



**PIANO INTEGRATO DI COMUNICAZIONE
SUI PROGRAMMI OPERATIVI FESR-FSE 2014-2020**

2022

INDICE

1. PREMESSA
2. ACCESSIBILITA' E TRASPARENZA
Area Web.
3. ATTUAZIONE FONDI SIE
Area Media:
Area audiovisivi
Area Social media
4. VALORIZZAZIONE RUOLO UE
Workshop e Convegni
European day. Evento Annuale.
Le attività trasversali del Piano.
5. STRATEGIE POST 20
Festival delle risorse europee
Tollkit di sostegno all'ascolto territoriale 21-27
6. APPENDICE
7. ALLEGATI

1. Premessa

Il Piano integrato di comunicazione POR FESR-FSE 2022 si pone l'obiettivo di agire in continuità con la strategia comunicativa del precedente: per la perfetta coerenza delle scelte compiute rispetto alle necessità del contesto; per i risultati ottenuti allegati a titolo di report a questo documento.

Tali risultati costituiscono il nuovo punto da cui partire, anche nella previsione della chiusura del Programma 14-20 e dell'avvio della 21-27; in quest'ultimo caso, soprattutto in relazione agli indirizzi delle politiche dell'Unione in ordine all'attuazione di azioni di coesione sempre più frutto di condivisione territoriale.

In questa cornice, tutti gli aspetti della comunicazione sono considerati quali leve strategiche a sostenere le attività di *governance* e modelli di funzionamento della pubblica amministrazione rivolti al "buon governo", ovvero all'implementazione dei processi che consentono di utilizzare al meglio le risorse europee.

La comunicazione istituzionale sui fondi europei rappresenta la via privilegiata per disseminare il valore fondamentale, oltre che finanziario, dei Fondi strutturali per lo sviluppo e la crescita del territorio e, pertanto, il presente Piano 2022 incrementerà, tanto con l'ausilio di strumenti digitali quanto con l'adozione di un metodo integrato e multidisciplinare, l'esperienza fin qui maturata, sempre nel rispetto dell'alveo delineato dalla Strategia Integrata di comunicazione del POR FESR 2014-2020 e del POR FSE 2014-2020, approvata nei Comitati di sorveglianza del 25 e del 26 marzo 2016. In tale senso, vale ricordare che i principi del Piano incardinano la visibilità delle Politiche europee e della programmazione regionale, la trasparenza, la partecipazione e l'integrazione tra i Programmi FESR e FSE, coerentemente alla scelta dell'Amministrazione regionale di dar luogo ad un'Autorità unica di gestione e di coordinamento dei due Fondi.

Il Piano ha come obiettivo primario la promozione e la valorizzazione delle attività di gestione e di attuazione dei programmi operativi, per favorire l'accesso dei beneficiari e del territorio alle opportunità di crescita e sviluppo e contribuire così ad un sempre più ampio ed adeguato impiego delle risorse finanziarie. Altri obiettivi caratterizzanti, connessi a nuove misure di *empowerment*, guardano al miglioramento della comunicazione interna e con gli stakeholder, attraverso un sistema integrato di soluzioni tecnologiche, e alla cura del sito dedicato alle politiche europee, quale terminale, sintesi e irradiatore di tutti i processi comunicativi. Al fine di perseguire le finalità sopra citate, il Piano consente l'adeguamento funzionale alle necessità legate a fasi gestionali non programmabili.

Pertanto, per la realizzazione dei servizi previsti nel Piano 2022 si procederà ad affidamenti, secondo le norme dettate dal Codice degli appalti e in continuità con i piani delle annualità precedenti, nelle seguenti aree di intervento:

- 1) **Aggiornamento e gestione del portale “Abruzzo fondi europei”;**
- 2) **Aggiornamento e implementazione della piattaforma con contenuti streaming e per workshop e webinar e realizzazione di eventi on line**
- 3) **Implementazione e nuove produzioni di “Eu-Genio. Il genio dei fondi europei”;**
- 4) **Gestione, supporto e realizzazione grafica della newsletter “Bandi&Risorse”;**
- 5) **Produzione di audiovisivi;**
- 6) **Piattaforma social e comunicazione.**

Per i servizi che sono più strettamente e specificatamente connessi alle strategie comunicative post 20 e che saranno rivolti, con una serie di eventi sul territorio e mediante il ricorso ad una ampia campagna di comunicazione (Festival delle risorse europee), a rendere noti i risultati raggiunti, nonché alla previsione di una serie di strumenti dedicato all’avvio della nuova programmazione (toolkit per strategia territoriale), si procederà ad affidamenti specifici.

