioni con i *Mass Media* e stimolarli a mantenere alto l’interesse per le attività del PO attraverso comunicati, conferenze e attività di *PR*.

Kit informativo – Tale strumento sarà sviluppato per facilitare la promozione e la diffusione delle politiche europee; tale kit comprenderà: rubrica Europa – Abruzzo; guida all’uso del logo e dell’immagine istituzionale e glossario.

Convegni e seminari divulgativi - Sono strumenti programmati per approfondire specifiche questioni di interesse di particolari gruppi di destinatari: associazioni di categoria, gruppi di beneficiari, associazioni, Università.

Nell'ambito delle attività di comunicazione così come previsto nel POR FESR (par 5.2.7), il piano prevede anche la sorveglianza ed il rispetto della omogeneizzazione dei cartelli da esporre per informare la collettività delle operazioni realizzate attraverso il cofinanziamento europeo e dello Stato centrale. Attraverso il monitoraggio del piano per le iniziative del POR FESR 2007 2013 sarà verificato che tale esposizione avvenga entro un mese dall'avvio dei lavori nei cantieri di realizzazione delle opere.

La tabella 4 evidenzia la corrispondenza tra attività, strumenti e destinatari della comunicazione.

Tab. 4- Attività e strumenti per gruppi di destinatari

Gruppi di destinatari	Tipologia di Attività	Strumenti
Beneficiari Potenziali	Attività Informative	Sito internet Newsletter Seminari Campagna pubblicitaria Opuscoli Brochure manifesti Ufficio stampa
Beneficiari effettivi	Attività di supporto	TIC Newsletter Rete Extranet
Opinione Pubblica	Attività di sensibilizzazione	TIC Opuscoli Brochure Campagna pubblicitaria
Partenariato	Attività di Comunicazione	Rete Extranet TIC Newsletter Kit informativo
Intermediari dell'informazione	Attività di sensibilizzazione	Ufficio stampa TIC Newsletter

9. PROCEDURE, MODALITÀ E GRUPPO RESPONSABILE DELL'ATTUAZIONE DEL PIANO

La responsabilità dell'attuazione del Piano di comunicazione è in capo all'Autorità di Gestione. L'art. 7 del reg. 1828/06, primo comma, prescrive che “la AdG ha la responsabilità di assicurare che gli interventi informativi e pubblicitari siano realizzati conformemente al Piano di Comunicazione e che mira alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale”.

In tale ambito la Regione ha individuato quale responsabile delle attività connesse al piano di comunicazione nella struttura e nelle persone sottoindicate:

Struttura competente	Direzione Affari della Presidenza, Politiche legislative e comunitarie Servizio attività internazionali
Responsabile	Cesare Faraone <i>Tel 0862364250</i> Antonio Mancini <i>Tel 0862364217</i>
Indirizzo:	Palazzo Centi – L'Aquila
Posta elettronica:	attcomintern@Regione.abruzzo.it

La pianificazione, il coordinamento e la gestione delle attività viene pianificata e implementata attraverso un gruppo di lavoro interno alla Regione Abruzzo e composto da:

- l'Autorità di Gestione del Programma;
- il dirigente del Settore Direzione Affari della Presidenza, Politiche Legislative e Comunitarie, Rapporti Esterni;
- un funzionario con competenze nell'ambito delle strategie di programmazione, di *marketing* istituzionale e territoriale, di comunicazione, di programmazione e pianificazione di azioni promo-pubblicitarie e nella gestione di iniziative istituzionali di informazione e di comunicazione, di pianificazione finanziaria e di redazione e di pianificazione di azioni comunitarie;
- un funzionario con competenze nell'ambito della comunicazione, della pianificazione editoriale, delle attività di controllo e di raccordo con gli organismi del Partenariato;

- un funzionario esperto di attività connesse con la gestione del POR FESR 2007-2013, con particolare riferimento a interventi a sostegno dell'innovazione e del trasferimento tecnologico verso il sistema delle imprese.

Alle attività del gruppo di lavoro parteciperanno, inoltre, i funzionari responsabili degli Uffici Competenti per le Operazioni (UCO).

I ruoli e le competenze professionali possono essere modificati ed integrati in maniera dinamica in relazione a necessità emergenti.

Il gruppo è coordinato dal dirigente della Comunicazione Istituzionale, con la condivisione delle responsabilità relative all'attività amministrativa e di comunicazione con il direttore della Programmazione.

Al gruppo di lavoro compete la redazione dei piani di comunicazione annuali e degli eventuali documenti di approfondimento tematico e progettuale del piano stesso, il coordinamento e la verifica delle azioni, l'attività di relazione e di supervisione con i professionisti interni ed esterni, la gestione strategica degli interventi previsti nel piano.

Considerando le specifiche competenze tecniche necessarie per la realizzazione efficace delle singole azioni di Comunicazione, il gruppo di lavoro si potrà avvalere, a seconda delle specifiche necessità, di professionisti interni ed esterni dei settori comunicazione, pubblicità, *marketing*, pianificazione mezzi, pubbliche relazioni, progettazione, studi, ricerca e monitoraggio che saranno selezionati attraverso procedure di evidenza pubblica.

Il Comitato di Sorveglianza sarà informato sull'attuazione del piano di comunicazione attraverso specifici rapporti opportunamente documentati.

L'attuazione del Piano sarà realizzato attraverso il coinvolgimento di strutture operanti nel comparto della comunicazione, nonché delle strutture medianiche e/o di singoli professionisti.

Nel rispetto del Reg (CE) 1083/2006 art. 69, la Regione (Autorità di Gestione) fornisce informazioni circa le attività sviluppate e le operazioni implementate, pubblicizzando sia sulla Stampa sia sull'apposito sito *web* della Regione caratteristiche e risultati dell'azione implementata valorizzando il ruolo della Comunità e garantendo la trasparenza dell'intervento dei Fondi.

10. TEMPISTICA E CRONOGRAMMA

La realizzazione del piano si articola in tre fasi distinte:


- fase iniziale (2007-2009), nella quale gli interventi saranno concentrati sull'obiettivo di garantire un'ampia diffusione delle informazioni e delle conoscenze sul Programma operativo, sugli obiettivi che ci si pone e sulle opportunità offerte, sui risultati attesi;
- fase intermedia (2010-2012), nella quale si continueranno a diffondere le informazioni relative alla fase iniziale, con l'obiettivo di consolidare le conoscenze ed ampliare la platea dei beneficiari potenziali. In questa fase si inizieranno anche a comunicare i risultati raggiunti;
- fase finale (2013-2015), prevalentemente concentrata sulla comunicazione dei risultati e delle prospettive per lo sviluppo innovativo e sostenibile della regione.


Il cronogramma riportato di seguito evidenzia la programmazione delle attività nel periodo 2007-2015: le attività informative per i potenziali beneficiari saranno più intense nella fase di avvio del POR; quelle di supporto per i beneficiari effettivi saranno più intense nel periodo di emissione dei bandi; quelle di sensibilizzazione dell'opinione pubblica prevedono una maggiore concentrazione nella fase di lancio del Programma ed in quella finale dedicata alla diffusione dei risultati.

Tab. 5 Cronogramma delle attività

Attività	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Attività informative	Alta intensità	Alta intensità	Alta intensità	Bassa intensità	Bassa intensità	Bassa intensità	Bassa intensità		
Attività di supporto		Bassa intensità	Alta intensità	Alta intensità	Alta intensità	Alta intensità	Bassa intensità	Bassa intensità	
Attività di sensibilizzazione		Alta intensità	Alta intensità	Alta intensità	Bassa intensità	Bassa intensità	Bassa intensità	Alta intensità	Alta intensità

Legenda

 Bassa intensità e frequenza azioni informative

 Alta intensità e frequenza azioni informative

11. IL SISTEMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELL'AZIONE PROGRAMMATA

Al fine di verificare l'efficacia del Piano di Comunicazione ed eventualmente migliorare alcuni aspetti in corso d'opera è prevista l'attivazione di uno specifico sistema di monitoraggio e valutazione, da inserire ovviamente nell'ambito del sistema nazionale di monitoraggio.

Tale sistema si pone un duplice obiettivo: da un lato, monitorare gli effetti delle singole azioni; dall'altro, misurare l'impatto dell'intero Piano di Comunicazione.

Monitoraggio

Per conseguire tali obiettivi, è necessario individuare opportuni indicatori di realizzazione e di risultato (tabelle 6 e 7) per ciascuna tipologia di azione/strumento previsto nel Piano. Le tabelle seguenti descrivono i valori *target* associati ai singoli indicatori di realizzazione e risultato identificati.

Tab. 6 - Indicatori di realizzazione

Azione/strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura	Valore atteso al 2015
Sito internet	Accessi alla pagina del PO	n.	5000
Newsletter	Copie distribuite	n.	6000
Convegni	Eventi organizzati	n.	30
Comunicati/conf. Stampa	Comunicati/conf. effettuate	n	30
Brochure/opuscoli	Copie distribuite	n	8.000
Campagna Pubblicitaria	Passaggi pubblicitari	n	600
Rete Extranet	Quantità di dati scambiati	MB	x

Tab. 7 - Indicatori di risultato

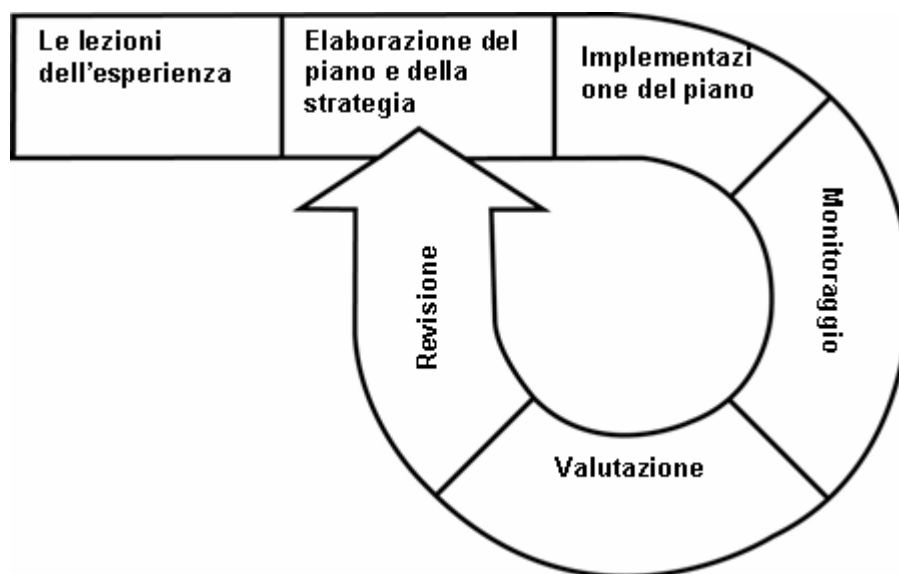
Azione/strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Metodo di rilevazione	Valore atteso al 2015
Sito internet	Incremento accessi alla pagina del PO rispetto al primo mese di implementazione	%	Statistiche accessi	70%
Newsletter	Valutazione positiva su contenuti	%	Indagine/questionario	60%
Convegni	Presenze	n.	registrazioni	3000
Comunicati/conf. Stampa	Articoli apparsi sulla stampa	n.	Analisi rassegna stampa	>60
Brochure/opuscoli	Valutazione positiva su contenuti	%	Indagine/questionario	60%
Campagna Pubblicitaria	Pubblico venuto a conoscenza del POR tramite spot pubblicitari	%	Indagine/questionario	30%
Rete Extranet	Adempimenti regolamentari attuati on line	%	Controlli /monitoraggio	80%

Il monitoraggio continuo fornirà informazioni e dati di supporto per l'attività di valutazione, con relazioni che verranno presentate in sede di Comitato di sorveglianza e inviate alla Commissione, come previsto dall'art. 4 del Regolamento (CE) n. 1828/2006.

