



**PIANO INTEGRATO ANNUALE DI COMUNICAZIONE
SUI PROGRAMMI OPERATIVI FESR-FSE 2014-2020**

Anno 2017

A cura del SERVIZIO STAMPA DPA 010

Piano redatto da Antonella Tollis, Responsabile Ufficio Informazione e social media. Supervisione di Elena Sico, Dirigente del Servizio Autorità unica di gestione FESR-FSE in collaborazione con Patrizia Radicci, Responsabile Ufficio Coordinamento gestione e monitoraggio PO-FSE e con Barbara Scorrano e Annarita Iachini per l'Assistenza tecnica.

INDICE

- 1. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEI POR FESR E FSE 2014-2020**
- 2. IL PIANO INTEGRATO ANNUALE DI COMUNICAZIONE: RIFERIMENTI, RACCORDI CON LA STRATEGIA INTEGRATA DI COMUNICAZIONE DEI PROGRAMMI FESR E FSE 2014-2020**
- 3. OBIETTIVI SPECIFICI E DESTINATARI**
- 4. LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE**
 - a. Affissione manifesti e spot**
 - b. Newsletter *Bandi&Risorse* ed *Eurocultura***
 - c. Workshop**
 - 1) Fonderia Abruzzo**
 - 2) Eventi**
 - 3) Open day**
 - d. Materiali e Pubblicazioni**
 - e. Potenziamento del palinsesto Facebook: le rubriche**
 - 1) EU Tutorial**
 - 2) Pillole d'Europa**
 - f. App**
 - g. Video**
- 5. LE ATTIVITÀ TRASVERSALI DEL PIANO: LE MIGLIORI ESPERIENZE IN MOSTRA A BRUXELLES**
- 6. LE CORRELAZIONI TRA AZIONI, STRUMENTI, DESTINATARI, OBIETTIVI SPECIFICI**
- 7. IL CRONOPROGRAMMA**
- 8. MONITORAGGIO PIANO COMUNICAZIONE**
- 9. II REGOLAMENTO UE N. 1303/2013: AGGIORNAMENTO ELENCO DELLE OPERAZIONI**
- 10. LA GOVERNANCE**
- 11. IL BUDGET PER L'ANNUALITÀ 2017**

1. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEI POR FESR E FSE 2014-2020

INTRODUZIONE

Le Strategie di comunicazione del POR FESR 2014-2020 e del POR FSE 2014-2020, già approvate dai Comitati di Sorveglianza, rispettivamente l'11.06.2015 e il 7.10.2015, e confluite nella Strategia Integrata di comunicazione dei due programmi approvata nei Comitati di sorveglianza del 25 e del 26 marzo 2016, intendono favorire economie di scala e dare messaggi univoci su argomenti comuni ai due fondi.

Come delineato nella Strategia integrata di comunicazione, le iniziative si raccordano con quelle europee al fine di ridurre la distanza tra l'Europa ed i suoi cittadini, attraverso una migliore comunicazione tra cittadini e responsabili delle politiche UE, in grado di potenziare e migliorare il senso di appartenenza all'Europa.

In altri termini, la comunicazione contribuisce ad accrescere la trasparenza e l'efficacia della gestione dei fondi europei. Infatti, solo 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.

La Strategia Integrata di comunicazione della Regione Abruzzo, che tiene conto in particolare dei risultati del precedente periodo di programmazione e del nuovo assetto organizzativo regionale, si caratterizza per alcuni aspetti innovativi. Innanzitutto la programmazione e la gestione diretta del processo di comunicazione sono poste in capo alle Strutture regionali coinvolte dalle azioni e dalle misure. Tale scelta, comportando una forte assunzione di responsabilità, assicura da un lato, una più efficace governance che si dovrà caratterizzare per multidisciplinarietà e interdipartimentalità, dall'altro, garantisce la circolarità dei flussi informativi nell'ambito di un circuito in grado di assicurare la tracciabilità del lavoro svolto, la verifica della rispondenza tra pianificazione e iniziative e il raggiungimento degli obiettivi.

Un ulteriore elemento innovativo è l'attenzione riservata ai "*mezzi di comunicazione on-line*", (facebook, twitter e youtube) al fine di capillarizzare le informazioni, allargare la base partecipativa a segmenti della società diversificati, non facilmente raggiungibili, valutare in maniera più approfondita le esigenze dei diversi utenti, monitorare costantemente le singole azioni.

Infine, altro elemento innovativo è costituito dall'integrazione tra le azioni di comunicazione dei Por FESR e FSE. Tutto ciò con l'obiettivo di superare le criticità riscontrate dall'indagine conoscitiva

Doxe 2013, da cui emergeva uno scarso livello di conoscenza delle ricadute degli interventi a livello territoriale.

La normativa europea attribuisce alla comunicazione il compito di garantire visibilità, trasparenza e partecipazione. La comunicazione deve, infatti, contribuire all'integrazione sociale, in una logica di pari opportunità conoscitive, per ridurre le distanze tra le Istituzioni pubbliche e la società civile. In tale ottica la strategia è **finalizzata** a:

- valorizzare l'immagine ed il ruolo della UE;
- assicurare pari opportunità conoscitive;
- ridurre la distanza tra cittadino e regione;
- migliorare la conoscenza da parte dei cittadini dei risultati.

Le finalità prima esplicitate si declinano nei seguenti **obiettivi**:

- garantire l'accessibilità e l'imparzialità sulle opportunità offerte dai POR;
- aumentare l'efficacia degli strumenti della politica di coesione;
- motivare i beneficiari potenziali e comunicare loro le possibilità di utilizzo dei fondi dei due programmi;
- informare i beneficiari sui loro obblighi in tema di comunicazione.

Tali specifici obiettivi sono monitorati attraverso **indicatori di realizzazione e di risultato**, che costituiscono riferimento per la **valutazione** della Strategia Integrata di comunicazione.

La Strategia che mira a raggiungere un variegato ed universo eterogeneo di **destinatari**, si focalizza su 4 gruppi target:

1. grande pubblico;
2. beneficiari potenziali;
3. beneficiari effettivi;
4. moltiplicatori di informazione.

2. IL PIANO INTEGRATO ANNUALE DI COMUNICAZIONE 2017: RIFERIMENTI, RACCORDI CON LA STRATEGIA INTEGRATA DI COMUNICAZIONE DEI PROGRAMMI FESR E FSE 2014-2020

La Strategia integrata di comunicazione dei POR FERS e FSE (di seguito Strategia integrata di comunicazione) prevede, espressamente, che le azioni attraverso le quali si attuerà la strategia devono essere organicamente definite nell'ambito di **Piani Annuali di comunicazione**. Inoltre, la strategia auspica, in sede di pianificazione annuale, l'integrazione delle azioni di comunicazione tra i Programmi FERS e FSE, in linea con il "principio sinergico" che ha portato la Regione Abruzzo a scegliere la strada dell'Autorità unica di gestione del POR FESR e del POR FSE.

Alla luce di tale premessa, il presente *Piano Integrato Annuale di Comunicazione* (di seguito Piano), relativo al 2017 è stato elaborato sulla base della Strategia integrata di comunicazione.

Il Piano può favorire il coinvolgimento consapevole dei gruppi target, come fattore propulsivo alla crescita e allo sviluppo diffuso. Sul fronte strettamente operativo, l'integrazione si realizza rendendo luogo autorevole il coordinamento interdipartimentale, elemento cardine nella governance della strategia integrata della comunicazione, che pone in capo alla Struttura regionale Dipartimentale e al Servizio Stampa l'attuazione dello stesso.

Il Piano consente di codificare, da un lato, la percezione di una Regione che si avvale di una governance capace di produrre coordinamento, razionalità, e massimizzazione dei risultati; dall'altro, di selezionare un contenuto informativo che sia quanto più aderente possibile ai diversi target ed alle molteplici realtà socio-economiche che si intendono bersagliare. Questo esito scaturisce dalla prefigurazione di un percorso funzionale, che guarda allo scopo; non tradizionale, in quanto cerca prima il luogo dell'interesse e poi adegua il messaggio; emulativo, perché basa le proprie modalità relazionali e comunicative sulle esperienze positive e di successo, rese possibili nel passato dalle politiche dell'Unione. Gli strumenti di comunicazione sono stati individuati in modo da offrire una cornice rappresentativa univoca e coerente, a partire dai format grafici dei materiali promozionali, i loghi, le informazioni istituzionali obbligatorie, il claim.

Il Piano enfatizza l'utilizzo diffuso dei social media e ciò costituisce un'ulteriore importante indicazione strategica. Sono inoltre garantite, nelle singole modalità attuative della Strategia di comunicazione i principi cardine della comunicazione, vale a dire, visibilità, trasparenza e partecipazione attiva.

Ciò considerato, la strategia di sviluppo attuata dal Piano è:

a) **Integrata**

con il partenariato istituzionale e socio-economico; tra i fondi POR FESR e POR FSE; con le attività complessive della comunicazione istituzionale della Regione Abruzzo;

b) **Mirata**

in quanto focalizzata sui gruppi target di volta in volta selezionati;

c) **Partecipata**

perché vuole cogliere la massima espansione dei suoi contenuti.

Inoltre, la strategia è **inclusiva** ed attenta al principio di **pari opportunità**.

Il percorso operativo di costruzione del piano trae origine dai fabbisogni informativi espressi dai gruppi target, in particolare dal partenariato istituzionale ed economico sociale e dai beneficiari, dalle caratteristiche socio economiche del contesto regionale e dai risultati dell'indagine Doxe sul livello di conoscenza e sulle ricadute in termini di crescita e sviluppo dei fondi strutturali in Abruzzo. E' sulla base di tali elementi che vengono declinate le azioni ed i relativi strumenti.

3. OBIETTIVI SPECIFICI E DESTINATARI

La conoscenza dei vantaggi derivanti dalle misure e, successivamente, l'adesione alle procedure di accesso alle opportunità finanziarie sono aspetti necessari, comuni ai POR FESR ed FSE. Pertanto, la disseminazione sul territorio delle informazioni relative alle misure agevolative inerenti l'occupazione, l'inclusione sociale, la competitività del sistema regionale, che Regione e Unione Europea sono in grado di offrire al tessuto sociale ed economico, costituisce un importante obiettivo del Piano.

Ulteriore obiettivo che il presente Piano si propone di raggiungere è l'ottimale coinvolgimento della popolazione abruzzese, sia in fase di comunicazione generalista sulle attività previste dalla programmazione, quali leve per la crescita sociale ed economica del territorio, sia in fase di informativa tecnica e specialistica.

Il valore del coinvolgimento consapevole è paragonabile ad una performance capace di impatto reale sul tessuto economico e sociale, attraverso il ricorso ad appropriati ed efficaci strumenti comunicazionali ed animativi a supporto delle politiche di sviluppo, dell'occupazione e della coesione sociale e territoriale. Funzionale a questa mission è senz'altro lo strumento dei Social media che, sfruttando il suo presupposto di rete, consente una diffusione a cerchi concentrici delle notizie che, in questo modo, aumentano le loro prospettive di conoscibilità e, dunque, di efficacia e garantiscono trasparenza e accesso democratico alle notizie.

Riepilogando, gli **obiettivi generali** del presente Piano sono:

- a. aumentare la conoscenza dei Programmi FESR e FSE per massimizzarne l'utilizzo;
- b. ridurre la distanza tra la Regione, le Istituzioni europee ed i cittadini.

Tali obiettivi generali si declinano nei seguenti obiettivi specifici, in stretto raccordo con quelli previsti nei documenti strategici di comunicazione:

1. garantire l'accessibilità e l'imparzialità sulle opportunità offerte dai POR a tutti gli interessati ed informare l'opinione pubblica sul ruolo della UE;
2. motivare i beneficiari potenziali e comunicare loro le possibilità di utilizzo dei fondi dei due programmi, al fine di aumentare l'efficacia degli strumenti della politica di coesione. Tale obiettivo si sostanzia nell'informare i potenziali beneficiari sulle opportunità offerte dai programmi, nonché sulle modalità di accesso agli interventi co-finanziati dall'Unione Europea.
3. informare i beneficiari sullo stato di avanzamento dei programmi, sui risultati ottenuti e promuovere la trasparenza nell'utilizzo delle risorse dei programmi attraverso la puntuale pubblicazione della lista dei beneficiari, con indicazioni del progetto e dell'importo finanziato;
4. favorire la diffusione delle buone prassi.

Si tratta di obiettivi valoriali, principalmente alla luce del compito che la normativa europea attribuisce alla comunicazione quale leva, sempre più di ausilio, per realizzare l'integrazione sociale, superare le disuguaglianze e garantire parità di accesso alle informazioni.

I suddetti obiettivi comportano lo sviluppo di azioni in grado di:

- favorire l'accessibilità e l'imparzialità sulle opportunità dei Programmi FESR ed FSE 2014-2020 puntando anche sulla loro integrazione;
- rendere consapevoli i beneficiari potenziali sulle grandi opportunità di crescita derivanti dalla programmazione europea e stimolarli all'adesione;
- aumentare l'efficacia dell'implementazione degli strumenti della politica di coesione.

I **destinatari** del Piano sono costituiti dai 4 **gruppi target** indicati dalla strategia. La **tabella 1** riepiloga le caratteristiche, per ciascuno dei 4 **gruppi target** individuati: a) numerosità e caratteristiche, b) bisogni di informazione, c) segmentazione, d) strumenti di comunicazione.

Tab. 1 Caratteristiche dei gruppi target

Tipologia di target	Numerosità e Caratteristiche	Segmentazione	Bisogni di informazione	Strumenti (indicazioni generali)
Grande Pubblico	Molto Numeroso e importante		Azione di sensibilizzazione/informazione e relativa al ruolo svolto dall'Unione Europea, al valore aggiunto dei sostegni dei programmi operativi ed ai loro risultati.	Manifesti, sito Web, comunicati stampa/mezzi informativi, social network
Beneficiari potenziali	Abbastanza numeroso; generiche	Suddiviso in base alle finalità dei progetti realizzati, in relazione a ciascun Asse/azione dei 2 programmi	Informazione sui progetti ad essi destinati, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti.	Pubblicazioni, materiale informativo, evento annuale, workshop
Beneficiari effettivi	Specializzato, livello di conoscenza alta nella preparazione e realizzazione dei progetti	Suddiviso sulla base di Assi e Azioni	Informazioni sugli obblighi da rispettare in quanto fruitori di finanziamenti dei POR. Per facilitare tale compito sono assistiti/coadiuvati attraverso modelli ed esempi.	Gli incontri con i potenziali beneficiari devono consentire una comunicazione bidirezionale attiva, ed un approccio personalizzato
Moltiplicatori dell'informazione	Destinatari specifici e specializzati, in grado di trasmettere e capillarizzare le informazioni	Individuati di volta in volta in base agli interventi da promuovere	In relazione alla specializzazione dei suoi diversi rappresentati	Conferenze, seminari, pubblicazioni professionali

4. LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Questa sezione costituisce la parte operativa del presente Piano ed esplicita le azioni che saranno messe in campo per conseguire gli obiettivi definiti.

