



**STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE
FESR - FSE
2014-2020**

Gennaio 2016

INDICE

1. PREMESSA	1
2. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO E LE LEZIONI DELL'ESPERIENZA MATURATA NEL CICLO DI PROGRAMMAZIONE 2007-2013	3
2.1. Il contesto programmatico ed i target sul territorio	3
2.2. Lezioni dell'esperienza	5
3. STRATEGIA.....	8
3.1. Generalità	8
3.2. Caratteristiche della Strategia	10
3.3. Finalità e obiettivi della Strategia.....	10
3.4. Destinatari.....	11
4. AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	13
4.1. Le Azioni/ Attività	13
4.2. Gli strumenti di comunicazione.....	15
5. BUDGET PROGRAMMATO	19
6. ORGANIZZAZIONE, GOVERNANCE E VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE.....	21
7. IL PIANO ANNUALE DI COMUNICAZIONE.....	26

1. PREMESSA

L'Unione Europea ricopre un ruolo fondamentale nella riduzione del divario tra gli Stati Membri e nel perseguimento della coesione economica e sociale attraverso il sostegno mirato e continuativo alle politiche di sviluppo regionale. Le attività di comunicazione e informazione, in questo senso, sono deputate a trasmettere presso i cittadini questo cruciale ruolo dell'Unione Europea, che ha influenze sulla vita di tutti. Tuttavia negli ultimi anni, anche in ragione della perdurante crisi economica che ha imposto sacrifici ai cittadini, tende a diffondersi una percezione negativa sulla bontà e sull'efficacia dell'azione comunitaria. Lo stato di precarietà economico e sociale in cui riversano la stragrande maggioranza dei cittadini europei, inoltre, tende a far percepire le attività di comunicazione non tanto come opportunità informative, quanto piuttosto come "*sperperi*" di denaro pubblico. In linea con l'andamento generale, infatti, anche in ambito privato, in momenti economici difficili, i primi tagli sono effettuati sulle spese di comunicazione.

È bene, dunque, sottolineare che la comunicazione è un'attività fondamentale non solo per una generica diffusione del ruolo dell'Unione Europea, ma anche e soprattutto per informare i cittadini circa le opportunità concrete che la stessa Unione Europea offre e che concorrono a migliorare la qualità della vita lavorativa e sociale. È quindi necessario in primo luogo lavorare sui contenuti della comunicazione, riportando alla popolazione una informazione chiara, completa, diretta, esaustiva e scevra da condizionamenti politici per ricondurre gli attori del territorio ad un sentimento di fiducia e alla consapevolezza dell'utilità del ruolo svolto dall'Unione. In secondo luogo è necessario lavorare sulle modalità della comunicazione, scegliendo canali e azioni semplici e dirette, adatte a raggiungere, in modo mirato, ogni target del POR.

Una percezione positiva, che si accompagna ad una attiva partecipazione allo sviluppo del territorio, rappresenta la chiave di volta per una efficace attuazione dei Programmi comunitari e del POR Molise FESR-FSE 2014/2020 nello specifico. L'informazione circa le opportunità e i benefici della politica regionale europea deve quindi essere appropriata, definita nell'ambito di una strategia di comunicazione in grado di intercettare diversi *target* e capace di evolversi in coerenza con il mutare degli scenari socio-economici e con l'ingresso di innovazioni scientifiche e tecnologiche che ne possano determinare la piena efficacia.

Nel nuovo ciclo di Programmazione, con la riforma dei regolamenti europei, si è intensificata l'attenzione per le attività di informazione e comunicazione. L'obiettivo è quello di dare maggiore impulso ai livelli di trasparenza e di accessibilità alle informazioni. Di conseguenza la strategia di comunicazione diventa lo strumento per intensificare la consapevolezza dei cittadini, ed in particolare dei beneficiari potenziali ed effettivi degli interventi del POR Molise FESR e FSE 2014/2020; essa presenta gli obiettivi che l'Autorità di Gestione (AdG) intende raggiungere per l'attuazione delle azioni di informazione e comunicazione perseguendo una gestione integrata delle risorse.

In questa direzione la Regione Molise propone una strategia di Comunicazione che agevoli i cittadini nell'informazione sulle attività programmate e sui risultati conseguiti e i potenziali utilizzatori ad una efficace informazione per accedere agli interventi del POR Molise FESR - FSE 2014/2020 in modo semplice, diretto e partecipato.

La Strategia di comunicazione del Programma plurifondo FESR-FSE è imperniata su un approccio comune definito per i due fondi FESR e FSE, per i quali la Regione ha istituito un'unica Autorità di Gestione (AdG). Tutto ciò al fine di ottenere un quadro di unitarietà e coerenza di tutte le attività di comunicazione e informazione della programmazione 2014-2020 della Regione Molise.

La Strategia prevede, assumendo una pianificazione annuale, azioni di comunicazione e informazione integrate tra i fondi FESR e FSE; sarà pertanto caratterizzata da:

- I. una visione unitaria delle politiche di sviluppo regionale, volta alla valorizzazione di complementarità e sinergie dei Fondi FESR e FSE e alla massimizzazione dei benefici e dei risultati conseguibili;
- II. un approccio "*mirato*" ai *target*, che consentirà di indirizzare con maggiore efficacia le azioni/strumenti di comunicazione previste/i nella strategia stessa solamente a determinati gruppi di destinatari (FESR e FSE) e "*partecipato*" al tempo stesso, laddove si ritenga opportuno rivolgere l'azione di comunicazione all'intero partenariato economico-sociale e istituzionale;
- III. un'analisi diretta e trasparente dei risultati raggiunti al fine di sensibilizzare il partenariato economico-sociale e i cittadini, nonché di prevedere eventuali azioni migliorative;
- IV. l'attenzione continua ai flussi informativi e all'interazione con i cittadini, attraverso un sistema di comunicazione orientato verso l'esterno che si avvale di: moderni strumenti di comunicazione e informazione (*social*, ecc.); meccanismi di verifica in grado di tracciare il lavoro svolto, sia da un punto di vista della coerenza delle attività poste in essere e degli obiettivi prefissati, sia in termini di quantità e qualità delle informazioni.

L'attuazione della strategia di comunicazione, viene affidata al responsabile del Piano di comunicazione.

2. IL CONTESTO DI RIFERIMENTO E LE LEZIONI DELL'ESPERIENZA MATURATA NEL CICLO DI PROGRAMMAZIONE 2007-2013

2.1. IL CONTESTO PROGRAMMATICO ED I TARGET SUL TERRITORIO

La definizione della Strategia di Comunicazione, come già anticipato in Premessa, si basa sullo studio e sull'analisi del contesto locale, delle esigenze del territorio, delle politiche di sviluppo messe in campo ai vari livelli istituzionali, al fine di perseguire in modo appropriato un approccio fortemente mirato ai *target*.

Sulla base delle esperienze nell'ambito dell'attuazione del Piano di Comunicazione della Programmazione 2007/2013, risulteranno fondamentali due aspetti, quali:

- la segmentazione dei *target* di riferimento verso cui orientare le azioni di comunicazione;
- la selezione e relativa progettazione degli strumenti di comunicazione da utilizzare per ciascun target individuato.

La segmentazione dei *target* e la conseguente definizione delle azioni di comunicazione da mettere in campo, sarà effettuata anche in prospettiva, cioè in base al modello di sviluppo territoriale che la Regione Molise ha scelto di perseguire e alle strategie delineate in relazione ad Aree Urbane ed Aree Interne. Le caratteristiche stesse di tali aree e la tipologia di attori e potenziali beneficiari presenti sul territorio, infatti, richiedono, necessariamente, diverse metodologie e strumenti di informazione e comunicazione. Nello specifico, il POR FESR-FSE 2014/2020 dispone di una dotazione finanziaria complessiva di € 153.607.454,00. Tali risorse, nel rispetto dei vincoli regolamentari relativi alla concentrazione tematica si focalizzano sugli obiettivi tematici di cui all'art. 9 del Reg. (UE) 1303/2013 di seguito riportati.

