



COMITATO DI SORVEGLIANZA  
POR FESR FSE Molise 2014-2020  
18 e 19 giugno 2019

## **Informativa sulla strategia di comunicazione: Piano annuale**

**POR Molise FESR FSE 2014-2020**

CCI 2014IT16M2OP001

Decisione C (2015) 4999 final del 14.7.2015; Decisione C (2018) 3705 final del 20.6.2018; Decisione C (2018) 8984 final del 19.12.2018

Giugno 2019



## **Piano di comunicazione del POR Molise FESR – FSE**

**Annualità 2019**

### **PREMESSA**

Il presente piano recepisce quanto stabilito dal Regolamento (UE) 1303 del 2013 al Capo II “Informazione e comunicazione”, artt. 115, 116 e 117, nonché all’Allegato XII dello stesso regolamento.

Le attività di seguito descritte sono coerenti con l’approccio stabilito nella Strategia di Comunicazione del Programma, approvata con Procedura scritta n. 1/ 2016.

I contenuti del presente piano si pongono in continuità rispetto ai piani delle annualità precedenti, in modo da operare in un contesto comunicativo organico, riconoscibile e adattabile alle diverse esigenze informative, divulgative o promozionali.

### **OBIETTIVI SPECIFICI E TARGET DI RIFERIMENTO**

Le attività dell’annualità 2019 saranno selezionate nell’ottica di perseguire gli obiettivi specifici legati all’attuale momento programmatico, in coerenza con la strategia di comunicazione. Nello specifico il piano punterà a:

- diffondere e promuovere la notorietà del Programma Operativo Regionale, del ruolo della Politica di Coesione e dei Fondi SIE presso i cittadini;
- informare i potenziali beneficiari sulle opportunità di finanziamento offerte dal programma, anche in termini di azioni non ancora attivate ma programmate;
- promuovere in modo specifico le misure in fase di attuazione, come i bandi attivati, per stimolare la partecipazione dei beneficiari potenziali;
- attivare misure di concreto supporto ai potenziali beneficiari attraverso la divulgazione in forma standardizzata delle modalità di accesso e partecipazione alle varie opportunità previste dal POR;
- attivare misure di concreto supporto ai beneficiari effettivi, attraverso la divulgazione in forma standardizzata delle informazioni circa gli obblighi di comunicazione.

I destinatari di tali obiettivi coincidono con un una pluralità di target, ovvero:

- il grande pubblico;
- i beneficiari effettivi e potenziali;
- i moltiplicatori;
- il partenariato economico e sociale.

### **AZIONI**

Facendo seguito al piano di comunicazione 2018, le attività per l’annualità corrente restano suddivise in cinque iniziative generali, all’interno delle quali si articolano le attività specifiche. L’acquisizione del servizio di supporto per le attività di comunicazione, avvenuta a cavallo tra la fine del 2018 e l’inizio del 2019, ha consentito lo start di tutte le attività programmate ma non ancora avviate e il progressivo recupero del gap causato dalla carenza di professionalità specifiche all’interno dell’amministrazione.



## INIZIATIVA 1: LA COMUNICAZIONE DIGITALE

La comunicazione digitale riguarda l'insieme di tutte le attività di produzione e diffusione dei contenuti (testi, immagini, video) attraverso l'utilizzo delle tecnologie digitali (pc, tablet, smartphone). L'iniziativa comprende le attività descritte di seguito:

### 1.1 Sito web: [moliseineuropa.it](http://moliseineuropa.it)

- Sintesi dell'attività: Il sito del Programma è il principale canale web di comunicazione e informazione e necessita di interventi che ne migliorino la conoscenza, la fruibilità e l'accessibilità. L'attività relativa al sito web riguarda:
  - l'aggiornamento continuo dei contenuti ordinari in termini redazionali (notizie sull'attuazione, avvisi e bandi, notizie, elenco beneficiari, etc.);
  - la riorganizzazione dei contenuti già presenti, in funzione di una migliore fruizione per l'utente finale;
  - l'acquisizione degli analytics come strumento di controllo e di conoscenza dei propri utenti;
  - il collegamento a strumenti social che ne promuovano la diffusione.

Anche i contenuti vanno reimpostati su un modello più orientato ai social, includendo strumenti che incrementino la visibilità.

- Stato dell'arte:
  - riorganizzazione contenuti già on line: avviata
  - acquisizione strumenti social: l'attività è stata affidata ad un'agenzia di comunicazione, individuata tramite apposita gara secondo le disposizioni del D. lgs n.50/2016, che ha avviato un canale youtube, caricando, a partire dal mese di marzo due video montati in occasione dell'Evento Annuale e della Festa dell'Europa 2019. È in programma l'attivazione degli altri social, in particolare della pagina facebook;
  - riorganizzazione contenuti già on line: da avviare a seguito di un generale restyling del sito; analytics: il sito web è già dotato dello strumento. I dati saranno acquisiti e analizzati dal personale dell'A.T. ai fondi strutturali e passati a un valutatore esterno che sarà individuato al fine di analizzare l'andamento e i risultati delle attività di comunicazione.

### 1.2 Campagna di conoscenza del sito web

- Sintesi dell'attività: L'attività informativa del sito sarà supportata da una serie di strumenti che ne promuoveranno la conoscenza, la diffusione e l'utilizzo. Il supporto al sito web sarà effettuato sia attraverso i canali della comunicazione digitale, sia attraverso i canali della comunicazione tradizionale.

La campagna di conoscenza del sito web comprende:

- Social network – Pagina Facebook: la pagina Facebook avrà come principale obiettivo la diffusione delle notizie pubblicate sul sito, contribuendo contemporaneamente anche alla conoscenza e all'utilizzo del sito stesso. L'implementazione della pagina Facebook, inoltre, contribuirà a rendere al pubblico una lettura del POR in chiave social, garantendo una diffusione più capillare delle informazioni e una più agevole condivisione.
  - Stato dell'arte: da attivare



- canale Youtube: il canale Youtube, sarà utilizzato per trasmettere le produzioni multimediali, come video tutorial prodotti per esigenze specifiche, sintesi di eventi etc.
  - stato dell'arte: attivato e da implementare
- Newslettering e mail alert (CRM): la promozione delle opportunità del POR e dei bandi in partenza sarà effettuata anche attraverso un servizio di newslettering, attivabile e funzionante attraverso la registrazione degli utenti. Il numero 0 della newsletter è in fase di predisposizione e funzionerà attraverso l'utilizzo di una piattaforma on line che consente la gestione del template grafico, dei contenuti e degli invii multipli. Si tratta di un servizio che acquisirà piena funzionalità nel medio periodo, in particolar modo a seguito della registrazione degli utenti che saranno invitati ad effettuare la registrazione attraverso la pagina Facebook
  - Stato dell'arte: attivata e da completare

### 1.3 Promozione della conoscenza del portale (SEO)

- Sintesi attività: attraverso azioni di Search Engine Optimization opportunamente coordinate anche alla produzione di contenuti di qualità, si punterà ad un'efficace indicizzazione del sito web, per essere trovati in modo semplice e immediato dagli utenti;
- Stato dell'arte: da attivare.

### 1.4 Sponsorizzazioni su Facebook

- Sintesi attività: azioni pubblicitarie che, a partire da una pagina (in questo caso di titolarità POR), promuova, in base alle esigenze che si presentano, il sito web, post specifici (ad esempio riferiti a bandi in uscita); eventi ma anche immagini, app o altre pagine Facebook. Tale attività consente di selezionare il target di riferimento per ogni sponsorizzazione.
- Stato dell'arte: da attivare in collegamento all'attivazione della pagina Facebook

**Budget iniziativa 1 – La comunicazione digitale: € 25.000,00**

## INIZIATIVA 2: LA COMUNICAZIONE TRADIZIONALE

La comunicazione tradizionale comprende i messaggi veicolati tramite i media tradizionali, principalmente stampa, radio, televisione e affissioni. Attualmente una netta divisione tra la comunicazione tradizionale e quella digitale risulterebbe poco funzionale. Più proficuo risulta, invece, integrare le potenzialità dell'una e dell'altra modalità comunicativa, al fine di ottenere una copertura capillare del target. Nell'ambito della comunicazione tradizionale il piano prevede:

### 2.1 Campagna di conoscenza del sito web

- Sintesi attività: A supporto dell'attività di promozione del sito web sarà prodotto uno spot audio e video della durata 30 secondi, trasmesso sulle principali reti locali (Radio e tv).
- Stato dell'arte: da attivare

### 2.2 Promozione e diffusione opportunità del POR

- Sintesi attività: I bandi attivati a valere sul POR saranno opportunamente diffusi attraverso l'acquisizione di spazi su quotidiani cartacei o on line e su riviste specialistiche e di categoria.
- Stato dell'arte: da attivare



## 2.3 Eventi e Workshop

- Sintesi attività: la categoria Eventi si compone di attività dal registro più o meno istituzionale, dell'evento annuale a workshop su attività pratiche, coinvolgendo target variegati e richiedendo modalità organizzative anche molto diverse tra loro.
  - Evento annuale: L'evento annuale è un potente strumento per l'incremento della notorietà del POR e delle attività della Politica di Coesione. Si rivolge ad un pubblico indifferenziato, affrontando tematiche di ordine generale. Durante l'annualità 2019 è stato svolto un evento che attraverso il filo conduttore della S3 ha presentato i primi risultati del Programma, coinvolgendo le start up finanziate nell'ambito degli assi 1 e 3 e promuovendo l'ambito della tecnologia e dell'innovazione come possibile sbocco professionale.
    - Stato dell'arte: completato
  - Festa dell'Europa 2019: la ricorrenza celebrata con cadenza annuale e sempre attraverso iniziative differenti. Per l'anno 2019 è stato prodotto un video che, anche attraverso immagini evocative della nascita dell'Unione, raccontasse alle scuole del territorio cosa significa essere cittadini europei. Il video è stato proiettato in una data unica per tutte le scuole della Regione, che sono state virtualmente unite intorno al concetto di Europa.
    - Stato dell'arte: completato

## 2.4 Organizzazione delle riunioni del Comitato di Sorveglianza (2019 e 2020):

- Sintesi attività: in un'ottica di promozione territoriale, con particolare riferimento alle aree interne, le riunioni del Comitato di Sorveglianza saranno organizzate in luoghi di particolare interesse o rilevanza culturale, al fine massimizzare la visibilità e la conoscenza del territorio oltre i confini regionali. Per l'annualità 2019 la riunione plenaria del CdS si terrà nel Comune di Trivento (CB), uno dei maggiori centri rappresentativo dell'Area pilota "Alto Molise medio Sannio" della Snai;
- Stato dell'arte: in corso di realizzazione

## 2.5 Relazioni con i media

- Sintesi attività: per dare massima diffusione e visibilità alle attività a valere sul Programma, saranno attivate opportune relazioni con i media attraverso conferenze e comunicati stampa.
- Stato dell'arte: attivato e da implementare

## 2.6 Materiale cartaceo e gadget

- Sintesi attività: La diffusione e la visibilità del POR sarà affidata anche alla produzione di materiale cartaceo informativo (brochure e pieghevoli), che presenterà un corrispettivo digitale da diffondere con le modalità on line. Inoltre, per assicurare la riconoscibilità dell'identità visiva, in occasione degli eventi principali, saranno realizzati e distribuiti dei gadget, definiti in base al target di riferimento.
- Stato dell'arte: attivato e da implementare (in particolare, durante l'annualità 2019 sono stati prodotti i seguenti materiali:
  - Brochure S3 a supporto dell'evento annuale – produzione, aggiornamento e ristampa;
  - Gadget evento annuale – tappetino per il mouse graficamente coordinato alla brochure
  - Brochure presentazione/sintesi bando energia)

## 2.7 Iniziative per incrementare la visibilità in ambito nazionale



- Sintesi attività: al fine di incrementare la visibilità del POR saranno individuate attività di portata nazionale, compatibili con gli obiettivi e il momento programmatico, come pubblicazioni su riviste nazionali specialistiche e di settore, sponsorizzazioni su siti nazionali, affissioni in luoghi di interesse e così via.
- Stato dell'arte: da attivare

**Budget iniziativa 2 – La comunicazione tradizionale: € 30.000,00**

### **INIZIATIVA 3: LA FORMAZIONE**

- A supporto delle risorse umane incaricate e impegnate nella gestione del POR e del Patto per il Sud, è in corso di esecuzione un ciclo formativo che avrà seguito nel corso del 2019.

Programmato nell'ottica di perseguire gli obiettivi volti al rafforzamento della Capacità amministrativa dell'Ente Regione, con particolare riferimento alla struttura gestionale e al relativo sistema di governance del POR FESR-FSE Molise 2014-20 e del Patto per il Sud, il ciclo di formazione è coerente alle indicazioni contenute nel Piano di Rafforzamento Amministrativo, finalizzate a migliorare le competenze del personale regionale in ordine alle regole, alle procedure e ai processi relativi all'attuazione dei succitati Programmi, rispetto alle puntuali esigenze rilevate in sede di Audit, nonché di fabbisogni formativi direttamente espressi dal personale coinvolto. Il ciclo formativo è stato programmato nell'ambito delle attività previste dai rispettivi Piani di Comunicazione a cui ha contribuito il supporto dell'Assistenza Tecnica esterna del RTI Consedin s.p.a e Ernst & Young s.p.a che ha messo a disposizione le risorse esperte per le docenze:

- Stato dell'arte: attivato e in corso di realizzazione

**Budget iniziativa 3 – La formazione: € 15.000,00**

### **INIZIATIVA 4: L'ASSISTENZA AI BENEFICIARI**

- Sintesi attività: Il supporto ai beneficiari si realizza in modalità "remota" attraverso i manuali pubblicati e diffusi on line. In merito agli adempimenti da sostenere in materia di informazione e pubblicità, è disponibile, presso la sezione "supporto ai beneficiari" del sito del POR, la guida completa per l'adempimento degli obblighi di informazione e pubblicità, previsti dal Regolamento (UE) 1303/2013 – Allegato XII.

**Budget iniziativa 4 – L'assistenza ai beneficiari: € 5.069,24**

### **INIZIATIVA 5: IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE**

- Sintesi attività: al fine di verificare il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, sarà affidato un servizio di valutazione, a misurazione puntuale dell'efficacia delle azioni, che consentirà non solo un miglioramento continuo della qualità delle azioni di comunicazione, ma anche la possibilità di redigere i piani annuali sulla scorta degli effettivi risultati raggiunti.



Stato dell'arte: da attivare

L'attività sarà acquisita nell'ambito del Piano delle Valutazioni, ovvero attraverso il ricorso ad una società esterna, individuata con apposita procedura secondo le disposizioni del Dlgs. 50/2016.

**Budget iniziativa 4 – L'assistenza ai beneficiari: € 20.000,00**

## **IL BUDGET**

Il budget complessivo a disposizione per l'annualità 2019, al netto delle risorse impegnate per l'acquisizione del servizio di supporto esterno alla Comunicazione, è pari a € **95.069,24**.

La somma comprende sia la quota annuale 2019 pari a € **55.298,00**, sia le risorse residue degli anni precedenti, pari a euro **39.771,24**.



## Cronoprogramma annualità 2019

INIZIATIVE	ATTIVITÀ SPECIFICHE	CRONOPROGRAMMA ANNUALITÀ 2019											
		GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
<b>INIZIATIVA 1</b> <b>La comunicazione digitale</b>	Sito web	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Campagna conoscitiva a supporto del sito Web	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Social network e canale Youtube	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Newslettering e mail alert (CRM)	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Promozione conoscenza portale (SEO)	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
<b>INIZIATIVA 2</b> <b>La comunicazione tradizionale</b>	Campagna conoscitiva a supporto del sito web	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Promozione e diffusione opportunità del POR	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Eventi e workshop	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Relazioni con i media	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Materiale cartaceo e gadget	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
<b>INIZIATIVA 3</b> <b>La formazione</b>	Incontri formativi	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
<b>INIZIATIVA 4</b> <b>Il supporto ai beneficiari</b>	Kit per gli obblighi di comunicazione e attivazione help desk	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
<b>INIZIATIVA 5</b> <b>Monitoraggio e valutazione</b>	Affidamento di un servizio di valutazione esterno	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC