



POR FSE E POR FESR ABRUZZO 2014-2020 COMITATO DI SORVEGLIANZA

**Punto n. 10, Odg del CdS del FESR del 25.05.2016
Punto n. 10, OdG del CdS del FSE del 26.05.2016**

***Presentazione della “Strategia Integrata di Comunicazione”
dei POR FESR e FES Abruzzo 2014-2020***

Bozza 09 maggio 2016

Il presente documento è stato redatto da:

Giovanni Savini, Autorità di Gestione Unica FESR-FSE e Direttore del Dipartimento della *“Presidenza e Rapporti con l'Europa”*

Elena Sico, Dirigente del Servizio *“Autorità di gestione Unica FESR FSE”*

Maria Antonietta Marini, Responsabile dell'Ufficio *“Coordinamento, Gestione e Monitoraggio del PO FESR”*

Patrizia Radicci, Responsabile dell'Ufficio *“Coordinamento, Gestione e Monitoraggio del PO FSE”*

Antonella Tollis, Responsabile dell'Ufficio *“Informazione - Servizio Stampa”*

Sergio Natalia *“Assistenza Tecnica POR FESR 2014-2020”*.

Sommario

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL POR FESR e FSE ABRUZZO 2014-2020	4
Premessa.....	4
1. La Strategia	5
1.1 Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione.....	6
1.2 Caratteristiche della Strategia.....	7
1.3 Priorità - finalità e obiettivi della Strategia	7
1.4 Destinatari	8
2. Azioni e strumenti di comunicazione.....	10
2.1 Le azioni/attività obbligatorie	10
2.2 Gli strumenti di comunicazione	11
3. Budget	12
4. Organizzazione e Governance della Comunicazione.....	13
5. Valutazione della Strategia.....	13
6. Il piano integrato annuale di comunicazione	15

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEI POR FESR E FSE ABRUZZO 2014-2020

Premessa

Nel nuovo ciclo di programmazione, con la riforma dei regolamenti europei, è rilevante l'attenzione dedicata alle attività di informazione e di comunicazione allo scopo di assicurare miglioramenti ai livelli di trasparenza e di accessibilità delle informazioni. In tale contesto, la Regione Abruzzo, attraverso la strategia di comunicazione di cui al presente documento, intende aumentare la consapevolezza dei cittadini, siano essi potenziali beneficiari o beneficiari degli interventi, relativa all'utilizzo dei Fondi europei, ed in particolare al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e al Fondo Sociale Europeo (FSE). Ciò al fine di rendere l'accesso ai fondi ed il loro utilizzo pienamente trasparente e, quindi, efficiente: solo infatti la piena conoscibilità delle opportunità esistenti da parte dei potenziali beneficiari può garantire la selezione delle migliori idee progettuali e, quindi, il miglior utilizzo delle risorse disponibili.

Dal punto di vista strettamente organizzativo, si è scelto di affidare la gestione della comunicazione alla struttura regionale competente per materia, prevedendo l'utilizzo di competenze esterne limitatamente a servizi specialistici di supporto. Ciò rileva la chiara volontà della Regione Abruzzo di recitare un ruolo di forte presidio, in ordine alle iniziative che saranno intraprese. Inoltre, questa innovativa scelta comporta un'assunzione di responsabilità in termini di definizione di una specifica governance, caratterizzata da multidisciplinarietà e interdipartimentalità. Tale governance dovrà assicurare la circolarità dei flussi informativi con l'esterno, validandone la qualità e la rispondenza agli obiettivi dati, in un'ottica di costante tracciabilità del lavoro svolto e di controllo strategico sui procedimenti attivabili.

Inoltre, si è optato per l'elaborazione di una strategia integrata di comunicazione tra i fondi FESR e FSE al fine di favorire economie di scala e dare messaggi univoci su argomenti comuni ai due fondi. Pertanto la presente strategia di comunicazione dei programmi FSE e FESR Abruzzo 2014-2020 integra la strategia di comunicazione del POR FSE Abruzzo 2014-2020, approvata dal CdS del 11.06.2015, e la "Strategia di comunicazione" del POR FESR Abruzzo 2014-2020, approvata dal CdS del 07.10.2015. Di conseguenza il presente documento sostituisce le strategie di comunicazione già approvate.

Quali esempi di reale integrazione sotto il profilo comunicazionale tra i due programmi, si possono elencare quali campi di intervento la creazione d'impresе, la ricerca e innovazione, l'alta formazione, il rafforzamento delle competenze dei lavoratori delle imprese coinvolte nella S3, la gestione delle crisi aziendali. L'integrazione nella sfera della comunicazione tra i fondi FSE e FESR si raccorda al "principio sinergico" che ha portato la Regione Abruzzo a scegliere la strada dell'Autorità unica di gestione dei fondi e del POR FESR e del POR FSE.

Il punto di forza della strategia, caratterizzata da coerenza ed inclusività, delineata dal presente documento è dato dalla centralità che si intende assicurare alla circolarità dei flussi informativi verso l'esterno, nell'ambito di un circuito che garantisca la tracciabilità del lavoro svolto, la verifica della rispondenza delle attività poste in essere agli obiettivi raggiunti e la qualità delle informazioni rese disponibili.

La Regione Abruzzo intende ampliare la base partecipativa rivolgendosi anche a soggetti non facilmente catalogabili o tecnicamente raggiungibili. In tale prospettiva intende avvalersi, in attuazione della presente strategia, anche dai *social media*, quali *facebook*, *twitter* e *youtube*. La

“scommessa” sui mezzi di comunicazione on line costituisce un elemento di grande innovatività del Piano Integrato di Comunicazione che attua la strategia di comunicazione unitaria FESR – FSE 2014-2020. I mezzi di comunicazione on-line oltre ad allargare la base partecipativa consentono un importante feedback mirato sulle singole azioni o misure, utile anche a valutare le esigenze degli utenti e ad essere in sintonia con le loro aspettative. Questa scelta ha orientato anche il ricorso ad applicativi su cellulari, così da consentire la massima diffusività delle informazioni e contestualmente il loro facile utilizzo.

La presente strategia, elaborata secondo quanto previsto dall'Allegato XII del Reg. (UE) n. 1303/2013, illustra obiettivi, finalità, contenuti e destinatari delle azioni di comunicazione programmate per fornire, come si è detto, adeguata informazione e pubblicità al POR FESR e FSE 2014-2020.

Ai sensi dell'articolo 110, paragrafo a), lettera c) del Reg. (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione Unica dei POR FESR-FSE informa il Comitato di Sorveglianza in merito ai progressi registrati nell'attuazione della strategia di comunicazione, all'analisi dei risultati conseguiti, nonché riguardo alle informazioni pianificate e alle attività di comunicazione da svolgersi nel corso dell'anno successivo. Infatti, l'Allegato XII, al punto n. 4, lettera i) prevede l'aggiornamento annuale della strategia programmata.

In conformità all'articolo 116, paragrafo 2 del Reg. (UE) n. 1303/2013, durante il periodo di programmazione 2014-2020, la strategia integrata di comunicazione contenuta nel presente documento può essere sottoposta a modifiche, se ritenute necessarie. In tal caso, l'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE provvede a trasmetterle al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione, in osservanza di quanto previsto dall'articolo 110, paragrafo 2, lettera d) del Reg. (UE) n. 1303/2013.

1. La Strategia

Ai sensi degli artt. 115 e 116 del Regolamento (UE) 1303/2013, l'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE è tenuta a definire una strategia di comunicazione dei Programmi operativi da sottoporre al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dalla decisione della Commissione europea di adozione dei POR. Il predetto termine risulta in ogni caso rispettato in quanto le strategie di comunicazione dei due fondi sono state approvate nel rispetto dello stesso.

L'Autorità di Gestione intende sottoporre al Comitato di Sorveglianza del FESR il 25.05.2016 e al Comitato di Sorveglianza del FSE il 26.05.2016, la strategia integrata di comunicazione dei programmi.

Nell'ambito della presente strategia, si condivide a pieno l'assunto in base al quale *“per aspirare a trasformare la realtà attraverso l'azione pubblica è necessario che i risultati cui si intende pervenire siano definiti in modo circostanziato e immediatamente percepibile, sia da coloro che sono responsabili dell'attuazione, sia da coloro che ne dovrebbero beneficiare al fine di dare vita a una vera e propria valutazione pubblica aperta”*¹. In tale prospettiva alla comunicazione è affidato il compito di garantire visibilità, trasparenza e partecipazione sia a coloro che potrebbero direttamente beneficiare delle opportunità offerte, sia, più in generale, ai cittadini, allo scopo di intercettare una società sempre più attenta, sensibile e consapevole dei vantaggi, delle opportunità offerte e dei risultati realizzati. In tale contesto, la comunicazione assume un valore strategico per il

¹ Cfr. Metodi ed obiettivi per un uso efficace dei fondi comunitari 2014-2020, pag. 5. Documento presentato dal Ministro per la Coesione Territoriale, d'intesa con i Ministri del Lavoro e delle Politiche Sociali e delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (Roma, 27 dicembre 2012).

successo dei programmi e degli interventi.

Ne consegue che la comunicazione, come delineata dalla presente strategia, intende assicurare pari opportunità conoscitive, anche riducendo la distanza tra le istituzioni pubbliche e la società civile, con riferimento ad interventi che siano in grado di sostenere una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva del territorio regionale, nell'ambito di un rapporto dialettico e costruttivo con il partenariato economico e sociale.

Con il presente documento l'Autorità di Gestione, in linea con gli orientamenti europei:

- definisce le finalità e le caratteristiche della strategia di comunicazione per i PO FESR e FSE 2014-2020;
- individua gli obiettivi, i destinatari e le azioni e gli strumenti atti a garantire l'informazione e la pubblicità dei POR FESR e FSE e Abruzzo 2014-2020 e, più in generale dei Fondi Strutturali di Investimento Europei (Fondi SIE), anche attraverso l'integrazione con azioni comuni a valere sui predetti programmi.

La presente strategia integrata di comunicazione costituisce un documento di indirizzo per la comunicazione da realizzare per il POR FESR 2014 -2020 e POR FSE 2014-2020. In ogni caso, le azioni attraverso le quali si procederà alla sua attuazione sono definite nell'ambito di specifici *Piani Integrati annuali di Comunicazione*.

La Strategia di comunicazione del POR FESR e del POR FSE 2014-2020 tiene conto, in particolare:

- dell'esperienza e dei risultati del precedente periodo di programmazione;
- del nuovo assetto organizzativo regionale;
- dei principali documenti strategici regionali (Documento di Programmazione Economico e Finanziaria Regionale (DPEFR) 2015-2017, Piano di Rafforzamento Amministrativo - PRA);
- delle risorse finanziarie a disposizione, notevolmente inferiori rispetto a quelle della programmazione 2007-2013;
- dell'evoluzione della normativa europea in materia.

Il DPEF Abruzzo 2016-2018, in particolare, impone una profonda riforma istituzionale, organizzativa e gestionale diretta a rendere concreta l'idea di una Regione "Funzione" che operi in favore delle persone, delle imprese e dei territori attraverso una programmazione partecipata e la costruzione di un rinnovato rapporto con i cittadini. In tale contesto diventa determinante la capacità dell'amministrazione regionale di comunicare e informare il territorio.

La presente strategia, come evidenziato, prevede, in sede di pianificazione annuale, l'elaborazione di Piani integrati di comunicazione tra i fondi FESR e FSE.

Come rilevato, una forte integrazione tra i due Fondi si realizza nell'ambito della "**Strategia Regionale per le Aree Interne**" e della "**Strategia EUSAIR per la Macroregione Adriatico-Ionica**" attraverso la previsione di azioni informative integrate e comuni.

Di seguito si riportano le caratteristiche principali della strategia integrata, le finalità, gli obiettivi e i destinatari della stessa.

1.1 Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione

I risultati dell'indagine conoscitiva DOXA 2013 registrano un livello di conoscenza degli abruzzesi sulla politica di coesione e sui Fondi europei superiore alla media nazionale. Si attesta, invece, al di sotto della media nazionale, il livello di conoscenza degli intervistati in merito alle

ricadute sul territorio regionale dei fondi strutturali e degli interventi realizzati nell'ambito dei Programmi Operativi.

Ulteriori informazioni sui risultati delle attività di comunicazione del periodo di programmazione 2007-2013 emergono dalle informative sull'attuazione dei Piani di Comunicazione del FESR e FSE realizzate nell'ambito dei Comitati di Sorveglianza e, con particolare riferimento al FSE, dall'indagine "*Post-campagna Citizen Satisfaction ed Ue Awareness*" che conferma una percezione positiva che gli abruzzesi hanno dell'Unione Europea e del ruolo dei Fondi UE in Abruzzo.

Le indagini, tuttavia, evidenziano criticità che riguardano l'informativa sulle modalità di accesso ai finanziamenti, in particolare per i soggetti maggiormente svantaggiati.

La strategia di comunicazione è improntata alla valorizzazione dei punti di forza ed al superamento delle criticità riscontrate.

1.2 Caratteristiche della Strategia

La strategia di comunicazione è **integrata**, sotto i seguenti diversi profili:

1. con il partenariato istituzionale e socio – economico, per aumentare la capacità di diagnosi dei bisogni informativi e favorire una diffusione più mirata delle informazioni e moltiplicarne la portata (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, partenariato istituzionale ed economico-sociale, opinione pubblica, intermediari dell'informazione);
2. nelle attività di comunicazione comuni ai Fondi FESR e FSE, garantite anche dalla previsione di una Autorità di Gestione Unica del POR FESR-FSE, affinché emerga una visione d'insieme del ruolo dell'Unione europea nella strategia di sviluppo regionale perseguita dai due Programmi Operativi;
3. con le attività di comunicazione istituzionale della Regione, da realizzare attraverso il Servizio Stampa, collocato nel Dipartimento della Presidenza e Rapporti con l'Europa, che costituisce la medesima struttura organizzativa in cui è posta l'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE che è anche il vertice amministrativo del predetto Dipartimento.

E' una **strategia mirata**, ossia destinata prioritariamente ai gruppi target del programma, declinando strumenti di comunicazione e linguaggio in relazione ai destinatari.

E' infine una **strategia partecipata**, che si fonda su un maggior coinvolgimento e responsabilizzazione dei beneficiari e del grande pubblico per renderli testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto delle politiche dell'Unione europea.

1.3 Priorità - finalità e obiettivi della Strategia

La strategia integrata per la comunicazione dei POR FESR e del POR FSE 2014-2020 intende perseguire alcune importanti finalità, riconducibili al percorso già avviato nella precedente programmazione.

In particolare, essa intende:

- accrescere il livello di informazione dei cittadini abruzzesi in merito al ruolo svolto dall'Unione Europea;
- ridurre la distanza tra istituzioni e cittadino;
- incrementare la conoscenza delle opportunità a disposizione del sistema delle imprese, unitamente alle relative modalità di partecipazione;

- assicurare condivisione e raccordo istituzionale con gli altri enti pubblici, garantendo, comunque un'efficace attività di concerto con il partenariato economico e sociale e di ascolto del territorio.
- aumentare la conoscenza e la consapevolezza dei cittadini sulle opportunità offerte dai Fondi strutturali d'investimento europei (Fondi SIE) per aumentare/agevolare il loro utilizzo;
- valorizzare l'immagine e del ruolo che l'UE riveste, in particolare, nelle politiche per la competitività, per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale, in chiave di benefici tangibili che esse sono in grado di produrre nella vita dei cittadini.

Nello specifico le **finalità** della strategia di comunicazione sono le seguenti:

- rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione europea e della sua legittimità, attraverso una valorizzazione dell'immagine e del ruolo che l'UE riveste, in particolare, nelle politiche per la competitività, per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale, in chiave di benefici tangibili che esse sono in grado di produrre nella vita dei cittadini;
- ridurre la distanza tra il cittadino e la Regione e più in generale tra il cittadino e le istituzioni pubbliche, promuovendo maggiore e migliore accessibilità alle informazioni sulle opportunità per il territorio regionale, contenute nel POR FESR e nel POR FSE 2014-2020;
- migliorare la conoscenza da parte dei cittadini dei risultati delle politiche europee, dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i Fondi Strutturali, con particolare riferimento al FESR e al FSE;
- realizzare condizioni che favoriscano la più ampia partecipazione della popolazione alla conoscenza dei progetti finanziati, abbattendo il più possibile le barriere culturali, sociali, fisiche, di genere e linguistiche.

In relazione alle finalità sopra indicate, sono individuati i seguenti **obiettivi specifici** della Strategia di comunicazione:

- garantire l'**accessibilità** e l'**imparzialità** sulle opportunità offerte dal POR FESR e dal POR FSE 2014-2020;
- aumentare l'efficacia dell'implementazione degli strumenti della politica di coesione;
- motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FESR e del FSE;
- informare i beneficiari sui loro obblighi in tema di comunicazione;
- sviluppare sinergie tra le attività di comunicazione del FESR e FSE.

Il raggiungimento dei menzionati obiettivi è monitorato, in particolare, attraverso gli indicatori di cui al capitolo 5.

1.4 Destinatari

La strategia integrata di comunicazione del POR FESR e del POR FSE 2014-2020 intende "raggiungere" e sensibilizzare un *target* variegato ed eterogeneo di destinatari, nel rispetto delle prescrizioni della normativa europea.

Sono previsti i seguenti **quattro gruppi target**:

- grande pubblico, ossia l'intera collettività;
- i beneficiari potenziali, quali ad esempio imprese, organismi intermedi, istituzioni

pubbliche ai quali devono essere fornite informazioni chiare e puntuali sulle potenzialità dei finanziamenti e sulle procedure per accedere agli stessi;

- i beneficiari effettivi che devono essere informati in ordine agli obblighi da rispettare;
- i moltiplicatori di informazioni, quali ad esempio, il Comitato di Sorveglianza, il Partenariato economico e sociale, le Organizzazioni di categoria, le Università, gli Ordini professionali.

Una informazione adeguata deve essere garantita agli stessi responsabili di Azione dei Programmi Operativi FESR ed FSE, nonché alle autorità dei programmi (AdG, AdC e AdA), all'autorità ambientale e alla Consigliera di parità.

In sede di Pianificazione Annuale è definita una più dettagliata segmentazione del target di riferimento, in relazione alle finalità e agli obiettivi delle azioni.

1. Grande pubblico

E' il gruppo più grande e importante cui è destinata un'azione di sensibilizzazione/informazione relativamente al ruolo svolto dall'Unione europea, al valore aggiunto del sostegno del FESR e dell'FSE e del unitamente ai fondi nazionali e regionali e ai risultati di tale intervento. Per la trasmissione delle informazioni di carattere più generico possono essere utilizzati diversi strumenti di comunicazione (ad es. manifesti, sito web, comunicati stampa/mezzi informativi, social network, spot, telepromozioni, ecc).

I Giovani

All'interno del grande pubblico può essere individuato il gruppo dei giovani. A questo è destinata un'informazione su opportunità e progetti a loro destinati, nell'ambito del FESR e del FSE, ad es, in materia di istruzione formazione, incentivi alle nuove imprese. E' un gruppo che richiede una informazione più mirata, creativa e attraente (es. applicativi informativi su cellulari).

Persone diversamente abili

E' un Gruppo che richiede di adeguare la comunicazione e l'informazione alla tipologia di disabilità per eliminare ogni barriera informativa. Gli strumenti di comunicazioni che saranno utilizzati richiedono accorgimenti ulteriori (ad esempio video con sottotitoli per sordomuti, informative in braille, messaggi audio per i non vedenti, etc.).

2. Beneficiari potenziali

E' un gruppo target che viene ulteriormente suddiviso in base alle finalità dei progetti realizzati. I beneficiari potenziali sono individuati dai POR FESR e dal POR FSE a livello di ciascun Asse/Azione dei Programmi. Questo gruppo deve essere informato sui progetti ad esso destinati, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti. Gli strumenti da utilizzare possono essere, a titolo esemplificativo, pubblicazioni, materiale informativo, evento annuale, *workshop*.

3. Beneficiari effettivi

E' un gruppo di destinatari già specializzato, in possesso di un livello di conoscenza alto nella preparazione e realizzazione dei progetti. Tali destinatari devono essere informati degli obblighi da rispettare in quanto fruitori di finanziamenti dei POR FESR e del POR FSE e devono essere assistiti/coadiuvati nel loro espletamento, ad esempio attraverso la predisposizione e diffusione di modelli e esempi per gli adempimenti relativi alla comunicazione. Gli strumenti da

utilizzare nei confronti di questo *target* devono essere scelti in modo accurato e devono garantire una comunicazione bidirezionale attiva e un approccio personalizzato.

4. Moltiplicatori d'informazione:

Gruppi di destinatari specifici, di volta in volta individuati in base agli interventi da promuovere, in grado di ritrasmettere le informazioni ai potenziali beneficiari. Si tratta di un pubblico specializzato al quale deve essere indirizzata una comunicazione che tiene conto della specializzazione dei suoi diversi rappresentanti. Gli strumenti di comunicazione da utilizzare possono essere conferenze, seminari, pubblicazioni professionali.

Comitato di Sorveglianza: è un pubblico specializzato che deve approvare la strategia di comunicazione e valutarne i risultati.

Mass media: hanno il compito di trasferire la comunicazione dalla sorgente al destinatario. La loro influenza è fondamentale per sensibilizzare i diversi target di destinatari. E' un target che esige qualità e precisione delle informazioni fornite e richiede una comunicazione semplice, comprensibile e tempestiva. Oltre ai classici strumenti (comunicati stampa) è importante creare collegamenti di informazioni e rapporti con gli uffici stampa delle istituzioni che amministrano i fondi SIE.

2. Azioni e strumenti di comunicazione

Di seguito si riportano le azioni e i relativi strumenti di comunicazione, che sono previsti e meglio declinati all'interno dei piani integrati annuali distinti in azioni/attività obbligatorie, secondo le previsioni della normativa europea.

2.1 Le azioni/attività obbligatorie

Evento di lancio

L'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE è responsabile della definizione e organizzazione di un'attività di informazione principale riguardante l'avvio dei Programmi.

Evento annuale

L'Autorità di Gestione Unica FESR – FSE è responsabile della definizione e organizzazione di un'attività di informazione principale nel corso dell'anno, attraverso la quale promuovere le opportunità di finanziamento, presentare i risultati del programma, i migliori progetti, eventuali piani d'azione e sinergie tra Fondi, etc. Tale evento è organizzato, di norma, nella parte conclusiva dell'anno.

Simbolo dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione

L'Autorità di Gestione è responsabile dell'esposizione del simbolo dell'Unione presso la propria sede e in modo permanente. Considerato che la struttura in cui è incardinata l'Autorità di Gestione è articolata su più sedi, è comunque garantita l'esposizione del simbolo dell'Unione in maniera permanente presso la sede principale.

Elenco delle operazioni

L'Autorità di Gestione FESR-FSE è responsabile della pubblicazione telematica dell'elenco delle operazioni ammesse a finanziamento secondo quanto previsto nell'allegato XII al Regolamento (UE)1303/2013. Tale elenco è aggiornato con cadenza almeno semestrale. Sono altresì garantite le pubblicazioni su *Opencoesione*.

Informazioni aggiornate in merito all'attuazione del Programma, con esempi di buone

pratiche

L'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE fornisce, attraverso il sito della Regione www.regione.abruzzo.it/xEuropa/, aggiornamenti costanti sullo stato di attuazione del Programma e informazioni puntuali sui migliori progetti finanziati. Tali informazioni saranno rese anche in lingua inglese e, laddove possibile, anche nelle modalità utilizzabili da persone con disabilità.

2.2 Gli strumenti di comunicazione

Per l'attuazione della strategia di comunicazione unitaria è indispensabile prevedere gli strumenti più idonei in grado di informare adeguatamente i gruppi target di destinatari.

Gli strumenti di comunicazione riportati sono indicativi ma non esaustivi e devono essere selezionati in base al target ai quali l'informazione è rivolta.

In via generale, gli strumenti di comunicazione dovranno:

- utilizzare un linguaggio chiaro, semplice e comprensibile, nonché uno stile visivo condiviso ed efficace;
- individuare un logo e uno slogan identificativi del FESR e FSE.

Le procedure di accesso all'area web specificamente dedicata devono essere semplici e supportate da istruzioni chiare.

Gli strumenti destinati al grande pubblico devono prevedere tutti i necessari accorgimenti per eliminare le barriere informative.

Comunicazione on line

Sito web – Il sito web www.regione.abruzzo.it/xeuropa rappresenta lo strumento più adatto a garantire la massima visibilità ai Programmi presso il largo pubblico, congiuntamente con l'obiettivo di promuovere il ruolo svolto dall'Unione europea.

E' un pannello informativo completo delle informazioni sul FESR e FSE. Nella implementazione del sito web della Regione Abruzzo, dedicato all'Europa, è posta particolare attenzione al rispetto dei requisiti di accessibilità, in ottemperanza alle disposizioni di cui alla legge 9 gennaio 2004, n. 4 (*“Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”*), sulla utilizzabilità, interattività, velocità e completezza dell'informazione.

Tenuto conto della rilevanza del Sito Web e della necessità di un continuo aggiornamento dello stesso, si fa eventualmente ricorso ad una figura specialistica esterna (Web Master) per il suo ottimale presidio. Le risorse finanziarie necessarie per l'impiego di tale figura specialistica sono ricomprese nella voce *Comunicazione on-line e gestione sito internet* specificata nella tabella di cui al Cap. 3.

Social network: sono utilizzati per la comunicazione con il grande pubblico e con il pubblico specializzato, per dare informazione inerenti le pubblicazioni dei bandi, per condividere esperienze, promuovere campagne ed interagire con utenti. Principale strumento di questo tipo di comunicazione è il profilo facebook della Regione recentemente potenziato *“Abruzzo Regione aperta”*.

TV via internet, streaming eventi: possono essere utilizzati per promuovere inviti ad eventi per il grande pubblico e comunicare progetti di nuova apertura.

Applicazioni su telefoni cellulari: strumento destinato a utenti di *smartphone* e *tablet* e particolarmente indirizzato ai beneficiari potenziali ed effettivi, ad esempio per attività di informazione specifica e di *“re-call”* per adempimenti amministrativi (secondo quanto previsto dall'Intervento B.7 del PRA, relativo all'affiancamento nei confronti dei beneficiari finali sulle

incombenze amministrative a loro carico, anche mediante sistemi di recall).

Eventi

Conferenze, Workshop, seminari: sono gli strumenti utilizzati per incontrare il grande pubblico, i beneficiari potenziali e quelli effettivi ed il pubblico specializzato (partenariato istituzionale e socio – economico) e sono finalizzati ad approfondire specifiche questioni, informare, suscitare il confronto e lo scambio di esperienze in merito a casi e interventi particolarmente significativi, disseminare i risultati di specifiche azioni intraprese.

Campagna media

L'utilizzo dei media nella comunicazione ha lo scopo di allargare il più possibile il target di riferimento, promuovendo la conoscenza del Programma operativo su tutto il territorio regionale e del ruolo svolto dall'Unione europea. Per promuovere una capillare diffusione di informazioni presso i territori coinvolti dal Programma e garantire una più intensa copertura delle aree interessate, si prevede l'utilizzo di media a carattere locale/regionale: campagna stampa su quotidiani locali e periodici e su riviste specializzate; agenzia di stampa a carattere regionale, come "Regione Flash"; campagna radio-televisiva presso emittenti televisive e radiofoniche locali (realizzazione di spot e telepromozioni all'interno di Programmi scelti in base ad elevato *audience*, spot radiofonici, format giornalistici di alta qualità); affissione di manifesti. La pianificazione dei media rispetta la Direttiva P.C.M. del 27/09/2000, art. 4 comma 2, che detta la ripartizione tra i *mezzi di comunicazione di massa* dello stanziamento di bilancio delle amministrazioni nella predisposizione dei progetti di comunicazione a carattere pubblico (il 50% dello stanziamento deve essere assegnato alla stampa nazionale e/o locale ed alle radio; il 15% ad emittenti radio e a emittenti televisive locali mentre il 35% per cento libero).

Rapporti con la stampa: attraverso la produzione e la diffusione di comunicati stampa, sarà assicurato il costante coinvolgimento degli operatori dell'informazione, al fine di garantire al Programma la più ampia risonanza e visibilità presso i media.

Materiale informativo e promozionale

- **Pubblicazioni.** sono rivolte prioritariamente ai soggetti pubblici e privati interessati all'attuazione degli interventi previsti: documenti di programmazione e documentazione a supporto dell'attuazione dei Programmi; cataloghi delle buone pratiche selezionate nell'ambito delle attività realizzate; manualistica e Linee Guida dirette ai beneficiari potenziali ed effettivi. Tutte le pubblicazioni saranno disponibili sul sito web dedicato.
- **Depliant:** hanno una funzione promozionale sia presso il largo pubblico sia presso i potenziali beneficiari e forniscono, in genere, informazioni brevi. Sono distribuiti durante gli eventi del Piano Integrato Annuale di Comunicazione e presso le sedi degli attori pubblici e privati coinvolti nell'attuazione degli interventi.
- **Manifesti:** si rivolgono ad un pubblico indifferenziato, allo scopo di garantire la massima copertura a livello locale.

3. Budget

Per l'attuazione delle attività integrate di comunicazione a livello del POR FESR e del POR

FSE sono stanziati complessivamente **1.100.488 euro**, di cui 450.488,00 euro derivanti dal FESR e 650.000 euro dal FSE.

Nella tabella seguente sono illustrate le ipotesi di ripartizione di dette risorse a livello di ciascun Programma Operativo e di ciascun strumento individuato per l'attuazione operativa della strategia integrata di comunicazione

Ripartizione delle risorse finanziarie per strumenti

Strumento	FSE: Risorse disponibili (euro)	FESR: Risorse disponibili (euro)	Risorse Totali disponibili (euro)
Comunicazione on-line e gestione Sito Internet	116.000	90.000	206.000
Eventi	190.000	150.000	340.000
Campagna Media	228.000	160.000	388.000
Materiale informativo e promozionale	116.000	50.488	166.488
Totale	650.000	450.488	1.100.488

4. Organizzazione e Governance della Comunicazione

L'Autorità di Gestione Unica dei POR FESR- FSE, in osservanza del Regolamento (UE) n. 1303/2013, assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate.

A tale scopo l'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE provvede alla elaborazione, attuazione e valutazione del Piano Integrato annuale di Comunicazione dei programmi FESR e FSE 2014-2020, attraverso un *Gruppo di Lavoro Interdipartimentale* coordinato dal referente della comunicazione. Il gruppo interdipartimentale, costituito con la Determinazione Direttoriale DPA n. 108 del 09.05.2016, è composto da funzionari individuati dai Dipartimenti interessati all'attuazione dei POR, dal Servizio Stampa e da esperti informatici della Regione Per specifiche attività l'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE può far ricorso ad eventuali servizi specialistici esterni di supporto alle attività sopra indicate.

Il referente della comunicazione è individuato nel Dirigente del Servizio "Stampa, Informazione e Comunicazione" collocato all'interno del Dipartimento della Presidenza e Rapporti con l'Europa

Il referente della comunicazione assicura i rapporti e la collaborazione con la rete nazionale della comunicazione e la persona responsabile della comunicazione a livello nazionale.

5. Valutazione della Strategia

L'attività di valutazione delle misure di informazione e comunicazione deve essere indirizzata a valutare la visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai Fondi e dall'UE (Reg. 1303/2013 all. XII punto g).

Scopo della valutazione è quello di comprendere se e in quale misura sono stati raggiunti i target nelle diverse attività di comunicazione messe in campo, nonché di verificare la conoscenza e la comprensione dei Fondi strutturali, dell'azione dell'Europa e della Regione Abruzzo e dei rispettivi ruoli nelle politiche regionali di coesione.

La valutazione fornisce un feedback rispetto all'efficacia dei singoli strumenti utilizzati al fine di procedere eventualmente ad una modifica della strategia.

L'attività di Valutazione prende in considerazione:

- la strategia di comunicazione nella sua interezza;
- il raggiungimento degli obiettivi specifici fissati dalla strategia di comunicazione.

Per verificare l'andamento della strategia di comunicazione ed i risultati è assicurata un'azione costante di monitoraggio e di valutazione, oggetto di una specifica pianificazione finalizzata ad individuare target attesi, tempi e strumenti di rilevazione.

Le tabelle seguenti riportano:

- possibili indicatori di realizzazione relativi alle tipologie di azioni/strumenti comuni per le quali è possibile una quantificazione;
- gli indicatori di risultato in relazione agli obiettivi specifici della strategia.

Le risorse da destinare alle attività di valutazione dell'efficacia nel conseguire i risultati auspicati sono individuate all'interno dei due programmi operativi.

Indicatori di realizzazione

Azione / strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura
Sito web	pagine web create	n.
	n. accessi	n.
	n. contatti.	n.
Applicazioni su cellulari	App. realizzate	n.
Eventi	eventi organizzati	n.
Campagna media	passaggi pubblicitari	n.
	articoli realizzati	n.
Rapporti con la stampa	comunicati stampa effettuati	n.
Materiale informativo e promozionale	materiali realizzati	n.

Indicatori di risultato

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativi
Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sulle opportunità offerte dai Fondi strutturali d'investimento europei (Fondi SIE) dei cittadini per aumentarne/agevolare il loro utilizzo	Livello di sensibilizzazione sui fondi UE nel GT Grande pubblico	Analisi dei feedback forniti dai servizi interattivi
Garantire l'accessibilità e imparzialità sulle opportunità offerte dai POR FSE e FESR 2014-2020	Livello di disponibilità della informazione sui fondi UE all'interno dei gruppi target	Questionari, focus group, indagini a campione

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativi
Motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FSE e del FESR	Il livello di percezione della qualità delle informazioni ricevute presso i gruppi target	Questionari, analisi feedback da strumenti interattivi
	Livello di implementazione positiva del Programma	Numero di candidature di buon livello, basso tasso di errore
Informare i gruppi target sui vantaggi pratici dei progetti realizzati	Il livello di conoscenza presso i gruppi target dei progetti	Questionari, focus group, indagini a campione

6. Il piano Integrato annuale di comunicazione

Per l'attuazione della strategia di comunicazione 2014-2020, all'Autorità di Gestione Unica FESR-FSE compete l'elaborazione di un Piano Integrato annuale di Comunicazione, tenendo conto dei fabbisogni informativi espressi dai gruppi target ed in particolare dal partenariato istituzionale ed economico sociale e dai beneficiari.

Il Piano Integrato Annuale definisce gli obiettivi annuali, le azioni, i gruppi target e gli strumenti di comunicazione più adeguati, in relazione alla tipologia di destinatari target, il cronoprogramma di realizzazione, i risultati attesi, il disegno valutativo e le risorse economiche.

Il Piano Integrato Annuale deve essere portato a conoscenza del Comitato di sorveglianza che ne controlla l'andamento attraverso le informative che saranno presentate in merito a:

- stato di avanzamento della strategia di comunicazione;
- azioni realizzate;
- strumenti di comunicazione utilizzati;
- risultati delle attività valutative.

Il Piano Integrato Annuale di Comunicazione è pubblicato sul sito web dedicato ai Programmi Operativi FESR e FSE e diffuso in modo efficace

Il Piano Integrato Annuale di comunicazione comprende:

- la sintesi della comunicazione per l'anno di competenza;
- la descrizione del legame con la strategia di comunicazione;
- la definizione degli obiettivi per l'anno in questione;
- la definizione dei gruppi target;
- la descrizione delle attività di comunicazione;
- il calendario indicativo;
- il budget;
- il programma di valutazione dei risultati.