



Comitato di Sorveglianza
POR FESR FSE Molise 2014-2020
20 luglio 2018

Piano di Comunicazione 2018

PIANO DI COMUNICAZIONE DEL POR MOLISE FESR – FSE ANNUALITÀ 2018

Con il presente piano di comunicazione si definiscono le attività da svolgere per l'annualità 2018 nell'ambito del POR Molise FESR e FSE 2014/2020, declinandole in modo da operare in un contesto comunicativo organico, riconoscibile e adattabile alle diverse esigenze informative, divulgative o promozionali.

Il 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 del 2016 e del 2017, con particolare riferimento alle attività non ancora attuate.

OBIETTIVI SPECIFICI

Il Piano annuale 2018 rende operative le priorità definite nella Strategia di Comunicazione, definendo le attività mirate al raggiungimento degli obiettivi specifici legati all'attuale momento programmatico, quali:

- 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;

TARGET

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

Le attività di comunicazione per l'annualità 2018 sono suddivise in cinque iniziative generali, all'interno delle quali si articolano le attività specifiche. Tutte le azioni del piano sono orientate al coordinamento e all'integrazione di messaggi e linguaggi.

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

Sintesi dell'attività:

Il sito del Programma, già funzionante, 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. I contenuti dovranno adattarsi al registro *social*, includendo strumenti che incrementino la visibilità (es: *hashtag*).

Stato dell'arte:

- riorganizzazione contenuti già on line: avviata
- acquisizione strumenti social e analytics: da avviare

Modalità di affidamento:

- riorganizzazione contenuti già on line: l'attività sarà svolta dalle risorse interne;
- acquisizione strumenti social: l'attività sarà affidata ad un'agenzia di comunicazione, individuata tramite apposita gara secondo le disposizioni del D. lgs n.50/2016;
- analytics: il sito web è già dotato dello strumento. I dati saranno acquisiti e analizzati dal personale dell'A.T. ai fondi strutturali.

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:

1.2.1 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.

1.2.2 canale Youtube: il canale Youtube, sarà utilizzato per trasmettere le produzioni multimediali, come video tutorial prodotti per esigenze specifiche, sintesi di eventi etc.;

1.2.3 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. Si tratta di un servizio che acquisirà piena funzionalità nel lungo periodo, in particolar modo a seguito della registrazione degli utenti che saranno invitati ad effettuare la registrazione attraverso la pagina Facebook.

1.2.4 Promozione della conoscenza del portale (SEO): 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

Modalità di affidamento:

Le attività di carattere altamente specialistico saranno affidate ad un'agenzia di comunicazione, secondo le disposizioni del D.lgs n.50/2016 individuata tramite apposita gara.

1.2.5 Sponsorizzazioni su Facebook

Sintesi dell'attività:

attività 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

Modalità di affidamento:

Le attività di carattere altamente specialistico saranno affidate ad un'agenzia di comunicazione, secondo le disposizioni del D.lgs n.50/2016 individuata tramite apposita gara.

BUDGET PER INIZIATIVA 1 - LA COMUNICAZIONE DIGITALE (IVA INCLUSA):
€ 50.000,00

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

Modalità di affidamento:

La realizzazione dello spot sarà affidata ad un'agenzia di comunicazione, individuata tramite apposita procedura di affidamento, secondo le disposizioni del D. lgs n.50/2016.

L'acquisto degli spazi radiotelevisivi sarà effettuato da parte dell'Amministrazione presso le concessionarie pubblicitarie.

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

Modalità di affidamento:

I banner grafici per la promozione di bandi e misure specifiche saranno realizzati dall'agenzia di comunicazione, individuata tramite apposita gara, secondo le disposizioni del D. lgs n.50/2016.

L'acquisto degli spazi radiotelevisivi sarà effettuato da parte dell'Amministrazione presso le concessionarie pubblicitarie.

2.3 Eventi e Workshop

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.

2.3.1 Evento annuale

Sintesi attività

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 2018 ricorre l'anniversario dei 30 anni dei Fondi Strutturali. Per celebrare tale ricorrenza, attraverso l'evento annuale saranno ripercorsi i principali risultati e impatti dei Programmi Operativi sul territorio regionale.

Stato dell'arte:

da attivare

Modalità di affidamento

La gestione integrata degli eventi sarà affidata ad un'agenzia di comunicazione individuata tramite apposita gara, secondo le disposizioni del d. lgs n.50/2016, mentre l'amministrazione manterrà il coordinamento e la gestione dei contenuti.

2.3.2 Festa dell'Europa 2018

Sintesi attività

La Festa dell'Europa 2018 è stata dedicata alle persone con disabilità prese in carico dai Centri Socio Educativi del territorio. I centri sono stati visitati da un ristretto team di comunicatori che ha condiviso con gli utenti semplici contenuti sui principali temi europei. L'evento è stato seguito da un fumettista, che ha tradotto in immagine i momenti più significativi.

Stato dell'arte:

attivato e concluso

Modalità di affidamento

La realizzazione dell'evento è stata gestita internamente dalle risorse dell'amministrazione. La fornitura dei gadget e del personale specializzato (moderatore e fumettista) è stata affidata ad un'agenzia individuata secondo le disposizioni del Dlgs. n. 50/2016 con una gara tramite Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione.

2.3.3 Organizzazione delle riunioni del Comitato di Sorveglianza (2018 e 2019)

Sintesi attività

In un'ottica di promozione territoriale 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.

Stato dell'arte:

da attivare

Modalità di affidamento

L'attività sarà gestita dalle risorse interne all'Amministrazione

2.4 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:

da attivare

Modalità di affidamento

L'attività sarà gestita dalle risorse interne all'Amministrazione

2.5 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

Modalità di affidamento

La realizzazione del materiale cartaceo (grafica e stampa) e la produzione dei gadget sarà affidata ad un'agenzia di comunicazione individuata con apposita procedura secondo le disposizioni del Dlgs. 50/2016.

2.6 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

Modalità di affidamento

La realizzazione del materiale cartaceo (grafica e stampa) e la produzione dei gadget sarà affidata ad un'agenzia di comunicazione individuata con apposita procedura secondo le disposizioni del Dlgs. 50/2016.

**BUDGET PER L' INIZIATIVA 2 - LA COMUNICAZIONE TRADIZIONALE (IVA INCLUSA):
€ 150.000,00**

INIZIATIVA 3: LA FORMAZIONE

A supporto del personale regionale coinvolto nel Programma Operativo finanziato dal FESR e dal FSE e in coerenza con il Piano di Rafforzamento Amministrativo, saranno organizzate delle giornate formative sulle principali tematiche amministrative e finanziarie connesse al POR.

3.1 Rilevazione fabbisogni formativi

Sintesi attività

Con l'obiettivo di colmare eventuali punti di debolezza del personale impiegato sull'attuazione del Programma, sono stati somministrati dei questionari di rilevazione delle esigenze formative, sulla base dei quali saranno selezionate le tematiche da affrontare durante le giornate formative.

Stato dell'arte:
concluso

Modalità di affidamento

L'attività è stata gestita dalle risorse interne all'Amministrazione

3.2 Incontri di formazione

Sintesi attività

Sulla base di quanto emerso dall'analisi dei questionari somministrati al personale impiegato sul Programma, saranno organizzate delle giornate formative sui seguenti temi:
La formazione sarà effettuata da esperti dei vari settori contattati dall'amministrazione

Stato dell'arte:

da attivare

Modalità di affidamento

L'attività sarà gestita dall'Assistenza Tecnica esperta acquisita per il POR e aggiudicata in favore del RTI tra Consedin S.p.a. e Ernst & Young Financial - Business Advisors S.p.a., secondo le modalità previste dal piano di lavoro presentato.

BUDGET PER INIZIATIVA 3 - LA FORMAZIONE (IVA INCLUSA):

€ 10.000,00

INIZIATIVA 4: L'ASSISTENZA AI BENEFICIARI

Sintesi attività

I beneficiari del POR riceveranno un concreto supporto rispetto le attività obbligatorie attraverso:

- La predisposizione di un Kit di comunicazione, inerente i differenti obblighi di comunicazione a carico dei beneficiari (modelli di cartelloni, targhe, manifesti e poster);
- L'attivazione di Help desk attraverso una mail dedicata (contactcenter@regione.molise.it);

Stato dell'arte:

da attivare

Modalità di affidamento

Per gli aspetti della grafica l'attività sarà supportata da un'agenzia di comunicazione, individuata con apposita procedura secondo le disposizioni del Dlgs. 50/2016, e coordinata dall'amministrazione per gli aspetti contenutistici.

BUDGET PER INIZIATIVA 4 - L'ASSISTENZA AI BENEFICIARI (IVA INCLUSA):

€ 18.039,25

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 esterno, eventualmente anche utilizzando web sentiment analysis. La misurazione puntuale dell'efficacia delle azioni 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

Modalità di affidamento

L'attività sarà affidata ad una società esterna, individuata con apposita procedura secondo le disposizioni del Dlgs. 50/2016.

BUDGET PER L'INIZIATIVA 5 - IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE (IVA INCLUSA):
€ 18.039,25

IL BUDGET

Il budget complessivo a disposizione per l'annualità 2018 è pari a € 246.078,50. La somma comprende sia la quota annuale pari a € 78.340,00, sia le risorse non spese degli anni precedenti.

Tabella di sintesi e cronoprogramma

INIZIATIVE	ATTIVITÀ SPECIFICHE	CRONOPROGRAMMA											
		GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
INIZIATIVA 1 La comunicazione digitale	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
	Sponsorizzazioni su Facebook	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
INIZIATIVA 2 La comunicazione tradizionale	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
	Iniziative per incrementare la visibilità in ambito nazionale	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
INIZIATIVA 3 La formazione	Rilevazione dei fabbisogni informativi	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Incontri formativi	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
INIZIATIVA 4 Il supporto ai beneficiari	Kit per gli obblighi di comunicazione e attivazione help desk	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
INIZIATIVA 5 Monitoraggio e valutazione	Affidamento di un servizio di valutazione esterno	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC