



POR FESR ABRUZZO 2014-2020 COMITATO DI SORVEGLIANZA

**Strategia di Comunicazione
POR FESR Abruzzo 2014-2020**

(approvata dal CdS in data 7.10.2015)

Sommario

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

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL POR FESR 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 del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Ciò al fine di accedere ai fondi europei nel modo più semplice, diretto e partecipato.

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.

Il punto di forza della strategia 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 più difficilmente raggiungibili. In tale prospettiva intende avvalersi, in attuazione della presente strategia, anche dei social media, quali *facebook*, *twitter* e *youtube*.

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 2014-2020.

Ai sensi dell'articolo 110, paragrafo a), lettera c) del Reg. (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione Unica FESR/FSE (di seguito Autorità di Gestione) informerà 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 di comunicazione contenuta nel presente documento potrà essere sottoposta a modifiche, se ritenute necessarie. In tal caso, l'Autorità di Gestione provvederà 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 è tenuta a definire una strategia di comunicazione del Programma operativo da sottoporre al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dalla decisione della Commissione europea di adozione del POR.

Al fine di accelerare l'attuazione di quanto programmato nel POR FESR Abruzzo 2014-2020, l'Autorità di Gestione intende sottoporre al Comitato di Sorveglianza, convocato per il giorno 7 ottobre 2015, la strategia di comunicazione del POR, adottato dalla Commissione europea lo scorso 13 agosto con la Decisione C(2015) 5818.

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.

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 il PO FESR 2014-2020;
- Individua gli obiettivi, i destinatari e le azioni e gli strumenti atti a garantire l'informazione e la pubblicità del POR FESR Abruzzo 2014-2020 e, più in generale dei Fondi Strutturali di Investimento Europei (Fondi SIE), anche attraverso l'integrazione con azioni comuni a valere sul POR FSE Abruzzo 2014-2020.

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

La Strategia di comunicazione del POR FESR Abruzzo 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 DPEFR Abruzzo 2015-2017, in particolare, impone una profonda riforma istituzionale,

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).

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, pur riferendosi al POR FESR Abruzzo 2014-2020, prevede, in sede di pianificazione annuale, azioni integrate di comunicazione tra i fondi FESR e FSE.

In particolare, una forte integrazione tra i due Fondi si realizzerà 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, 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.

L'indagine, tuttavia, evidenzia una criticità che riguarda 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 Priorità - finalità e obiettivi della Strategia

La strategia per la comunicazione del POR FESR Abruzzo 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;
- 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.

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 la Regione e più in generale tra il cittadino le istituzioni pubbliche, promuovendo maggiore e migliore accessibilità alle informazioni sulle opportunità per il territorio regionale, contenute nel POR FESR Abruzzo 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;
- 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 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;
- 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 sarà monitorato attraverso indicatori di realizzazione ed indicatori di risultato. Oltre, infatti, agli indicatori previsti dal POR FESR nell'ambito dell'Asse VII (Numero di eventi ed iniziative di informazione e comunicazione; Eventi ed incontri organizzati per la comunicazione con il partenariato istituzionale e socio-economico, etc.), per il periodo 2014-2020 vengono individuati quali indicatori di risultato:

1. 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;
2. Garantire l'accessibilità e imparzialità sulle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020;
3. Motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FESR;
4. Informare i gruppi target sui vantaggi pratici dei progetti realizzati.

1.3 Caratteristiche della Strategia

La strategia di comunicazione sarà **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 per i Fondi FESR e 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 Abruzzo, 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 dei Fondi FESR-FSE che è anche il vertice amministrativo del predetto Dipartimento.

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

Sarà 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.

1.4 Destinatari

La strategia di comunicazione del POR FESR Abruzzo 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 dovrà essere garantita agli stessi responsabili di Azione del Programma Operativo FESR, nonché alla stessa struttura dell'Autorità di Gestione e delle altre Autorità (Autorità di Certificazione e di Audit), all'Autorità ambientale e alla Consiglieria di parità.

In sede di Pianificazione Annuale sarà 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 unitamente ai fondi nazionali e regionali e ai risultati di tale intervento. Per la trasmissione delle informazioni di carattere più generico potranno essere utilizzati diversi strumenti di comunicazione (ad es. manifesti, sito web, comunicati stampa/mezzi informativi, social network, ecc).

2. Beneficiari potenziali

E' un gruppo target che viene ulteriormente suddiviso in base alle finalità dei progetti realizzati. I beneficiari potenziali sono individuati dal POR FESR a livello di ciascun Asse/ Azione del Programma. 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 del POR 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: E' un pubblico specializzato che deve approvare annualmente il Piano di comunicazione e valutarne i risultati. La comunicazione si svolge periodicamente attraverso riunioni periodiche oppure attraverso l'utilizzo di strumenti telematici.

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 saranno previsti e meglio declinati all'interno dei piani 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 è responsabile della definizione e organizzazione di un' attività di informazione principale riguardante l'avvio del Programma, da prevedere in tempi brevi a seguito dell'approvazione del Programma .

Evento annuale

L'Autorità di Gestione 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 dell'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 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.

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

L'Autorità di Gestione fornirà, 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 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.

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

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

Comunicazione on line

Sito web – Il sito web rappresenta uno strumento idoneo a garantire la massima visibilità al Programma 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, sarà 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.

Social network: Saranno utilizzati per la comunicazione con il grande pubblico e con il pubblico specializzato, per condividere esperienze, promuovere campagne ed interagire con utenti.

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

Applicazioni su telefoni cellulari: Uno strumento destinato a utenti di *smartphone* e *tablet* e particolarmente indirizzato al grande pubblico.

Eventi

Conferenze, Workshop, seminari, fiere: 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 televisivi 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); realizzazioni piano Internet; affissione dinamica. La pianificazione dei media rispetterà 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 del Programma; 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. Saranno distribuiti durante gli eventi del Piano 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 di comunicazione a livello *macro* del Programma saranno stanziati 450.488,00 euro, dei quali 225.244,00 derivanti da risorse europee, a valere sull'Asse dedicato all'Assistenza Tecnica (Asse VII).

Nelle tabelle seguenti si illustrano le ipotesi di ripartizione di dette risorse a livello di ciascuno strumento individuato per l'attuazione operativa della strategia di comunicazione:

Ipotesi di ripartizione delle risorse finanziarie per strumenti

Strumento	Risorse disponibili (euro)
Comunicazione on-line	50.000
Eventi	150.000
Campagna media	200.000
Materiale informativo e promozionale	50.488
Totale	450.488

4. Organizzazione e Governance della Comunicazione

L'Autorità di Gestione del POR FESR Abruzzo 2014-2020, 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 provvede alla elaborazione, attuazione e valutazione del

Piano annuale di Comunicazione attraverso un gruppo di lavoro interdipartimentale coordinato dal referente della comunicazione. Il gruppo interdipartimentale sarà composto da funzionari individuati dai Dipartimenti interessati all'attuazione del POR, dal Servizio stampa e da esperti informatici della Regione.

Per specifiche attività l'Autorità di Gestione potrà 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 assicurerà 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 fornirà un feedback rispetto all'efficacia dei singoli strumenti utilizzati al fine di procedere eventualmente ad una modifica della strategia.

L'attività di Valutazione prenderà 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 sarà assicurata un'azione costante di monitoraggio e di valutazione che sarà oggetto di una specifica pianificazione che individuerà 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 dell'Asse VII del POR FESR nell'ambito delle risorse destinate alla categoria di intervento 122 – Valutazione e studi.

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 dal POR FESR 2014-2020	Livello di disponibilità della informazione sui fondi UE all'interno dei gruppi target	Questionari, focus group, indagini a campione
Motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo 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 annuale di comunicazione

Per l'attuazione della strategia di comunicazione 2014-2020, all'Autorità di Gestione compete l'elaborazione di un Piano 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 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 annuale deve essere approvato dal 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;
- Agli strumenti di comunicazione utilizzati;
- Ai risultati delle attività valutative.

Il Piano di Comunicazione sarà pubblicato sul sito web dedicato al Programma e diffuso in modo efficace

Il piano 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.