L'attività di comunicazione utilizza un linguaggio chiaro, semplice e comprensibile, nonché uno stile visivo, condiviso ed efficace.

Le procedure di accesso alle pagine web specificatamente dedicate sono conformi alle previsioni di Agenda digitale al fine di facilitare la consultazione, con il supporto di istruzioni chiare. Anche gli strumenti destinati al Grande pubblico prevedono specifici accorgimenti per eliminare le barriere informative.

Il piano prevede espressamente la realizzazione di **azioni obbligatorie** indicate nella Strategia di comunicazione dei due Programmi a cui si affiancano **ulteriori azioni** che scaturiscono dalle specifiche caratteristiche dei beneficiari finali, dalle sollecitazioni del territorio regionale destinatario degli interventi e dagli orientamenti dei Policy Maker e delle stesse Strutture regionali ed europee.

Obiettivo del presente Piano è di ampliare le finestre informative, privilegiando i new media attraverso i quali bersagliare la nuova generazione di “smanettoni”, prevalentemente costituita da, ma non solo, giovani e utilizzatori con competenze culturali e professionali.

Il sito ufficiale cui accedere per le informazioni aggiornate sui bandi europei è il sito “**Abruzzo Europa**” (www.regione.abruzzo.it/xEuropa) cui si affianca il portale “Abruzzo Lavoro” (www.abruzzolavoro.eu). Entrambi costituiscono strumenti idonei a garantire la massima visibilità dei programmi operativi FESR e FSE presso il grande pubblico, con l'obiettivo primario di promuovere il ruolo svolto dall'Unione Europea e quello della Regione Abruzzo nello sviluppo di idonee politiche di crescita, di integrazione e di cooperazione tra aree. Nella elaborazione dei contenuti, grande attenzione è posta sui seguenti aspetti:

- accessibilità;
- utilizzazione;
- interattività;
- completezza delle informazioni.

Tutto ciò premesso, le modalità di comunicazione includeranno le forme tradizionali (comunicati stampa, newsletter, incontri sul territorio, redazionali...) e quelle legate all'utilizzo dei social, in modo da coprire un'utenza quanto più differenziata.

Ciò considerato, le attività di comunicazione integrata sui Por FESR-FSE comprenderanno per il 2017:

A) L’AFFISSIONE DI MANIFESTI E DIFFUSIONE DI SPOT

Nell’obiettivo di raggiungere il Grande pubblico, la campagna di comunicazione integrata sui Por FESR-FSE avrà, tra i suoi strumenti principali, la realizzazione di manifesti, spot, banner e rubriche da diffondere attraverso le affissioni, le emittenti radiofoniche e televisive, la stampa locale e i siti internet.

Il manifesto ha l’obiettivo di informare i cittadini sulle politiche europee e di rendere il più possibile condiviso l’impatto delle iniziative sul contesto socio-economico regionale. L’ideazione prevede l’inserimento, significativamente, di tutte le indicazioni necessarie per attingere ai luoghi delle informazioni (siti, ufficio per le relazioni con il pubblico (Urp), numero verde, social, app). La diffusione comprende l’intero territorio regionale.

Gli spot, diffusi utilizzando i canali televisivi (tradizionali e TV via internet e streaming), radiofonici e le sale cinematografiche, focalizzeranno l’attenzione sulle buone pratiche legate all’utilizzo dei fondi europei e sulla reale capacità delle misure di intervenire per favorire lo sviluppo e la crescita di un territorio. Nella fase realizzativa degli Spot è previsto anche il ricorso ad attività di **casting**.

B) NEWSLETTER BANDI&RISORSE ED EUROCULTURA: FORMAT PER GESTIONE FLUSSI INFORMATIVI (all. 1)

L’azione informativa continuerà ad avere tra i suoi capisaldi la newsletter elettronica *Bandi&Risorse*, cui si aggiungerà un nuovo strumento divulgativo, pensato per gli operatori e per le associazioni culturali destinatarie di specifiche opportunità di finanziamento.

In relazione al coordinamento del flusso informativo verso la redazione della newsletter *Bandi&Risorse* si propongono le seguenti modalità cui i soggetti coinvolti dovranno attenersi.

Il Servizio Programmazione unitaria invia il format comprensivo di titolo del bando, oggetto del bando, data di pubblicazione e di data di scadenza (di cui all’allegato 1) al DPA011 che lo avvalora in raccordo con il DPA012, prima di fornire le informazioni al Servizio Stampa. Entro **5 giorni** dalla pubblicazione dell’avviso sul sito Abruzzo Europa, i responsabili di azione FESR-FSE trasmettono il format al Servizio DPA012 che raccoglie i dati e li valida in raccordo con il DPA011. Il DPA011 quattro giorni precedenti il 15 e il 30 di ogni mese, invia le notizie al Servizio Stampa DPA010.

C) WORKSHOP

Nella pianificazione Workshop è previsto il ricorso alla tecnica dello *Stakeholder Engagement**. Tenendo conto dell'elevato numero di stakeholder coinvolti e delle differenze tra loro, il modo corretto di dialogare dovrebbe essere calibrato su esigenze omogenee. Pertanto saranno organizzati specifici focus in relazione ai target e ai contenuti della comunicazione

* lo **Stakeholder Engagement** è l'impegno a far proprio i principi dell'inclusività e del coinvolgimento, il che significa dar voce agli stakeholder, riconoscere il loro diritto ad essere ascoltati. Ciò consente di raccogliere contributi e proposte innovative e pianificare possibili soluzioni per il futuro. Pertanto, nell'organizzazione dei Focus Group si tiene conto delle indicazioni del Manuale dello Stakeholder engagement per selezionare gli ambiti di intervento e mappare i soggetti portatori di interesse.

• FONDERIA ABRUZZO

Nato come laboratorio di idee, dal quale far scaturire una nuova progettualità per il futuro della Regione Abruzzo in Europa, FONDERIA ABRUZZO 2017, programmato dal 30 giugno al 1 luglio nell'Abbazia Santo Spirito, a Sulmona, intende porsi come momento cruciale per il rafforzamento della capacità amministrativa e l'implementazione della partecipazione e della condivisione dei processi decisionali con gli attori e pubblici e stakeholders nell'ambito della strategia europea 2020. L'appuntamento si rivolge alla Ue, agli amministratori, ai portatori di interesse, alle organizzazioni sindacali, alle agenzie culturali, agli ordini professionali, alle università, e alle camere di commercio.

• EVENTI

Nell'ambito della strategia integrata di comunicazione è prevista l'organizzazione di un **Evento annuale**, che quest'anno coinciderà con Fonderia Abruzzo 2017, co-promosso dall'AdG, attraverso il quale:

- promuovere le opportunità di finanziamento;
- presentare i risultati del programma;
- illustrare i migliori progetti (buone prassi);
- presentare eventuali Piani di Azione e sinergie tra fondi.

La sua portata comunicativa è potenziata dall'utilizzo delle **dirette streaming** che consentono la massima trasparenza ed accessibilità nonché la documentabilità sul portale regionale, nelle apposite pagine web dedicate a "Fonderia Abruzzo 2017" e sul sito ufficiale www.regione.abruzzo.it/xEuropa/.

• OPEN DAY

Accanto all'evento FONDERIA ABRUZZO si darà luogo all'organizzazione di un Open day dedicato alle numerose occasioni che l'Unione europea rende disponibili per i suoi cittadini, alla comunicazione e ai risultati della programmazione comunitaria.

D) MATERIALE PROMOZIONALE, PUBBLICAZIONI

Nell'ambito degli strumenti tradizionali di diffusione delle informazioni è prevista la realizzazione di una brochure informativa sui bandi calendarizzati per l'annualità 2017 da distribuire in appositi totem posizionati nei Comuni, nelle sedi delle associazioni di categoria, nelle sedi Istituzionali, nelle Camere di Commercio, nei Centri per l'impiego. La pubblicazione, che prevede la stampa di 5000 brochure, sarà presentata nell'ambito dell'evento FONDERIA ABRUZZO.

E) POTENZIAMENTO DEL PALINSESTO FACEBOOK: LE RUBRICHE

Coerentemente con le Premesse alla Strategia integrata di Comunicazione sui Fondi Por FESR-FSE 2014-2020, la comunicazione proposta nei relativi Piani annuali di comunicazione intende valorizzare quanto più possibile il ricorso all'uso dei social media (Facebook, twitter e youtube) sia per il potenziale di trasversalità intrinseco ai mezzi web e sia per il bassissimo costo delle attività, se posto in relazione al numero dei cittadini coinvolti. Pertanto saranno migliorate le già realizzate rubriche:

- **EU TUTORIAL**

Per instradare in modo semplice ed efficace sulla ricerca dei bandi UE e per chiarire meglio taluni "tecnicismi" si incentiverà l'uso dei Tutorial dedicati alle iniziative più significative utilizzando il supporto delle infografiche.

- **PILLOLE D'EUROPA**

L'attività di promozione e diffusione delle misure finanziarie a disposizione dei cittadini, delle imprese e del territorio continuerà con la rubrica "Pillole d'Europa". Comunicazione giornalistica che, con linguaggio accattivante e dinamico, illustra i bandi europei.

- **C'È POSTO PER ME**

"C'E' POSTO PER ME" si identifica con lo storytelling dei casi di successo attraverso la testimonianza diretta di chi ha portato a termine il proprio percorso, utilizzando le misure legate ai Por FESR-FSE 2014-2020.

F) APP REGIONE ABRUZZO

Sarà implementata l'app **Regione Abruzzo per dispositivi mobile**, dove poter reperire tutte le informazioni presenti sul sito della Regione Abruzzo, con particolare riferimento ai bandi europei e agli avvisi regionali nonché alla narrazione delle buone pratiche in materia di spesa dei fondi Ue. L'App è individuata come strumento cross platform, ed è improntata alla semplicità dello stile e degli stili grafici. Risponderà ai protocolli di usability, come stabilito dall'ISO.

G) VIDEO

Produzione di video su You Tube e dirette Facebook legati ai momenti più significativi inerenti i Programmi Por FESR-FSE 2014-2010.

5. LE ATTIVITÀ TRASVERSALI DEL PIANO: LE MIGLIORI ESPERIENZE IN MOSTRA A BRUXELLES

La migliore progettualità che il territorio abruzzese può esprimere, attraverso i suoi principali stakeholder, può essere selezionata per partecipare agli eventi più importanti organizzati nella sede di Bruxelles (*Open Eu project day, RegioStarsAwards, Open data, Going local seminars* ed altro). Le iniziative da prendere in considerazione sono dettagliate nel momento in cui risultano meglio definite le possibili sinergie e le convenienze sul piano della relazione tra comunicazione e feedback. Un ulteriore strumento di amplificazione e diffusione dell'informazione è costituito dal **Servizio Stampa** della Giunta regionale, cui spetta il ruolo di integrazione della comunicazione Ue con le proprie attività istituzionali, e di disseminazione delle informazioni attraverso i *Mass media*. Tutti i canali di diffusione delle notizie in uso al Servizio Stampa – agenzia di stampa e prodotti multimediali – possono essere utilizzate per tutti i gruppi target, specificatamente per i moltiplicatori di informazione. In particolare l'Agenzia di stampa quotidiana "Regione flash", rivolta prevalentemente ai mass media, raggiunge il sistema radio televisivo regionale, i quotidiani cartacei e gli on line nella loro interezza sul territorio regionale. Un ulteriore veicolo di diffusione dell'informazione è costituito dal profilo Facebook ufficiale "Regione Abruzzo".

6. LE CORRELAZIONI TRA AZIONI, STRUMENTI, DESTINATARI, OBIETTIVI SPECIFICI

Nelle **tabelle 3 e 4** le singole azioni di comunicazione sono correlate a: strumenti, modalità di divulgazione, destinatari, obiettivi specifici.

Tab. 3 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

ATTIVITÀ: PROPEDEUTICA E LANCIO DELL'AZIONE DI COMUNICAZIONE			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Eventi	Pubblicità sulle maggiori testate, comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , trasparenza ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo}
Fonderia Abruzzo	Documenti, manifesti, spot, web, social, newsletter	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , trasparenza ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo}
Sito Web	Documenti, manifesti, spot, social, newsletter	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo}
Social media	Circuito della rete sociale	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} all'interno della rete sociale	Accessibilità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , trasparenza ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo}
App per dispositivo mobile	Tutti i dispositivi elettronici compatibili con il sistema operativo	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} che utilizzano l'applicazione	Accessibilità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , trasparenza ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo}

Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Inserzioni virali su Facebook	Pubblicità sulla rete sociale di facebook	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} all'interno della rete sociale di facebook	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Manifesti 6X3	Affissione nelle città destinarie degli interventi	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Spot	Sistema televisivo locale e social media	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} fuori e dentro la rete sociale	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Newsletter Bandi e risorse ed Eurocultura	Indirizzario elettronico	Moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} buone prassi ^{ooo}
Brochure	Diffusione nei totem	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , efficacia ^{ooo} conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Legenda: Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

Tab. 4 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

ATTIVITÀ: ANIMAZIONE DEI BANDI/AVVISI			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Workshop	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Eventi	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Open day	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Materiale informativo	Direttamente ai destinatari nell'ambito di workshop, eventi, open day	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Azioni trasversali con l'Unione europea	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Agenzia di stampa specializzata "Regione flash"	Comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} Beneficiari potenziali ^o , beneficiari effettivi ^o , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^o , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , efficacia ^o

Legenda: Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o

7. IL CRONOPROGRAMMA

Nella **tabella 5** è riportato il cronoprogramma relativo all'anno 2017

Tab.5, anno 2017, Cronoprogramma di sviluppo delle attività di comunicazione

ATTIVITÀ	GEN.	FEB.	MAR.	APR.	MAG.	GIU.	LUG.	AGO.	SETT.	OTT.	NOV.	DIC.
Raccolta e analisi dei risultati. Pianificazione nuove attività												
Video e spot												
Manifesti 6X3												
Social media (Facebook Abruzzo Europa)												
Notizie su Abruzzo Europa												
Urp												
Comunicati stampa												
Attività trasversali con l'Unione Europea												
App												
Newsletter Bandi e risorse ed Eurocultura												
Inserzioni virali su Facebook												
Workshop ed eventi												
avvisi Materiale informativo												

8. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

L'attività di monitoraggio del piano consiste nel valutare gli effetti delle iniziative poste in essere, per:

- a. comprendere se ed in quale misura sono stati raggiunti i target nelle diverse attività di comunicazione messe in campo;
- b. verificare il livello di conoscenza e la comprensione dei programmi Por FESR e FSE;
- c. comprendere la percezione che gli abruzzesi hanno dell'azione dell'Europa e della Regione Abruzzo e dei rispettivi ruoli nelle politiche regionali di coesione.

