



POR FESR ABRUZZO 2014-2020 COMITATO DI SORVEGLIANZA

Punto 7 odg

Presentazione della “ Strategia di
Comunicazione” del **POR FESR ABRUZZO
2014-2020**



Premessa

- Ai sensi degli artt. 115 e 116 del Regolamento (UE) 1303/2013, **l'Autorità di Gestione (AdG)**, è tenuta a definire una **Strategia di Comunicazione del Programma Operativo**;
- La **strategia** deve essere sottoposta al **Comitato di Sorveglianza** per l'approvazione entro 6 mesi dalla decisione di adozione del POR da parte della Commissione europea;



Contenuti generali del documento strategia di comunicazione

- **Definisce le finalità e le caratteristiche della strategia di comunicazione per il POR FESR 2014-2020;**
- **Individua gli obiettivi, i destinatari, le azioni e gli strumenti idonei a garantire l'informazione e la pubblicità del POR FESR 2014-2020 e più in generale dei fondi strutturali e di investimento europei (Fondi SIE) anche attraverso l'integrazione con azioni del POR FSE Abruzzo 2014-2020.**



La **Strategia di Comunicazione** del POR FESR Abruzzo 2014-2020 **tiene conto:**

- Dell'esperienza dei risultati del precedente periodo di programmazione;**
- Del nuovo assetto organizzativo regionale;**
- Dei principali documenti strategici regionali** (Documento di Programmazione Economico e Finanziario Regionale (DPEFR) 2015-2017, Piano di Rafforzamento Amministrativo – PRA (DGR. n. 659 - 4 agosto 2015);
- Delle risorse finanziarie a disposizione, notevolmente inferiori** rispetto a quelle della programmazione 2007-2013;
- Dell'evoluzione della normativa europea in materia.**



La **Strategia di Comunicazione** del POR FESR Abruzzo
2014-2020
Focus DPEFR 2015-2017

- **Il DPEFR 2015-2017** richiede una profonda riforma istituzionale, organizzativa e gestionale diretta a rendere concreta l'idea di una **Regione** che **opera** a favore delle **persone**, delle **imprese** e dei **territori** attraverso una **programmazione partecipata** e la costruzione di un rinnovato rapporto con i cittadini;



La **Strategia di Comunicazione** del POR FESR Abruzzo
2014-2020
Focus PRA

- Il **PRA** quale strumento idoneo ad assicurare la semplificazione e la riduzione degli oneri amministrativi e a migliorare l'organizzazione e l'efficienza della Regione.



Priorità – finalità e obiettivi della Strategia

La **Strategia** intende perseguire alcune **importanti finalità**, ed in particolare:

- Accrescere il livello di informazione** dei cittadini abruzzesi in merito al ruolo svolto dall'UE;
- Incrementare la conoscenza delle opportunità** a disposizione del sistema delle imprese, unitamente alle relative modalità di partecipazione;
- Assicurare condivisione e raccordo istituzionale** con gli altri enti pubblici, garantendo, comunque una proficua attività di concerto con il partenariato economico e sociale e di ascolto del territorio;



Priorità – finalità e obiettivi della Strategia

La **Strategia** intende conseguire i seguenti **obiettivi specifici**

- Garantire l'accessibilità alle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020;**
- Motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FESR;**
- Informare i beneficiari sui loro obblighi in tema di comunicazione;**
- Sviluppare sinergie tra le attività di comunicazione del FESR e FSE.**



Caratteristiche della Strategia

La Strategia di comunicazione **integrata** sotto i seguenti profili

- Con il **partenariato istituzionale e socio economico** per favorire una diffusione più mirata delle informazioni;
- Nelle **attività di comunicazione** comuni ai Fondi FESR – FSE (Autorità di Gestione Unica);
- Con le **attività di comunicazione istituzionale** della Regione Abruzzo, da realizzare attraverso il Servizio Stampa collocato nel Dipartimento Presidenza e Rapporti con l'Europa;



Caratteristiche della Strategia

La Strategia di comunicazione è:

- 2. Mirata**, cioè destinata prioritariamente ai gruppi target del programma;
- 3. Partecipata**, ossia fondata su un maggior coinvolgimento e responsabilizzazione dei beneficiari e del grande pubblico per aumentare il livello di consapevolezza e conoscenza delle politiche dell'Unione europea.



Destinatari

La **Strategia di comunicazione** ha i seguenti destinatari:

1. **Grande pubblico**, ossia l'intera collettività;
2. I **beneficiari potenziali**, (es. le imprese, gli organismi intermedi, istituzioni pubbliche);
3. **Beneficiari effettivi** che devono essere informati degli obblighi da rispettare;
4. I **moltiplicatori di informazioni** (Es. il Comitato di Sorveglianza, il Partenariato economico e sociale, le Organizzazioni di categoria, le Università e gli Ordini professionali)



Destinatari

Una informazione adeguata deve essere garantita:

- Ai Responsabili di azione del POR FESR 2014-2020;**
- Alle Strutture delle Autorità (AdG, AdC, AdA);**
- All'Autorità Ambientale;**
- Alla Consigliera di parità.**



Le Azioni e gli strumenti di comunicazione sono:

- Evento di lancio** (attività di informazione principale riguardante l'avvio del Programma);
- Evento annuale** (per promuovere le opportunità di finanziamento, presentare i risultati del programma, i migliori progetti ecc.);
- Esposizione del simbolo dell'Unione** nella sede dell'**Autorità di Gestione**;
- Pubblicazione telematica dell'elenco delle operazioni ammesse a finanziamento** (aggiornamento con cadenza almeno semestrale);
- Informazione aggiornate**, tramite il sito della Regione Abruzzo, in merito all'attuazione del Programma.



Gli strumenti di comunicazione

per informare adeguatamente i gruppi target sono:

- Comunicazione on line** (sito web, social network, TV via internet, streaming eventi);
- Eventi** (convegni, conferenze, workshop, seminari);
- Campagna media** (stampa, radio, televisione nazionale e locale);
- Materiale informativo e promozionale** (depliant, manifesti e pubblicazioni).



Budget

La ripartizione finanziaria indicativa per lo strumento di comunicazione è la seguente:

Strumento	Risorse disponibili (euro)
Comunicazione on-line	50.000
Eventi	150.000
Campagna media	200.000
Materiale informativo e promozionale	50.488
Totale	450.488



Organizzazione e Governance della Comunicazione

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'AdG:

- assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate;**
- provvede alla elaborazione, attuazione e valutazione del Piano annuale di comunicazione** attraverso un gruppo di lavoro interdipartimentale coordinato dal referente della comunicazione;

Il referente della comunicazione è individuato nel Dirigente del **Servizio “Stampa, Informazione e Comunicazione”**



Valutazione della Strategia Scopo

- E' quello di:
 - a) **Comprendere se e in quale misura** sono stati **raggiunti i target** nelle diverse attività di comunicazione messe in campo;
 - b) **Verificare la conoscenza dei fondi strutturali**, dell'azione dell'Europa e della Regione Abruzzo e dei ruoli nelle politiche regionali di coesione;
- La **valutazione** fornisce un feedback sull'**efficacia** dei singoli strumenti per **modificare** eventualmente la **strategia**.



Valutazione della Strategia

L'attività di Valutazione prende in considerazione:

- La **strategia di comunicazione** nella sua interezza;
- Il **raggiungimento degli obiettivi**.

Il **raggiungimento degli obiettivi** sarà **misurato** attraverso:

- Indicatori di realizzazione**;
- Indicatori di risultato** in relazione agli **obiettivi specifici** della Strategia.



Indicatori di realizzazione

Azione / strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura
Sito web	pagine web create	n.
	n. accessi	n.
	n. contatti.	n.
Applicazioni su cellulari	App. realizzate	n.
Eventi	eventi organizzati	n.
Campagna media	passaggi pubblicitari	n.
	articoli realizzati	n.
Rapporti con la stampa	comunicati stampa effettuati	n.
Materiale informativo e promozionale	materiali realizzati	n.



Indicatori di risultato

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativi
Aumentare la conoscenza e la consapevolezza sulle opportunità offerte dai Fondi strutturali d'investimento europei (Fondi SIE) dei cittadini per aumentarne/agevolare il loro utilizzo	Livello di sensibilizzazione sui fondi UE nel GT Grande pubblico	Analisi dei feedback forniti dai servizi interattivi
Garantire l'accessibilità e imparzialità sulle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020	Livello di disponibilità della informazione sui fondi UE all'interno dei gruppi target	Questionari, focus group, indagini a campione
Motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FESR	Il livello di percezione della qualità delle informazioni ricevute presso i gruppi target	Questionari, analisi feedback da strumenti interattivi
	Livello di implementazione positiva del Programma	Numero di candidature di buon livello, basso tasso di errore
Informare i gruppi target sui vantaggi pratici dei progetti realizzati	Il livello di conoscenza presso i gruppi target dei progetti	Questionari, focus group, indagini a campione



Il Piano annuale di comunicazione

Il piano annuale di comunicazione comprende:

- Sintesi della comunicazione** per l'anno di competenza;
- La **descrizione** del **legame** con la strategia di comunicazione;
- La **definizione** degli **obiettivi** per l'anno in questione;
- La **definizione** dei **gruppi target**;
- La **descrizione** delle **attività di comunicazione**;
- Il **calendario indicativo**;
- Il **budget**;
- Il **programma di valutazione dei risultati**.



Grazie per l'attenzione