PIANO ANNUALE DI COMUNICAZIONE

2016

DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE

FESR - FSE

2014-2020

Giugno 2016

PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DEL POR MOLISE FESR-FSE PER L'ANNO 2016

(Piano annuale di comunicazione 2016)

In linea con quanto previsto nella Strategia di Comunicazione del POR FESR-FSE 2014/2020 della Regione Molise, con il presente documento si intende fornire il quadro delle attività di comunicazione pianificate per l'anno 2016.

La Regione condurrà le attività di informazione e comunicazione nell'intento di dare corretta diffusione dell'importanza del ruolo dell'Unione Europea nella riduzione del divario tra gli Stati Membri, nonché di informare i cittadini circa le opportunità concrete che la stessa Unione Europea offre, concorrendo così a migliorare la qualità della vita lavorativa e sociale.

Le azioni previste dal Piano di Comunicazione 2016 si articoleranno nell'ottica di garantire ai target:

Riconoscibilità delle azioni informative;

Valorizzazione del Partenariato sociale, economico ed istituzionale;

Promozione delle opportunità

Coordinamento sistematico della comunicazione

Il Piano di comunicazione 2016 e gli obiettivi della strategia

In continuità con quanto su enunciato, nel corso dell'annualità 2016 l'amministrazione intende mettere in campo attività volte al conseguimento degli obiettivi dichiarati nella Strategia:

- 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.

Nell'ottica di valutare concretamente l'efficacia delle attività di comunicazione in termini di raggiungimento dei summenzionati obiettivi, oltre alle attività operative da svolgere durante l'arco della Programmazione 2014/2020 e descritte nei prossimi paragrafi, l'Amministrazione intende procedere alla valutazione della linea operativa e strategica tramite mirati misuratori di efficacia. L'obiettivo primario è quello di attivare azioni che siano dirette all'opinione pubblica, ai destinatari delle misure, ai potenziali beneficiari, al partenariato istituzionale e socio–economico, ai mass media, non solo per informare sulle possibilità della nuova Programmazione, anche, preliminarmente, ma contemporaneamente per individuare con puntualità il grado di consapevolezza attuale del cittadino molisano, in merito alle azioni e alle attività promosse e portate avanti dall'Unione Europea. Acquisito tale dato, si potrà procedere ad una più efficacie

programmazione delle azioni future ed, eventualmente, alla correzione delle azioni già programmate, così da rispondere efficacemente ad esigenze conoscitive/informative non previste o prevedibili con gli attuali dati a disposizione.
L'utilità di un'indagine così predisposta risiede soprattutto nella individuazione di un campione rappresentativo e variegato, oltre che nella capacità di strutturare interviste ed elaborare dati di valenza sia quantitativa, sia qualitativa.

Il Piano di comunicazione 2016 e gli elementi di start

Per individuare le azioni concrete di comunicazione da portare avanti nell'arco del 2016, sono stati selezionati degli elementi specifici di "start". Pur facendo riferimento ad un Programma plurifondo che agisce come strumento unitario e integrato per impattare in modo deciso sul territorio, ad entrambi i fondi sono state attribuite delle priorità, che indirizzano e contribuiscono alle definizione delle azioni di comunicazione del piano.

Priorità FESR

- Promuovere gli investimenti delle imprese in R&I sviluppando collegamenti e sinergie tra imprese, centri di ricerca e sviluppo e il settore dell'istruzione superiore;
- Migliorare l'accesso, l'impiego e la qualità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, rafforzando le applicazioni delle TIC per l'e-government, l'e-learning, l'e-inclusione, l'e-culture e l'e-health;
- Sviluppare e realizzare nuovi modelli di attività per le PMI, in particolare per l'internazionalizzazione;
- Sostenere la creazione e l'ampliamento di capacità avanzate per lo sviluppo di prodotti e servizi;
- Sostenere la capacità delle PMI di impegnarsi nella crescita sui mercati regionali, nazionali e internazionali e nei processi di innovazione
- Sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori a livello di imprese - Promuovere l'efficienza energetica e l'uso dell'energia rinnovabile nelle imprese, nonché la gestione intelligente dell'energia nelle infrastrutture pubbliche, e nel settore dell'edilizia abitativa;
- Conservare, proteggere, promuovere e sviluppare il patrimonio naturale e culturale.

Priorità FSE

- Qualificare il sistema formativo nelle sue diverse componenti - dall'istruzione e formazione professionale all'alta formazione - per favorire l'inserimento, il reinserimento e una permanenza qualificata delle persone nel mercato del lavoro;
- Rafforzare e innovare i percorsi formativi di raccordo tra il sistema educativo e il mondo del lavoro e tra un lavoro e l'altro;
- Affrontare in modo mirato l'emergenza occupazionale con misure complesse di intervento anche mediante politiche attive da attuare con il riconoscimento dell'Area di Crisi complessa;
- Riorganizzare i centri per l'impiego e renderli maggiormente accessibili, anche attraverso le tecnologie digitali ed un maggior raccordo con le altre strutture del lavoro regionali e i riferimenti istituzionali sul territorio;
- Aprire il sistema educativo e formativo a una dimensione internazionale favorendo ed implementando tirocini e stages da e verso l'Estero;
- Razionalizzare gli interventi per l'inclusione sociale delle persone in condizioni di svantaggio, con particolare attenzione alle persone disabili;
- Promuovere la capacità di azione integrata delle diverse istituzioni competenti nella

programmazione degli interventi per l'occupazione.

In questo senso, la struttura del Programma Operativo richiama gli obiettivi tematici propri del FESR e del FSE, declinati in assi di intervento, priorità di investimento e obiettivi specifici che avranno come azioni prioritarie:

- **Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione**, per colmare il fabbisogno di innovazione e superare la frammentazione imprenditoriale, incrementando la percentuale della spesa in R&S sul PIL e, soprattutto, la natalità delle imprese nei settori knowledge intensive;
- **Agenda digitale**, orientata a fornire servizi di alto impatto qualitativo, attraverso più elevate prestazioni smart delle aree urbane e al miglioramento della qualità della vita nelle aree interne;
- **Competitività del sistema produttivo** per consolidare, modernizzare e diversificare i sistemi produttivi territoriali, incrementando il livello di internazionalizzazione e lanciando nuovi modelli di attività per le PMI, anche attraverso la creazione di start-up;
- **Ambiente, cultura e turismo** per conservare, proteggere, promuovere e sviluppare il patrimonio naturale e culturale, migliorando gli standard di offerta e fruizione dell'offerta turistica, anche attraverso il riposizionamento delle destinazioni turistiche;
- **Sviluppo sostenibile**, attraverso l'incentivazione di un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva e che supporti le PMI;
- **Pari opportunità e non discriminazione**, per favorire l'inclusione lavorativa delle persone in situazioni di svantaggio, anche come strumento di arricchimento alle imprese locali;
- **Parità tra uomini e donne**, per favorire la piena partecipazione delle donne, all'istruzione, alla formazione e al lavoro qualificato, anche promuovendo il loro accesso alla formazione tecnica e tecnologica.

Si possono quindi sintetizzare gli obiettivi che saranno portati avanti nell'ambito dell'attuazione del Programma, con il supporto del Piano di Comunicazione:

Obiettivo generale FESR

Conseguire una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva basata sulla realizzazione di nuove soluzioni per migliorare la vita, biologica e sociale, orientata al greening dei processi di produzione e di consumo, alla crescita delle industrie sostenibili, alla diffusione delle organizzazioni responsabili, al welfare, alla integrazione, alla solidarietà, alla interconnessione e complementarità tra le aree interne ed i sistemi urbani.

Obiettivo generale FSE

Contribuire al raggiungimento degli obiettivi del PO FSE 2014-2020, diffondendo la conoscenza delle opportunità, promuovendo il sapere come strumento di crescita individuale e collettiva, evidenziando il ruolo che l'Unione europea svolge nella programmazione e attuazione delle politiche regionali per la formazione e il lavoro.

Il Piano di comunicazione 2016 e i target del POR

All'interno della Strategia di Comunicazione, i vari livelli di destinatari del POR sono stati divisi in gruppi bersaglio più o meno omogenei, allo scopo di selezionare modalità e mezzi di comunicazione efficienti ed efficaci, poiché pensati sulla base delle specifiche esigenze informative e conoscitive dei destinatari.
In questo senso, nella strategia di comunicazione si sceglie di seguire 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".

In base alle priorità di finanziamento del POR stesso, cioè a partire dalle specifiche linee di intervento (Assi), sono stati individuati tre gruppi di *target* omogenei:
1) ***Target* specifici e diretti**, costituiti cioè dal grande gruppo dei potenziali beneficiari e destinatari (PMI, Enti territoriali e Istituzioni, Imprenditori e aspiranti imprenditori, Studenti, giovani inoccupati o disoccupati, donne inoccupate o disoccupate, disoccupati di lungo periodo, cittadini di età compresa tra 25 e 35 anni di età in cerca di lavoro o di occasioni formative);

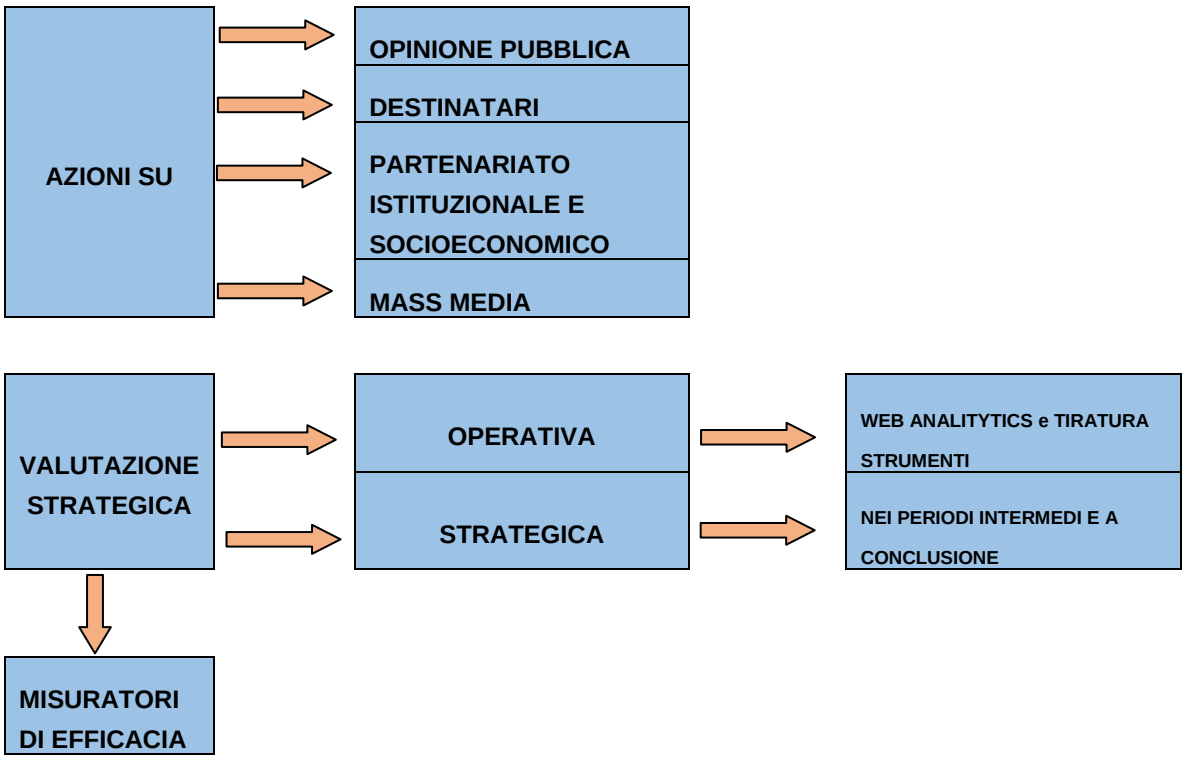
2) ***Target* specifici e indiretti**, cioè i soggetti che concretamente opereranno nell'attuazione del Programma, a supporto dell'amministrazione regionale nella definizione dei bisogni (PMI, PA, enti di formazione, orientamento e collocamento, associazioni di categoria, organismi di supporto sociale);

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.

Le caratteristiche della Strategia

All'individuazione dei target va accostato, come elemento necessario per un lavoro compiuto, ***l'analisi delle esperienze e dei risultati del precedente periodo di programmazione***, in particolare implementando quegli aspetti "critici" che, se valorizzati, possono tramutarsi in punti di forza:

- fare "sistema" con le altre Autorità di Gestione Regionali
- maggiore coinvolgimento degli stakeholder nella diffusione delle iniziative (anche per responsabilizzarli maggiormente)
- intensificazione e sistematizzazione dell'utilizzo dei social media
- rafforzamento di azioni di comunicazione interattive e partecipate
- integrazione di strumenti e di canali
- storytelling di seconda generazione

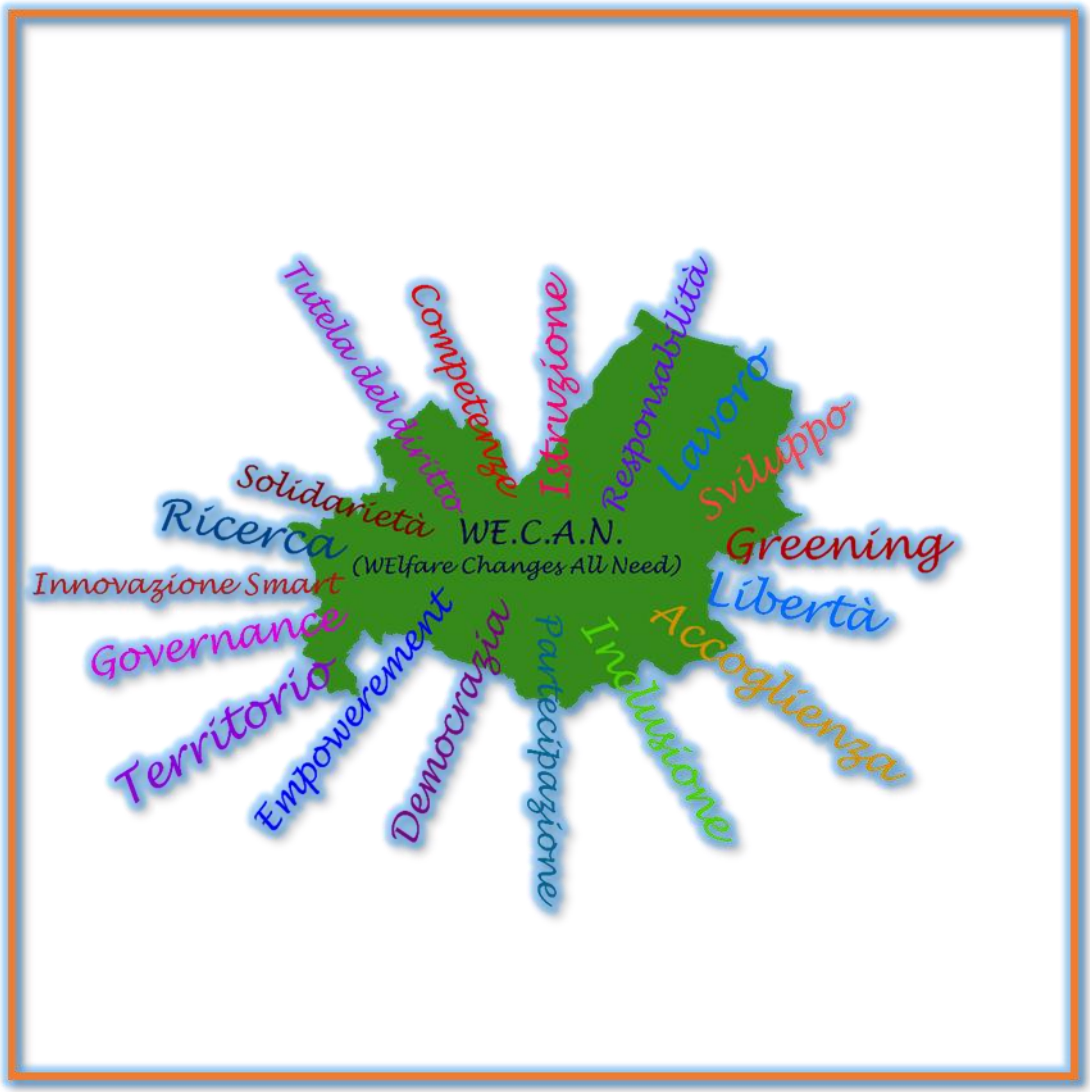


La Comunicazione per il POR 2014-2020, soprattutto nella fase di avvio 2016, si basa su una strategia integrata alle strategie di comunicazione degli altri Fondi SIE e dei Programmi Europei a gestione diretta, elemento decisivo per offrire una visione d'insieme più efficace del ruolo dell'Ue e per massimizzarne l'impatto comunicativo.

L'integrazione è da intendersi, dunque, con le altre iniziative di comunicazione, a prescindere dalla fonte di finanziamento; con il partenariato istituzionale ed economico-sociale, utile per modulare al meglio le azioni in funzione dei destinatari e per ottimizzare la trasmissione delle informazioni; con le reti di informazione europea e con la rete attiva per il lavoro, servizi centrali per raggiungere gli obiettivi di questa Strategia.

L'integrazione riguarda anche la scelta degli strumenti e dei canali di comunicazione. Senza prescindere dalla necessità di una comunicazione coordinata e con un'identità fortemente riconoscibile, si ritiene opportuno declinare i vari messaggi – pur mantenendone l'uniformità - in base alle caratteristiche e alle esigenze dei destinatari, sia per quanto riguarda la loro formulazione sia per quanto riguarda i mezzi con cui vengono veicolati.

Il perno dell'identità comunicativa, sarà individuata a partire dalla Start Up di Comunicazione e best practices del POR Molise FESR e FSE 2014-2020: WE.C.A.N.:



In questo senso, dunque, l'infrastruttura di Welfare è rappresentata dalla nostra Regione, contenitore ideale di tutto l'empowerement fondato sui valori e sulle azioni utili a far crescere un territorio.

Infine, rispetto alla precedente programmazione e facendo tesoro anche delle criticità riscontrate, la parola chiave dello *start* della Comunicazione del POR 2016 è:

ACCESSIBILITÁ

intesa sia come capacità di raggiungere materialmente i destinatari con le azioni di comunicazione, sia come principio ispiratore per la formulazione dei messaggi, che devono essere chiari, espliciti, obiettivi ed esaustivi, per essere compresi da tutti i destinatari senza difficoltà.

Piano di comunicazione 2016: scelte operative

La scelta di azioni e strumenti di comunicazione da attivare nell'annualità 2016 è quindi relazionata agli obiettivi enucleati nella Strategia, nonché alle esigenze attuative del Programma e

all'intercettazione di specifici gruppi di *target*, al fine di valorizzare l'esperienza maturata nel corso del precedente ciclo di programmazione e del primo annuo di attuazione del POR Molise FESR-FSE 2014/2020.
Già nel corso dell'anno 2015, a seguito dell'approvazione del POR, la Regione Molise ha avviato attività di comunicazione funzionali al conseguimento dei suddetti obiettivi. In particolare si è proceduto alla realizzazione di una campagna di comunicazione connessa al lancio del POR Molise FESE e FSE 2014/2020, basata principalmente sull'utilizzo della nuova immagine grafica coordinata, al fine di avviare un processo di forte riconoscibilità a partire dai mezzi di comunicazione del web. Nello specifico la campagna di lancio del nuovo POR ha incluso:

- Creazione di un layout grafico unitario (logo e pay off): l'amministrazione ha proposto per la rappresentazione del POR un logo che raffigura un uccello, la cui forma richiama graficamente i confini della Regione Molise. La natura plurifondo del Programma è rappresentata dai due colori del logo: l'azzurro per il FESR e l'arancio per il FSE. Il pay off a corredo del logo, *"In volo verso il futuro"*, richiama le opportunità offerte dalla Comunità Europea.
- Organizzazione dell'evento di lancio del POR Molise FESR e FSE 2014: svolto in data 03/11/2015, a ridosso del primo Comitato di Sorveglianza del POR 2014/2020, l'evento di lancio ha visto la partecipazione di oltre 230 persone ed è stato trasmesso in streaming anche nel linguaggio dei segni per ampliarne la diffusione anche ai diversamente abili.
- Progettazione e stampa di materiale informativo e gadget promozionali: a sostegno della campagna di lancio sono state prodotte e diffuse:
    - N. 5000 copie dell'opuscolo di sintesi del POR Molise FESR e FSE 2014/2020, redatto per il cittadina, con un linguaggio semplice e immediato;
    - N. 50 opuscoli "Linee guida alla chiusura del POR FESR Molise 2007/2013", pubblicate anche sul sito web dedicato al POR www.moliseineuropa.eu;
    - N. 300 Adesivi con logo e pay off del POR FESR 20027/2013 con Q.R. code che rimanda alla pagina web creata a sostegno dell'evento di lancio e che contribuisce a creare riconoscibilità della nuova immagine coordinata e ad abituare l'utente a visitare le pagine del sito web,
    - strumento nel quale saranno riversate tutte le informazioni relative al Programma.

Un risultato positivo ed in linea con i *target* auspicati, che potrà essere capitalizzato nella individuazione e selezione di attività/strumenti da utilizzare per la programmazione/attuazione degli interventi nel corso del 2016.

Le attività che la Regione Molise intende realizzare nell'anno 2016 sono schematizzate nella tavola di seguito riportata. La valutazione della Strategia adottata e, conseguentemente del piano di comunicazione annuale che ne costituisce il principale strumento attuativo, avverrà con cadenza sistematica attraverso l'osservazione degli indicatori definiti nella Strategia stessa.

Come previsto nell'ambito della Strategia, la Regione, implementando il sistema di monitoraggio regionale, intende sorvegliare l'attuazione delle varie scelte programmate, verificando il conseguimento dei *target* fissati.

Azioni e budget

Per l'attuazione complessiva delle attività di comunicazione a livello macro del Programma sono stati stanziati € 460.822,00, ripartiti come di seguito:

- € 317.703,00 a valere sull'Asse dedicato all'Assistenza Tecnica FESR;
- € 143.119,00 a valere sull'Asse dedicato all'Assistenza Tecnica FSE.

Nel rispetto della specificità dei due fondi, parte del budget complessivo destinato alle attività di comunicazione sarà mantenuto per iniziative specifiche in via esclusiva per il FESR o per il FSE.

Le attività comuni saranno finanziate "pro quota", ponendo a carico del FESR il 75% e del FSE il 25%.

Per l'anno 2016, il budget complessivo previsto è pari al 22% del totale, per un importo di € 101.381,00.

Le somme programmate per le attività di seguito elencate sono da considerare IVA inclusa.

In continuità con quanto già attuato con il POR FESR 2007/2013, parte delle attività di comunicazione saranno curate e svolte dalle risorse dell'Assistenza tecnica interna. Per far fronte a questa ulteriore voce di costo, saranno appostate risorse finanziarie nell'ambito del budget della comunicazione, pari a euro 30.000,00 lorde/annue da ripartire proporzionalmente tra i due Fondi.

Tavola – Pianificazione delle attività di comunicazione per l'anno 2016

ATTIVITA'/STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	DESCRIZIONE	NUMERO	PERIODO DI ATTUAZIONE	GRUPPI DI DESTINATARI	COSTI PREVISTI
Comunicazione tradizionale					
Prodotti promozionali cartacei e audiovisivi (FESR e FSE)	A supporto delle varie azioni del Programma (eventi, pubblicazione bandi e avvisi, scadenze particolari, etc.), saranno prodotti *brochures*, *depliants*, opuscoli e manifesti ai fini della diffusione e promozione di bandi e avvisi, redatti anche con modalità differenziate, al fine di renderle accessibili a persone con disabilità	2000	2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*[1]	€ 5.000,00
Progettazione e diffusione modelli di targhe con il simbolo dell'UE ed altri elementi pubblicitari (FESR e FSE)	Allegato XII del reg. (UE) 1303/2013 - Esposizione delle targhe in modo permanente presso le sedi dell'AdG – Saranno predisposti modelli per i singoli fondi e un modello comune	2	Giugno/Luglio 2016	Grande pubblico e target diretti	€ 1.000,00
Definizione, pubblicazione e aggiornamento semestrale dell'elenco delle operazioni (FESR e FSE)	Allegato XII del reg. (UE) 1303/2013, Sez. 1.- L'elenco sarà pubblicato nel sito della Regione e aggiornato semestralmente –	1	2016	Grande pubblico e *stakeholder*	€ 0 *
Predisposizione e pubblicazione di materiale di supporto alla programmazione (FESR e FSE)	Nell'ottica di massima trasparenza e accessibilità si prevede di produrre e pubblicare tutto il materiale a supporto della programmazione, non solo per chi collabora concretamente all'attuazione ma anche per chi, dall'esterno, vuole aggiornarsi sullo stato di avanzamento e sulle iniziative, seguendo la logica degli open data	4	2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti*	€ 1.000,00
Pubblicazione di un volume di raccolta dei regolamenti della Programmazione 2014/2020 in relazione ai fondi FESR e FSE (FESR e FSE)	Sintesi operativa di raccolta dei regolamenti riferiti al Programma, per supportare gli operatori della Programmazione nell'attuazione	100	Giugno/Luglio 2016	Target diretti	€ 1.000,00
Catalogo degli interventi (FESR e FSE)	I cataloghi degli interventi riferiti alla Programmazione 2007/2013 saranno prodotti su supporto cartaceo e pubblicati nelle sezioni specifiche del FESR e del FSE all'interno del sito web di riferimento	2	Settembre 2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*	€ 4.000,00
Comunicati e/o Conferenze stampa	A supporto delle varie azioni del	6	2016	Grande pubblico e	€ 0 *

[1] I destinatari variano in base ai contenuti dei prodotti cartacei

* Le attività che presentano costo 0 saranno svolte dalla sola assistenza tecnica interna.

FESR E FSE	Programma (eventi, pubblicazione bandi e avvisi, scadenze particolari, etc.), saranno diffusi comunicati stampa o organizzate conferenze stampa			*stakeholders*	
Attività informativa sui media tradizionali (TV, radio, carta stampata, cinema, etc.) – (FERS e FSE)	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 practies.	1	Settembre 2016	Grande pubblico e *stakeholders*	€ 25.000,00
Attività di media relation (FESR e FSE)	Individuazione di uno due giornalisti per testata specializzati o da specializzare sul POR, con la finalità di agevolare l'attività di informazione e comunicazione sulle azioni programmate e sugli eventi	Attività continuativa	Gennaio-dicembre 2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*	€ 0*
Comunicazione web					
Revisione grafica e ampliamento dei contenuti sito web www.moliseineuropa.eu, con adeguamento alla logica degli open data (FESR e FSE)	Il sito deve essere adattato graficamente alla nuova immagine coordinata del POR Molise FESR e FSE 2014/2020, nonché, a livello di contenuti, al Programma plurifondo (2014/2020). Ai sensi dell'Allegato XII del reg. (UE) 1303/2013 – il sito web sarà funzionale a fornire informazioni aggiornate sull'attuazione del PO	1	Aprile/Maggio/Giugno 2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*	€ 3.000,00
Sito web - adeguamento Legge 4 del 2004 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici (FESR e FSE)	Implementazione accessibilità del sito www.moliseineuropa.eu	1	Ottobre/dicembre 2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	
OPEN DATA: collaborazione con il portale www.opencoesione.gov.it (FESR e FSE)	La pubblicazione sul portale www.opencoesione.gov.it agevolerà la predisposizione e la pubblicazione di dataset esportabili riferiti a: 1) opportunità di finanziamento; 2) elenco delle operazioni; 3) bandi di gara e di concorso	3	2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	
Presenza sui *social networks* (FESR e FSE)	La presenza sui social networks attraverso la condivisione di contenuti sui profili dell'amministrazione, permette di dare massima diffusione alle	2	2016	Grande pubblico e *stakeholders*	€ 3.000,00

	informazioni, di condividere esperienze e buone prassi e promuovere campagne, favorendo i meccanismi di integrazione con gli utenti e i potenziali beneficiari delle Azioni del PO				
Help desk (FESR E FSE)	Attività di informazione principalmente on line, finalizzate a fornire supporto ai beneficiari circa le procedure attuative avviate nell'ambito delle diverse Azioni/ Assi in cui il Programma Operativo si articola (es.: bandi). Qualificazione di servizi attraverso l'attivazione di una mail verde (info) e/o una chat filtrata consultabile da tutti sul modello delle FAQ FESR e FSE	1	2016	stakeholders, target diretti	€ 1.000,00
Punti informativi generici (FESR e FSE)	Servizio informativo parallelo all''help desk, ma pensato per utenti più generici. Si tratta di una "mail verde" - info e soprattutto di una chat filtrata che possa essere da tutti consultabile tipo FAQ	1	2016	Grande pubblico e target indiretti	
Pubblicazioni/ video tutorial (FESR E FSE)	A supporto della pubblicazione dei bandi 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.	1	2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	€ 1.000,00
Newsletter (FESR e FSE)	Pubblicazioni da diffondere con cadenza semestrale contenenti notizie aggiornate sul Programma, nonché approfondimenti tematici stabiliti in base alle priorità del momento, inviata in modo targettizzato sulla base dello screening dei target e dei beneficiari	2	Giugno/settembre 2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*	€ 0 *
Banner pubblicitari FESR E FSE	Profilati per tipologia di utente, i banner pubblicitari forniscono input informativi immediati rimandando ai contenuti di dettaglio del sito web – I banner saranno principalmente finalizzati alla valorizzazione delle aree interne e delle aree strategiche del territorio	2	Settembre 2016	Grande pubblico e *stakeholders, target diretti e indiretti*	€ 1.000,00
Eventi e workshop					

Organizzazione del/dei Comitati di Sorveglianza 2016	Nell'ottica di promuovere e far conoscere il territorio e considerando che durante i CdS per ragioni istituzionali molti soggetti visitano il Molise, si vuole cogliere l'occasione per organizzare momenti di conoscenza del territorio Molisano, ad esempio scegliendo location particolari o associando delle visite guidate alle attività del comitato	1/2	2016	Stakeholders, target diretti e indiretti	€ 3.000,00
Workshop/ Seminari tematici anche in collaborazione con altre realtà regionali ed extraregionali (FESR e FSE)	*Workshops* volti a informare/formare gli attori del territorio sulle azioni strategiche per il territorio (Aree urbane, Aree Interne, S3) oppure finalizzati a comunicare ai gruppi di destinatari le opportunità di finanziamento (R&I, valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale, regimi di aiuto, etc.)	4	2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	€ 5.000,00
Evento annuale – Forum PA Molise (FESR e FSE)	Allegato XII del reg. (UE) 1303/2013 - Evento informativo circa le attività intraprese nell'anno di riferimento; le opportunità di finanziamento; le strategie perseguite dal PO – L'evento ForumPA Molise abbraccerà tutte le aree tematiche di interesse per lo sviluppo del territorio regionale	1	Ottobre 2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	€ 15.000,00
Attività promo-educativa nelle Scuola/università (FESR e FSE)	Attività informativa 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	10	2016	Grande pubblico e stakeholders, target diretti e indiretti	€ 2.000,00
ASSISTENZA TECNICA 2016					€ 30.000,00