Valutazione

Una valutazione di medio periodo verrà svolta nel 2010 e una valutazione finale, a conclusione della realizzazione del piano. La valutazione di medio periodo verificherà anche l'eventualità di apportare modifiche al piano, la cui realizzazione deve essere considerata un processo, nel quale, periodicamente, si valuta l'opportunità di intervenire sulla pianificazione che è stata fatta inizialmente.

Figura 1 - Il processo iterativo di sorveglianza e valutazione del ciclo del Piano di Comunicazione



La valutazione dovrà stabilire se e in che misura è stato raggiunto l'obiettivo di aumentare la conoscenza e la visibilità del POR tra i gruppi destinatari e di sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea nello sviluppo sociale ed economico regionale.

L'approccio Comunitario, che prevede uno scambio virtuoso tra Programmatore e Valutatore per migliorare la qualità della strategia promossa, trova attuazione nel presente Piano di Comunicazione; il valutatore, nella valutazione intermedia del Programma (2010), darà indicazioni puntuali sugli obiettivi raggiunti dal Piano e su eventuali criticità emerse nella comunicazione.

Le attività di valutazione verranno affidate allo stesso Nucleo regionale di valutazione o ad un valutatore esterno, in modo da garantire imparzialità alle analisi quantitative e qualitative messe in campo e alle conclusioni in merito alla visibilità, trasparenza e sensibilizzazione del pubblico. Insieme al Nucleo si stabiliranno attività e azioni idonee ad una valutazione dell'efficacia e dell'efficienza del piano di comunicazione.

12. IL PIANO FINANZIARIO

La progettazione dei singoli interventi tiene conto del *budget* delle risorse finanziarie disponibili. Sulla base di queste all'inizio dell'anno la struttura di direzione, d'intesa con i responsabili del Programma, provvederà a fare una previsione di massima della spesa in rapporto ai più rilevanti interventi di comunicazione da gestire per l'attuazione del Programma.

Per la realizzazione del Piano di informazione e pubblicità verranno stanziati complessivamente circa 1.000.000 Euro, a valere sulle risorse dell'Asse V "Assistenza tecnica" di cui circa 400.000 euro in quota FESR e 600.000 euro di cofinanziamento nazionale.

La tabella 8 indica la previsione di spesa per ciascun strumento individuato ed il peso sul totale delle risorse disponibili.

Tab. 8 - Ripartizione risorse finanziarie per strumenti

Strumento	Risorse disponibili (euro)
TIC (Internet-extranet)	150.000
Manifesti	50.000
Pubblicazioni, Brochure e opuscoli	110.000
Campagna audio/video	300.000
Newsletter	20.000
Convegni	250.000
Kit informativo	50.000
Ufficio Stampa	70.000
Totale	1.000.000

La tabella 10 illustra la ripartizione indicativa delle risorse finanziarie nel periodo di programmazione 2007-2013. La quota maggiore delle risorse disponibili, (oltre il 50%), sarà impiegata nella fase di avvio (2007-2009) del Programma, in cui si dovranno predisporre ed avviare tutti gli strumenti programmati; (circa il 35%) delle risorse saranno destinate alla fase conclusiva (2012-2013) dedicata alla diffusione dei risultati; le risorse residue saranno utilizzate nella fase intermedia per il "mantenimento" delle attività avviate.

Tab. 9 - Ripartizione risorse finanziarie per annualità

Anno	Risorse disponibili (euro)
2007	150.000
2008	250.000
2009	100.000
2010	100.000
2011	100.000
2012	100.000
2013	200.000
Totale	1.000.000