

POR CAMPANIA



strategia di comunicazione





Sommario

Premessa	3
1. Il POR Campania FESR 2014-2020	4
2. Verso una strategia partecipata: la consultazione pubblica	8
3. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione	10
4. Approccio della strategia di comunicazione	11
4.1. Caratteristiche; 4.2. Finalità e obiettivi; 4.3. Destinatari	
5. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione (canali e strumenti)	14
5.1. Strumenti di comunicazione in formati accessibili a persone con disabilità	
6. Budget	21
7. Organizzazione e governance della comunicazione	22
8. Monitoraggio e valutazione della strategia	23
8.1. Indicatori di realizzazione; 8.2. Indicatori di risultato	

Premessa

La strategia di comunicazione è il documento che delinea l'approccio e gli obiettivi che l'Autorità di Gestione (AdG) del POR Campania FESR 2014-2020 intende assicurare nell'attuazione delle azioni di informazione e comunicazione del Programma Operativo.

Il documento, in sintesi, descrive l'approccio adottato per comunicare il POR FESR, le priorità e gli obiettivi, individua i destinatari e illustra azioni, canali e strumenti per realizzare la strategia, indica la struttura organizzativa e di governance, definisce un budget previsionale e fornisce informazioni sulle modalità che saranno adottate per il monitoraggio e per la valutazione dei risultati raggiunti. La strategia, rispetto agli elementi già previsti per il piano di comunicazione 2007-2013, comprende anche:

- una descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità;
- una descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nella loro attività di comunicazione;
- una descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo;
- un aggiornamento annuale del piano delle attività di informazione e comunicazione da svolgere l'anno successivo.

Narrare ai cittadini campani la strategia e gli interventi previsti nel ciclo della politica di coesione sarà compito di specifiche azioni di informazione e comunicazione che accompagneranno l'attuazione della programmazione 2014-2020.

Il tema della comunicazione risulta di importanza cruciale nel quadro

di una strategia di intervento fortemente connotata dalla realizzazione di interventi *smart* (specifici, misurabili, accessibili, realistici, temporizzabili), focalizzati quindi ai risultati. L'accento posto sul tema nel ciclo 2014-2020 è peraltro confermato dall'inserimento di disposizioni specifiche nel Regolamento generale n.1303/2013 (art.115-117 e Allegato XII) diversamente da quanto è avvenuto per il periodo 2007-2013, dove tali informazioni sono state demandate a un Regolamento applicativo (n. 1828/2006).

L'adozione di una strategia di comunicazione integrata, partecipata e trasparente è volta a favorire anche la divulgazione dei risultati raggiunti e una maggiore consapevolezza da parte dei cittadini e *stakeholders* sul ruolo dei fondi strutturali e di investimento europei e, più in generale, sul ruolo e sull'utilità dell'Unione Europea. Una sfida importante per l'amministrazione Regionale, chiamata a confrontarsi con cittadini spesso disinformati e soprattutto euroscettici: secondo dati Eurobarometro sulla *Consapevolezza e percezione della politica regionale della UE da parte dei suoi cittadini* del giugno 2015 il 43% degli intervistati in Italia ha sentito parlare di progetti co-finanziati dall'UE per migliorare l'area in cui vive (a fronte del 34% della media europea), ma solo il 41% di quelli che ne hanno sentito parlare giudica positivo l'impatto che questo sostegno ha avuto sulla propria città o regione, a fronte di una media europea del 75%. L'impatto è giudicato negativamente dal 22% degli intervistati in Italia (la media europea è del 9%), mentre il 23% degli intervistati italiani ha dichiarato spontaneamente che il sostegno europeo non ha avuto nessun impatto sulla propria città o regione, in Europa tale dato si attesta all'8%.

1. Il POR Campania FESR 2014-2020

La Regione Campania ha delineato la propria strategia regionale in tre linee di intervento:

- **Campania Innovativa:** sviluppo dell'innovazione con azioni di rafforzamento del sistema pubblico/privato di ricerca e sostegno della competitività attraverso il superamento dei fattori critici dello sviluppo imprenditoriale;
- **Campania Verde:** cambiamento dei sistemi energetico, agricolo, dei trasporti e delle attività marittime, oltre ad un diverso assetto paesaggistico sia in termini di rivalutazione sia in termini di cura;
- **Campania Solidale:** costituzione di un sistema di welfare orientato all'inclusione e alla partecipazione, innalzando il livello della qualità della vita attraverso il riordino e la riorganizzazione del sistema sanitario, lo sviluppo e la promozione dei servizi alla persona, le azioni che promuovono l'occupazione, l'inclusione sociale e il livello di istruzione.

Tali linee strategiche saranno realizzate in coerenza con specifiche esigenze programmatiche:

1. Attuare la Smart Specialization Strategy (RIS 3 Campania), strategia regionale di ricerca e innovazione basata sul concetto di specializzazione intelligente, e rendere coerente il Programma operativo agli obiettivi di Europa 2020;
2. Migliorare la qualità della vita ed il benessere della popolazione e valorizzare le linee di specializzazione delle aree

urbane e contrastare i fenomeni di spopolamento delle aree interne attraverso le due Strategie Territoriali Trasversali: Strategia Sviluppo Urbano, Strategia Aree Interne (DGR 600/2014);

3. Assicurare il completamento dei Grandi Progetti e la prosecuzione delle azioni programmate in coerenza tematica con le priorità del ciclo 2014-2020, che prevedono interventi legati allo sviluppo produttivo, allo sviluppo urbano, al risanamento ambientale e al rafforzamento dei trasporti regionali.

La Strategia Europa 2020 sintetizza in 11 Obiettivi tematici (OT) comuni a tutti i Fondi SIE (Fondi strutturali e di investimento europei) i traguardi comuni per le politiche di coesione, sviluppo rurale e della pesca.

La Campania, rientrando nella categoria delle regioni in ritardo di sviluppo, ha dovuto tener conto di un vincolo di concentrazione per cui, almeno il 50% del totale delle risorse del FESR a livello nazionale dovrà essere destinato a due o più obiettivi tematici tra 1, 2, 3 e 4. Almeno il 12% del totale delle risorse del FESR a livello nazionale è destinato all'OT 4; ed inoltre, almeno il 5% delle risorse del FESR assegnate a livello nazionale ad azioni integrate per lo sviluppo urbano sostenibile delegate alle città da gestire per mezzo degli Investimenti Territoriali Integrati.

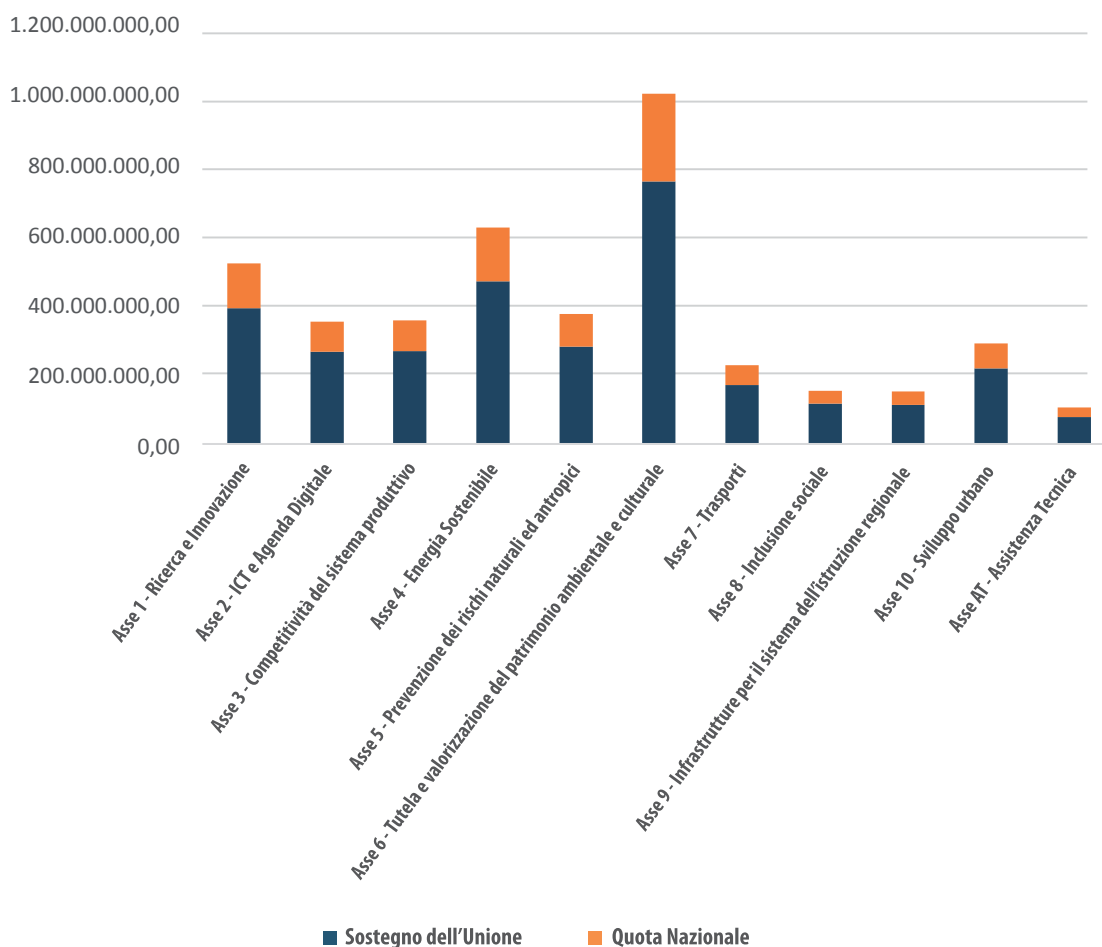
Il POR Campania FESR 2014-2020 si sviluppa lungo 10 Assi, con risorse destinate a 9 OT su 11.

Innovazione e sostegno alla competitività (Campania Innovativa)	
Asse e obiettivo tematico	Dotazione finanziaria
Asse 1 - Ricerca e Innovazione (OT 1) RAFFORZARE LA RICERCA, LO SVILUPPO TECNOLOGICO E L'INNOVAZIONE	Sostegno dell'Unione Europea: 386.070.720,00 euro Quota Nazionale: 128.690.240,00 euro Finanziamento totale: 514.760.960,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 12,51% <i>Tale percentuale è stata rapportata agli obiettivi della RIS 3 Regionale e alla necessità di raggiungere i target di Europa 2020.</i>
Asse 2 - ICT e Agenda Digitale (OT 2) MIGLIORARE L'ACCESSO ALLE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE, NONCHÉ L'IMPIEGO E LA QUALITÀ DELLE MEDESIME	Sostegno dell'Unione Europea: 261.812.750,00 euro Quota Nazionale: 87.270.917,00 euro Finanziamento totale: 349.083.667,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 8,49% <i>Tale percentuale è legata alla necessità dell'Amministrazione di azzerare il Digital Divide nell'ambito del territorio regionale.</i>
Asse 3 - Competitività del sistema produttivo (OT 3) PROMUOVERE LA COMPETITIVITÀ DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE, IL SETTORE AGRICOLO E IL SETTORE DELLA PESCA E DELL'ACQUACOLTURA	Sostegno dell'Unione Europea: 264.282.346,00 euro Quota Nazionale: 88.094.115,00 euro Finanziamento totale: 352.376.461,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 8,57% <i>In tale ambito, si intende promuovere e rilanciare la competitività e il sistema produttivo delle PMI favorendo il consolidamento, il rilancio, la specializzazione delle imprese e puntando sui settori più promettenti e sulla riqualificazione di quelli più maturi.</i>
Ambiente, patrimonio culturale e trasporti (Campania Verde)	
Asse e obiettivo tematico	Dotazione finanziaria
Asse 4 - Energia sostenibile (OT 4) SOSTENERE LA TRANSIZIONE VERSO UN'ECONOMIA A BASSE EMISSIONI DI CARBONIO IN TUTTI I SETTORI	Sostegno dell'Unione Europea: 462.311.133,00 euro Quota Nazionale: 154.103.711,00 euro Finanziamento totale: 616.414.844,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 14,98% <i>In tale ambito di intervento, connesso alla priorità della "crescita sostenibile", si intende realizzare un risparmio energetico negli edifici ad uso pubblico residenziali e non residenziali tramite un'azione di riqualificazione energetica degli stessi (riduzione dei consumi e diminuzione delle emissioni di CO2 nell'atmosfera), nonché ampliare la produzione energetica da fonti rinnovabili.</i> <i>Inoltre l'asse investirà sulla mobilità sostenibile nelle aree urbane, anche attraverso il completamento dei due GP Metropolitane Linea 1 e Tratta Piscinola-Capodichino.</i>
Asse 5 - Prevenzione rischi naturali e antropici (OT 5) PROMUOVERE L'ADATTAMENTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO, LA PREVENZIONE E L'GESTIONE DEI RISCHI	Sostegno dell'Unione Europea: 277.238.546,00 euro Quota Nazionale: 92.412.849,00 euro Finanziamento totale: 369.651.395,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 8,99% <i>La Campania è caratterizzata dall'elevata incidenza di aree a rischio sismico e idrogeologico, comportando la necessità di assicurare, in un'ottica di concentrazione della spesa, il completamento dei GP Sarno e Ripascimento Salerno e di azioni di messa in sicurezza del territorio.</i>
Asse 6 - Tutela e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale (OT 6) TUTELARE L'AMBIENTE E PROMUOVERE L'USO EFFICIENTE DELLE RISORSE	Sostegno dell'Unione Europea: 747.489.591,00 euro Quota Nazionale: 249.163.197,00 euro Finanziamento totale: 996.652.788,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 24,23% <i>Tale dotazione è finalizzata alla necessità di completare i 5 GP ambientali e i GP Napoli Centro Storico UNESCO e Mostra d'Oltremare oltre che supportare l'attuazione del Piano dei Rifiuti, investire sulle bonifiche e su azioni di prevenzione dello spreco idrico. Inoltre l'Asse è finalizzato al sostegno del settore turistico e culturale della regione.</i>
Asse 7 - Trasporti (OT 7) PROMUOVERE SISTEMI DI TRASPORTO SOSTENIBILI ED ELIMINARE LE STROZZATURE NELLE PRINCIPALI INFRASTRUTTURE DI RETE	Sostegno dell'Unione Europea: 167.631.476,00 euro Quota Nazionale: 55.877.159,00 euro Finanziamento totale: 223.508.635,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 5,43% <i>L'Asse sarà finalizzato, in coerenza con il Piano Trasporti Nazionale e Regionale, al rafforzamento dei trasporti regionali con particolare attenzione alle tematiche legate all'ultimo miglio e alla connessione delle aree interne regionali. Si garantirà il completamento dei GP Porto di Napoli e Porto di Salerno e della Strada Statale del Vesuvio.</i>

Welfare (Campania Solidale)	
Asse e obiettivo tematico	Dotazione finanziaria
Asse 8 - Inclusione Sociale (OT 9) PROMUOVERE L'INCLUSIONE SOCIALE, COMBATTERE LA POVERTÀ E OGNI FORMA DI DISCRIMINAZIONE	Sostegno dell'Unione Europea: 114.106.762,00 euro Quota Nazionale: 38.035.587,00 euro Finanziamento totale: 152.142.349,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 3,7% <i>Si prevede di promuovere l'inclusione sociale attraverso un migliore accesso ai servizi sociali, sanitari, culturali e ricreativi e il passaggio dai servizi istituzionali ai servizi territoriali di comunità; ridurre il numero di famiglie con particolari fragilità sociali ed economiche in condizioni di disagio abitativo; aumentare la legalità nelle aree ad alta esclusione sociale e miglioramento del tessuto urbano nelle aree a basso tasso di legalità.</i>
Asse 9 - Infrastrutture per il sistema regionale dell'istruzione (OT 10) INVESTIRE NELL'ISTRUZIONE, FORMAZIONE E FORMAZIONE PROFESSIONALE, PER LE COMPETENZE E L'APPRENDIMENTO PERMANENTE	Sostegno dell'Unione Europea: 112.182.520,00 euro Quota Nazionale: 37.394.173,00 euro Finanziamento totale: 149.576.693,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 3,64% <i>Si investirà nel potenziamento della dotazione laboratoriale ed infrastrutturale del sistema universitario e del sistema scolastico regionali, con particolare attenzione all'efficientamento energetico, alla messa in sicurezza delle strutture e all'innovazione, al fine di rendere maggiormente performante il Sistema dell'apprendimento.</i>
Sviluppo Urbano Sostenibile	
Asse e obiettivo tematico	Dotazione finanziaria
Asse 10 - Sviluppo urbano OT 3, 4, 6, 9	Sostegno dell'Unione Europea: 214.522.701,00 euro Quota Nazionale: 71.507.567,00 euro Finanziamento totale: 286.030.268,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 6,95% <i>Le azioni sono dedicate alle 19 città medie che hanno realizzato i Programmi Integrati Urbani. Attraverso la realizzazione di una strategia integrata per lo sviluppo urbano si intende migliorare la qualità della vita attraverso quattro driver: a) contrasto alla povertà ed al disagio; b) valorizzazione dell'identità culturale e turistica delle città; c) miglioramento della sicurezza urbana; d) accessibilità dei servizi per i cittadini.</i>
Assistenza Tecnica	
Asse AT - Assistenza Tecnica	Sostegno dell'Unione Europea: 77.510.837,00 euro Quota Nazionale: 25.836.946,00 euro Finanziamento totale: 103.347.783,00 euro Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea al PO: 2,51% <i>L'intento della Regione è assicurare un supporto adeguato alle strutture di presidio della programmazione nello svolgimento delle funzioni assegnate. A ciò si aggiunge l'esigenza di fornire un sostegno che tenga conto dell'intensificarsi delle richieste di controllo e coordinamento sia orizzontale che verticale dei Fondi SIE, come rilevato dal "Position Paper dei Servizi della Commissione sulla preparazione dell'Accordo di Partenariato e dei Programmi in Italia per il periodo 2014-2020" e dalle Raccomandazioni Specifiche per Paese del Consiglio Europeo.</i>

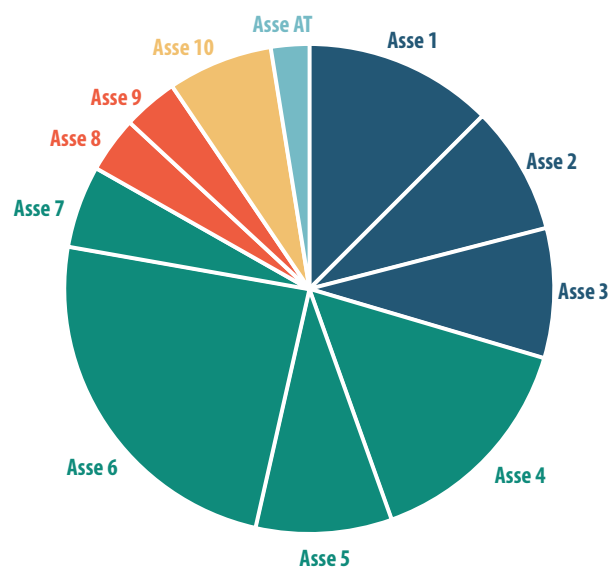
Dotazione finanziaria per asse			
	Sostegno dell'Unione	Quota Nazionale	Finanziamento totale
Asse 1 - Ricerca e Innovazione	386.070.720,00	128.690.240,00	514.760.960,00
Asse 2 - ICT e Agenda Digitale	261.812.750,00	87.270.917,00	349.083.667,00
Asse 3 - Competitività del sistema produttivo	264.282.346,00	88.094.115,00	352.376.461,00
Asse 4 - Energia Sostenibile	462.311.133,00	154.103.711,00	616.414.844,00
Asse 5 - Prevenzione dei rischi naturali ed antropici	277.238.546,00	92.412.849,00	369.651.395,00
Asse 6 - Tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale	747.489.591,00	249.163.197,00	996.652.788,00
Asse 7 - Trasporti	167.631.476,00	55.877.159,00	223.508.635,00
Asse 8 - Inclusione sociale	114.106.762,00	38.035.587,00	152.142.349,00
Asse 9 - Infrastrutture per il sistema dell'istruzione regionale	112.182.520,00	37.394.173,00	149.576.693,00
Asse 10 - Sviluppo urbano	214.522.701,00	71.507.567,00	286.030.268,00
Asse AT - Assistenza Tecnica	77.510.837,00	25.836.946,00	103.347.783,00
TOTALE	3.085.159.382,00	1.028.386.461,00	4.113.545.843,00

Dotazione finanziaria per asse



Proporzione del sostegno totale dell'Unione Europea

Asse	Percentuale
Asse 1 - Ricerca e Innovazione	12,51%
Asse 2 - ICT e Agenda Digitale	8,49%
Asse 3 - Competitività del sistema produttivo	8,57%
Asse 4 - Energia Sostenibile	14,98%
Asse 5 - Prevenzione dei rischi naturali ed antropici	8,99%
Asse 6 - Tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale	24,23%
Asse 7 - Trasporti	5,43%
Asse 8 - Inclusione sociale	3,70%
Asse 9 - Infrastrutture per il sistema dell'istruzione regionale	3,64%
Asse 10 - Sviluppo urbano	6,95%
Asse AT - Assistenza Tecnica	2,51%



2. Verso una strategia partecipata: la consultazione pubblica

L'Autorità di gestione del Programma Operativo FESR 2007-2013, in collaborazione con Formez PA, ha attivato una consultazione pubblica online per aprire il processo di definizione della Strategia di comunicazione del programma per il periodo 2014-20 alla partecipazione di tutti i soggetti interessati nel territorio regionale. L'iniziativa ha avuto la finalità di raccogliere spunti, idee e suggerimenti per la definizione delle azioni di comunicazione del PO FESR 2014-20, allo scopo di definire una strategia efficace per informare tutti i potenziali diretti beneficiari delle opportunità offerte dal FESR 2014-20 e per comunicare con il grande pubblico, rendendo ciascuno consapevole di come gli investimenti finanziati con il FESR possano apportare miglioramenti nel quotidiano.¹



La consultazione è stata aperta dal mese di Aprile a Giugno 2015 e ha previsto due livelli, temporalmente distinti:

- dal 23 aprile al 20 maggio: un ideario per raccogliere idee e proposte utili a migliorare la qualità delle azioni di informazione, comunicazione e pubblicità degli interventi da realizzare con il PO FESR 2014-2020 nella regione Campania;
- dal 1 giugno al 15 giugno: un questionario di approfondimento per affinare e finalizzare gli spunti emersi dall'ideario e raccogliere in maniera più strutturata le effettive esigenze informative e di comunicazione espresse dai cittadini e dai portatori di interesse pubblici e privati.

L'ideario ha avuto un totale di 56 idee inviate da 43 diversi utenti, le idee sono state commentate e votate dagli utenti (11 commenti e 130 voti). Il sito web dell'ideario ha avuto un totale di 2.500 visite; si è registrato un totale di 1.967 visitatori unici che hanno visualizzato 7.164 pagine. La durata media di una visita è stata di 02:33 minuti. Il 50% delle visite è arrivato dal territorio campano, il restante 50% dal resto d'Italia. In particolare gli accessi provenienti dalla regione Campania sono arrivati da Napoli (36%), Salerno (5%), Caserta (3%), Benevento (2%), Avellino (2%), etc.

Le idee ritenute più pertinenti e realizzabili sono state sviluppate ed inserite tra le azioni della presente strategia, accogliendo il contributo dei cittadini campani e non.

La compilazione del questionario di approfondimento è stata destinata ad un target più ristretto in quanto si trattava di uno strumento che presupponeva una maggiore dimestichezza con l'oggetto di indagine. I partecipanti al questionario sono stati 135.

Il questionario ha indagato le opinioni circa la comunicazione rivolta ai diversi target, come meglio individuati al paragrafo 4.3.

I risultati in merito alle opinioni del **grande pubblico** hanno evidenziato che:

- per informare e comunicare al grande pubblico i risultati ottenuti dal PO FESR, il sito web istituzionale dell'ente è ritenuto tra i canali più efficaci dal 61% dei rispondenti; seguono strumenti tradizionali (pubblicità su radio, giornali e prodotti editoriali) e Social media (Facebook, Twitter, etc. ritenuti efficaci dal 51% e poi tv locali (25%) e altri siti web/portali/Blog (20%);
- le categorie ritenute prioritarie per raggiungere il più possibile il grande pubblico sono le istituzioni scolastiche (scuole, università) per il 61% dei rispondenti, le associazioni di categoria (57%) e i giornalisti (38%);
- alcune attività sono ritenute particolarmente importanti: il 69% dei rispondenti ritiene che l'attivazione di iniziative di monitoraggio civico sulle opere cofinanziate dal PO FESR Campania sia molto importante (punteggio=5 in una scala da 1 a 5); il 62% ritiene che la comunicazione dell'elenco delle operazioni cofinanziate dal PO FESR (beneficiari, denominazione, importo, etc.) in formato open data sia molto importante; il 63% ritiene che l'attività di sensibilizzazione e informazione sul territorio (manifestazioni, eventi, giornate informative etc.) sia molto importante.

Solo il 39% giudica molto importante il coinvolgimento dei centri/punti di informazione europea presenti sul territorio campano (Europe Direct, Centri di Documentazione Europea, Enterprise Europe, etc.).

¹ Riferimenti online:

- COMUNICAPOR: Consultazione pubblica sulla strategia di comunicazione del POR Campania FESR 2014-2020
<http://porfesr.regione.campania.it/it/news/primo-piano/comunicapor-consultazione-pubblica-sulla-strategia-di-comunicazione-del-po-fesr-campania-2014-2020?page=3>
- Comunica Por - inizia la seconda fase della consultazione pubblica
<http://porfesr.regione.campania.it/it/news/primo-piano/comunica-por-inizia-la-seconda-fase-della-consultazione-pubblica?page=3>
- Comunica Por - il report della consultazione pubblica
<http://porfesr.regione.campania.it/it/news/primo-piano/comunica-por-il-report-della-consultazione-pubblica?page=2>
- Ideario
<http://ideario.formez.it/content/comunicapor>

Riguardo la necessità di informare i **potenziali beneficiari** sulle opportunità di finanziamento offerte dal PO FESR, il questionario ha messo in luce che:

- tra i canali da utilizzare i rispondenti ritengono prioritari: il sito web istituzionale (70%), gli strumenti tradizionali come pubblicità su radio, giornali e prodotti editoriali (47%), i social media (Facebook, Twitter, etc. (44%), altri siti web/portali/Blog (31%), le tv locali (18%);
- l'istituzione di uno sportello fisico permanente per la diffusione di informazioni è considerata molto importante (punteggio 5 in una scala da 1 a 5) dal 64% dei rispondenti;
- la creazione di un numero di telefono permanente dedicato è considerata molto importante dal 58% dei rispondenti;
- il coinvolgimento di parti economiche e sociali, organizzazioni professionali ed imprenditoriali nelle azioni di informazione rivolte ai potenziali beneficiari è considerato di molto importante dal 60% dei rispondenti;
- l'attività di informazione e comunicazione dei contenuti e degli interventi del PO FESR sul territorio (workshop, seminari informativi, etc.) è considerata molto utile dal 68% dei rispondenti;
- la pubblicazione online di prodotti informativi (video tutorial, guide, vademecum, etc.) per facilitare l'accesso dei potenziali beneficiari alle opportunità di finanziamento è considerata molto utile dal 67% dei rispondenti.

Con riferimento al supporto che l'Autorità di Gestione è tenuta ad assicurare ai beneficiari, in particolar modo con riguardo agli obblighi di comunicazione che sono tenuti ad assolvere, il questionario ha permesso di evidenziare che:

- è ritenuta molto utile la predisposizione da parte dell'Autorità di gestione di Kit informativi per supportare l'attività di informazione e comunicazione svolta dai beneficiari (punteggio 5 in una scala da 1 a 5) dal 50% dei rispondenti;

- le preferenze per le tipologie di prodotti digitali utili per aiutare i beneficiari nella comunicazione su web sono distribuite in maniera pressoché uniforme tra banner pubblicitari, immagini e fotografie, template per la comunicazione web, testi per il web e modelli per comunicati stampa, con una leggera prevalenza per Video e tutorial;
- anche l'organizzazione da parte dell'Autorità di Gestione di incontri in presenza e a distanza rivolti ai beneficiari per dare informazioni, rispondere a quesiti, fornire chiarimenti sugli obblighi di comunicazione previsti dal PO FESR è considerata molto utile dal 67% dei rispondenti;
- l'istituzione di uno canale web permanente dedicato a supportare i beneficiari nella realizzazione delle azioni di informazione e comunicazione è valutata come molto utile dal 69% dei rispondenti.

In riferimento ai **soggetti moltiplicatori dell'informazione**, il 50% dei rispondenti ritiene utile coinvolgerli nelle azioni di comunicazione realizzate dall'Autorità di gestione del PO FESR.

Tra le azioni attraverso cui l'Autorità di Gestione può supportare efficacemente i soggetti moltiplicatori dell'informazione, i rispondenti scelgono di attribuire il punteggio massimo a: creazione di mailing-list e invio di materiale informativo (62% dei rispondenti attribuisce punteggio 5 in una scala da 1 a 5); sito web istituzionale (60%) seminari, incontri in presenza e distanza (56%); creazione e animazione di un network professionale (45%); materiali e format per la promozione e comunicazione del PO FESR (43%).

Tra i canali attraverso cui i soggetti moltiplicatori dell'informazione possono supportare più efficacemente l'Autorità di Gestione nelle azioni di comunicazione del PO FESR, i rispondenti scelgono di attribuire il punteggio massimo a: sito web (66%), mailing list (58%), social media (Facebook, Twitter, etc. (57%), newsletter (53%), punti informativi dedicati (43%).

Molti, eterogenei ed interessanti i suggerimenti forniti attraverso i campi liberi del questionario, relativi alle azioni da intraprendere per migliorare la comunicazione; gli spunti più utili sono stati sviluppati ed inseriti tra le azioni della presente strategia.

3. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione

Il Piano di Comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013 è stato articolato in un mix di azioni finalizzate a garantire la conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR, onde consentire la costruzione di relazioni di fiducia tra la Regione e tutti i suoi pubblici di riferimento, e ad assicurare trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte.

In conformità con quanto stabilito dall'art. 4.2 del Regolamento (CE) 1828/2006, le attività di comunicazione del FESR Campania sono state valutate alla metà e alla fine del periodo di Programmazione 2007-2013.

La valutazione intermedia è stata effettuata attraverso un'indagine avente come obiettivo principale la misurazione e la valutazione della conoscenza e della percezione della Regione Campania e della U.E., le politiche di sviluppo e i fondi strutturali all'interno della cittadinanza sviluppate nell'ambito del POR-FESR 2007-2013 e dei "Grandi Progetti". Oltre a ciò, la ricerca ha inteso anche verificare l'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate in termini di visibilità del programma operativo e di consapevolezza del ruolo svolto dall'Europa.

L'indagine ha previsto l'effettuazione di più fasi di ricerca:

- un'indagine qualitativa e un'indagine quantitativa presso la popolazione campana
- un'indagine qualitativa presso Opinion Leader campani

- un'indagine quantitativa presso beneficiari potenziali e beneficiari effettivi delle misure POR-FESR.

e l'utilizzo delle seguenti metodologie:

- 2 focus group e 800 interviste CATI a campione rappresentativo della popolazione campana
- 12 colloqui in profondità con Opinion Leader campani
- 100 interviste CATI presso beneficiari potenziali e 100 interviste CATI presso beneficiari effettivi delle misure POR-FESR.

La valutazione finale è stata effettuata mediante un'indagine tramite i canali web sulla conoscenza, efficacia, e gradimento delle attività previste dal Piano di Comunicazione del Programma Operativo Regionale FESR 2007-2013 della Regione Campania. L'indagine è stata effettuata mediante l'analisi del web sentiment, espresso tramite i canali web e social (Facebook, Twitter, Blog e forum, quotidiani e fonti online), sulle tematiche affini a POR-FESR Campania 2007-2013 e ai "Grandi Progetti" in esso contemplati.

Sulla base delle considerazioni maturate nel corso del settennio e delle indagini svolte, è possibile tracciare un quadro di sintesi che riassume i punti di forza e debolezza, nonché le opportunità da cogliere e i rischi da valutare nell'impostazione della Strategia di comunicazione 2014-20.

Analisi SWOT	
Punti di forza	Punti di debolezza
• Hanno sentito parlare del FESR per le regioni del Sud Italia il 61% degli intervistati, e il 45% ha sentito parlare del FESR in Campania. La conoscenza cresce a Caserta, Avellino e Benevento, tra gli uomini e gli adulti di età media. • Hanno sentito parlare dei Fondi Strutturali Europei in Campania il 54% delle aziende potenziali beneficiari delle azioni UE.	• Solo il 7% delle aziende potenziali beneficiari delle misure UE è in grado di indicare effettivamente almeno un progetto finanziato dal FESR e solo il 16% ritiene di essere informata molto o abbastanza sul ruolo del programma. • Solo il 24% degli effettivi beneficiari esprime un giudizio positivo sull'attuale funzionamento dei fondi in Campania. Le principali difficoltà evidenziate sono un eccesso di burocrazia (86%), la mancanza di supporti bancari e finanziari (51%), e la non ampia informazione sul POR FESR (51%). • Soltanto una minoranza dei cittadini conosce l'esistenza del sito del POR FESR CAMPANIA. • Scarsa propensione da parte degli utenti a utilizzare i social media.
Opportunità	Minacce
• Diffusione della banda larga di base (10 Mbps) a tutti i cittadini campani e della rete a banda ultralarga a 30 Mbps per 119 Comuni. • I beneficiari potenziali sono interessati a presentare un progetto in futuro in due casi su tre, e reputano che tra i diversi ambiti di intervento bisognerebbe dare la precedenza al turismo (51%), al risparmio energetico (51%) e alla salute dell'uomo (48%); seguono il sistema agroalimentare e trasporti/infrastrutture (34%). • Il grande pubblico è consapevole di un grande impegno messo in campo, con il contributo della UE, per superare i limiti, in termini strutturali, della Campania.	• Prevale la percezione che non vi sia una strutturata divulgazione delle informazioni sul POR e che l'accesso sia inoltre appannaggio soltanto degli addetti ai lavori e non dei cittadini. L'idea è che sia difficile e oneroso presentare un progetto, che serva l'aiuto di professionisti, meccanismi ad hoc: questo potrebbe facilitare solo poche persone. • È significativo il campione di dati che mette in risalto come la percezione diffusa sull'efficacia del contributo della UE è comunque particolarmente pessimista. • Il 48% dei cittadini campani di 16-74 anni non ha mai usato un computer (Rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese/2014).

4. Approccio della strategia di comunicazione

La Regione Campania ha scelto di realizzare strategie di comunicazione monofondo, ma ha anche previsto una serie di azioni di comunicazione in comune tra i Fondi SIE, allo scopo di ottimizzare le risorse disponibili per raggiungere finalità comuni nell'ottica della integrazione, concentrazione e coordinamento delle risorse.

In particolare le azioni in comune serviranno ad ottenere economie di scala e a rendere più capillare e pervasiva la comunicazione volta a valorizzare il ruolo e l'immagine della Unione Europea presso il grande pubblico, rendendo ciascun cittadino consapevole di come gli investimenti finanziati con i fondi SIE incidano sulla vita dei singoli apportando cambiamenti e miglioramenti nel quotidiano.

Le azioni di comunicazione integrata saranno caratterizzate da una Governance multilivello e da programmazione unitaria degli interventi sulla base delle tematiche portanti dei Fondi SIE, individuando le priorità nell'azione comunicativa, rendendo leggibile sia l'apporto dei singoli Fondi che quelli della politica regionale nazionale e politica nazionale ordinaria.

Inoltre, saranno messi a sinergia tutti i mezzi e gli strumenti delle diverse Strategie (pagine fb, canali di comunicazione, web e TV) anche al fine di rendere più chiari e leggibili i risultati raggiunti e le opportunità in corso.

4.1. Caratteristiche

La strategia è stata redatta in modo che la comunicazione del PO FESR 2014-20 sia:



INTEGRATA

con le attività di comunicazione istituzionale degli altri fondi SIE e in generale dell'Ente



DIFFUSA SUL TERRITORIO

con la collaborazione degli Enti locali e della rete europea di informazione e assistenza in Campania (Europe Direct)



COMPLETA

sul piano di mezzi e dei canali di comunicazione



DIFFERENZIATA

in base ai destinatari in termini di linguaggio e di strumenti di comunicazione utilizzati



PARTECIPATA

con il coinvolgimento del partenariato economico e sociale con l'uso di strumenti di condivisione e ascolto (consultazioni pubbliche)



TRASPARENTE

nell'illustrare l'utilizzo delle risorse, nel pubblicizzare le opportunità, nel comunicare azioni e beneficiari

4.2. Finalità e obiettivi

La strategia di comunicazione mira ad agire su tre dimensioni, che individuano altrettante finalità:

- **Consapevolezza:** sul ruolo dell'Unione Europea e della Regione, nell'uso dei fondi strutturali e di investimento, in particolare del FESR (**far sapere**);
- **Comprensione:** dei meccanismi di funzionamento del programma operativo, in particolare riguardo all'attribuzione,

erogazione e rendicontazione dei finanziamenti (**far capire**);

- **Collaborazione:** con il partenariato economico e sociale nella definizione delle esigenze e delle priorità, con i beneficiari nel sostenerli nel loro ruolo di comunicatori, con i soggetti moltiplicatori con cui far rete per diffondere le informazioni (**far partecipare e supportare**).

Le tre finalità - **far sapere**, **far capire** e **far partecipare e supportare** - sono state declinate in otto obiettivi più specifici.



CONSAPEVOLEZZA

FAR SAPERE

FINALITÀ	OBIETTIVI
• qual è il ruolo dell'Unione Europea • che cos'è il FESR • qual è il compito della Regione nella gestione • cosa prevede il Programma Operativo 2014-2020, le opportunità offerte, le azioni intraprese e i risultati raggiunti	Obiettivo 1 - Immagine UE Rafforzare l'immagine dell'Unione Europea e valorizzare il ruolo dei fondi SIE Obiettivo 2 - Immagine Regione Rafforzare l'immagine della Regione come ente che programma e gestisce strategie per la crescita dei territori Obiettivo 3 - Conoscenza PO Promuovere la conoscenza del programma operativo (obiettivi, azioni e risultati) Obiettivo 4 - Riconoscibilità Garantire un'immagine coordinata per aumentare la riconoscibilità del POR e delle iniziative intraprese



COMPRENSIONE

FAR CAPIRE

FINALITÀ	OBIETTIVI
• come si partecipa • come sono utilizzate le risorse • come sono gestiti i progetti	Obiettivo 5 - Accesso ai finanziamenti Mettere a disposizione dei potenziali beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti i finanziamenti previsti dal PO Obiettivo 6 - Uso risorse e risultati Rendere facilmente accessibili e intellegibili dati, informazioni e azioni sui risultati raggiunti e sull'utilizzo delle risorse sul territorio campano



COLLABORAZIONE

FAR PARTECIPARE E SUPPORTARE

FINALITÀ	OBIETTIVI
• il partenariato economico e sociale • i beneficiari nelle loro attività di comunicazione • i soggetti moltiplicatori nel diffondere le informazioni	Obiettivo 7 - Supporto beneficiari Informare i beneficiari dei loro obblighi e delle loro responsabilità in termini di informazione e comunicazione, fornendo assistenza tecnica dedicata, modelli e strumenti di supporto Obiettivo 8 - Collaborazione con moltiplicatori Valorizzare il partenariato e promuovere reti tra soggetti pubblici e privati, collaborando con gli enti locali, i media e i centri europei direct per massimizzare la diffusione delle informazioni sul territorio

4.3. Destinatari

La definizione dei destinatari della strategia utilizza come punto di partenza la divisione in macrotarget prevista dal Regolamento 1303/13 che individua quattro categorie di destinatari: grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, soggetti moltiplicatori.

Ciascuna categoria, in riferimento al POR Campania FESR 2014-20, può essere descritta come segue:

- **il grande pubblico (GP):** tutti i soggetti da informare e sensibilizzare rispetto al ruolo e ai risultati ottenuti con il contributo della Unione europea nella regione. Ci si riferisce in particolare ai cittadini della regione Campania, ma anche più in generale all'esigenza di far conoscere anche in ambito nazionale ed internazionale come sono investiti i fondi per lo sviluppo del territorio campano. Oltre alle azioni rivolte all'opinione pubblica in generale, alcune attività saranno rivolte a target più specifici: partenariato economico e sociale, giovani e mondo della scuola e dell'università, associazioni di categoria, etc.
- **i potenziali beneficiari (PB):** i soggetti individuati dal PO per ciascun asse ai quali devono essere fornite informazioni sugli interventi finanziabili e sulle modalità per accedere ai finanziamenti.
- **i beneficiari effettivi (BE):** soggetti fruitori dei finanziamenti del programma operativo, i quali devono essere infor-

mati ed assistiti sugli obblighi da rispettare e sostenuti nella realizzazione delle azioni di comunicazione previste dai Regolamenti.

I beneficiari effettivi e potenziali del FESR possono essere: istituzioni, enti locali, strutture di ricerca e università, imprese, parti sociali etc.

- **i soggetti moltiplicatori (SM):** gruppi di destinatari specifici individuati in base agli interventi da promuovere in grado di ritrasmettere le informazioni ai potenziali beneficiari (es. associazioni di categoria, ordini professionali, enti pubblici, istituzioni, università e centri di ricerca, Imprese, organizzazioni non governative, consulenti della pubblica amministrazione, esperti, professionisti, giornalisti, etc..

Tra i soggetti moltiplicatori i mass media occupano un ruolo fondamentale, anche grazie alla disponibilità di dati aperti relativi ai progetti europei su cui gli operatori dell'informazione possono basare indagini e approfondimenti.

Un valido aiuto nella diffusione delle informazioni riguardanti il POR CAMPANIA FESR 2014-2020 e nella progettazione di specifiche azioni di comunicazione può venire dagli sportelli informativi europei presenti sul territorio; in primis gli Europe Direct, ma anche i centri di documentazione europea, l'Enterprise Europe Network, i Servizi europei per l'impiego, gli sportelli Euroguidance e Eurodesk.

5. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione (canali e strumenti)

Le azioni di comunicazione integrata proposte nella presente strategia sono descritte di seguito in un quadro sinottico, indicando per ciascuna azione gli strumenti utilizzati per realizzarla, a quali destinatari è rivolta e quali obiettivi si prefigge di raggiungere.

Alcune azioni saranno realizzate in comune con gli altri fondi SIE gestiti dalla Regione Campania, nell'ambito della programmazione unitaria.

L'attuazione delle azioni di comunicazione presuppone inoltre la creazione di un'immagine grafica coordinata e l'eventuale individuazione di un claim che rendano facilmente riconoscibili, identificabili e riconducibili al PO 2014-2020 le azioni attuate nel settennio con il contributo del

FESR, come già accaduto con i precedenti cicli di programmazione. Tale immagine coordinata rientra in una più generale strategia di immagine unitaria che caratterizzerà la Programmazione 2014-2020.

Le azioni specifiche, che saranno inserite nei piani annuali, a seconda della rispondenza agli obiettivi specifici previsti per l'anno, sono state raggruppate nelle seguenti categorie:

A. Comunicazione digitale

B. Comunicazione tradizionale

C. Relazioni con i moltiplicatori

D. Assistenza ai beneficiari in materia di comunicazione

E. Progetti speciali

A. Comunicazione digitale		
Azione e strumenti	Destinatari	Obiettivi
A.a) Sito web del POR Campania FESR Il sito del FESR renderà disponibili le informazioni e i documenti relativi all'attuazione del programma, i dati in formato aperto dei progetti finanziati e informazioni su ogni evento e/o iniziativa connessa al FESR (consultazioni pubbliche, convegni, etc.). Una sezione del portale ospiterà informazioni di sintesi ed esempi di operazioni e progetti in lingua inglese. Sul sito saranno pubblicate, in modo che siano facilmente rintracciabili, tutte le opportunità di finanziamento offerte dall'Amministrazione, da eventuali Organismi Intermedi operanti in seno al Programma ovvero da Soggetti in House sia dell'Amministrazione titolare, sia degli Organismi Intermedi. Saranno inoltre pubblicati i Bandi di gara, attivati su progetti del Programma, relativi a progetti attuati direttamente dall'Amministrazione titolare del Programma o dagli Organismi Intermedi (ovvero da loro soggetti in House che operano ai fini dell'attuazione del Programma). La lettura congiunta dei dati presenti sul sito web del Por Campania Fesr 2014-2020 e di quelli che i soggetti attuatori sono obbligati per legge a pubblicare sui loro siti in "Amministrazione Trasparente" potrà restituire tutte le informazioni necessarie ad un "monitoraggio di parte terza". Nella progettazione e realizzazione della piattaforma sarà data particolare attenzione all'elemento multimediale delle informazioni (schede multimediali in grado di raccontare i progetti nella logica dello storytelling), nonché agli obblighi di comunicazione della nuova programmazione. Il front end soddisferà le normative vigenti riguardo accessibilità e usabilità per la pubblica amministrazione. Inoltre verranno offerte delle scorciatoie di navigazione guidata per temi e interessi, favorendo l'utente nella ricerca di informazioni a seconda della categoria di appartenenza (ad esempio tra cittadino, impresa e associazione). Il Template utilizzato sarà "responsive" e la progettazione dell'interfaccia dovrà prevedere un accesso intuitivo alle informazioni presenti sia da pc che da dispositivi mobile quali tablet, phablet e smartphone. La piattaforma web dunque avrà le seguenti caratteristiche: multilingue; realizzata con codice aperto e commentata in-line; utilizzo di Open data per favorire integrazione con il portale www.opencoesione.gov.it ; realizzata con codice open source; corredata da documentazione e con risultato positivo di Stress Test e Security Test con i principali tools sul mercato. Infine, nell'ambito della comunicazione via web verranno avviate collaborazioni e sinergie con altri siti dedicati ai temi dello sviluppo regionale e delle Politiche di Coesione, in primis con il Portale generalista www.regione.campania.it .	(GP) (PB) (BE) (SM)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati 7 - Supporto beneficiari 8 - Collaborazione con i moltiplicatori
A.b) Social network I social media verranno utilizzati per diffondere al meglio le informazioni e raccogliere feedback. Si utilizzeranno prevalentemente Facebook e Youtube, in virtù della trasversalità e diffusione del primo e del carattere esclusivamente multimediale del secondo. I video, infatti, sono ormai considerati universalmente lo strumento migliore per veicolare le informazioni e la conoscenza. Sarà utilizzato un apposito canale video sulla piattaforma YouTube consentirà la diffusione di notizie, avvenimenti, realizzazioni inerenti la programmazione FESR. La strategia sarà aperta all'utilizzo di eventuali nuove forme di media sociali particolarmente adatte, evitando però la dispersione delle informazioni nell'apertura di numerosi profili anzi cercando la concentrazione delle informazioni, in stretta sinergia con i profili istituzionali della Regione e DG Regio.	(GP) (PB) (SM)	2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti

A.c) Newslettering e mail alert in ottica CRM In continuità con il precedente periodo di programmazione sembra opportuno garantire la diffusione delle informazioni inerenti il PO FESR 2014-2020 attraverso la newsletter telematica CampaniaEuropa News e/o tramite un sistema di e-mail alert per avvisare gli iscritti dell'uscita di bandi ed in merito ad ogni altra notizia di interesse. Potranno essere inoltre utilizzate newsletter tematiche, dedicate a specifici progetti. Attraverso questi strumenti si intende favorire un approccio alla relazione con i pubblici di riferimento orientato al Citizen Relationship Management (CRM), focalizzato quindi sulla relazione di servizio, in un'ottica di miglioramento, personalizzazione e soddisfazione delle aspettative. Tale approccio è finalizzato alla realizzazione di azioni di comunicazione multicanale diffuse e differenziate per target e potrà servirsi nel tempo anche di ulteriori strumenti: numero verde; chat online; forum di discussione; creazione e gestione di una banca dati relazionale; un indirizzo e-mail a cui rivolgersi; ticket on-line per la segnalazione di problemi o per la richiesta di assistenza.	(GP) (PB) (SM) (BE)	3 - Conoscenza PO 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati
A.d) Multimedia broadcasting Verranno realizzate produzioni multimediali in grado di raccontare l'attuazione del programma, informare il grande pubblico, potenziali beneficiari e beneficiari effettivi, sulle opportunità e le realizzazioni in corso. Il materiale sarà realizzato in modo da poter essere veicolato attraverso tutti mezzi di comunicazione necessari a raggiungere i target prefissati di volta in volta. Verrà utilizzata, anche, ove possibile e opportuno, la diretta video attraverso lo streaming.	(GP) (PB) (SM)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati
A.e) Applicazioni per device mobili Ad esempio: • geolocalizzazione dei progetti cofinanziati con il FESR con schede video-informative di ciascun progetto: una mappa geografica regionale dei progetti consultabile grazie ad una app utilizzabile su dispositivi Android, IOS e Windows. • una App per i bandi: realizzazione di una app che consenta di essere sempre aggiornato sulla pubblicazione di nuovi bandi e/o che avverta su quelli in scadenza.	(GP) (PB) (SM)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati

B. Comunicazione tradizionale		
Azione e strumenti	Destinatari	Obiettivi
B.a) Campagne Lancio del programma, generaliste sullo stato d'attuazione o rivolte a specifici target o tematiche, ad esempio di inaugurazione delle opere una volta completate. Strumenti: TV locali e circuiti, radio, carta stampata, affissioni, cinema, online, etc.	(GP)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 6 - Uso risorse e risultati
B.b) Sportelli fisici Spazi informativi in presenza, distribuiti nelle 5 province campane, utilizzando la rete Europe Direct e altri sportelli informativi presenti sul territorio (partenariato della comunicazione).	(GP) (PB)	3 - Conoscenza PO 5 - Accesso ai finanziamenti
B.c) Partecipazione a manifestazioni e fiere Annualmente sarà programmata la partecipazione a manifestazioni e fiere coerenti con la programmazione ed attuazione del POR, in relazione agli obiettivi tematici ed alle operazioni finanziate. La partecipazione avverrà in due modalità: high e a seconda dell'importanza della manifestazione e delle attività di comunicazione da porre in essere. La modalità high prevede la presenza del PO attraverso uno stand interamente dedicato, all'interno del quale ospitare e realizzare eventi, svolgere attività di comunicazione e di formazione. La modalità low, invece, prevede la presenza del PO, attraverso la realizzazione di un corner informativo o semplicemente l'invio di materiale informativo cartaceo o digitale. Anche la presenza di personale sarà adeguata alla modalità di partecipazione.	(GP) (PB)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità

B.d) Workshop e seminari Annualmente sarà programmata la realizzazione di workshop e seminari coerenti con la programmazione ed attuazione del POR, in relazione agli obiettivi tematici ed alle operazioni finanziate.	(PB)	5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati
B.e) Eventi e Convegni Evento di lancio del programma ed evento annuale. Annualmente sarà programmata la realizzazione di convegni coerenti con la programmazione ed attuazione del POR, condividendo lo stato di attuazione del programma.	(GP) (PB) (SM)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati
B.f) Inserzioni, pubblicazioni e redazionali su quotidiani e/o periodici locali e nazionali, su supporti carta e web	(PB)	5 - Accesso ai finanziamenti
B.g) Pubblicazioni e materiale editoriale Manuali, kit informativi, linee guida, brochure, poster, affissioni (manifesti, locandine e targhe) etc. <i>Form on line</i> per produzioni a carico dei beneficiari.	(GP) (PB)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti
B.h) Emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di Gestione	(GP)	1 - Immagine UE

C. Relazione con i moltiplicatori		
Azione e strumenti	Destinatari	Obiettivi
C.a) Comunicati stampa	(SM) Giornalisti	8 - Collaborazione con i moltiplicatori
C.b) Conferenze stampa	(SM) Giornalisti	8 - Collaborazione con i moltiplicatori
C.c) Interventi formativi Per rafforzare il ruolo del giornalismo locale, saranno realizzati interventi formativi rivolti ai giornalisti che mireranno ad aggiornare la categoria riguardo le peculiarità dei fondi SIE nel periodo 2014-20, i meccanismi di funzionamento dei PO, di assegnazione delle risorse, la rendicontazione dei risultati. Analoghe iniziative potranno essere realizzate con il Partenariato economico e sociale e i portatori di interessi collettivi, tra i quali: le organizzazioni di categoria, le Università, gli Istituti di istruzione, gli Ordini Professionali, gli insegnanti, gli uffici della cittadinanza, le Associazioni Pubbliche e private e le organizzazioni periferiche dello Stato.	(SM)	8 - Collaborazione con i moltiplicatori
C.d) Costituzione del partenariato dei comunicatori del PO FESR Si tratta di una rete di professionisti della comunicazione presenti sul territorio campano, che può includere rappresentanti di: Tavolo del Partenariato, Europe Direct, Unioncamere e Camere di commercio, sistemi enti locali, città, sistemi territoriali, università, associazioni di categoria, uffici regionali responsabili della comunicazione dei Fondi SIE, agenzie regionali, e tutti i soggetti che si riterrà opportuno includere. L'iniziativa ha il duplice vantaggio di: • garantire una relazione strutturata e continuativa con gli Europe Direct presenti sul territorio campano e con altre realtà territoriali impegnate nella comunicazione • aumentare la platea dei soggetti moltiplicatori dell'informazione. Al fine di rendere le azioni di comunicazione sempre più integrate con le azioni realizzate dalle altre regioni d'Europa alcuni dei comunicatori incaricati dell'attuazione della strategia del PO FESR parteciperanno alle reti Europee dei comunicatori (INFORM) e di quella italiana dell'Agenzia per la Coesione e del (DPS).	(SM)	8 - Collaborazione con i moltiplicatori

C.e) Animazione del partenariato dei comunicatori Iniziative volte a favorire la reciproca collaborazione nel diffondere sui territori la conoscenza delle iniziative portate avanti dalla differenti realtà, in particolare inerenti il PO FESR: incontri periodici, strumenti digitali di condivisione delle informazioni e di ascolto e confronto, momenti formativi e informativi.	(SM)	8 - Collaborazione con i moltiplicatori
--	------	---

D. Assistenza ai beneficiari in materia di comunicazione		
Azione e strumenti	Destinatari	Obiettivi
D.a) Materiale informativo Per supportare i beneficiari nel loro ruolo di comunicatori, saranno realizzati una guida cartacea e online e dei materiali formativi, in forma di video tutorial, che descrivano gli obblighi dei beneficiari in tema di comunicazione.	(BE)	7 - Supporto beneficiari
D.b) Kit di comunicazione Format per la produzione dei materiali cartacei e digitali necessari ai beneficiari per assolvere ai loro obblighi comunicativi. Ad esempio modelli in formato elettronico (format, <i>fac-simile</i>) di • descrizione dell'operazione finanziata con il FESR - comprensiva di indicazioni su finalità e risultati del progetto e sul sostegno finanziario ricevuto dall'Unione - che il beneficiario ha l'obbligo di pubblicare sul proprio sito web durante l'attuazione dell'operazione stessa; • poster con informazioni sul progetto; • informative e documenti (ad esempio attestati di partecipazione) con dichiarazioni conformi a quanto prescritto dal Reg. UE 1303/13 All.XII, 2.2, punto 3, che il beneficiario ha l'obbligo di fornire ai partecipanti ad un progetto; • cartelloni temporanei di dimensioni rilevanti; • targhe permanenti o cartelloni pubblicitari.	(BE)	7 - Supporto beneficiari
D.c) Informative nei bandi Prevedere già nella redazione dei bandi: • un'informativa che avverta i beneficiari che l'accettazione del finanziamento implica accettazione della loro inclusione nell'elenco delle operazioni pubblicate ai sensi dell'art. 115, par. 2, del Reg. UE 1303/2013 e del par. 2.1.2.d) dell'Allegato XII; • informazioni sulle attività di comunicazione minime che il beneficiario deve impegnarsi ad espletare per poter accedere al finanziamento; • richiamo alle regole vigenti in materia di obbligo di utilizzo dei loghi, del concept, del format per la predisposizione degli strumenti di comunicazione utilizzabili dai beneficiari.	(PB)	7 - Supporto beneficiari
D.d) Consulenza online e/o telefonica Numero telefonico e/o casella di posta elettronica dedicata per fornire risposte ai dubbi circa gli obblighi dei beneficiari in tema di comunicazione.	(BE)	7 - Supporto beneficiari
D.e) Network beneficiari Spazio online per la condivisione e il confronto tra i beneficiari per raccontare i risultati e le loro esperienze.	(BE)	7 - Supporto beneficiari

Azioni necessarie a realizzare ciascun obiettivo

Obiettivo 1 IMMAGINE UE Rafforzare l'immagine dell'Unione Europea e valorizzare il ruolo dei fondi SIE	Obiettivo 2 IMMAGINE REGIONE Rafforzare l'immagine della Regione	Obiettivo 3 CONOSCENZA PO Promuovere la conoscenza del programma operativo (obiettivi, risultati)	Obiettivo 4 RICONOSCIBILITÀ Garantire un'immagine coordinata per aumentare la riconoscibilità del PO
A.a) Sito del FESR Campania A.d) Multimedia broadcasting B.a) Campagne B.c) Manifestazioni e fiere B.e) Eventi e Convegni B.g) Pubblicazioni B.h) Emblema dell'Unione	A.a) Sito del FESR Campania A.b) Social network A.d) Multimedia broadcasting B.a) Campagne B.c) Manifestazioni e fiere B.e) Eventi e Convegni B.g) Pubblicazioni	A.a) Sito del FESR Campania A.b) Social network A.c) Newslettering e mail allert in ottica CRM A.d) Multimedia broadcasting B.a) Campagne B.b) Sportelli fisici B.c) Manifestazioni e fiere B.g) Pubblicazioni	A.a) Sito del FESR Campania A.b) Social network A.d) Multimedia broadcasting B.a) Campagne B.c) Manifestazioni e fiere B.d) Eventi e Convegni B.g) Pubblicazioni
Obiettivo 5 ACCESSO AI FINANZIAMENTI Strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti i finanziamenti previsti dal PO	Obiettivo 6 USO RISORSE E RISULTATI Rendere facilmente accessibili e intellegibili dati e informazioni sull'utilizzo delle risorse e sui risultati raggiunti	Obiettivo 7 SUPPORTO BENEFICIARI Informare i beneficiari dei loro obblighi di comunicazione, fornendo assistenza tecnica, modelli e strumenti di supporto	Obiettivo 8 COLLABORAZIONE CON MOLTIPLICATORI Valorizzare il partenariato e promuovere reti per massimizzare la diffusione delle informazioni sul territorio
A.a) Sito del FESR Campania A.b) Social network A.c) Newslettering e mail allert in ottica CRM A.e) Applicazioni per device mobili B.b) Sportelli fisici B.d) Workshop e seminari B.e) Eventi e convegni B.f) Inserzioni B.g) Pubblicazioni	A.a) Sito del FESR Campania A.c) Newslettering e mail allert in ottica CRM A.e) Applicazioni per device mobili B.a) Campagne B.d) Workshop e seminari B.e) Eventi e Convegni	A.a) Sito del FESR Campania D.a) Materiale informativo D.b) Kit di comunicazione D.c) Informative nei bandi D.d) Consulenza online e/o telefonica D.e) Network beneficiari	A.a) Sito del FESR Campania C.a) Comunicati stampa C.b) Conferenze stampa C.c) Interventi formativi C.d) Costituzione partenariato dei comunicatori C.e) Animazione del partenariato

Nell'ambito del settennio saranno realizzati anche uno o più dei seguenti progetti speciali e di animazione del territorio, alcuni dei quali raccolti grazie alla consultazione pubblica:

E. Progetti speciali		
Azione e strumenti	Destinatari	Obiettivi
E.1) Monitoraggio civico		
E.1.a) Cantieri porte aperte Promuovere la partecipazione e la cittadinanza attiva a partire dall'offerta di informazioni tempestive e trasparenti sull'impiego delle risorse per la crescita del territorio. A questo proposito per gli interventi principali del Programma, indicativamente quelli superiori al milione di euro, si procederà a realizzare delle azioni di comunicazione specifiche, on site, in modo da fornire, alla cittadinanza interessata dall'intervento, informazioni relative alla natura dello stesso e ai benefici che deriveranno alla comunità circostante dalla sua realizzazione. L'attività di comunicazione avrà il suo culmine in una giornata annuale in cui i Cantieri verranno aperti al pubblico (Cantieri porte aperte). Questo servirà a favorire la trasparenza, il monitoraggio civico, rendendo i cittadini maggiormente consapevoli degli interventi in corso, dell'utilizzo dei Fondi Europei; essi inoltre avranno la possibilità di conoscere la data di conclusione delle opere. Questo consentirà di predisporre le comunità interessate alla piena integrazione con l'opera una volta conclusa, a renderli più tolleranti verso i disagi derivanti dai lavori in corso, rendendoli a loro volta dei moltiplicatori di informazione, con il più potente mezzo di comunicazione esistente: il passaparola, anche attraverso i propri profili sui social network. Per far questo verranno utilizzati strumenti di comunicazione tradizionali (cartellonistica on site) e verranno promossi incontri con le comunità locali, anche con il coinvolgimento degli enti locali interessati. Inoltre, si provvederà a realizzare dei prodotti multimediali, anche in forma di schede sui singoli interventi in grado di raccontare, secondo la logica dello storytelling, la realizzazione dell'opera.	(GP)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 6 - Uso risorse e risultati
E.2) Animazione del territorio		
E.2.a) "Racconta all'Europa, Chiedi all'Europa" Per il Festival dell'Europa la Regione Campania promuove ogni anno un concorso "Racconta all'Europa, Chiedi all'Europa". Il concorso si rivolge agli studenti delle scuole superiori della Campania i quali, attraverso la realizzazione di prodotti multimediali, hanno l'occasione di riflettere sul contributo dell'Unione Europea allo sviluppo regionale, ampliando e consolidando la conoscenza delle politiche di coesione in particolare del FESR. I vincitori invece hanno avuto la possibilità di visitare le istituzioni dell'Unione durante gli open doors. Per favorire la conoscenza del PO si prevede una fase di coinvolgimento degli istituti scolastici in tre fasi: una sensibilizzazione di tutti gli istituti scolastici della Campania, attraverso la realizzazione di pillole multimediali educative attraverso apposita piattaforma, in modo da favorire anche l'utilizzo delle LIM. Incontri assembleari negli istituti interessati in modo da favorire la comprensione del PO e la partecipazione al concorso. Realizzazione, per gli studenti interessati e iscritti al concorso, di momenti formativi per approfondire le teorie e le tecniche della comunicazione audiovisiva e realizzare i prodotti multimediali richiesti per raccontare cosa la Politica di Coesione sta facendo nel proprio territorio o sensibilizzare su di un tema non affrontato. Per la promozione dell'iniziativa, oltre a utilizzare gli strumenti di comunicazione sopra descritti (inserzioni, sito internet, social etc) si utilizzeranno eventi pubblici (anche attraverso la presenza con stand) dedicati al mondo dei giovani quali momenti di ascolto, confronto, promozione, formazione e divulgazione sul Concorso, il PO e le politiche di coesione europee. In questa ottica si prevede di proseguire le collaborazioni con la manifestazione internazionale "Giffoni Film Festival" (Giffoni Valle Piana) e con la manifestazione nazionale "3 giorni per la Scuola" (Napoli).	(GP) Giovani	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità
E.2.b) Camper informativo itinerante Per la promozione dei progetti, il racconto dei cantieri e a supporto della partecipazione ad eventi si prevede l'allestimento di un camper itinerante in grado di diffondere informazioni relative al PO, garantendo 300gg out door.	(GP)	1 - Immagine UE 2 - Immagine Regione 3 - Conoscenza PO 4 - Riconoscibilità 5 - Accesso ai finanziamenti 6 - Uso risorse e risultati

5.1. Strumenti di comunicazione in formati accessibili a persone con disabilità

Saranno attivati strumenti di comunicazione specifici per soggetti svantaggiati ed in particolare per persone con disabilità. In particolare gli strumenti che potranno essere attivati sono:

- pubblicazione delle informazioni sul POR CAMPANIA FESR sullo spazio web ufficiale (porfesr.regione.campania.it), nel rispetto degli standard qualitativi europei "Minerva" (2004), della Legge Stanca (Legge 4 del 9.01.2004) e sue successive modifiche e integrazioni;
- predisposizione di traduzioni in LIS (Lingua dei segni) e impiego di apparati video di visione frontale ed espansa per con-

sentire la lettura labiale durante seminari/incontri/convegni, da richiedere all'atto della registrazione all'evento;

- realizzazione di video (televisivi o web) accessibili ai diversamente abili anche attraverso i sottotitoli o lingua dei segni anche con l'utilizzo di appositi lowware;
- predisposizione di materiale informativo, depliant e brochure in Braille;
- realizzazione di incontri/convegni/eventi in ambienti e contesti privi di ostacoli architettonici.

Tali misure saranno adottate, ove possibili, trasversalmente in tutte le azioni relative all'attuazione della strategia.

6. Budget

La dotazione finanziaria, per assicurare l'attuazione, il monitoraggio e la valutazione delle azioni di informazione e comunicazione previste dalla presente Strategia, sarà a valere sulle risorse previste dal POR CAMPANIA FESR 2014-2020 nell'ambito dell'Asse AT - Assistenza Tecnica - Informazione e comunicazione. Sulla base della stima dei costi relativi alle attività di informazione e comunicazione sostenuti nel precedente periodo di programmazione e di una indagine di mercato, per la Strategia di Comunicazione del POR Campania FESR 2014-2020 è stato previsto un budget pari a circa 6.100.000,00 euro per il periodo 2016/2022. Tali dotazioni saranno in parte utilizzate anche per le azioni di comunicazione da realizzare in comune con gli altri fondi SIE nell'ambito del settennio, laddove presenti.

L'incidenza percentuale delle azioni di comunicazione è prevista:

1. Per annualità, imputando quote crescenti in previsione dell'incremento del volume di attività nel tempo e prevedendo un budget anche per la diffusione dei risultati nel biennio 2021-2022.

2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
10%	15%	17%	17%	16%	15%	10%

2. Per categoria di azioni di comunicazione.

Categoria di azioni di comunicazione	% del budget
comunicazione digitale	30%
comunicazione tradizionale	30%
relazione con i moltiplicatori	10%
assistenza ai beneficiari su responsabilità di comunicazione	
progetti speciali	30%

Visto che la presente Strategia di comunicazione, come stabilito nell'Allegato XII, par. 4, lettera i) del Reg. (UE) 1303/13, sarà soggetta ad una revisione annuale volta ad individuare le attività da inserire nel piano per l'anno successivo, la ripartizione del budget potrà essere verificata e aggiornata di anno in anno.

Ai sensi degli artt. 115-116 del Reg. UE 1303/2013, l'Autorità di Gestione del Programma Operativo FESR Campania 2014-2020 è il soggetto responsabile dell'elaborazione, dell'attuazione e della revisione della Strategia di comunicazione.

7. Organizzazione e governance della comunicazione

È compito dell'Autorità di Gestione assicurare *“che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando forme e metodi di comunicazione al livello appropriato”* (par. 2.1.1. dell'Allegato XII Reg. UE 1303/2013).

Apprendendo dall'esperienza dei precedenti cicli di programmazione, e capitalizzando le competenze acquisite, l'attuazione della Strategia sarà affidata alla **Unità per l'Attuazione della Strategia di Comunicazione - U.A.S.C.**

Per l'attuazione della Strategia e dei piani annuali, l'autorità, attraverso l'Unità per l'attuazione della Strategia di Comunicazione si doterà di una task force composta da esperti della comunicazione istituzionale con significativa esperienza nel settore della comunicazione dei Fondi Strutturali che forniranno un'assistenza tecnica specialistica sull'attuazione del programma e che avranno, come interlocutori privilegiati: i grandi beneficiari, i responsabili degli obiettivi operativi, i pubblici amministratori, le istituzioni nazionali e comunitarie, gli stakeholder e i giornalisti.

La struttura responsabile della strategia è dunque la seguente:

Autorità di Gestione	Direzione Generale Autorità Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
Indirizzo	Via Santa Lucia, 81 - Napoli
Indirizzi di posta elettronica ordinaria	dg.16@regione.campania.it
Indirizzi di posta elettronica certificata	dg.16@pec.regione.campania.it

Nell'attuazione della Strategia l'Autorità di Gestione si avvarrà del supporto della seguente struttura:

Struttura	U.A.S.C. (Unità per l'Attuazione della Strategia di Comunicazione) presso la U.O.D. Assistenza Tecnica e Comunicazione
Indirizzo	Via Santa Lucia, 81 - Napoli
Recapiti telefonici	+39.0817962796 +39.0817962948
Indirizzi di posta elettronica	comunicazionefesr@regione.campania.it

L'organizzazione delle attività di comunicazione prevedrà anche il costante raccordo con le altre strutture regionali che si occupano di comunicazione istituzionale: la Programmazione Unitaria, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, la Redazione del Portale, l'Ufficio Stampa, gli Uffici che curano la comunicazione degli altri Fondi Sie a livello regionale, etc.

La governance della strategia sarà inoltre rafforzata dalla collaborazione con il **partenariato dei comunicatori**, ossia dalla realizzazione di attività a regia regionale attuate in raccordo con la rete di professionisti e strutture radicate sul territorio che possano amplificare e rendere più capillari le azioni di comunicazione previste dalla strategia.

8. Monitoraggio e valutazione della strategia

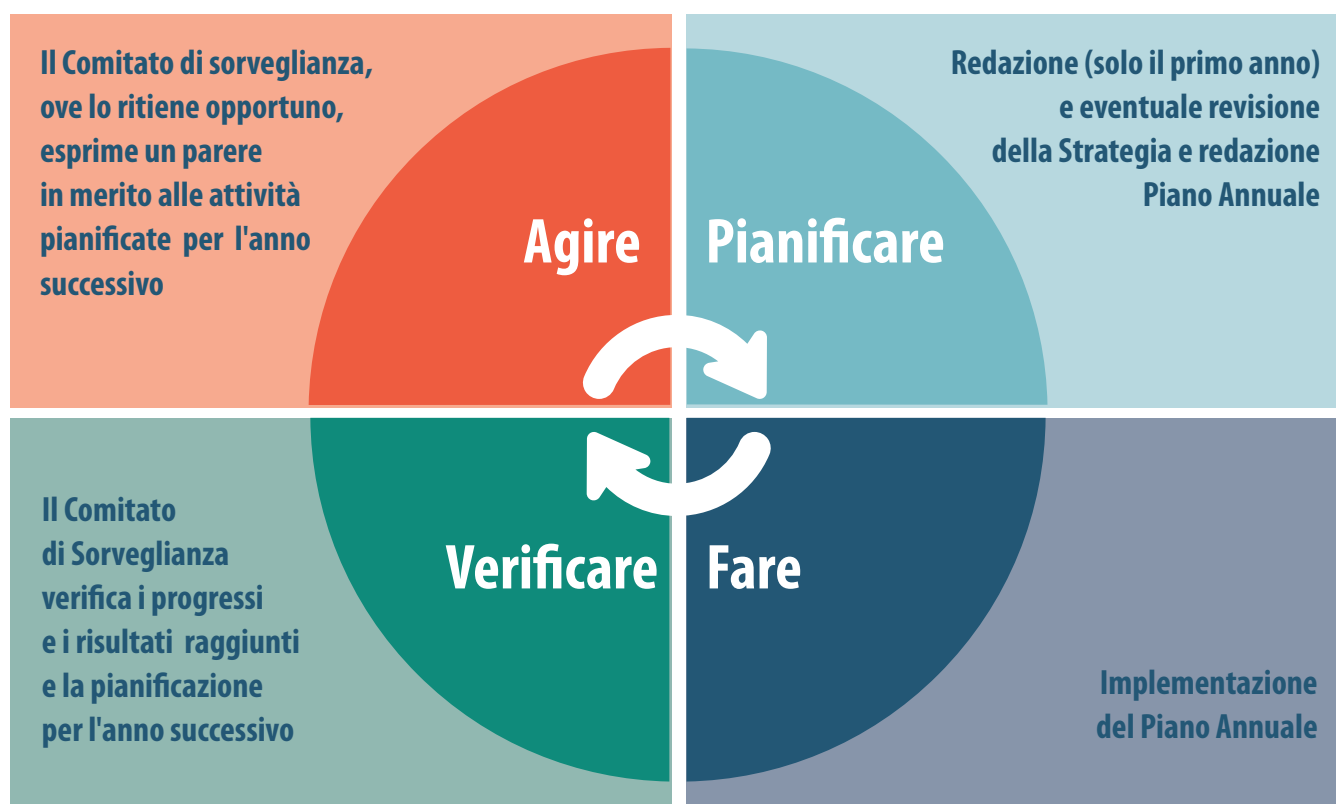
Come disposto dai relativi Regolamenti, la presente strategia di comunicazione è settennale, con piani di azione annuali. La Strategia sarà inoltre sottoposta all'approvazione del Comitato di sorveglianza entro i sei mesi successivi alla decisione della Commissione di adozione del programma.

Ai sensi dell'articolo 116 Reg. (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di gestione informerà annualmente il Comitato di sorveglianza in merito ai progressi nell'attuazione della Strategia di comunicazione e all'analisi dei risultati, nonché circa le informazioni pianificate e le attività di comunicazione da svolgersi nel corso dell'anno successivo.

Il Comitato di sorveglianza, ove lo riterrà opportuno, esprimerà un parere in merito alle attività pianificate per l'anno successivo.

Nelle annuali relazioni di attuazione nel 2017 e nel 2019 e nella relazione di attuazione finale un focus sarà dedicato ai risultati delle misure di informazione e comunicazione nell'ambito della Strategia di comunicazione. Durante il periodo di programmazione, per rispondere efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti, l'Autorità di gestione può modificare la strategia, previa approvazione del Comitato di sorveglianza (articolo 110 del Reg. UE n. 1303/2013).

Questa impostazione normativa consente di gestire la Strategia in un'ottica di miglioramento continuo della qualità delle azioni di comunicazione, secondo il modello del ciclo di Deming, un metodo di gestione in quattro fasi iterativo che, nel caso della strategia di comunicazione dei fondi SIE per il periodo 2014-20, può essere schematizzato come segue:



Il miglioramento continuo della qualità delle azioni di comunicazione di anno in anno necessita di un sistema di monitoraggio e valutazione delle attività realizzate efficace ed efficiente, in modo da fornire al Comitato di Sorveglianza informazioni aggiornate ed attendibili e redigere i piani annuali sulla scorta degli effettivi risultati raggiunti.

A tal fine sono stati individuati:

- **indicatori di realizzazione**, che mirano a verificare l'attuazione e lo sviluppo delle azioni di comunicazione individuate;
- **indicatori di risultato**, che mirano a verificare l'impatto

delle azioni di comunicazione sui diversi pubblici a cui sono rivolte.

Tra gli indicatori di output dell'Asse Prioritario Assistenza Tecnica del POR Campania FESR 2014-20 (Tabella 13, AT.2) è individuato quello relativo alle azioni di comunicazione e informazione sul POR FESR 2014-2020; il valore obiettivo (2023) è di 4 azioni. Per azione di comunicazione si intende l'attività finalizzata al raggiungimento dello specifico obiettivo di comunicazione, così come declinata nel piano annuale di riferimento. L'attuazione di un piano annuale può essere misurata come percentuale del grado di realizzazione delle attività in esso previste.

8.1. Indicatori di realizzazione

A. Comunicazione digitale	
Azione e strumenti	Esempi di indicatori di realizzazione
A.1) Sito del FESR Campania	Accessi alle pagine web del sito
A.2) Portale regionale	Notizie pubblicate inerenti il FESR
	Accessi alle pagine web dedicate al FESR
A.3) Accesso ad informazioni personalizzate tramite profilazione dell'utente	Accessi alle pagine web dedicate
A.4) Social network	Numero di fan della pagina facebook del FESR
	Numero di tweets inviati
A.5) Newsletter o mail alert	Numero di newsletter o mail alert inviate
	Numero di iscritti al servizio
A.6) Elenco delle operazioni	Percentuale dei progetti con dati aperti pubblicati/totale dei progetti finanziati
A.7) Multimedia broadcasting	Numero di spot realizzati e messi in onda su web tv
A.8) Applicazioni per smartphone	Numero di applicazioni realizzate
B. Comunicazione tradizionale	
Azione e strumenti	Esempi di indicatori di realizzazione
B.1) Campagne	Evidenze documentali che testimonino la realizzazione
B.2) Sportelli fisici	Numero di contatti
B.3) Partecipazione a manifestazioni e fiere	Numero di manifestazioni e fiere in cui è stato allestito uno stand del POR Campania FESR 2014-2020
B.4) Workshop e seminari	Numero di workshop e seminari organizzati
B.5) Convegni	Numero di convegni organizzati
B.6) Inserzioni	Numero di inserzioni pubblicate
B.7) Pubblicazioni e materiale editoriale	Numero di pubblicazioni realizzate, in format cartaceo o digitale
B.8) Emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di Gestione	Esposizione della bandiera della UE presso la sede regionale di via Santa Lucia
C. Relazione con i media	
Azione e strumenti	Esempi di indicatori di realizzazione
C.1) Comunicati stampa	Numero di comunicati inviati
C.2) Conferenze stampa	Numero di conferenze convocate
C.3) Interventi formativi rivolti ai giornalisti	Numero di incontri realizzati

D. Assistenza ai beneficiari

Azione e strumenti	Esempi di indicatori di realizzazione
D.1) Materiale informativo	Numero di materiali cartacei e digitali prodotti
D.2) Kit di comunicazione	Numero di format pubblicati online
	Numero di download dei format
D.3) Informative nei bandi	Percentuale dei bandi che contengono informative corrette sugli obblighi di comunicazione dei beneficiari
D.4) Consulenza online e/o telefonica	Percentuale di richieste evase sul totale
D.5) Network beneficiari	Messa in esercizio della piattaforma informatica
	Numero di interventi sulla piattaforma

E. Partenariato dei comunicatori

Azione e strumenti	Esempi di indicatori di realizzazione
E.1) Costituzione del partenariato dei comunicatori del PO FESR	Formalizzazione del partenariato dei comunicatori del PO FESR
E.2) Animazione del partenariato dei comunicatori	Numero di azioni di animazione realizzate

8.2. Indicatori di risultato

Esempi di indicatori e strumenti di rilevazione

Obiettivo	Indicatore di risultato	Strumenti
Obiettivo 1 Immagine UE	Livello di consapevolezza del grande pubblico sul ruolo svolto dall'Unione Europea e dai fondi SIE	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 2 Immagine Regione	Livello di consapevolezza del grande pubblico sul ruolo della Regione come ente che programma e gestisce strategie per la crescita dei territori	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 3 Conoscenza PO	Tasso di conoscenza presso il grande pubblico del programma operativo (obiettivi, risultati)	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 4 Riconoscibilità	Tasso di conoscenza presso il grande pubblico di loghi e claim e altri elementi dell'immagine coordinata (brand awareness, brand recall)	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 5 Accesso ai finanziamenti	Tasso di conoscenza presso i potenziali beneficiari delle modalità di accesso ai finanziamenti previsti dal PO	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 6 Uso risorse e risultati	Tasso di conoscenza presso il grande pubblico su come sono state utilizzate le risorse del Po e su quali risultati sono stati raggiunti	Indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 7 Supporto beneficiari	Livello di soddisfazione dei beneficiari rispetto alle azioni finalizzate a supportarli nell'assolvimento dei loro obblighi di comunicazione	Questionario di gradimento e rivelazioni del livello di soddisfazione mediante indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis
Obiettivo 8 Collaborazione moltiplicatori	Livello di soddisfazione delle diverse categorie di soggetti moltiplicatori rispetto alle azioni attuate nei loro confronti	Questionario di gradimento e rivelazioni del livello di soddisfazione mediante indagine campionaria, focus group, interviste in profondità con interlocutori privilegiati, web sentiment analysis