Questa attività fornirà un feedback rispetto all'efficacia dei singoli strumenti di comunicazione utilizzati consentendo, pertanto, di procedere eventualmente ad una loro modifica, nell'ottica della qualità e del miglioramento continuo.

L'attività di valutazione prende in considerazione:

- a. la Strategia integrata di comunicazione nella sua interezza;
- b. le azioni operative di comunicazione;
- c. il raggiungimento degli obiettivi specifici fissati dalla Strategia integrata di comunicazione.

Per verificare l'attuazione del presente Piano e, dunque, della Strategia integrata di comunicazione è assicurata un'azione costante di monitoraggio e di valutazione, che tiene conto di:

- a. target attesi;
- b. tempi;
- c. strumenti di rilevazione.

Le **tabelle 6 e 7** riportano i criteri volti a misurare gli indicatori di realizzazione e di risultato:

- gli **indicatori di realizzazione** relativi alle tipologie di azioni/strumenti comuni da attivare;
- gli **indicatori di risultato** che sono in relazione con gli obiettivi specifici contenuti nella Strategia integrata di Comunicazione.

Tab. 6 Indicatori di realizzazione

Azione/strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di Misura
<i>Sito Web "AbruzzoEuropa"</i>	Pagine web create	n. 20
	n. contatti	n.
<i>Profilo Facebook Regione Abruzzo e Abruzzo Lavoro</i>	N. like	41.000
<i>Eventi</i>	Eventi organizzati	2
<i>Spot Fonderia 2016</i>	Passaggi Pubblicitari	600
<i>Garanzia Over</i>		540
<i>Rapporti con la stampa</i>	Comunicati stampa effettuati	70/80

<i>Materiale informativo e publireddazionale</i>	Redazionali sui maggiori quotidiani nazionali e regionali	Lettori 800 mila
--	---	---------------------

Tab. 7 Indicatori di risultato

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativo
Ampliare la conoscenza e la consapevolezza dei cittadini rispetto alle opportunità offerte dai Fondi strutturali di investimento europei (Fondi SIE).	Livello di sensibilizzazione sui fondi UE nel grande pubblico	Analisi del feedback fornito dai servizi interattivi
Garantire l'accessibilità e imparzialità sulle opportunità offerte dai POR FESR-FSE 2014-2020	Livello di disponibilità delle informazioni 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 POR FESR-FSE 2014-2020	Livello di percezione della qualità delle informazioni ricevute dai gruppi target	Questionari, analisi feedback da strumenti interattivi
	Livello di implementazione positiva del programma	Numero di candidature di buon livello e basso tasso di errore
Informare i gruppi target sui vantaggi dei progetti realizzati	Livello di conoscenza dei progetti all'interno dei gruppi target	Questionari, focus group, indagini a campione

9. REGOLAMENTO UE N. 1303/2013: AGGIORNAMENTO ELENCO DELLE OPERAZIONI (all. 2)

Le norme in materia di informazione e comunicazione, contenute all'articolo 115 e nell'allegato XII del Regolamento UE N. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, stabiliscono che l'Autorità di Gestione elabori la strategia di comunicazione e garantisca al contempo la creazione di un sito web unico o di un portale unico che fornisca informazioni su tutti i

programmi operativi di uno Stato membro e sull'accesso agli stessi. L'Autorità di Gestione è tenuta inoltre ad informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell'ambito dei programmi operativi e a pubblicizzare il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi.

Al fine di garantire la trasparenza del sostegno fornito dai fondi strutturali e di investimento europeo è previsto, in adempimento all'articolo 115 - paragrafo 2, che l'Autorità di Gestione mantenga e aggiorni semestralmente, entro il 31/05 e il 31/12 di ogni anno, un elenco delle operazioni in formato xls.

10. LA GOVERNANCE

L'Autorità di Gestione Unica FESR e FSE, alla luce delle indicazioni del Reg. (UE) n. 1303/2013, assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate.

Per le attività connesse a tali obblighi, l'AdG si avvale di un Gruppo di Lavoro interdipartimentale, che si configura come Cabina di Regia della comunicazione, coordinato dal referente della comunicazione.

Il Gruppo Interdipartimentale di cui alla determinazione direttoriale n. 108 del 9.05.2016 è composto da:

- a. Per il Dpa Dipartimento della Presidenza e Rapporti con l'Europa:
 - Dirigente del Servizio Autorità di Gestione Unica FESR FSE;
 - Responsabile Ufficio coordinamento, monitoraggio, e gestione PO FESR;
 - Responsabile Ufficio "Coordinamento, monitoraggio e gestione PO FSE";
 - Responsabile "Ufficio Informazione e Social media" con delega operativa per le attività di coordinamento.
- b. Per il Dpg Dipartimento Sviluppo economico, Politiche del Lavoro, Istruzione, Ricerca e Università (DPF 013, Coord Unitario)
 - Direttore del Dipartimento.
- c. Per la Direzione generale:
 - Dirigente del Servizio Verifica Attuazione Programma di Governo e Urp".

Il Coordinamento interdipartimentale costituisce l'elemento cardine della struttura di governance. Il Coordinamento assume l'importante funzione di luogo dello scambio di informazioni, di selezione e di pianificazione degli obiettivi, garanzia per cogliere appieno le caratteristiche della strategia: integrata, mirata e partecipata. In altri termini, come evidenziato, il Coordinamento può essere inteso come una "Cabina di regia sulla comunicazione" che si pone come fonte informativa, alimentando

tutto il processo comunicativo interno ed esterno verso l'esterno. In particolare, il Gruppo di Lavoro interdipartimentale nell'azione finalizzata all'azione ed al coinvolgimento, fa riferimento alla metodologia della *Stakeholder Engagement*. Ciò consente di dar luogo ad una animazione performante sul tutto il territorio regionale. Prevalde l'ottica della Istituzione trasparente e aperta che si muove verso il cittadino, agevolandone il percorso di accesso alle informazioni. In tale ottica il **partenariato** viene adeguatamente coinvolto nella validazione degli strumenti. Al gruppo di lavoro interdipartimentale è richiesto, da un lato, un impegno di Accountability (inclusività) e, dall'altro, l'impegno alla Rispondenza (l'agire con una risposta adeguata e puntuale). Il gruppo di lavoro sviluppa un piano strategico del coinvolgimento. I membri del Gruppo di lavoro interdipartimentale accrescono le proprie competenze attraverso la partecipazione a **seminari formativi** focalizzati su specifiche tematiche inerenti la comunicazione.

Nell'ambito del Gruppo di lavoro interdipartimentale, un ruolo di rilievo assume il **Servizio Stampa**, in quanto svolge funzioni di coordinamento in ragione delle competenze detenute in tema di comunicazione istituzionale e di strategie finalizzate a rendere fruttuoso il rapporto dialettico tra Ente Regione e cittadini. Il referente della comunicazione è il Dirigente del *Servizio Stampa Informazione e Comunicazione*, collocato all'interno del Dipartimento della Presidenza e Rapporti con l'Europa, a cui compete di assicurare i rapporti e la collaborazione con:

- a. la rete nazionale della comunicazione;
- b. la persona responsabile della comunicazione a livello nazionale.

Nella **tabella 8** sono sintetizzati i compiti delle entità coinvolte nel processo di comunicazione.

Tab. 8 Compiti dei soggetti nell'attuazione del piano di comunicazione

Soggetti	Compiti
AdG	Impulso e raccordo con i programmi operativi
Servizio Stampa	Coordina il gruppo di lavoro interdipartimentale e attua le misure
Gruppo di Lavoro Interdipartimentale	Seleziona le iniziative, pianifica gli strumenti e monitora i risultati del piano di comunicazione

11. IL BUDGET PER L'ANNUALITA' 2017

La **tabella 9**, derivante dai Documenti Strategici di comunicazione dei POR FESR - FSE, riepiloga il complesso delle risorse disponibili per l'attuazione del Piano integrato di comunicazione sui

programmi operativi FESR-FSE 2017 complessivamente distinte per programmi, coerentemente con quanto previsto dalla Strategia integrata della comunicazione.

Tab. 9 Le risorse disponibili per l'azione di comunicazione per l'annualità 2017

Strumenti	FESR	FSE	Risorse Totali disponibili
<i>Comunicazione on-line, Eventi, campagna media, materiale informativo promozionale</i>	60.000	110.000	170.000

La **tabella 10** esplicita il budget dell'azione di comunicazione in fase previsionale 2015 e in fase di consuntivo 2016.

Tab. 10 Budget dell'azione di comunicazione articolato per anno e per fondo

ATTIVITÀ	ANNI			
	Previsione spesa 2015		Consuntivo 2016	
	FESR	FSE	FESR	FSE
<i>Comunicazione online</i>	13.844	19.330	5.000	20.000
<i>Eventi Industria sostenibile Fonderia</i>	41.533	31.666	10.000	40.000
<i>Campagna media</i>	55.378	38.000	40.810	42.000
<i>Materiale informativo e promozionale</i>	13.979	19.330	//	//
TOTALE	124.732	108.326	55.810	102.000

ALL. 1 FORMAT PER COORDINAMENTO DEL FLUSSO INFORMATIVO PER LA REDAZIONE DELLA NEWSLETTER *Bandi&Risorse*

TITOLO DEL BANDO	OGGETTO DEL BANDO	Data di pubblicazione sul Bollettino Ufficiale Regionale	Data di scadenza per la presentazione delle proposte / candidature

