



Piano di comunicazione del POR Molise FESR – FSE

Annualità 2020/2021

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.

Per l’annualità 2020/2021, considerando le straordinarie condizioni emergenziali legate alla pandemia da COVID-19, la parte più consistente delle attività sarà programmata con la modalità “a distanza”, riservando all’Amministrazione la possibilità in termini progettuali e di riserve economiche, di convertire quanto programmato in attività in presenza, con particolare riferimento alla categoria “Eventi”.

Saranno inoltre privilegiati i canali della comunicazione on line attraverso gli strumenti del web e dei social, limitando l’utilizzo di strumenti e mezzi appartenenti alla comunicazione tradizionale, fermo restando il raggiungimento degli obiettivi specifici e del target di riferimento del piano.

Per l’attuazione di parte delle attività ci si avvarrà del Servizio di supporto al Piano di Comunicazione, affidato alla società Red Group Italia srl con Determinazione Dirigenziale n. 3093 del 28/06/2019 e attivo fino al 16 marzo 2021.

Dettagli e tempi di attuazione degli interventi di competenza di Red Group Italia saranno definiti in un piano operativo in cui saranno identificate anche le attività dell’offerta tecnica non compatibili con le condizioni imposte dal XCovid-19, dunque da convertire.

OBIETTIVI SPECIFICI E TARGET DI RIFERIMENTO

Le attività dell’annualità 2020/21 saranno selezionate nell’ottica di perseguire gli obiettivi specifici legati all’attuale momento programmatico, in coerenza con la strategia di comunicazione, ma anche con le esigenze comunicative emerse a seguito dell’emergenza da Covid-19, che ha imposto una accelerazione in termini programmatici, nonché una virata delle risorse in direzione del supporto alle fasce della società più colpite dall’emergenza, determinando una riprogrammazione del POR (Procedura scritta 2/2020) che consentirà di continuare a sostenere il tessuto economico Molisano anche nella fase della ripresa.

Gli obiettivi specifici del piano di comunicazione 2020/2021, sono

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

Le attività per l'annualità corrente restano suddivise in cinque categorie generali, all'interno delle quali si articolano le attività specifiche.

1- LA COMUNICAZIONE DIGITALE

La categoria della comunicazione digitale, comprende tutte le attività svolte on line, attraverso il sito web e i social:

- **Sito web: moliseineuropa.it**

Per l'annualità 2020/2021, l'attività relativa al sito web, principale canale di comunicazione del Programma, sarà inerente:

- l'aggiornamento continuo dei contenuti ordinari in termini redazionali (notizie sull'attuazione, avvisi e bandi, notizie, elenco beneficiari, etc.);
- Implementazione sito web con area dedicata alla programmazione 2021/2027;
- l'acquisizione degli analytics come strumento di controllo e di conoscenza dei propri utenti (da attuare);
- il collegamento a strumenti social che consentano di condividere i contenuti direttamente dalle pagine web sui principali social.

- **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.

- **Acquisizione e implementazione strumenti social:**



- **Pagina Facebook:** acquisita nel corso del 2019, dovrà essere implementata con particolare riferimento al numero degli utenti che seguono la pagina, attraverso i “post in evidenza”, le “inserzioni fb e altri strumenti che consentono di incrementare condivisioni e interazioni;
- **Canale Youtube:** acquisito nel corso del 2019 e da implementare con nuovi contenuti;
- **Telegram:** acquisizione del servizio di messaggistica istantanea e broadcasting particolarmente adatto alla comunicazione con i beneficiari delle azioni per comunicazioni tecniche

- **Sponsorizzazioni su Facebook**

Azioni pubblicitarie che, a partire da una pagina (in questo caso di titolarità POR), promuova, in base alle esigenze che si presentano, post specifici (ad esempio riferiti all’evento annuale o la festa dell’Europa); immagini, app o altre pagine Facebook. Tale attività consente di selezionare il target di riferimento per ogni sponsorizzazione.

- **Newslettering e mail alert (CRM)**

La newsletter del POR, attiva da settembre 2019, è pubblicata con cadenza bimestrale, per un totale di 12 numeri di cui cinque già pubblicati. Il servizio funziona attraverso la registrazione degli utenti e prevede l’implementazione fino a di marzo 2021.

Budget - La comunicazione digitale: € 44.973,50

2- EVENTI E INIZIATIVE

La categoria Eventi si compone di attività dal registro più o meno istituzionale che vanno dall’evento annuale a workshop su attività pratiche per i beneficiari. In considerazione dell’emergenza da Covid-19, la scelta per gli eventi dell’annualità 20/21 ricade su format principalmente on line, che consentono di mantenere un impatto significativo, soprattutto promuovendo l’interattività degli utenti, con un rischio nullo di contagi,

La categoria eventi comprende:

- **Eventi annuali**

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. Per l’annualità 2020 sarà sostituito con una campagna di comunicazione sui social media, in particolare su Facebook.

Obiettivo campagna: dare visibilità al programma in termini concreti di azioni finanziate

Strategia: dare voce ai beneficiari dei finanziamenti attraverso gli strumenti dei social, ovvero attraverso post+foto o brevi video che racchiudano il senso del finanziamento ricevuto



Modalità operative: i materiali audio/video saranno raccolti e riproposti sulle pagine facebook del POR e della Regione Molise, opportunamente riorganizzati con un linguaggio coerente, un tono colloquiale e semplice adatto ai social, e un orientamento emozionale indirizzato sulla ripartenza, alla ripresa e al supporto dei Fondi Europei e della Regione Molise

il materiale della campagna può essere rielaborato per uno spot radio/tv (un solo passaggio al giorno a ridosso del tg)

Laddove le condizioni emergenziali legate al Covid -19 lo permettessero, a partire dal secondo trimestre del 2021 si programma l'evento annuale relativo all'annualità 2021 che si inserisce tra le attività del presente piano con la modalità in presenza.

L'evento sarà basato sulla chiusura del POR Molise FESR-FSE 2014/2020 e l'avvio della programmazione 2021/2027.

- **Festa dell'Europa 2021:**

Esposizione virtuale dei risultati del Programma: tutti gli interventi finanziati saranno fotografati e montati, distinti per opportune categorie, in un breve video che verrà trasmesso on line il 9 maggio, con un appuntamento virtuale aperto a tutti i cittadini. Il senso del video deve comunicare presso un pubblico ampio e generico il ruolo della Politica di Coesione e dei Fondi SIE presso i cittadini;

- **Catalogo degli interventi:**

Le foto raccolte per il montaggio della festa dell'Europa saranno catalogate e suddivise per costruire il catalogo degli interventi della programmazione 2014/2020, prodotto soli in digitale.

- **Organizzazione delle riunioni del Comitato di Sorveglianza (2020 e 2021):**

Le riunioni del CdS, laddove indifferibili, saranno sostituite con videoconferenze su piattaforme on line fino al ripristino della possibilità di svolgerle in presenza

Budget – Eventi e iniziative: € 59.973,50

3- LA COMUNICAZIONE TRADIZIONALE

La comunicazione tradizionale comprende i messaggi veicolati tramite i media tradizionali, principalmente stampa, radio, televisione e affissioni ed eventi in presenza.

Spot radio/tv/stampa

Gli spot a mezzo radio e tv e le inserzioni sui giornali on line e cartacei saranno utilizzati per promuovere e dare massima diffusione alle opportunità offerte dal POR, con particolare riferimento ad avvisi e bandi in corso.



Budget - La comunicazione tradizionale: € 106.373,50

5 - IL MONITORAGGIO E LA VALUTAZIONE

Nel corso del 2019 è stata svolta un'indagine relativa al raggiungimento degli obiettivi della strategia di comunicazione. Tra i principali risultati risulta una crescente necessità di semplificazione dei linguaggi e degli strumenti, con particolare riferimento alla presenza sui social, emersi dal campione esaminato come scelte privilegiate per l'informazione circa le azioni del POR.

Certi del potere degli strumenti social nell'ambito dell'orientamento e del direzionamento dell'informazione, sia tecnica (beneficiari) sia divulgativa (grande pubblico), nell'arco del 2020 la valutazione degli impatti della comunicazione sarà effettuato attraverso le statistiche interne ai social utilizzati, nonché l'acquisizione degli analytics come strumento di controllo e di conoscenza dei propri utenti.

7- IL BUDGET

Il budget complessivo a disposizione per le annualità 2020 e 2021, è pari ad € 218.000,05.

La somma comprende:

€ 153.000,50, impegnate per il servizio di supporto al Piano di Comunicazione, affidato ad una società esterna che collaborerà con l'amministrazione fino a Marzo 2021.

€ 65.000,00 da impegnare per l'annualità 2021 per le attività relativa a spot Tv, radio e inserzioni sui giornali on line e cartacei.

8- STRUTTURE RESPONSABILI DELL'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

RUOLO	STRUTTURA	SOGETTO
Strutture responsabili dell'attuazione della Strategia di Comunicazione:	Autorità di Gestione del POR Molise FESR – FSE 2014/2020	Ing. Mariolga Mogavero
Struttura preposta alla programmazione e attuazione della comunicazione – Azioni FESR e FSE:	Direttore servizio di Coordinamento Programmazione Comunitaria, Fondo FESR - Responsabile della Strategia di Comunicazione	Ing. Mariolga Mogavero



Cronoprogramma annualità 2020

INIZIATIVE	ATTIVITÀ SPECIFICHE	CRONOPROGRAMMA ANNUALITÀ 2020/21											
		NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
La comunicazione digitale	Sito web	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Promozione e conoscenza del portale	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Implementazione pagina Facebook	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Canale Youtube	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Acquisizione canale Telegram	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Sponsorizzazioni su Facebook	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Newslettering e mail allert	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
Gli eventi e le iniziative	Evento annuale 2020	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Festa dell'Europa 2021	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Catalogo degli interventi	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Riunioni del Comitato di Sorveglianza	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
Comunicazione tradizionale	Spot radio/tv	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
Assistenza ai beneficiari	Assistenza da remoto	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Telegram	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
Monitoraggio e valutazione	Statistiche interne ai social	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT
	Acquisizione degli analytics	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT