



POR FSE ABRUZZO 2014-2020 COMITATO DI SORVEGLIANZA

Punto 6 odg Presentazione della “Strategia di Comunicazione” del POR FSE Abruzzo 2014-2020 per l’approvazione

Giovedì, 11 Giugno 2015 – Ore 10.30
Piazza Gardone Riviera Pescara - Europaforum



La strategia di comunicazione

L'Autorità di gestione (AdG), ai sensi degli artt. 115 e 116 del Regolamento (UE) 1303/2013, è tenuta a definire una Strategia di Comunicazione del Programma operativo da sottoporre al Comitato di Sorveglianza (CdS) per l'approvazione entro 6 mesi dalla decisione della CE di adozione del POR.



Il contesto

Nell'elaborazione della Strategia si è tenuto conto:

- dell'esperienza e dei risultati del precedente periodo di programmazione;
- del nuovo assetto organizzativo regionale;
- dei principali documenti strategici regionali (DPEFR 2015-2017, Piano di Rafforzamento Amministrativo);
- delle risorse a disposizione, notevolmente inferiori rispetto a quelle della programmazione 2007-2013;
- dell'evoluzione della normativa comunitaria in materia.



Le caratteristiche della Strategia di comunicazione

La presente strategia di comunicazione è **monofondo**, ma la previsione a livello organizzativo di un AdG unica garantirà una forte integrazione con il FESR, in particolare nell'ambito della **Strategia regionale per le Aree Interne** e della **Strategia EUSAIR per la Macroregione Adriatico-Ionica**.

Si caratterizza per essere:

- una strategia **integrata**;
- una strategia **mirata**;
- una strategia **partecipata**.



Finalità e obiettivi

Principali **finalità** della strategia sono:

- aumentare il livello di consapevolezza e conoscenza dei cittadini sulle opportunità offerte dai Fondi Comunitari;
- ridurre le distanze tra Istituzioni e cittadini.

Gli **obiettivi** sono:

1. garantire l'accessibilità e l'imparzialità sulle opportunità offerte dal POR FSE 2014-2020;
2. aumentare l'efficacia dell'implementazione degli strumenti della politica di coesione;
3. motivare i beneficiari potenziali e comunicare le possibilità di utilizzo del FSE;
4. informare i beneficiari sui loro obblighi in tema di comunicazione.
5. sviluppare sinergie tra le attività di comunicazione del FSE e FESR.



I destinatari

Destinatari della Strategia sono:

- Grande pubblico;
- Beneficiari potenziali;
- Beneficiari ufficiali;
- Moltiplicatori d'informazione.



Le azioni/attività di comunicazione

Le azioni/attività **obbligatorie** da normativa comunitaria sono:

- Un evento di lancio;
- Un evento annuale;
- Esposizione del simbolo dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione;
- Elenco delle operazioni;
- Informazioni aggiornate in merito all'attuazione del Programma, con esempi di buone pratiche



Modalità e strumenti di comunicazione

Le modalità e gli strumenti previsti per la comunicazione sono:

- **Comunicazione on line** (sito web, app per cellulari, socialnetwork, etc.);
- **Eventi** (convegni, conferenze, workshop, seminari, etc.);
- **Campagna media** (stampa, radio, televisione nazionale e locale);
- **Materiale informativo e promozionale** (depliant, manifesti, pubblicazioni, etc.).



Il budget

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

Strumento	Risorse disponibili (euro)
Comunicazione on-line	150.000
Eventi	250.000
Campagna media	300.000
Materiale informativo e promozionale	150.000
Totale	850.000



La governance

La Strategia di comunicazione è attuata attraverso **Piani annuali**.

L'AdG provvede all'elaborazione, attuazione e valutazione dei piani annuali 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”**.



La valutazione della Strategia

L'attività di Valutazione prenderà 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



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.