Obiettivi delle azioni di comunicazione

In sintesi il Piano 2022 si propone di:

- ridurre la distanza tra i cittadini e le istituzioni;
- promuovere l’immagine dell’Unione europea e dare sostegno alle politiche locali e regionali;
- pubblicizzare i vantaggi dei POR FESR-FSE;
- informare i potenziali fruitori finali, vale a dire coloro ai quali sono destinati gli interventi;
- sensibilizzare su ruoli e competenze gli enti pubblici coinvolti;
- coinvolgere attivamente nei Programmi organizzazioni professionali, soggetti economici pubblici e privati, parti sociali, associazioni ed operatori;

- fornire un'immagine omogenea delle azioni di intervento sul territorio regionale;
- contribuire al raggiungimento degli obiettivi dei POR;
- favorire la diffusione delle buone prassi legate alla partecipazione ai bandi;
- diffondere il valore positivo della competitività del sistema regionale e di quei fattori che ne costituiscono i presupposti (modernizzazione, dinamicità, innovazione, formazione continua, strumenti per la flessibilità, ecc.);
- amplificare l'azione dell'Unione Europea ed il rapporto sinergico con la Regione;
- utilizzare al meglio gli strumenti di comunicazione telematica;
- creare una rete di comunicazione agile, efficace, trasparente e dinamica, integrata e diffusa capillarmente sul territorio.

Destinatari delle azioni di comunicazione

Il Piano è strutturato per coinvolgere il più ampio ed eterogeneo numero di destinatari (opinione pubblica, istituzioni, stakeholders, terzo settore, associazioni, organizzazioni datoriali e sindacali, i media, le università e gli istituti di ricerca, reti e network), ricompresi in quattro macro target di riferimento:

1. grande pubblico;
2. beneficiari potenziali;
3. beneficiari effettivi;
4. moltiplicatori di informazione.

Strumenti di comunicazione del Piano: analytics e corporate identity.

Il Piano 2022, nel rispetto delle indicazioni contenute nella *Strategia di comunicazione* dei due Programmi, delinea una serie di attività che riguardano tanto le imprescindibili forme di promozione, disseminazione, monitoraggio e informazione tradizionali (in quest'ultimo caso, attraverso comunicati, newsletter, produzioni editoriali, confronti funzionali alla condivisione delle azioni e alla capacity building, convegni, eventi divulgativi) quanto quelle più specificamente riferite

all'utilizzo dei social media, allo scopo di raggiungere un'utenza quanto più possibile ampia e diversificata e, nello stesso tempo, puntualmente selezionata in ordine alle priorità di investimento. Il Piano 2022, dopo la positiva esperienza, continuerà a far ricorso agli strumenti di analytics che permettono di valutare l'andamento delle attività e ricorre ancora al fattore della *Corporate identity*, che consente di definire il ruolo positivo della Regione Abruzzo in relazione ai bisogni che vuole soddisfare e ai valori o modelli di comportamento che intende promuovere attraverso i fondi europei, delineandolo come punto di programmazione e di coordinamento sul territorio.

2. Accessibilità, trasparenza, identità e reporting

Area web

a) Aggiornamento e gestione del portale “Abruzzo fondi europei”;

In continuità con le azioni intraprese sul portale dedicato alle politiche europee, all'interno del sito regionale, per la creazione di un'area denominata “Abruzzo fondi europei”, il sito sarà sempre più il luogo di informazione a tutto tondo sulle politiche europee della Regione Abruzzo. Il ricorso all'*open data* e all'*open government* costituirà, inoltre, l'elemento di riferimento per valorizzare i dati in chiave di narrazione e di verifica sul territorio delle opere realizzate con le risorse europee (applicazione del principio di advocacy). Il presidio di figure con competenze multidisciplinari ha il compito di raccogliere le informazioni sulle opere finanziate e renderle omogenee e disponibili per ogni genere di pubblico: amministratori pubblici, stakeholder, giornalisti, semplici cittadini, ed altri.

Il portale sarà sempre più il luogo della comunicazione integrata e circolare tra *governance* regionale e stakeholder, con la previsione di spazi dedicati ad iniziative di partecipazione attiva, e coltiverà l'ambizione di caratterizzarsi come piattaforma interattiva e di supporto a tutte le procedure di scambio di informazioni tra la *governance* e le sue componenti (workshop, webinar, elaborazione condivisa di documenti, ecc) mediante l'uso dei canali social.

Allo scopo di aumentare la visibilità del sito, oltre alla ottimizzazione del posizionamento naturale nei motori di ricerca, grazie all'indicizzazione SEO e SERP, si procederà anche ad apposite campagne pubblicitarie sui social.

b) Aggiornamento e implementazione della piattaforma con contenuti streaming e per la realizzazione di workshop, webinar ed eventi on line

In continuità con le attività svolte con successo grazie alla fortunata previsione di una apposita piattaforma che ha consentito anche durante il periodo di emergenza pandemica di non sospendere le numerose attività di condivisione sui documenti programmatici, il presente Piano riconferma il ricorso al sistema cui aggiunge anche il miglioramento delle soluzioni tecniche allo scopo di rendere ancora più performante il confronto da remoto, diversificandolo a seconda delle esigenze.

c) **Aggiornamento ed ottimizzazione della *corporate identity* legata alle nuove necessità e reporting delle attività.**

Migliorare l'identità positiva dell'Ente e rafforzarne il posizionamento richiede una ottimizzazione grafica di quanto fino ad ora realizzato in termini di marchio. E' inoltre necessario che ogni tre mesi vengano fornite alla committenza report sull'andamento dei prodotti editoriali.

3. Attuazione fondi Sie.

Area media

a) Implementazione e nuove produzioni di “Eu-Genio. Il genio dei fondi europei”. Rotocalco di informazione

Dopo il processo di animazione della mascotte “Eugenio”, scaturito dalle complesse fasi di definizione del suo character in 2D, della cura dei particolari tecnici e della sincronizzazione della voce con speaker professionista, la comunicazione relativa alle attività che l'Amministrazione regionale muoverà ancora attraverso il rotocalco “*EU-genio*, il genio dei fondi europei”, in quanto nucleo centrale dell'intero progetto di *corporate identity*. Il rotocalco sarà diffuso sui media (Tv, siti e radio) ed una versione sarà implementata per i quotidiani. Nel rotocalco troveranno spazio tutte le informazioni riguardanti le opportunità offerte dai fondi FESR-FSE e i report delle attività realizzate.

b) Gestione, supporto e realizzazione grafica della newsletter “Bandi&Risorse”;

La newsletter Bandi&Risorse è riuscita a cogliere l'interesse del target individuato, come dimostrano anche i crescenti numeri degli utenti che chiedono di iscriversi, grazie anche a campagne social mirate. Pertanto il presente Piano di comunicazione darà continuità al servizio.

Area audiovisivi

La produzione dei video, anche mediante l'uso del drone, è funzionale ad arricchire i prodotti editoriali che saranno veicolati attraverso il portale, il rotocalco di informazione e la newsletter Bandi&Risorse.

Area social media

L'utilizzo dei new media (Facebook, Twitter e YouTube e instagram) già avviati con successo, sarà una costante anche nel presente Piano di comunicazione, rappresentando anche luoghi virtuali facilmente raggiungibili dall'utenza, facilitata anche nella domanda diretta di informazioni più di dettaglio, in tempo reale. I social oltre ad informare in modo disintermediato e accessibile saranno utilizzati anche in modo strategico per delineare i target in relazione alle priorità di investimento, ricorrendo alle tecniche di advertising e analytic. Peraltro la piattaforma social sarà utilizzata in modo integrato con il portale.

4. Valorizzazione ruolo Ue.

workshop e convegni

Le diverse attività inerenti la programmazione e la gestione dei POR saranno supportate da workshop, incontri periodici sul territorio, convegni di approfondimento di tematiche, eventi divulgativi, rendicontazione dei risultati periodici e finali, anticipazioni sulla programmazione 2021-2027, con l'obiettivo di veicolare informazioni a specifici target di riferimento e agli stakeholder interessati

European day. Evento annuale

Nell'ambito della *Strategia integrata di comunicazione* è prevista l'organizzazione di un Evento annuale, promosso dall'AdG, le cui finalità saranno quelle di

- promuovere le opportunità di finanziamento;
- presentare i risultati del programma;
- illustrare i migliori progetti (buone prassi);
- presentare eventuali Piani di Azione e sinergie tra fondi.

Le attività trasversali del Piano.

In sinergia con il coordinamento dei comunicatori nazionali, la Regione Abruzzo parteciperà ad alcuni degli eventi previsti annualmente dalla Commissione europea per rafforzare lo scambio di esperienze, il rapporto con i partner europei e le attività di informazione che disseminano i benefici delle politiche europee.

5. Strategie post 2020

Come è stato anticipato a pag. 4 del presente Piano di comunicazione, si darà luogo ad una ulteriore e specifica strategia di disseminazione, in continuità con i servizi editoriali previsti per l'annualità 2022, rivolta, tuttavia, a cogliere l'obiettivo della chiusura del programma 2014-2020 e, contestualmente, l'obiettivo di avvio della programmazione 2021-2027. Si procederà quindi mediante procedure specifiche all'organizzazione di eventi divulgativi, di un festival delle risorse europee e per la predisposizione di toolkit di sostegno all'ascolto territoriale e per il lancio di una campagna media.

6. Appendice

Risorse disponibili per l'azione di comunicazione per l'annualità 2022

La tabella che segue, derivante dai Documenti Strategici di comunicazione dei POR FESR - FSE, riepiloga di massima le risorse disponibili per l'attuazione del Piano integrato di comunicazione sui programmi operativi FESR-FSE 2020 per l'annualità 2022, complessivamente distinte per programmi, coerentemente con quanto previsto dalla Strategia integrata della comunicazione.

Si rappresenta che gli importi indicati potranno subire modifiche in ragione delle attività di comunicazione che si renderà necessario attuare in vista della chiusura del ciclo di Programmazione 2014-2020 e dell'avvio del ciclo di Programmazione 2021-2027 dei Programmi FESR e FSE+.

Stanziamenti per l'annualità 2022 suddivisi per Programmi.

2022			
Strumenti	POR FESR	POR FSE	Risorse Totali disponibili
<i>Implementazione sito web e spazi di confronto on line; Comunicazione social, Advertising e marketing avanzato, Eventi, Campagne media, materiale informativo promozionale; corporate identity, gadget.</i>	90.000,00	60.000,00	150.000,00

Previsione della spesa 2022

ATTIVITA'	POR FESR	POR FSE
<i>Implementazione sito web e spazi di confronto on line; Comunicazione social, Advertising e marketing avanzato, Eventi, Campagne media, materiale informativo promozionale; immagine grafica coordinata, gadget.</i>	90.000,00	60.000.000

Modalità di espletamento delle procedure.

L'affidamento dei servizi e/o forniture, legati alle attività di comunicazione, verrà effettuato in ottemperanza alle procedure di cui al D.lgs. n. 50/2016 e s.m.i., nel massimo rispetto dei principi di “ [...] *Economicità, efficacia, tempestività e correttezza*[...] *libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità, nonché di pubblicità con le modalità indicate nel presente codice*”, di cui all'art. 30 del medesimo Codice dei Contratti Pubblici.

Cronoprogramma di sviluppo delle attività di comunicazione per il 2022

ATTIVITÀ	GEN.	FEB.	MAR.	APR.	MAG.	GIU.	LUG.	AGO.	SETT.	OTT.	NOV.	DIC.
Raccolta e analisi dei risultati. Pianificazione nuove attività	X	X						X	X	X	X	X
Video	X	X							X	X	X	X
Social media	X	X							X			
Implementazione sito web e spazi di confronto online											X	X
Urp												
Comunicati stampa									X	X	X	X
Attività trasversali con l'Unione Europea							X	X	X	X		
Campagne media											X	X
Immagine grafica coordinata												X
Comunicazione social, advertising e marketing avanzato												X
Workshop ed eventi	X						X			X	X	X
Avvisi materiale informativo												X

La Governance.

L'Autorità di Gestione Unica FESR e FSE, alla luce delle indicazioni del Reg. (UE) n. 1303/2013, assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate.

Per le attività connesse a tali obblighi e alla comunicazione, l'AdG si avvale della "Cabina di Comunicazione" di cui alla determinazione direttoriale DPA/226 del 27.10.2020. La Cabina di "Comunicazione" è composto da:

- Direttore del Dipartimento Presidenza (presidente);
- Dirigente del Servizio Autorità di Gestione Unica FESR-FSE;
- Responsabile Ufficio comunicazione fondi europei e nazionali
- Responsabile Ufficio Coordinamento, monitoraggio e gestione PO FESR – Servizio Autorità di Gestione Unica FESR – FSE;

- Responsabile Ufficio Coordinamento, monitoraggio e gestione PO FSE – Servizio Autorità di Gestione Unica FESR-FSE;
- Responsabile Ufficio Comunicazione Interna ed Esterna per le attività di comunicazione relative al Fondo Sociale Europeo;
- Gli RDA interessati per il POR FESR ed FSE;
- Assistenza tecnica “Comunicazione”.

La “Cabina di Comunicazione” si riunisce ad inizio anno per raccogliere le esigenze dei Dipartimenti, attraverso i Responsabili delle misure, sentiti i Responsabili di Dipartimento, e, successivamente, per la verifica di attuazione delle iniziative di comunicazione pianificate.

7. Allegati

Tab. 1 Caratteristiche dei gruppi target

Tab. 2 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

Tab. 3 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

Tab. 4 Indicatori di realizzazione (modificare cifre)

Tab. 5 Indicatori di risultato

REGOLAMENTO UE N. 1303/2013: AGGIORNAMENTO ELENCO DELLE OPERAZIONI

Tab. 1 Caratteristiche dei gruppi target

Tipologia di target	Numerosità e Caratteristiche	Segmentazione	Bisogni di informazione	Strumenti (indicazioni generali)
Grande Pubblico	Molto Numeroso e importante		Azione di sensibilizzazione/informazione relativa al ruolo svolto dall'Unione Europea, al valore aggiunto dei sostegni dei programmi operativi ed ai loro risultati.	Manifesti, sito Web, comunicati stampa/mezzi informativi, social network
Beneficiari potenziali	Abbastanza numeroso; generiche	Suddiviso in base alle finalità dei progetti realizzati, in relazione a ciascun Asse/azione dei 2 programmi	Informazione sui progetti ad essi destinati, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti.	Pubblicazioni, materiale informativo, evento annuale, work-shop
Beneficiari effettivi	Specializzato, livello di conoscenza alta nella preparazione e realizzazione dei progetti	Suddiviso sulla base di Assi e Azioni	Informazioni sugli obblighi da rispettare in quanto fruitori di finanziamenti dei POR. Per facilitare tale compito sono assistiti/coadiuvati attraverso modelli ed esempi.	Gli incontri con i potenziali beneficiari devono consentire una comunicazione bidirezionale attiva, ed un approccio personalizzato
Moltiplicatori dell'informazione	Destinatari specifici e specializzati, in grado di trasmettere e capillarizzare le informazioni	Individuati di volta in volta in base agli interventi da promuovere	In relazione alla specializzazione dei suoi diversi rappresentati	Conferenze, seminari, pubblicazioni professionali

Tab. 2 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

ATTIVITÀ: PROPEDEUTICA E LANCIO DELL'AZIONE DI COMUNICAZIONE			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Eventi, Convegni, Workshop	Pubblicità sulle maggiori testate, comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Open day	Documenti, manifesti, spot, web, social, newsletter	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Sito Web	Documenti, manifesti, spot, social, newsletter, Storytelling, Pillole d'Europa, Tutorial, Docufilm, video	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Social media	Circuito della rete sociale (facebook, you tube)	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} all'interno della rete sociale	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Inserzioni virali su Facebook	Pubblicità sulla rete sociale di facebook	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} all'interno della rete sociale di facebook	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Spot	Sistema televisivo locale e social media	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo} fuori e dentro la rete sociale	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Newsletter Bandi&Risorse	Indirizzario elettronico	Moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} buone prassi ^{ooo}
Brochure	Diffusione nei totem	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , efficacia ^{ooo} conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Legenda: Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

Tab. 3 Correlazione funzionale Attività, Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici

ATTIVITÀ: ANIMAZIONE DEI BANDI/AVVISI			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Workshop e convegni	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Eventi	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Materiale informativo	Direttamente ai destinatari nell'ambito di workshop, eventi, open day	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{ooo} , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{ooo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Azioni trasversali con l'Unione europea	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} ,
Agenzia di stampa specializzata "Regione flash"	Comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} Beneficiari potenziali ^o , beneficiari effettivi ^o , moltiplicatori dell'informazione ^o	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^o , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , efficacia ^o
Legenda: Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

Tab. 4 Indicatori di realizzazione

Azione/strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di Misura
Sito Web <i>Abruzzo Europa</i>	Pagine web create	25
Profilo Facebook <i>Regione Abruzzo e Abruzzo Lavoro</i>	N. like	41.000
Eventi	Eventi organizzati	10
Spot: POR FSE <i>Vocazione Impresa</i> Video per TV Tabellari Banner POR FESR <i>Festival Europeo dello Sviluppo Sostenibile</i> Video per TV Audio per Radio		270 16 10 230 260
Materiale multimediale: <i>Pillole d'Europa</i> <i>C'è posto per me</i> Docufilm Video		35
Rapporti con la stampa	Comunicati stampa effettuati	70
Materiale informativo e publireddazionale	Redazionale Guida Regioni 2018 Il Sole 24 ore	Lettori 800 mila
Newsletter <i>Bandi&Risorse</i>		

Tab. 5 Indicatori di risultato

Obiettivi	Indicatore di risultato	Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativo
Ampliare la conoscenza e la consapevolezza dei cittadini rispetto alle opportunità offerte dai Fondi strutturali di investimento europei (Fondi SIE).	Livello di sensibilizzazione sui fondi UE nel grande pubblico	Analisi del feedback fornito dai servizi interattivi
Garantire l'accessibilità e imparzialità sulle opportunità offerte dai POR FESR-FSE 2014-2020	Livello di disponibilità delle informazioni 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 POR FESR-FSE 2014-2020	Livello di percezione della qualità delle informazioni ricevute dai gruppi target	Questionari, analisi feedback da strumenti interattivi
	Livello di implementazione positiva del programma	Numero di candidature di buon livello e basso tasso di errore
Informare i gruppi target sui vantaggi dei progetti realizzati	Livello di conoscenza dei progetti all'interno dei gruppi target	Questionari, focus group, indagini a campione

Regolamento Ue n. 1303/2013: aggiornamento elenco delle operazioni.

Le norme in materia di informazione e comunicazione, contenute all'articolo 115 e nell'allegato XII del Regolamento UE N. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, stabiliscono che l'Autorità di Gestione elabori la strategia di comunicazione e garantisca al contempo la creazione di un sito web unico o di un portale unico che fornisca informazioni su tutti i programmi operativi di uno Stato membro e sull'accesso agli stessi. L'Autorità di Gestione è tenuta inoltre ad informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell'ambito dei programmi operativi e a pubblicizzare il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi.

Al fine di garantire la trasparenza del sostegno fornito dai fondi strutturali e di investimento europeo è previsto, in adempimento all'articolo 115 - paragrafo 2, che l'Autorità di Gestione mantenga e aggiorni semestralmente, entro il 31/05 e il 31/12 di ogni anno, un elenco delle operazioni in formato Excel.