- **Rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione** (OT 1 – Asse 1) per cui è stata destinata una quota rilevante del PO, pari a € 23.302.251, circa il 15,17% delle risorse totali (22% FESR). Tale obiettivo rappresenta uno dei cardini fondamentali del cambiamento per conseguire un incremento di competitività del territorio che faccia leva su ricerca e innovazione, valorizzando appieno i sentieri di sviluppo tracciati dalla S3. Le azioni previste nel POR e che convergono verso tale obiettivo richiedono pertanto una attiva partecipazione di Imprese, Università e Centri di Ricerca.
- **Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime** (OT 2 - Asse 2), per cui è stata destinata una quota pari a € 11.643.445, circa il 7,58% delle risorse del PO (11% FESR). Attraverso le Azioni selezionate che convergono verso tale obiettivo, si intende migliorare la capacità di erogazione di servizi pubblici "*smart*", in modo da elevare le prestazioni delle città e migliorare la qualità della vita nelle aree interne.
- **Promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, del settore agricolo (per il FEASR) e del settore della pesca e dell'acquacoltura (per il FEAMP)** (OT 3 – Asse 3), per cui è stata destinata una quota pari a € 32.825.913, circa il 21,37% delle risorse del PO (31% FESR). La Regione intende intervenire ai fini della promozione della competitività delle PMI che si mostra allo stato attuale critica ed in peggioramento. L'efficacia delle azioni

selezionate nel presente Asse richiede, a titolo esemplificativo, un forte intervento di informazione e sensibilizzazione a favore di piccole e medie imprese, centri di ricerca, ma anche di istituti bancari ed intermediari finanziari.

- **Sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio su tutti i settori** (OT 4-Asse 4), per cui è stata destinata una quota pari a € 20.122.577, circa il 13,1% delle risorse del PO (19% FESR). In un contesto di risorse scarse, ma con una buona condizione di partenza, la Regione Molise ha scelto di contrastare l'impatto negativo della produzione eccedente di energia da idrocarburi mediante interventi efficientemente volti al risparmio e alla distribuzione energetica intelligente, nonché di produzione da fonti rinnovabili e cogenerazione e trigenerazione, sia nelle città, sia nelle aree interne. Un secondo fronte su cui la Regione Molise intende intervenire, è quello del trasporto urbano, per cui si rende necessario impattare gli effetti sulle immissioni ambientali prodotte dal trasporto urbano, investendo su modelli e sistemi di mobilità urbana sostenibile. Le Azioni che convergono verso tale obiettivo interessano – a vario titolo – una molteplicità di attori del sistema (società civile, enti pubblici, imprese, etc..), per cui dovrà essere prevista l'individuazione di appropriati strumenti di comunicazione funzionali ad intercettare, sia il grande pubblico, sia pubblici specializzati.
- **Preservare e tutelare l'ambiente e promuovere l'uso efficiente delle risorse** (OT 6 - Asse 5), per cui è stata destinata una quota pari a € 13.763.228, circa l'8,96% delle risorse del PO (13% FESR). Le Azioni selezionate ai fini del conseguimento del presente obiettivo, coinvolgono una pluralità di attori e richiedono una partecipazione attiva di enti locali, strutture pubbliche e piccole e medie imprese (soprattutto afferenti al settore turistico).
- **Promuovere un'occupazione sostenibile e di qualità e sostenere la mobilità dei lavoratori** (OT 8- Asse 6), per cui è stata destinata una quota pari a € 23.501.941, circa il 15,30% delle risorse del PO (49,26 % FSE). La Regione Molise ha scelto di concentrare gli interventi dell'Asse verso la popolazione che presenta bassi tassi di occupazione, con una platea di potenziali destinatari particolarmente ampia (inoccupati/disoccupati) tra i quali i giovani tra i 15-24 anni e tra i 25 e 35 anni rappresentano la componente maggiore; le donne rappresentano un *target* particolarmente problematico. E' inoltre necessario intervenire a supporto della partecipazione e della permanenza nel mercato del lavoro dei lavoratori colpiti da crisi settoriali e aziendali; consolidare e migliorare le azioni di politica attiva a sostegno dell'inserimento e reinserimento lavorativo, anche agendo sui servizi per l'impiego, per migliorarne gli standard di servizio e favorire una effettivo incontro tra domanda e offerta di lavoro.
- **Promuovere l'inclusione sociale e combattere la povertà e ogni discriminazione** (OT 9 - Asse 7) per cui è stata destinata una quota pari a € 12.303.957, circa l'8,01% delle risorse del PO (25,78% FSE). La condizione socio-economica della Regione richiede un rafforzamento dell'inclusione sociale e lavorativa per fronteggiare il peggioramento delle condizioni generali derivante da un incremento del numero di famiglie a rischio di povertà e di soggetti a rischio di emarginazione sociale. La situazione di difficoltà economica e lavorativa di molte famiglie molisane causa ulteriori problematiche connesse, quali ad es. quella del disagio abitativo legate alla morosità incolpevole. Occorre, inoltre, intervenire sul versante dell'economia sociale, attraverso piani di sviluppo atti a garantire un miglior posizionamento nel mercato delle attività imprenditoriali a carattere sociale e una loro maggiore sostenibilità in un quadro di innovazione ed offerta di nuovi servizi di *welfare*

territoriali. Il conseguimento dell'obiettivo che la Regione si è posta richiede che una pluralità di soggetti siano sensibilizzati/coinvolti nell'attuazione di tali politiche: soggetti a rischio di povertà e di emarginazione sociale; enti locali; strutture pubbliche; servizi sociali; centri per l'impiego e servizi di intermediazione della domanda-offerta di lavoro.

- **Investire nell'istruzione, nella formazione e nella formazione professionale per le competenze e l'apprendimento permanente** (OT10 - Asse 8) per cui è stata destinata una quota pari a € 9.492.941, circa il 6,18% delle risorse del PO (19,91% FSE). La Regione Molise ritiene strategico puntare sul recupero dei ritardi ancora presenti rispetto ai livelli di competenze, soprattutto della popolazione in età lavorativa, che risente fortemente degli effetti della crisi. Intende, pertanto, attuare con un approccio di integrazione tra i fondi (FESR-FSE-FEASR-FEAMP) una maggiore specializzazione dei percorsi di formazione in funzione dei fabbisogni formativi e occupazionali delle imprese locali al fine di promuovere un'offerta finalizzata all'inserimento lavorativo nei settori maggiormente in crescita e dare una risposta alle esigenze di innovazione e competitività delle imprese. Le Azioni che convergono verso tale obiettivo richiedono che sia realizzata un'operazione di sensibilizzazione verso la cittadinanza e che sia promossa la partecipazione attiva di Scuole, Università; Centri di Formazione; Istituti di ricerca, Servizi di orientamento, Imprese, etc.
- **Rafforzare la capacità istituzionale delle autorità pubbliche e delle parti interessate e un'amministrazione pubblica efficiente** (OT 11 -Asse 9) per cui è stata destinata una quota pari a € 506.905, circa il 0,33% delle risorse del PO (1,05% FSE). Da una condizione di partenza critica, ma in miglioramento la Regione ha ritenuto opportuno investire esclusivamente nel miglioramento delle prestazioni della PA, nell'esigenza di rafforzare le capacità gestionali dell'amministrazione regionale e locale impegnata nell'attuazione del POR.

Il contesto programmatico, il peso di ciascun Asse (a cui è associato un singolo obiettivo tematico) in termini di dotazione finanziaria, congiuntamente alle esigenze di diffondere l'informazione presso i principali attori (beneficiari potenziali ed effettivi; destinatari) per promuoverne la partecipazione alle attività del POR, costituisce quindi uno degli elementi chiave per la definizione della Strategia.

2.2. LEZIONI DELL'ESPERIENZA

In assenza di una analisi conoscitiva e valutativa relativa ai risultati delle attività di comunicazione svolte nel periodo 2007/2013, gli unici dati a disposizione dell'Amministrazione sono quelli riferiti all'attuazione della strategia di comunicazione in termini di azioni e operazioni realizzati con le risorse del Piano per il periodo 2007-13. Si riscontra, in tal senso, una continua necessità di aggiornamento, con atti successivi all'approvazione della strategia stessa, al fine di disporre di un'informazione utilizzabile. La difficoltà registrata non è stata particolarmente legata al raggiungimento degli obiettivi generali e specifici dettati dal Piano di Comunicazione, quanto piuttosto all'utilizzo di strumenti e mezzi non più attuali. La necessità di raggiungere determinati standard di visibilità è stata minata proprio dall'invecchiamento degli strumenti previsti dal piano, redatto a inizio programmazione.

Per arginare il problema descritto, l'Amministrazione ha proposto una serie di atti di modifica. Primo fra tutti un Piano Operativo, redatto per l'attuazione del piano di comunicazione integrato del POR Molise FESR e FSE ed approvato con Determina del Responsabile del Piano di

Comunicazione stesso n. 6 del 14/11/2013. Il piano operativo proposto dettagliava una serie di integrazioni/sostituzioni degli strumenti previsti nel piano originario in un'ottica di:

- economicità: incrementando l'utilizzo del *web* l'amministrazione avrebbe potuto disporre di strumenti che presentano costi inferiori rispetto agli strumenti pubblicitari tradizionali;
- funzionalità: gli interventi proposti erano pensati in un'ottica di amplificazione della risonanza e del raggiungimento di target il più possibile ampi e variegati;
- innovazione: il *web* avrebbe permesso di superare la monodirezionalità delle forme pubblicitarie tradizionali, in favore di spazi di condivisione interattivi.

Inoltre, a seguito delle modifiche intervenute a livello di mezzi e strumenti in attuazione del Piano operativo, si sono realizzate economie significative, che hanno spinto l'Amministrazione a provvedere ad una rimodulazione del Piano di Comunicazione, approvata con DGR n. 466 del 7 settembre 2015, predisponendo una serie di modifiche, che confermano una forte tendenza agli strumenti del *web* e, in generale, all'utilizzo delle nuove tecnologie.

A seguito delle citate variazioni, con riferimento ai mezzi di comunicazione adottati per il Piano di Comunicazione **POR FESR FSE 2007/2013** e alla luce dei risultati raggiunti (tabella 1), si può evidenziare quanto segue:

- per quanto attiene l'attività "**Pubblicità**", a livello locale alcuni strumenti, come gli *spot* pubblicitari e la pubblicità a mezzo stampa, sono risultati poco efficaci, sia per i costi elevati delle campagne, sia per il limite di essere diffuse prettamente a livello locale; (il *budget*, infatti consentiva una pianificazione di campagne pubblicitarie radio/televisive limitata alle sole emittenti regionali e ai media locali). Accostare gli spazi televisivi e radiofonici ai canali del *web* ha permesso maggiore visibilità a costi molto più contenuti;
- per quanto attiene l'attività "**Informazione**", è anch'essa in gran parte stata assorbita dalle opportunità del *web*. Il POR FESR si è dotato di un sito dedicato, attraverso il quale fa veicolare le informazioni tecniche e quelle divulgative (www.moliseineuropa.eu). Inoltre è stata creata un'intera sezione dedicata alla Programmazione della Regione Molise sul sito istituzionale, in cui convergono tutte le notizie e le info relative ai Fondi Strutturali;
- per quanto attiene l'attività "**Promozione**" e sensibilizzazione, oltre i più classici strumenti, quali i "cataloghi degli interventi" che necessariamente slittano a fine programmazione, l'attività in questione è incentrata principalmente sull'organizzazione di eventi (informativi e formativi). Oltre agli eventi annuali e quelli di lancio e chiusura, l'Amministrazione ha ritenuto di organizzare eventi tematici selezionati in base ai *target*, ad esempio sul tema energetico, oppure relativo alla *Smart Specialization Strategy*;
- per quanto attiene l'attività "**Diffusione**", è stato avviato lo strumento "Sportello Europa Molise", in parte finanziato dal FESR 2007/2013. Tale mezzo proattivo e permanente, infatti, ha attivato una serie di collaborazioni (Unioncamere, Unimol, Associazioni di categoria), in uno spirito di rete tra organismi che si occupano di temi diversi, ma affini, poiché tutti riferiti e discendenti dalla programmazione europea. Lo sportello Europa Molise, oltre ad offrire servizi informativi in più ambiti (programmi a gestione diretta quali Horizon 2020, Erasmus +, Life nonché i Fondi Strutturali), è attivo sul territorio anche nell'organizzazione di eventi (es: Festa dell'Europa 2015). In coordinamento con il POR FESR Molise 2007/2013, contribuisce ad un'azione di sensibilizzazione sulle tematiche europee.

In considerazione delle numerose modifiche intervenute sul Piano di Comunicazione, l'ottica dell'aggiornamento annuale del Piano risulta in questo senso risolutiva, poiché consente di

progettare le priorità anno per anno, non solo in termini tematici, ma anche in termini di *budget*; nonché di selezionare gli strumenti e le tecnologie più idonee per comunicare e per offrire informazioni ai cittadini ed ai potenziali utilizzatori delle risorse del PO.

3. STRATEGIA

3.1. GENERALITÀ

Ai sensi degli artt. 115 e 116 del Regolamento (UE) 1303/2013, l'AdG è tenuta a definire una strategia di comunicazione del programma operativo da presentare al Comitato di Sorveglianza, convocato per l'approvazione entro sei mesi dalla decisione della Commissione Europea di adozione del POR.

Al fine di accelerare l'attuazione delle azioni programmate nel POR Molise FESR-FSE 2014/2020, l'AdG ha inteso dare un'informativa al Comitato di Sorveglianza, convocato per il giorno 4 Novembre 2015, sulla Strategia di comunicazione del POR, adottato dalla Commissione Europea lo scorso 14 luglio 2015 con Decisione C (2015) 4999 *final*.

Una società sempre più attenta, sensibile e consapevole di vantaggi e opportunità offerte dall'Unione Europea, va intercettata con opportuni meccanismi, idonei a garantire visibilità, trasparenza e partecipazione sia a coloro che potrebbero direttamente beneficiare di queste stesse opportunità, sia, più in generale, ai cittadini. Proprio nell'intento di garantire la massima trasparenza, anche in merito all'attuazione annuale del POR FESR- FSE, all'AdG e ai beneficiari dei progetti compete l'obbligo di assicurare che tutte le azioni di comunicazione e informazione sui singoli progetti sostenuti con il cofinanziamento dell'Unione Europea abbiano adeguata visibilità.

Sulla base di questa consapevolezza, la Regione Molise intende delineare una strategia di comunicazione che assicuri opportunità conoscitive, riducendo la distanza tra istituzioni pubbliche e società civile, con opportuni riferimenti ad interventi capaci di sostenere una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva dell'intero territorio regionale, attraverso un dinamico, continuativo e proficuo dialogo con il partenariato economico e sociale.

Nella Strategia, dunque, in linea con gli orientamenti Europei e con gli indirizzi del Piano della Comunicazione Istituzionale della Regione Molise 2015-2018 (DGR n. 752 del 30.12.2014):

- sono definite finalità e caratteristiche della strategia di comunicazione del POR Molise FESR-FSE 2014/2020;
- sono individuati, destinatari (target), azioni e strumenti di informazione e comunicazione per garantire in relazione al POR Molise FESR-FSE 2014/2020 un'implementazione efficace della strategia stessa.

Essa costituirà, nell'arco dell'attuale periodo di programmazione, un documento di indirizzo per le attività di comunicazione da realizzare, che, tuttavia, saranno specificate nel dettaglio attraverso circostanziati piani annuali, i quali terranno conto delle esigenze di pubblicità e informazione, nonché dell'evoluzione di mezzi e strumenti di diffusione.

Ai sensi dell'Art. 116, paragrafo 3), del Reg. (UE) n. 1303/2013 l'autorità di gestione informa il comitato di sorveglianza responsabile almeno una volta all'anno in merito ai progressi nell'attuazione della strategia di comunicazione di cui all'articolo 110, paragrafo 1, lettera c), e in merito alla sua analisi dei risultati, nonché circa le informazioni pianificate e le attività di comunicazione da svolgersi nel corso dell'anno successivo. Il comitato di sorveglianza, ove lo ritenga opportuno, esprime un parere in merito alle attività pianificate per l'anno successivo. In conformità con lo stesso articolo 116, paragrafo 2 del reg. (UE) n. 1303/2013, durante il periodo

di programmazione 2014/2020, la strategia di comunicazione potrà essere sottoposta a modifiche, se ritenute necessarie. In tal caso, l'AdG 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.

La Strategia di comunicazione del POR Molise FESR- FSE 2014/2020, è stata definita in relazione a:

- esperienze e buone pratiche del precedente periodo di programmazione (2007-13);
- assetto organizzativo regionale;
- contesto territoriale e quadro programmatico delle politiche di sviluppo della Regione;
- principali altri documenti strategici regionali (Piano di rafforzamento Amministrativo - Piano della Comunicazione Istituzionale della Regione Molise 2015-2018 – PRA);
- risorse finanziarie programmate (in particolare con il POR FESR – FSE);
- evoluzione della normativa europea di riferimento.

La strategia, elaborata secondo quanto previsto dall'Allegato XII del Reg. (UE) n. 1303/2013¹, è declinata in obiettivi generali e obiettivi specifici mirando - tra l'altro - ad ampliare la base partecipativa anche a soggetti difficilmente raggiungibili attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie (*facebook, twitter e youtube*).

L'attuazione della stessa sarà sostenuta dalle risorse stanziare a valere sul POR FESR – FSE 2014/2020, fatta eccezione per le attività introduttive al nuovo ciclo programmatico svolte fino al 31/12/2015, per le quali le risorse finanziarie sono state rintracciate nell'ambito della dotazione destinata all'attuazione del Piano di Comunicazione Integrato dei PP.OO.RR. Molise FESR e FSE 2007/2013.

La Regione Molise infatti, con D.G.R. n. 466 del 07/09/2015, ha rimodulato il Piano di Comunicazione Integrato 2007/2013, con riferimento agli strumenti e alle risorse finanziarie del solo POR FESR. L'azione di rimodulazione è stata condotta sia al fine di un'ottimizzazione generale della spesa in fase di chiusura del POR 2007/2013 non ancora impegnata, sia nell'intento di assicurare una adeguata attività di lancio del nuovo POR 2014/2020², in un'ottica migliorativa della scelta degli strumenti da utilizzare più opportuni e innovativi.

¹ La strategia illustra obiettivi, finalità contenuti e destinatari delle azioni di comunicazione programmate per fornire adeguata informazione e pubblicità al POR Molise FESR e FSE 2014/2020.

² Tale necessità va letta in un'ottica migliorativa della scelta degli strumenti da utilizzare, ad oggi non più adeguati in relazione allo stato di avanzamento del programma, ai costi presentati, alle eccezionali variazioni degli strumenti di comunicazione, soprattutto in termini di costi, e alle potenzialità di raggiungimento dei target di beneficiari. Tale proposta di rimodulazione è orientata e motivata, dunque, da tre principali elementi:

- la possibilità di utilizzare le risorse del POR FESR 2007/2013 per finanziare attività di avvio del POR Molise FESR-FSE 2014/2020, secondo un principio di compensazione, poiché parte delle risorse del POR Molise FESR-FSE 2014/2020 saranno gioco forza destinate a sostenere le attività di chiusura del POR FESR Molise 2007/2013, ad esempio quelle da utilizzare per le valutazioni conclusive. Tale "scambio di risorse" è espressamente previsto nel Documento COCOF "Guidelines on closure 2007/2013 - Draft" del 29 maggio 2012, per cui le attività afferenti al nuovo ciclo di Programmazione 2014-2020 potranno essere finanziate anche con le risorse della Programmazione 2007-2013, nonché nella Decisione C (2015) 2771 "sull'approvazione degli orientamenti sulla chiusura dei programmi operativi adottati per beneficiare dell'assistenza del Fondo europeo di sviluppo regionale, del Fondo sociale europeo e del Fondo di coesione (2007-2013)", approvata il 30 aprile 2015;
- la possibilità, apertasi a maggio 2015, di dedicare risorse alle attività correlate all'EXPO, iniziativa non includibile tra quelle previste alla data di redazione del Piano di Comunicazione, ma che ha certamente

3.2. CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA

La strategia di comunicazione del POR Molise FESR e FSE 2014/2020 sarà partecipata e mirata, caratteristiche rese possibile dalle seguenti condizioni:

1. Un dialogo continuo con il partenariato istituzionale e socio economico. Tale strumento permetterà di tracciare una diagnosi dei bisogni informativi, che consentirà un confezionamento e una più mirata diffusione delle informazioni;
2. Un dialogo continuo con i rappresentanti del territorio regionale. Tale strumento consentirà di individuare meglio le esigenze informative differenziate delle varie aree regionali, consentendo all'Amministrazione regionale di veicolare contenuti specifici in modo mirato;
3. Una continuità con le attività di comunicazione a livello Regionale, basata sul raccordo interno, che consenta di veicolare all'esterno un'immagine univoca, variegata solo in base alle opportunità informative, ma gestita in modo coerente, al pari di un marchio aziendale.

3.3. FINALITÀ E OBIETTIVI DELLA STRATEGIA

La strategia della Regione Molise intende perseguire i seguenti obiettivi prioritari, alcuni dei quali già individuati e attuati nella programmazione 2007/2013, quali:

- accrescere il livello di informazione dei cittadini molisani in merito al ruolo svolto dall'Unione Europea;
- accrescere il livello di conoscenza delle opportunità in favore del sistema produttivo, del sistema della formazione professionale, istruzione e del lavoro e degli enti locali, semplificando le modalità di partecipazione ed una più consapevole e tempestiva utilizzazione delle risorse del PO;
- implementare la condivisione e la cooperazione tra enti pubblici e con il partenariato economico e sociale, che garantisca funzionali meccanismi di "ascolto" delle esigenze del territorio.

In base agli obiettivi esposti, dunque, la strategia di comunicazione presenta le seguenti priorità:

- rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea attraverso la valorizzazione dell'immagine e del ruolo dell'UE, con particolare riferimento allo sviluppo del territorio, cioè di risultati tangibili, in grado di produrre cambiamenti nella vita del cittadino molisano;
- ridurre la distanza tra il cittadino e le istituzioni pubbliche coinvolte nell'attuazione dei POR, attraverso una migliore e maggiore accessibilità alle informazioni contenute nel POR Molise FESR e FSE 2014/2020 e delle altre opportunità offerte dall'Europa nell'ambito del Quadro Strategico Comune;

presentato un'occasione di elevata compatibilità con gli obiettivi del Piano stesso, nonché con la vocazione del fondo di essere da volano allo sviluppo del territorio e ad assicurare una visibilità molto forte in condizioni di contesto irripetibili;

- la possibilità di sostituire strumenti di comunicazione tradizionali, con potenzialità in termini di efficacia ormai superate, con strumenti innovativi di marketing diretto e orientati ad una comunicazione 2.0, che permettano a costi notevolmente inferiori una comunicazione più diretta, efficiente e in linea con le strategie "smart" dei nuovi orientamenti programmatici. Tale economicità dei nuovi strumenti individuati, consentirà di disporre di risorse da spostare sempre all'interno dell'ASSE V "Assistenza tecnica", sulla valutazione ovvero su altri Assi/Attività che richiedono un rafforzamento finanziario.

- implementare meccanismi idonei di accesso all'informazione per i diversamente abili;
- diffondere presso i cittadini risultati e buone pratiche conseguiti nella Programmazione 2007/2013;
- individuare idonei e sempre più efficaci meccanismi di partecipazione dei cittadini ed in particolare dei potenziali beneficiari delle risorse destinate al finanziamento di progetti, che permettano un concreto abbattimento delle barriere fisiche, culturali e sociali.

Sulla base delle priorità tematiche e degli obiettivi generali, si possono tracciare di seguito gli obiettivi specifici da assumere per la progettazione delle attività di comunicazione:

- Garantire l'accessibilità e l'imparzialità circa le opportunità offerte dal POR FESR e FSE 2014/2020;
- Implementare l'efficacia degli strumenti della politica regionale di coesione dalla UE;
- Motivare i beneficiari potenziali a partecipare agli interventi finanziati dal POR Molise FESR e FSE 2014/2020;
- Informare i beneficiari sui loro obblighi in materia di comunicazione;
- Implementare sinergie tra attività proprie del FESR e attività proprie del FSE e degli altri fondi (FEASR-FEAMP).

3.4. DESTINATARI

I destinatari della comunicazione (*target* da raggiungere) del POR sono variegati e, pertanto divisibili in gruppi più o meno omogenei. La strategia di comunicazione, per mantenere efficacia, deve rivolgersi in modo mirato e differenziato ad ogni gruppo di *target* del POR, per produrre risultati efficienti in termini di conoscenza ed informazione.

In questo senso, la strategia di comunicazione verrà espletata seguendo due percorsi differenziati:

- un percorso informativo/comunicativo generico, destinato ai *target* per i quali è necessario diffondere i soli obiettivi generali (ad esempio la popolazione presente nel territorio regionale);
- un percorso comunicativo/informativo specifico, destinato, invece, ai gruppi di *target* che includono beneficiari reali e potenziali, per i quali è necessaria un'informazione diretta, interattiva e confezionata "su misura".

I *target* del POR sono stati individuati in base alle priorità di finanziamento del POR stesso, cioè dalle specifiche linee di intervento (Assi). In questo senso il POR presenta tre differenti tipologie di *target*:

- 1) *Target* specifici e diretti, costituiti cioè dal grande gruppo dei potenziali beneficiari e destinatari, quali:
 - a) PMI;
 - b) Enti territoriali e Istituzioni;
 - c) Imprenditori e aspiranti imprenditori;
 - d) Studenti;

- e) Giovani inoccupati o disoccupati;
 - f) Donne inoccupate o disoccupate;
 - g) Disoccupati di lungo periodo;
 - h) Cittadini di età compresa tra 25 e 35 anni di età in cerca di lavoro o di occasioni formative.
- 2) *Target* specifici e indiretti, cioè i soggetti che concretamente opereranno nell'attuazione del Programma, a supporto dell'amministrazione regionale nella definizione dei bisogni, quali:
- a) PMI;
 - b) Enti (P.A.);
 - c) Enti di formazione, orientamento e collocamento
 - d) Associazioni di categoria
 - e) Organismi di supporto sociale;
- 3) *Target* generici, cioè il grande pubblico, individuabili genericamente tra tutti i cittadini della Regione Molise, soggetti di azioni informative, anche interattive, a livello territoriale di residenza.

4. AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Nel presente paragrafo si dà evidenza delle azioni e degli strumenti di comunicazione che saranno attivati ai fini dell'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR Molise FESR-FSE 2014/2020. Tali azioni e strumenti, che sono qui riportati in linea con le disposizioni del quadro normativo comunitario in relazione alla obbligatorietà degli stessi, saranno puntualmente definiti nell'ambito dei piani di comunicazione che saranno predisposti con cadenza annuale in relazione alle esigenze di intercettazione dei differenti *target*, alle esigenze attuative del Programma e in coerenza con l'evoluzione del contesto di riferimento e delle tecnologie di comunicazione in essere.

4.1. LE AZIONI/ ATTIVITÀ

Evento di lancio

L'AdG, secondo quanto previsto nell'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013, è responsabile dell'organizzazione di un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio del Programma Operativo anche prima dell'approvazione della pertinente strategia di comunicazione. Tale adempimento è già stato espletato in data 3 Novembre 2015, a immediato ridosso della convocazione del Comitato di Sorveglianza del POR Molise FESE e FSE 2014/2020. L'evento è stato organizzato a cura del Servizio Coordinamento programmazione Comunitaria FESR, in attesa della nomina del Responsabile del Piano di Comunicazione. In linea con quanto stabilito dal Reg. (UE) 1303/2013 la progettazione operativa dell'evento di lancio è stata orientata a dare



evidenza di priorità, obiettivi e azioni previste nel POR Molise FESR-FSE 2014/2020 al partenariato economico, sociale ed istituzionale e ai potenziali beneficiari al fine di informare e sensibilizzare gli attori del territorio e fornire gli strumenti conoscitivi necessari alla attiva partecipazione all'attuazione del Programma. Le attività di lancio hanno contemplato anche il necessario sviluppo del logo, del pay off e dell'immagine coordinata del POR Molise FESR-FSE 2014/2020, che si riportano di seguito.

Al fine di evitare un uso improprio dello stesso logo, è stato predisposto un manuale applicativo per la corretta riproduzione.

Evento annuale

L'AdG, secondo quanto previsto nell'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013, è responsabile dell'organizzazione di un'attività informativa principale all'anno che promuova le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite e presenti i conseguimenti con l'attuazione del PO, compresi, se del caso, grandi progetti, piani d'azione comuni e altri esempi di progetti (progettazione territoriale con riferimento alle aree urbane e alle aree interne).

L'Autorità di Gestione, con il supporto del Responsabile del Piano di Comunicazione, provvederà alla progettazione operativa dell'evento seguendo un approccio metodologico nella definizione dei *target* funzionale al conseguimento degli obiettivi specifici precedentemente

esposti , ed in particolare: garantire l'accessibilità e l'imparzialità circa le opportunità offerte dal POR FESR e FSE 2014/2020; implementare l'efficacia degli strumenti della politica di coesione; motivare i beneficiari potenziali a partecipare agli interventi finanziati dal POR Molise FESR e FSE 2014/2020.

Al fine di fornire ai *target* individuati un'informazione completa ed esaustiva, si prevede di organizzare l'evento negli ultimi mesi di ciascuna annualità di attuazione del Programma.

Simbolo dell'Unione nella sede dell'autorità di gestione

L'AdG, secondo quanto previsto nell'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013, è responsabile dell'esposizione del simbolo dell'Unione presso la propria sede. In linea con quanto disposto si garantisce l'esposizione del simbolo dell'Unione Europea in modo permanente presso la sede principale dell'AdG e, qualora fossero istituite ulteriori sedi dislocate sul territorio, presso gli uffici delle stesse.

Elenco delle operazioni

L'AdG, secondo quanto previsto nell'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013, è responsabile della pubblicazione elettronica dell'elenco delle operazioni di cui alla Sez. 1 dello stesso Allegato. Tale elenco sarà aggiornato con cadenza, almeno, semestrale.

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

L'AdG, secondo quanto previsto nell'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013, ha la responsabilità di fornire informazioni aggiornate in merito all'attuazione del programma operativo comprese, se del caso, le sue principali realizzazioni sul sito *web* unico o sul sito *web* del programma operativo, accessibile mediante portale *web* unico. Ha inoltre la responsabilità di fornire esempi di operazioni sul sito *web* unico o sul sito *web* del programma Operativo, accessibile mediante portale *web* unico. Tali esempi dovranno essere in una lingua ufficiale dell'Unione di ampia diffusione diversa dalla lingua o dalle lingue ufficiali dello Stato Membro interessato.

In linea con quanto disposto e in relazione alle valutazioni complessivamente positive sulla funzionalità e sul grado di *performance* del sito www.moliseineuropa.eu che - pur rappresentando una voce di costo minima, rappresenta una soluzione dinamica che consente una gestione molto autonoma di contenuti e menu – l'AdG intende adempiere alle disposizioni regolamentari trasmettendo informazioni sullo stato di attuazione del POR e dando evidenza di buone pratiche e di esempi di operazioni attraverso il sito www.moliseineuropa.eu. In linea con le indicazioni comunitarie, si prevede la pubblicazione delle informazioni rilevanti anche in lingua inglese e in una versione accessibile ai soggetti diversamente abili.

Attività a sostegno dei beneficiari nelle loro attività di comunicazione

La Regione Molise prevede, inoltre, di mettere in campo attività a sostegno dei beneficiari nella realizzazione delle attività di comunicazione che ad essi competono. Il sostegno ai beneficiari sarà condotto, sia in modalità remota, sia attraverso la redazione e diffusione di linee guida sulla gestione/realizzazione delle attività di comunicazione secondo quanto previsto da quadro normativo e programmatico comunitario. Il complesso delle attività che la Regione intende attivare sarà orientato a garantire il rispetto di quanto previsto nel Reg. 1303/2013 per ciò che concerne le responsabilità di informazione ai beneficiari in capo all' AdG e gli obblighi e le

responsabilità in capo ai beneficiari nella realizzazione di azioni di comunicazione e informazioni circa l'operazione finanziata.

Attività da realizzare secondo quanto previsto nel Piano di Azione per il soddisfacimento delle Condizionalità Ex Ante

In linea con quanto previsto nel Piano d'Azione incluso nel POR Molise FESR-FSE 2014/2020, concernente le azioni che la Regione Molise si impegna a mettere in campo ai fini del rispetto delle Condizionalità ex- Ante ed in coerenza con l'Accordo di Partenariato 2014/2020 – Sezione 2, si prevede di:

- Procedere alla creazione, all'interno del sito regionale, di un apposito collegamento con il *forum* informatico interattivo delle AdG creato dal DPS in materia di appalti pubblici e aiuti di stato, al fine di garantire l'esistenza di dispositivi per la formazione e la diffusione di informazioni per il personale coinvolto nella attuazione dei fondi SIE;
- Procedere all'istituzione dell'obbligo per la struttura regionale concedente aiuto di stato, di consultare il sito delle amministrazioni competenti al recupero dell'elenco dei destinatari di ordini di recupero di aiuti illegali. Ciò consentirà di mettere in campo dispositivi per l'applicazione efficace delle norme UE in materia di aiuti di stato, adempiendo alla Condizionalità ex- Ante G5, in coerenza con quanto l'Accordo di Partenariato 2014/2020 – Condizionalità Ex – Ante B5;
- Trasmettere alle amministrazioni centrali competenti le informazioni relative alle misure di aiuti di stato di interventi cofinanziati ai fini della creazione dell'apposita sezione all'interno di Open Coesione. Ciò consentirà di adempiere alla Condizionalità ex- Ante G5, in coerenza con l'Accordo di Partenariato 2014/2020 – Condizionalità Ex – Ante B5, e di fruire di dispositivi per la formazione e la diffusione di informazioni per il personale coinvolto nell'attuazione dei fondi SIE;
- Procedere alla collaborazione con il MISE ai fini dell'organizzazione di *workshop* a livello regionale dedicati alla funzionalità del nuovo Registro nazionale degli aiuti e alla diffusione delle conoscenze necessarie al suo utilizzo. Ciò consentirà di adempiere alla Condizionalità ex- Ante , in coerenza con l'Accordo di Partenariato 2014/2020 – Condizionalità Ex – Ante B5, G5 e di fruire di dispositivi per la formazione e la diffusione di informazioni per il personale coinvolto nell'attuazione dei fondi SIE.

4.2. GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

L'efficace attuazione della Strategia di Comunicazione dipende fortemente dalla selezione degli strumenti di comunicazione che si intendono attivare e che dovranno essere tarati in relazione ai *target* di volta in volta selezionati.

La segmentazione dei *target*, rappresenta uno *step* imprescindibile:

- nella fase di selezione della tipologia di informazione da trasferire in relazione alle esigenze attuative, nonché di pubblicità e di trasparenza del POR FESR-FSE;
- nella selezione della tipologia di strumento di comunicazione da utilizzare.

Di seguito sono presentate alcune tipologie di strumenti di comunicazione a titolo esemplificativo e non esaustivo in quanto, sulla base di quanto appena esposto, lo strumento più adeguato dovrà essere selezionato in relazione alla tipologia di informazione che si intende

trasmettere e alla tipologia di *target* cui l'informazione stessa è rivolta. La predisposizione annuale del piano dettagliato di comunicazione consentirà, inoltre, di fissare di anno in anno le priorità informative, in base al momento programmatico, fermi restando gli obiettivi generali e specifici.

In via generale, gli strumenti di comunicazione dovranno:

- Utilizzare un linguaggio chiaro, semplice e comprensibile, nonché uno stile visivo condiviso ed efficace;
- Utilizzare il logo e il pay off identificativi del POR FESR-FSE Molise 2014/2020.

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 e facilitare quindi l'accesso all'informazione garantendo quindi il conseguimento del *target* da raggiungere.

Comunicazione on line

Sito web – Il sito *web* costituisce lo strumento di cui la Regione intende avvalersi ai fini della diffusione dell'informazione (anche tecnica) e della visibilità del Programma al grande pubblico. Si configura come soluzione di agevole fruizione, adeguata alla promozione del POR Molise FESR-FSE 2014/2020, nonché alla promozione del ruolo svolto dall'Unione Europea nel sostegno alle politiche di sviluppo regionale.

La fruizione del sito da parte del grande pubblico consente la diffusione di un'informazione completa ed esaustiva sui Fondi FESR e FSE. Nella messa a punto e nell'aggiornamento del sito *web* dedicato, la Regione Molise rivolgerà particolare attenzione al rispetto delle disposizioni normative comunitarie e nazionali e, in particolare, ai 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'informazione³.

Social network. La Regione intende rafforzare la propria presenza sui *social network*, già in parte presidiati nel corso del periodo di programmazione 2007/2013 in coerenza con le nuove esigenze poste dalle innovazioni tecnologiche e dalle nuove frontiere sperimentate nel campo dell'informazione e della comunicazione. La tipologia di informazione che sarà diffusa attraverso i diversi *social network* sarà coerente con il singolo strumento utilizzato e con i *target* cui è rivolta l'informazione (grande 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: Le evoluzioni nel settore dell'informazione e della comunicazione inducono a prevedere un sempre maggiore utilizzo di applicazioni. Tale strumento è orientato ad una utenza di *smartphone* e *tablet* che si prevede in forte crescita (grande pubblico). Per una piena diffusione dell'informazione, si prevede quindi la messa a

³Il Reg. n. 1303/2013 – Allegato XII. Al punto 4) b prevede "la strategia di comunicazione deve contenere una descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili a persone con disabilità"

punto/realizzazione di una *app* che veicoli informazioni puntuali circa il POR FESR-FSE, in un'ottica di integrazione dei mezzi di comunicazione.

Eventi

Conferenze, Workshop, seminari, fiere: tali strumenti potranno essere rivolti, sia a singoli *target* di destinatari, sia al grande pubblico specializzato e saranno funzionali al conseguimento di una pluralità di risultati, quali:

- trasmissione di informazioni sulle opportunità di finanziamento in occasione della pubblicazione di bandi/avvisi pubblici;
- diffusione di buone pratiche; trasmissione di informazioni/ conoscenze su specifici temi (temi di interesse per alcune aree regionali, aree collegate alla S3; etc.);
- implementazione del dialogo e dello scambio di esperienze;
- disseminazione di informazioni rispetto ai risultati conseguiti dal POR;
- Informazione sulle principali tematiche europee.

Come anticipato, tali strumenti risultano in grado di intercettare il grande pubblico, i potenziali beneficiari, quelli effettivi ed un pubblico specializzato: ciò implica che la scelta della tipologia di strumento da utilizzare e la progettazione tecnica dello stesso, sarà commisurata e coerente con la tipologia di informazione da trasmettere e la tipologia di *target* che la Regione intende raggiungere.

Campagna media

Ai fini una più capillare diffusione dell'informazione e di una adeguata promozione e conoscenza del POR nella totalità dei territori coinvolti nel Programma, si prevede anche l'utilizzo dei media tradizionali, in quanto strumenti idonei a raggiungere non solo le porzioni di *target* meno inclini all'utilizzo della tecnologia, ma anche, in contesti specifici, a diffondere iniziative specifiche verso *target definiti (specifiche categorie di operatori economici, associazioni di categoria, etc.)*. A titolo esemplificativo, si prevede l'utilizzo di pubblicazioni su riviste specializzate ad esempio per i bandi rivolti a particolari tipologie di operatori, mentre eventuali passaggi radio- televisivi a livello locale potranno essere utilizzate allo scopo di divulgare le iniziative che verranno svolte sul territorio, come gli eventi e seminari. La pianificazione 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).

Materiale/attività informative e promozionali

Sportello Europa Molise: strumento proattivo già attivato nell'ambito della Programmazione 2007/2013, funzionante anche attraverso una serie di collaborazioni (Aprè, Eurodesk , Unioncamere, Universtità degli Studi del Molise, Associazioni di categoria), lavora in uno spirito di rete tra organismi che si occupano di temi diversi, ma affini, poiché tutti riferiti e discendenti dalla programmazione europea. Lo sportello Europa Molise, opera offrendo servizi informativi in più ambiti (programmi a gestione diretta quali Horizon 2020, Erasmus +, Life nonché i fondi

strutturali), ed è attivo sul territorio anche nell'organizzazione di eventi contribuendo ad un'azione generale e continuativa di sensibilizzazione sulle tematiche europee.

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 pubblicate sul sito web dedicato.

Brochure, Depliant e opuscoli: L'utilizzo di *brochure*, *depliant* e opuscoli tra gli strumenti di comunicazione è funzionale alla promozione del Programma e del ruolo svolto dall'Unione Europea presso il grande pubblico e presso i potenziali beneficiari che potranno, in tal modo, acquisire una sintetica informazione su aspetti chiave del Programma. La distribuzione di tali prodotti potrà essere associata e contestuale alla realizzazione di pertinenti eventi previsti nel piano annuale, come pure potrà avvenire mediante distribuzione presso le sede di attori pubblici e privati coinvolti nell'attuazione degli interventi.

Manifesti: I manifesti costituiscono uno strumento di comunicazione funzionale alla trasmissione di un'informazione semplice e sintetica ad un pubblico indifferenziato, garantendo la copertura dell'intero territorio regionale.

5. BUDGET PROGRAMMATO

Per l'attuazione delle attività di comunicazione a livello macro del Programma saranno stanziati € 317.703,00 a valere sull'Asse dedicato all'Assistenza Tecnica FESR ed € 143.119,00 a valere sull'Asse dedicato all'Assistenza Tecnica FSE per un importo complessivo di € 460.822,00.

In relazione alle risorse FESR, la tabella seguente (Tabella 1) illustra la ripartizione indicativa annua delle risorse finanziarie in relazione all'intero periodo di programmazione. Ciò al fine di procedere ad una stima delle risorse di cui la Strategia di comunicazione potrà disporre annualmente. Una quota maggiore delle risorse disponibili a valere sull'Asse AT FESR sarà impiegata nei primi tre anni della di attuazione del Programma (39%). Il 41% sarà utilizzato nella fase intermedia (2018, 2019 e 2020). Si prevede infine di destinare il restante 20% delle risorse della Strategia di comunicazione alla fase dedicata alla diffusione dei risultati conseguiti dal Programma (2021-2023).

Analogamente, le risorse impiegate a valere sull'Asse AT FSE saranno concentrate per il 39% nel primo triennio di attuazione del PO, una quota pari al 41% sarà utilizzata tra il 2018 ed il 2018, mentre il restante 20% del totale disponibile sarà utilizzato tra il 2021 ed il 2023.

Dal momento che la presente Strategia di comunicazione, ai sensi dell'Allegato XII, par. 4, lettera i), sarà sottoposta ad un aggiornamento annuale al fine di indicare le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo, tale ripartizione indicativa sarà oggetto di verifica ed aggiornamento.

Tabella 1- Ripartizione annuale risorse FESR disponibili per l'attuazione della Strategia di Comunicazione

ANNO	A - RISORSE DISPONIBILI DA ASSE AT FESR 2014/2020	
	Valore assoluto	% sul totale
2016	€ 69.894,00	22
2017	€ 54.010,00	17
2018	€ 54.010,00	17
2019	€ 38.124,00	12
2020	€ 38.124,00	12
2021-2023	€ 63.541,00	20
TOTALE	€ 317.703,00	100

Tabella 2 - Ripartizione annuale risorse FSE disponibili per l'attuazione della Strategia di Comunicazione

ANNO	B - RISORSE DISPONIBILI DA ASSE AT FSE 2014/2020	
	Valore assoluto	% sul totale
2016	€31.487,00	22

2017	€24.330,00	17
2018	€24.330,00	17
2019	€17.174,00	12
2020	€17.174,00	12
2021-2023	€28.624,00	20
TOTALE	€143.119,00	100

Tabella 3 - Ripartizione annuale risorse complessive FESR e FSE disponibili per l'attuazione della Strategia di Comunicazione

ANNO	C – TOTALE RISORSE	
	Valore assoluto	% sul totale
2016	€ 101.381,00	22
2017	€ 78.340,00	17
2018	€ 78.340,00	17
2019	€ 55.298,00	12
2020	€ 55.298,00	12
2021-2023	€ 92.165,00	20
TOTALE	€ 460.822,00	100

6. ORGANIZZAZIONE, GOVERNANCE E VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

L'Autorità di Gestione del POR FESR- FSE Molise 2014-2020, in osservanza del Regolamento (UE) n. 1303/2013, assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate.

L'Autorità di Gestione è, inoltre, il soggetto responsabile dell'elaborazione e della revisione della Strategia di Comunicazione secondo quanto disposto negli art. 115-116 del Reg. (UE) 1303/2013, nonché della sua attuazione.

L'Allegato XII del suddetto Regolamento specifica, inoltre, che l'AdG assicuri che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di Comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando forme e metodi di comunicazione al livello appropriato.

L'AdG è quindi direttamente impegnata nella definizione, attuazione e valutazione del Piano annuale di Comunicazione. Nella realizzazione di tali attività e nell'espletamento delle funzioni ad essa attribuite dalla regolamentazione comunitaria, l'AdG si avvarrà delle più adeguate competenze presenti nelle strutture regionali in ambito FESR e FSE. Le professionalità che parteciperanno alla programmazione e attuazione delle attività di comunicazione saranno individuate nelle strutture interessate all'attuazione del POR FESR- FSE; laddove si presentino particolari esigenze, l'AdG potrà ricorrere ad eventuali servizi specialistici esterni.

Nel rispetto di quanto disposto nella regolamentazione comunitaria ed in particolare nell'Allegato XII al Reg. (UE) 1303/213 in cui, al punto 4.e) si stabilisce che la Strategia di Comunicazione contenga una descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane responsabili delle misure di informazione e comunicazione; si riportano di seguito le strutture responsabili e/o ausiliarie della attuazione della Strategia.

Tabella 4- Strutture responsabili dell'attuazione della Strategia di Comunicazione

Struttura responsabile della Strategia di Comunicazione	
Autorità di Gestione	Ing. Massimo Pillarella
Indirizzo	Via Genova, 11 96100 Campobasso
Tel.	0874 - 314728
E mail	bes.pillarella@regione.molise.it

L'Autorità di Gestione, con l'obiettivo di assicurare il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità, si avvarrà per l'espletamento delle sue funzioni delle strutture di seguito indicate, che programmeranno e attueranno le attività di comunicazione, per il POR Molise FESR e FSE 2014/2020.

Tabella 4 bis- Strutture responsabili dell'attuazione della Strategia di Comunicazione

Struttura preposta alla programmazione e attuazione della comunicazione – Azioni FESR e FSE	Servizio Coordinamento, Programmazione Comunitaria, Fondo FESR
Responsabile della Strategia di Comunicazione	Dott. Nicola Pavone
Indirizzo	Via Genova, 11 86100 Campobasso
Tel.	0874 - 314712
E mail	npavone@mail.regione.molise.it

La struttura preposta all'attuazione della Strategia di Comunicazione sarà costituita da una configurazione organizzativa basata su più livelli:

- L'apice della struttura sarà rappresentato dall'AdG, che detiene la responsabilità dell'attuazione;
- Il Responsabile della Strategia di Comunicazione, comune ai due Fondi, provvederà:
 - o alla programmazione di azioni specifiche, da sottoporre al vaglio dell'AdG;
 - o alla definizione degli strumenti e dei mezzi più idonei per la realizzazione di attività di comunicazione a valere sugli Assi del Programma, funzionali a conferire visibilità e pubblicità a bandi/avvisi pubblici di ciascun fondo;
 - o all'avvio e al mantenimento di opportuni meccanismi di raccordo e coordinamento con le reti nazionali per entrambi i Fondi.
- I responsabili di Asse e di Azione, in stretto raccordo con il Responsabile della Strategia di Comunicazione, collaboreranno nell'individuazione dei temi da trattare e delle esigenze informative dei vari target del POR, così da consentire una puntuale organizzazione annuale delle attività di comunicazione da attuare;
- Infine, le risorse interne all'Amministrazione competenti in materia di comunicazione, informazione e pubblicità, intese come personale dipendente e risorse di Assistenza Tecnica ai Fondi Strutturali, provvederanno all'attuazione operativa delle operazioni programmate, sia sotto il profilo tecnico, sia sotto il profilo amministrativo/procedurale

Il modello di *governance* della Strategia di Comunicazione che la Regione intende adottare si avvale dell'ausilio di un sistema di monitoraggio e valutazione. In linea con quanto disposto dal Reg. (UE) 1303/2013 all. XII punto g), sarà condotta una attività di valutazione volta a valutare la visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dall'UE e dai fondi comunitari. Sarà quindi il principale obiettivo della valutazione, quello di comprendere il grado di diffusione dell'informazione, la congruità delle azioni e degli strumenti adottati per il raggiungimento dei *target*, la qualità dell'informazione trasmessa/percepita circa i Fondi SIE, il ruolo dell'Unione Europea nelle politiche di coesione e di sviluppo regionale, il ruolo della Regione Molise.

Le risultanze dell'attività di valutazione costituiranno la base conoscitiva attraverso cui l'AdG e le strutture preposte potranno meglio comprendere l'efficacia della Strategia di Comunicazione ed eventualmente procedere a revisioni della stessa.

L'attività di Valutazione prenderà in considerazione:

- La strategia di comunicazione nella sua interezza;
- Il raggiungimento degli obiettivi specifici fissati dalla strategia di comunicazione.

Le attività di monitoraggio e valutazione, costituendo elemento guida per le successive attività di comunicazione, dovranno essere condotte sistematicamente e nel rispetto di tempi e strumenti di rilevazione predefiniti. L'attività dovrà essere realizzata attraverso una puntuale osservazione di indicatori di realizzazione che consentiranno di misurare l'evoluzione e lo sviluppo delle azioni di comunicazione previste nella Strategia e, più puntualmente, nei piani annuali.

Si riportano nella Tabella 5 i possibili indicatori di realizzazione e di risultato.

Tabella 5- Indicatori di realizzazione

Azione / strumento	Indicatore di realizzazione	Target
Layout grafico unitario	N.° layout	1
Elenco delle operazioni in formato elettronico⁴	N.° aggiornamenti	10
Evento di lancio	N.° eventi	1
Attività informativa principale dell'anno - Eventi annuali	N.° eventi	5
Evento di chiusura	N.° eventi	1
Convegni regionali ⁵	N.° convegni	5
Workshop locali ⁶	N.° workshop	5
Help desk ⁷	N.° Help desk attivati per azione/bando	1 help desk per bando/azione

⁴ ai sensi dell'art. 115, par. 2, del Reg. UE 1303/2013 e del par. 2.1.2.d) dell'Allegato XII, al fine di garantire la trasparenza del sostegno fornito dal Programma. L'elenco delle operazioni, che dovrà essere aggiornato almeno ogni 6 mesi e sarà accessibile sul sito web regionale, conterrà le informazioni minime di cui all'Allegato XII del Regolamento sopra citato. I dati proposti nell'elenco delle operazioni confluiranno altresì nel portale nazionale Open Coesione.

⁵ I convegni regionali sono finalizzati a dare adeguata pubblicità alle attività previste nel PO e all'attuazione

⁶ Attività di diffusione circa argomenti generali o tematici che necessitano di un'azione specifica di informazione e sensibilizzazione da realizzare sul territorio.

⁷ Attività di informazione principalmente on line, finalizzate a fornire supporto ai potenziali beneficiari circa le procedure attuative avviate nell'ambito delle diverse Azioni/ Assi in cui il Programma Operativo si articola (es.: bandi).

Presenza sui Social network ⁸	N.° presenze per attività	Almeno n.1 presenza social per bando/azione
Pubblicazioni/ video tutorial ⁹	N.° video pubblicati	5
Sito web¹⁰	N.° pagine web pubblicate	50
Newsletter	N.° pubblicazioni diffuse	10
Banner pubblicitari profilati in base alle categorie di utenti	N.° banner pubblicati	10
Gadget promozionali del POR	N.° gadget prodotti	6500
Attività promo-educativa nelle Scuole/università¹¹	N.° attività	20
Giornate di formazione sulle tematiche del POR	N.° giornate	10
Attività informativa sui media tradizionali (TV, radio, carta stampata, cinema, etc.)¹²	N. spot	5
Prodotti editoriali (opuscoli, brochure...)	N° di tipologia di prodotto editoriale	20
Pubblicazione e catalogo degli interventi	N° di pubblicazioni	2
Comunicati e/o Conferenze stampa	N° conferenze stampa	20

⁸ In coordinamento con il sito web della Regione e con quello tematico del POR, la presenza sui social media contribuisce a fornire informazione circa i principali contenuti del PO, le procedure in atto/ in via di pubblicazione, nonché a dare evidenza dei principali risultati derivanti dall'attuazione del Programma;

⁹ In sede di presentazione dei bandi rivolti ai potenziali beneficiari, i video tutorial rappresentano uno strumento informativo per fornire indirizzi/ linee guide operative in sede di progettazione e presentazione delle proposte progettuali/ domande di ammissione.

¹⁰ Sul sito web www.moliseineuropa.eu, dedicato al Programma Operativo, saranno pubblicati i documenti di programmazione (incluse brochure informative), informazioni sulle tempistiche di attuazione del programma, documentazione utile ai fini dell'attuazione del programma; informazioni aggiornate circa l'attuazione del Programma Operativo.

¹¹ Attività informatica continuativa svolta principalmente dallo Sportello Europa Molise, volta a promuovere una maggiore conoscenza e consapevolezza soprattutto nei ragazzi in età scolare ed universitaria circa il ruolo dell'Unione Europea nell'ambito delle politiche di sviluppo promosse a livello regionale;

¹² Gli spazi sui media tradizionali saranno utilizzati al fine di informare i potenziali beneficiari circa le opportunità offerte dal Programma (pubblicazione di bandi/ avvisi pubblici), nonché per dare maggiore visibilità ai risultati raggiunti e alle best practices.

Si evidenzia che, tra gli strumenti di comunicazione sopra indicati, saranno realizzati strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità, ai sensi del par. 4.b) dell'Allegato XII del Reg. UE 1303/2013.

Tabella 6- Possibili indicatori di risultato

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione
Garantire l'accessibilità e l'imparzialità circa le opportunità offerte dal POR Molise FESR-FSE 2014/2020	Livello di disponibilità della informazione sui fondi UE all'interno dei gruppi target	Questionari, <i>focus group</i> , indagini a campione
Implementare l'efficacia degli strumenti della politica di coesione	Livello di implementazione del Programma	Numero di candidature di buon livello, basso tasso di errore
Motivare i beneficiari potenziali a partecipare agli interventi finanziati dal POR Molise FESR-FSE 2014/2020	Il livello di percezione della qualità delle informazioni ricevute presso i gruppi <i>target</i>	Questionari, analisi feedback da strumenti interattivi
Informare i beneficiari sui loro obblighi in materia di comunicazione	Livello di disponibilità dell'informazione sui progetti sostenuti attraverso i fondi SIE	Analisi desk, questionari
Implementare sinergie tra attività proprie del FESR e attività proprie del FSE	Grado di integrazione degli interventi realizzati attraverso il sostegno FESR ed FSE	Questionari, <i>focus group</i> , indagini a campione

7. IL PIANO ANNUALE DI COMUNICAZIONE

In attuazione del Reg. 1303/2013 – Allegato XII. Punto 4) i La strategia di comunicazione deve prevedere un aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo

All'AdG compete, dunque, l'elaborazione di un Piano annuale di Comunicazione, tenendo conto dei fabbisogni informativi espressi dai gruppi *target* e 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;
- Strumenti di comunicazione utilizzati;
- Risultati delle attività valutative.

Il Piano di Comunicazione sarà pubblicato sul sito *web* dedicato al Programma e diffuso nelle modalità più opportune.

Il piano annuale di comunicazione comprende:

- Sintesi della comunicazione per l'anno di competenza;
- Descrizione del legame con la strategia di comunicazione;
- Definizione degli obiettivi per l'anno in questione;
- Definizione dei gruppi *target*;
- Descrizione delle attività di comunicazione;
- Cronogramma delle azioni;
- *Budget e ripartizione delle risorse per target e strumenti*;
- Programma di valutazione dei risultati.