



PIANO DI SVILUPPO E COESIONE ABRUZZO 2000-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE

Dicembre 2022

Versione 1.0

Sommario

Premessa	3
1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO	5
1.1 Cicli di Programmazione	5
1.2 Il nuovo PSC 2000-2020	7
1.3 La linea politica regionale per sostenere il territorio in fase pandemica	8
2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSC 2000-2020: STRATEGIA E OBIETTIVI.	9
2.1 La strategia di comunicazione del PSC 2000-2020.....	9
2.2 Gli obiettivi del Piano di comunicazione.....	11
3. LE AZIONI DI COMUNICAZIONE E GLI STRUMENTI E DEL PIANO	133
4. CRONOPROGRAMMA DI SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	211
5. I PUBBLICI DI RIFERIMENTO DEL PIANO	211
6. LA GOVERNANCE DEL PIANO	23
6.1 Responsabilità operativa del Piano.....	23
6.2 Comunicazione interna, integrazione e coordinamento.....	23
7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	24
8. PIANO FINANZIARIO	27
APPENDICE	28
Loghi.....	28
Tabella sintetica delle attività di comunicazione 2023-2024.....	29

Premessa

Il ruolo della comunicazione istituzionale pubblica è un elemento strategico e fondamentale per un Ente pubblico, tanto più per quei processi che vedono l'Ente quale responsabile dell'attuazione di articolati e importanti programmi di investimento, quali sono i Programmi e i Piani finanziati dai fondi per la coesione territoriale.

La buona governance della comunicazione presidia non solo le attività messe in campo per informare gli stakeholder (istituzioni, cittadini, imprese, etc.), ma entra in contatto con tutti gli attori, creando un circolo virtuoso di ascolto e partecipazione in tutte le fasi che caratterizzano tali Programmi e Piani (programmazione, realizzazione, monitoraggio, valutazione), al fine di assicurare che tale circolo porti, grazie alle lezioni apprese, ad un miglioramento continuo delle politiche pubbliche, che impatti sul benessere e sulla qualità della vita dell'ambito territoriale destinatario degli interventi finanziati e cofinanziati da tali Programmi/Piani.

La comunicazione istituzionale, leva strategica di governo, diventa fattore di armonizzazione del rapporto tra la programmazione e la fruizione dei benefici apportati dalle attività di governo alla comunità, ed è il naturale ambito in cui far confluire principi di coordinamento, di trasparenza e di partecipazione democratica.

Trasparenza e partecipazione sono quindi le parole chiave intorno alle quali ruota il presente Piano di Comunicazione che riguarda il PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo.

Tale Piano abbraccia gli interventi finanziati dal Fondo di Sviluppo e Coesione (FSC) di tre programmazioni: 2000-2006, 2007-2013 e 2014-2020.

Perché la comunicazione del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo sia efficace, è necessario da un lato garantire efficacia e trasparenza della spesa e dei meccanismi di assegnazione delle risorse economiche, dall'altro far conoscere gli effetti e le ricadute del Piano sul contesto economico e sociale della Regione Abruzzo. A tal fine, è fondamentale investire, oltre che sulla riconoscibilità degli interventi finanziati, anche e soprattutto su un'informazione costante e debitamente programmata che dia conto degli effetti di tali finanziamenti sul territorio, in un'ottica di accountability delle scelte dei policy makers, consentendo in tal modo all'opinione pubblica di essere informata di tali decisioni, perché questa possa effettuare un controllo civico sull'utilizzo delle risorse pubbliche. Si tratta di un'azione che, sotto la regia dell'Autorità responsabile del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, richiede un lavoro capillare e a rete che coinvolge i responsabili degli interventi a livello regionale e i singoli RUP, per comunicare cosa è stato realizzato e come tali interventi rientrano nella strategia di sviluppo regionale, che vede le sue fondamenta nel documento strategico "*Abruzzo Prossimo*".

La politica di comunicazione della Regione Abruzzo va collocata nel quadro del rinnovato impegno dell'Ente di accrescere la trasparenza e l'efficacia delle proprie azioni, al fine favorire la percezione del proprio ruolo di ente pubblico di programmazione e di governo del territorio nel ridurre la distanza tra l'istituzione, i cittadini e le imprese. In tal senso, sulla scorta delle esperienze maturate anche nella gestione dei piani di Comunicazione dalla Regione Abruzzo a valere sui Fondi strutturali europei, il presente Piano prevede la necessaria integrazione delle azioni di comunicazione con le altre fonti di finanziamento e gli altri Programmi regionali, in linea con quell'idea di Programmazione unitaria che caratterizza fin dall'inizio questo mandato



la Giunta regionale e sancito sia con l'adozione del documento "Abruzzo Prossimo - Linee di indirizzo strategico per lo sviluppo sostenibile e l'integrazione dei fondi 2021-30" (delibera di Giunta n.320 del 3-6-2021), sia con la definizione di una governance regionale unitaria della programmazione 2021 -2027 (delibera di Giunta n. 147 del 15-3-2021).

L'indirizzo di una comunicazione unitaria e integrata figura anche tra gli indirizzi della programmazione 2021-2027, così come ribadito dall'Agenzia per la Coesione territoriale che ha prefigurato un logo unico per la nuova programmazione portato avanti dalla Rete dei Comunicatori della programmazione europea, con il chiaro indirizzo di estendere, in futuro, questo obiettivo anche ai fondi della programmazione nazionale.

Nel contesto programmatico su delineato, il presente Piano di Comunicazione fissa i criteri e le azioni comunicative da intraprendere in una logica che prevede la condivisione e la massima collaborazione delle strutture regionali coinvolte nell'attuazione della Programmazione al fine di migliorare la governance della comunicazione

Il presente Piano vuole essere uno strumento dinamico, flessibile, suscettibile di aggiornamenti e integrazioni in corso d'opera, necessari per rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze che dovessero manifestarsi nella gestione delle attività.

1. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

La politica di coesione nazionale si basa sull'art. 119, comma 5 della Costituzione il quale prevede che *“per promuovere lo sviluppo economico, la coesione e la solidarietà sociale, per rimuovere gli squilibri economici e sociali, per favorire l'effettivo esercizio dei diritti della persona, o per provvedere a scopi diversi dal normale esercizio delle loro funzioni, lo Stato destina risorse aggiuntive ed effettua interventi speciali in favore di determinati Comuni, Province, Città metropolitane e Regioni”*.

La politica regionale unitaria per lo sviluppo e la coesione territoriale è finanziata da risorse europee e nazionali, provenienti, rispettivamente, dai Fondi Strutturali europei (FESR - Fondo Europeo di Sviluppo Regionale e FSE – Fondo Sociale Europeo), dal Next Generation Fund che finanzia il PNRR, dal Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC) ed è specificatamente diretta a garantire che gli obiettivi di competitività siano raggiunti da tutti i territori regionali, anche e soprattutto da quelli che presentano squilibri economico-sociali, nella logica di consentire a tutte le aree adeguati livelli di crescita, nel rispetto delle peculiarità regionali.

Il Fondo per le Aree Sottoutilizzate - FAS nasceva come una risorsa aggiuntiva assegnata dallo Stato alle Amministrazioni centrali e regionali con la finalità di promuovere lo sviluppo economico, la coesione e la solidarietà sociale fra le aree del Paese. Istituito con la legge finanziaria per il 2003 (artt. 60 e 61 Legge 27/12/2002 n.289), il FAS unificava due Fondi intercomunicanti per le aree sottoutilizzate (destinati per l'85% al Mezzogiorno), attivi presso l'allora Ministero dell'Economia e delle Finanze (M.E.F.) e il Ministero delle Attività Produttive (M.A.P.):

- il primo, di cui alla Legge 208/98, Finanziamento per la realizzazione di iniziative dirette a favorire lo sviluppo sociale ed economico delle "aree depresse";
- il secondo, di cui alla Legge 488/92, Fondo unico per incentivi alle imprese, limitatamente agli interventi territorializzati e, cioè, quelli il cui ambito territoriale coincide con le "aree depresse" di cui alla Legge 208/98.

Con il decreto legislativo 31 maggio 2011, n. 88, il FAS ha assunto la denominazione di Fondo per lo sviluppo e la coesione (FSC).

1.1 Cicli di Programmazione

Originariamente il FAS veniva finanziato annualmente dal CIPE attraverso apposite delibere ed era destinato a:

- investimenti pubblici in infrastrutture materiali ed immateriali - con interventi da ricomprendere nell'ambito delle Intese Istituzionali di Programma sottoscritte tra Regione e Governo;
- incentivi - secondo criteri di rapidità e semplicità in conformità alle linee indicate dai singoli documenti di programmazione economica e finanziaria.

Gli investimenti di cui al primo punto venivano articolati in Programmi triennali da attuare con lo strumento dell'Accordo di Programma Quadro (APQ), rispettando i criteri previsti all'art.73, L. 28/12/01 n.448.

Per i progetti della programmazione 2000-2006 ricompresi negli APQ, l'allora Ministero dello Sviluppo Economico nel 2009 avviò, a livello nazionale, una fase di pubblicizzazione dei cosiddetti "Progetti esemplari" per rendere noto al grande pubblico l'essenza stessa della Programmazione FAS.

A partire dal 2007, in attuazione del Quadro Strategico Nazionale (QSN), la dotazione per il ciclo di programmazione 2007-2013 diveniva pluriennale in linea con la programmazione dei Fondi strutturali europei. Il FAS a livello della Regione Abruzzo finanziava il Programma di Attuazione Regionale (PAR), comprensivo degli strumenti prescelti per il perseguimento dei propri obiettivi: Accordi di programma quadro e Strumenti di attuazione diretta.

Seguendo le indicazioni del Quadro Strategico Nazionale (QSN) e della delibera di ripartizione CIPE n. 166/2007, l'attuazione della programmazione regionale unitaria e, quindi, del PAR FAS Abruzzo 2007-2013, è stata accompagnata in ogni sua fase da una azione di comunicazione rivolta innanzitutto all'opinione pubblica, ai beneficiari e agli attuatori degli interventi cofinanziati.

Parallelamente alle risorse ordinarie FAS (poi FSC), la delibera CIPE 79/2012 è intervenuta assegnando alla Regione Abruzzo risorse aggiuntive e premiali per il raggiungimento degli obiettivi strategici definiti dal QSN.

Sulla base dell'esperienza pregressa e dei risultati importanti che il ciclo di programmazione 2007-2013 ha evidenziato, il CIPE ha approvato la delibera n. 26/2016 con la quale, in attuazione dell'art. 1, comma 703, lettere a) e b) della legge n. 190/2014 (legge di stabilità 2015), ha individuato le aree tematiche e gli obiettivi strategici su cui impiegare la dotazione finanziaria del FSC per il settennio 2014-2020 e, nello specifico, i cd. "Patti per il sud", appositi accordi interistituzionali a livello politico in coerenza con le priorità strategiche indicate nel Masterplan per il Mezzogiorno, adottato dal Governo nel corso del 2015.

Lo strumento "Patto per il Sud" ha avuto il ruolo centrale di contribuire a colmare il gap esistente tra le aree del Paese, condividendo con i territori azioni e settori di intervento ritenuti maggiormente idonei a favorire il rilancio degli investimenti e dell'occupazione nel Mezzogiorno.

Con la DGR n. 229 del 16 aprile 2016, sono state approvate le linee strategiche afferenti la politica di coesione regionale attivata attraverso il MasterPlan Abruzzo (FSC 2014-2020), poi riprogrammato nel 2018 introducendo una linea di assistenza tecnica al fine di assicurare il supporto tecnico alle strutture regionali nella gestione del Patto.

Alla normativa già esistente, dettata dalle delibere CIPE n. 166/2007, per quello che attiene la programmazione 2007/2013, CIPE n. 79/2012, CIPE n. 25/2016, n. 26/2016 e n. 26/2018 per quello che attiene la programmazione 2014/2020, nel tempo si sono aggiunte:

- la normativa sulla riorganizzazione degli interventi FSC in un unico Piano Sviluppo e Coesione (DL n. 34/2019);
- la normativa nazionale ed europea definita al fine di fronteggiare l'emergenza sanitaria causata dal COVID-19 (DL n. 34/2020 e leggi regionali).

1.2 Il nuovo PSC 2000-2020

Il Decreto-legge n. 34/2019, recante: “Misure urgenti di crescita economica e per la risoluzione di specifiche situazioni di crisi”, convertito, con modificazioni, nella L. 28 giugno 2019, n. 58 (cd. Decreto Crescita) all’art. 44, ha previsto norme relative alla “semplificazione ed efficientamento dei processi di programmazione, vigilanza ed attuazione degli interventi finanziati dal Fondo per lo sviluppo e la coesione” con lo scopo di aumentare le risorse economiche disponibili, attraverso il recupero delle risorse non spese e di perseguire l’allineamento metodologico, contenutistico e di governance della programmazione nazionale a quella europea.

Tale Decreto, con l’obiettivo di migliorare il coordinamento unitario di gestione e monitoraggio e la qualità degli investimenti finanziati con le risorse nazionali destinate alle politiche di coesione dei cicli di programmazione 2000/2006, 2007/2013 e 2014/2020, ha affidato all’Agenzia per la coesione territoriale, sentite le amministrazioni interessate, la riclassificazione degli strumenti al fine di sottoporre all’approvazione del CIPESS un unico Piano operativo, per ciascuna Amministrazione, denominato, appunto, “Piano sviluppo e coesione” (PSC).

La Regione Abruzzo ha condotto, in aderenza al nuovo quadro normativo, il percorso di assestamento e di riorganizzazione nel passaggio al PSC 2000-2020, nel quale sono confluiti i tre cicli di programmazione citati: la pluralità dei documenti programmatori variamente denominati è stata sostituita con un unico Piano denominato «Piano sviluppo e coesione» con modalità unitarie di gestione e monitoraggio.

A seguito di una ricognizione degli interventi FSC, ai sensi del dell’art. 44, comma 7, lett. b) del D.L. 34/2019, trasmessa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche di Coesione, è emerso che gli interventi suscettibili di definanziamento per l’Abruzzo cubavano risorse pari a € 391,9 Mln.

Con DGR 416 del 2020, il Governo regionale ha proceduto alla riprogrammazione di 22 interventi attraverso la stipula dell’Intesa istituzionale tra il Presidente della Giunta regionale e il Ministro per il Sud che prevedeva in un primo momento l’assegnazione del 7% dell’importo utile alla progettazione definitiva da ufficializzare mediante la stipula di convenzioni progettuali; nella fase successiva l’erogazione del 93% delle risorse, mediante la stipula di una convenzione di realizzazione.

In tal mondo, nel rispetto del decreto Crescita, i fondi FSC, mediante l’Intesa istituzionale, hanno garantito di sopperire alle esigenze emergenziali presenti sul territorio regionale – da ricordare il bonus famiglia, le borse di studio, il sostegno alle attività turistiche e commerciali - consentendo il dispiegarsi del sostegno tangibile del PSC alle priorità dell’emergenza COVID-19, e di evitare il definanziamento di 22 interventi ritenuti comunque strategici per l’Abruzzo che, in quanto riprogrammati, hanno potuto riprendere il loro percorso di progettazione e realizzativo, utilizzando una metodologia che premia l’efficienza dei beneficiari e delle Amministrazioni.

Il Piano Sviluppo e Coesione 2000-2020 della Regione Abruzzo è stato approvato dal CIPESS, in prima istanza, con delibera n. 21 del 29 aprile 2021 (G.U. SG n. 188 del 07 agosto 2021) recante "Fondo Sviluppo e Coesione - Approvazione del piano sviluppo e coesione della Regione Abruzzo", integrato con la CIPESS n. 49/2021.

Esso conta su un plafond di 2.112 milioni di euro per un totale di 4.132 interventi. Risorse ed interventi sono stati riclassificati in specifici settori di intervento ricompresi nelle seguenti 12 aree tematiche individuate dallo stesso Decreto: ricerca e innovazione, digitalizzazione, competitività imprese, ambiente e risorse naturali, cultura, trasporti e mobilità, riqualificazione urbana, sociale e salute, istruzione e formazione, capacità amministrativa.

Il PSC 2000-2020 si compone di una sezione ordinaria che vale 1.863.706.788,33 ed una sezione speciale a sua volta suddivisa in sezione speciale 1, che contiene misure di contrasto agli effetti del Covid 19 (Euro 135.236.480,77) e sezione speciale 2, destinata alla copertura progetti ex PO 14-20 (Euro 113.490.320,00).

1.3 La linea politica regionale per sostenere il territorio in fase pandemica

La Regione Abruzzo è intervenuta tempestivamente nel dare luogo a misure ed interventi atti a contrastare la perdita di competitività del territorio e l'accentuarsi degli squilibri sociali causati dalla pandemia. Dai primi interventi tesi a bloccare scadenze e pagamenti agli interventi urgentissimi a sostegno delle famiglie con il Cura Abruzzo 1 (L.R.9/2000). Successivamente, con il secondo provvedimento Cura Abruzzo 2 (L.R. 10/2020) si è provveduto a definire una manovra finanziaria di ben 90 milioni di euro a sostegno di una platea di circa 58.000 tra imprese e professionisti. Sono stati poi sostenuti i settori associativi, i comuni e i consorzi, etc. Tutto questo è stato possibile proprio grazie al ruolo svolto dall'FSC che, proprio in questa fase, ha potuto espletare a pieno le sue finalità di strumento che corregge il disallineamento tra aree territoriali e contrasta nuove cause di arretramento.

2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSC 2000-2020: STRATEGIA E OBIETTIVI.

Il Piano di Comunicazione del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, partendo dai principi di trasparenza, accessibilità e partecipazione, stabilisce i criteri e le azioni comunicative da intraprendere per informare i cittadini abruzzesi circa le azioni finanziate dalla politica per lo sviluppo e la coesione nazionale nel contesto territoriale abruzzese.

Attraverso il Piano di comunicazione ci si propone di organizzare strategicamente le attività di promozione, informazione e partecipazione degli interventi finanziati dal PSC inserendoli in un contesto omogeneo in modo da rispettare i seguenti criteri nella progettazione e realizzazione delle azioni di comunicazione: organicità, integrazione, sinergia, efficacia, trasparenza, visibilità, nel rispetto dei principi trasversali di sostenibilità, competitività, responsabilità e pari opportunità.

Il Piano è un documento di indirizzo tecnico-operativo per i beneficiari degli interventi, riguardo all'assolvimento degli obblighi di comunicazione e informazione inerenti gli interventi cofinanziati dal FSC. Esso viene concepito come strumento dinamico, che potrà essere aggiornato ed integrato in corso d'opera per rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

2.1 La strategia di comunicazione del PSC 2000-2020

La Strategia di comunicazione del PSC 2000-2020 intende contribuire in modo proattivo ad una maggiore visibilità e comprensione dei benefici dei fondi FSC, attraverso una specifica attività di informazione e il coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder.

La comunicazione rappresenta uno strumento chiave per dare attuazione al **principio del partenariato** in quanto stimola e rafforza la capacità degli enti locali e territoriali e delle parti economiche e sociali a partecipare in maniera consapevole in tutte le fasi del ciclo di vita del Piano, dalla programmazione/riprogrammazione all'attuazione, dalla sorveglianza alla valutazione.

Tale strategia discende in linea diretta e coerente dall'individuazione degli obiettivi della programmazione strategica regionale. La comunicazione concorre a diffondere la corretta informazione circa le scelte strategiche generali regionali e circa le declinazioni operative che determinano le aree tematiche e le azioni, alle quali deve essere affiancato un network di comunicazione agile, efficace, trasparente e dinamico. In tal senso, è necessario rendere evidente il ruolo di attore principale della Regione Abruzzo nella gestione di una politica attiva di sviluppo del territorio e delle sue infrastrutture, che coinvolge altri fondi (p. es. FESR, FSE, PSR, FEAMP, PNRR...) e perseguire la piena armonizzazione tra i vari piani di comunicazione afferenti ai citati fondi.

E' essenziale altresì comunicare il valore strategico ed economico del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo come strumento "di sistema", pubblicizzando le principali opportunità generate da ciascuna area tematica per assicurare il costante miglioramento della loro fruizione.

Le 12 aree tematiche sono:

1. Ricerca e Innovazione

2. Digitalizzazione
3. Competitività e Imprese
4. Energia
5. Ambiente e Risorse naturali
6. Cultura
7. Trasporti e Mobilità
8. Riqualificazione urbana
9. Lavoro e Occupabilità
10. Sociale e Salute
11. Istruzione e formazione
12. Capacità amministrativa

L'articolazione di queste aree tematiche impone che le esigenze di comunicazione di carattere generale siano coniugate alle specificità degli obiettivi strategici e, quindi, dei destinatari del piano in relazione alle singole tematiche.

Le direttrici perseguite dalla strategia di comunicazione del PSC sono le seguenti:

1. considerare la Regione Abruzzo quale referente delle opportunità di crescita e sviluppo in modo da rafforzare il senso di partecipazione della sua Comunità;
2. privilegiare sul fronte delle relazioni la condivisione e la massima collaborazione tra i vari soggetti coinvolti per competenza interna alla Regione Abruzzo e tra essa e i vari livelli di attori territoriali;
3. rafforzare l'immagine coordinata tra fondi quali strumenti volti al medesimo obiettivo di crescita e di aumento del benessere dei cittadini;
4. adottare, per quanto riguarda le scelte comunicative, il paradigma di garanzia per tutti i cittadini di pari accesso alle informazioni e alle occasioni di conoscenza;
5. informare efficacemente gli stakeholder, sia interni che esterni, sugli obiettivi e le strategie della politica regionale unitaria, declinati nei diversi programmi, che rappresentano le direttrici fondamentali su cui andranno convogliati gli sforzi delle amministrazioni pubbliche e della società civile nei prossimi anni;
6. informare adeguatamente i potenziali destinatari delle risorse delle opportunità disponibili;
7. ridurre al minimo le diseconomie derivanti da asimmetrie informative, per cui una parte degli stakeholder potrebbe avere accesso a maggiori informazioni rispetto al resto, traendone un vantaggio;
8. mobilitare le diverse responsabilità coinvolte nell'attuazione della politica regionale unitaria;
9. favorire la partecipazione democratica, attraverso la consapevolezza e la condivisione delle scelte di policy;
10. potenziare la visibilità dei risultati e dei vantaggi per i cittadini provenienti dal PSC e garantire la diffusione di buone pratiche e comportamenti virtuosi, allo scopo di promuovere un ruolo proattivo della comunicazione per il conseguimento degli obiettivi di sviluppo territoriale;
11. assicurare il controllo e la verifica in itinere ed ex post dell'efficacia dell'azione pubblica del programma di spesa.

I principi che stanno alla base della strategia comunicativa adottata dal presente Piano di Comunicazione sono i seguenti:

1. trasparenza ed imparzialità dell'azione della pubblica amministrazione;
2. chiarezza sul ruolo e sulla competenza di Regione, Stato ed Enti Locali come attori di una gestione integrata e dinamica della politica sul territorio;
3. utilizzo efficace e diffuso degli strumenti di informazione e comunicazione, nonché di coordinamento tra tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma.

2.2 Gli obiettivi del Piano di comunicazione

Le azioni di comunicazione previste dal presente Piano perseguono l'obiettivo generale della crescita della consapevolezza e del consenso sulle finalità, sui metodi e sui risultati del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo attraverso un'ampia diffusione delle finalità e dei risultati che si intendono raggiungere e/o che sono già stati raggiunti, dei contenuti e delle procedure relative agli interventi finanziabili o cofinanziabili, attraverso l'accesso dei possibili beneficiari a informazioni chiare e trasparenti circa l'attuazione del PSC e della politica per la coesione regionale unitaria. In tal modo, si intende ridurre la distanza tra cittadini e Regione Abruzzo su una tematica complessa e altamente tecnica e specialistica come quella della politica per la coesione, attraverso l'adozione di un linguaggio semplice e chiaro.

Obiettivi specifici del Piano di Comunicazione sono:

- pubblicizzare il valore strategico ed economico del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, fornendo le indicazioni specifiche per un'immagine coordinata del PSC con le azioni di comunicazione a valere sui piani e programmi finanziati su altri fondi;
- pubblicizzare la sinergia tra Stato, Regione ed enti locali, accrescendo la consapevolezza nell'opinione pubblica sul ruolo da questi svolto nell'attuazione delle politiche di sviluppo messe in atto con PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo;
- garantire la scelta dei progetti più validi e significativi per lo sviluppo del territorio regionale attraverso il coinvolgimento attivo del partenariato economico-sociale e istituzionale;
- pubblicizzare le aree tematiche del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, informando i potenziali destinatari ed i fruitori finali sulle opportunità offerte dal PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo;
- assicurare trasparenza nei processi decisionali e nelle modalità di attuazione e sorveglianza del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo garantendo l'esercizio dei diritti di informazione, accesso e intervento nei procedimenti amministrativi ai cittadini;
- garantire la diffusione dei risultati degli interventi finanziati o cofinanziati e delle buone prassi, con particolare riguardo a quei casi esemplari della competitività del sistema regionale e dei fattori che ne costituiscono i presupposti (modernizzazione, dinamicità, innovazione, formazione continua, strumenti per la flessibilità, etc.);
- segmentare il pubblico destinatario delle azioni di comunicazione e sensibilizzare ciascun attore del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo sul proprio ruolo, le proprie competenze e i propri obblighi.

Il Piano di Comunicazione si articola in diverse attività strategiche:

Comunicare il piano: il piano di comunicazione contenente la strategia e il programma delle iniziative viene elaborato dall’Autorità responsabile del PSC, con il coinvolgimento del partenariato economico-sociale e istituzionale del Programma. Il Piano di Comunicazione è un punto di riferimento flessibile e viene periodicamente aggiornato e reso pubblico.

Monitorare periodicamente il piano: il monitoraggio è articolato su due livelli: uno interno (progetto), corrispondente ad una costante valutazione sull’avvio, sulla evoluzione, sulla conclusione delle azioni; uno esterno (del Piano), rivolto alla verifica step by step delle azioni rispetto alle aspettative, all’efficacia, ai bisogni ed alle necessità di comunicazione emergenti.

Favorire la trasparenza: rendere note e accessibili le azioni supportate dal PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo.

Favorire la comunicazione integrata: ogni intervento di informazione e di promozione nell’ambito del Piano deve prevedere una integrazione tra le azioni e gli strumenti previsti dalle altre iniziative della politica di coesione unitaria, al fine di comunicare l’impegno regionale nell’ottimizzazione nell’uso delle risorse disponibili;

Differenziare i canali di diffusione: le varie azioni di divulgazione delle informazioni e delle opportunità dovranno prevedere canali dedicati e integrati di diffusione, con l’utilizzo di strumenti il più possibile personalizzati” e “settorializzati” e anche mediante strutture di comunicazione multicanale e telematiche.

3. LE AZIONI DI COMUNICAZIONE E GLI STRUMENTI E DEL PIANO

Il Piano di Comunicazione si articola nelle seguenti linee e relative azioni:

Linea 1 – Gestione del Piano di Comunicazione

Azione 1 – Costituzione e formazione della rete dei comunicatori PSC

Tale azione sarà volta alla definizione della job description della figura di comunicatore PSC, all'individuazione di tale figura all'interno del contesto regionale o all'individuazione di tali figure tramite assistenza tecnica. Le risorse saranno oggetto di specifica formazione sul FSC. Inoltre, verranno organizzati incontri con i Dipartimenti regionali per illustrare le finalità del Piano di comunicazione, le azioni, gli strumenti e le modalità attuative. In sinergia con il coordinamento dei comunicatori nazionali, il cui canale va attivato anche per l'Fsc, la Regione Abruzzo potrebbe partecipare 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 tese a capillarizzare le politiche europee.

Azione 2 – Mappatura degli interventi chiusi, in corso e in avvio del PSC

Tale azione sarà volta all'individuazione puntuale di tutti gli interventi articolati per area tematica, per importo, per Dipartimento, per Beneficiario, per tipologia di intervento, funzionale ad una successiva analisi per individuare più agilmente le casistiche oggetto di comunicazione e informazione.

Azione 3 – Definizione del Piano operativo trimestrale

Tale azione sarà volta a predisporre un Piano operativo trimestrale che rappresenterà la road map delle attività di comunicazione da realizzare.

Azione 4 – Progettazione, realizzazione e diffusione dell'immagine coordinata PSC

Tale azione sarà volta a progettare, realizzare e diffondere presso i Responsabili dell'Attuazione e i beneficiari il layout grafico riconoscibile, con l'ottica di "brandizzare" gli interventi del PSC 2000-2020.

Azione 5 – Progettazione, realizzazione e gestione del sistema di monitoraggio delle azioni di comunicazione

Tale azione sarà volta a progettare, realizzare e gestire il sistema di monitoraggio delle azioni di comunicazione, anche attraverso la predisposizione di azioni di customer satisfaction.

Azione 6 – Gestione degli stakeholder

Tale azione sarà volta a mappare gli stakeholder rispetto alle aree tematiche finanziate dal PSC. L'output sarà una matrice che conterrà altresì i fabbisogni di comunicazione per ogni stakeholder individuato.

La mappatura è una fase prodromica alla gestione dei rapporti con il partenariato economico-sociale ed istituzionale e per la definizione della strategia di comunicazione con ciascuno di essi. Sarà a cura di tale azione la gestione e l'aggiornamento della mailing list degli stakeholder redatta secondo le previsioni del GDPR.

Linea 2 - Acquisizione dei Servizi a supporto

Azione 1 – Acquisizione servizi di supporto all'organizzazione di convegni/seminari

Tale azione sarà volta ad acquisire servizi di supporto all'organizzazione di convegni e seminari, secondo l'ipotesi che sarà organizzato un convegno annuale e quattro seminari tematici all'anno.

Azione 2 – Acquisizione di servizi per la produzione di materiali/prodotti stampa, audio/video

Tale azione sarà volta ad acquisire servizi per la produzione di materiali/prodotti stampa e audio/video, secondo l'ipotesi che saranno prodotti una brochure riepilogativa del PSC 2000-2020 e diversi reportage video relativi alle best practice del Piano.

Linea 3 – Gestione delle azioni di comunicazione

Azione 1 – Progettazione e gestione della comunicazione web (compresa newsletter)

Tale azione sarà volta alla progettazione e gestione della comunicazione web alimentata dalla redazione composta dalla rete dei comunicatori di cui all'azione 1 (Linea 1), secondo un piano redazionale mensile. La redazione centrale si occuperà altresì di predisporre una newsletter quindicinale da inviare ad una mailing list strutturata, in linea con la normativa sulla privacy. Il sito web, concordato con gli uffici dell'informatica regionale, secondo gli standard in uso alla Regione, dovrà disporre di un content management system per la gestione della documentazione e dei prodotti audio/video che verranno pubblicati. Inoltre, dovrà consentire al cittadino di poter partecipare attivamente alla politica per la coesione, attraverso la messa a disposizione di open data e di strumenti per la georeferenziazione degli interventi finanziati. Il sito dovrà disporre altresì di strumentazione per poter permettere al partenariato economico-sociale ed istituzionale di poter essere consultato e poter esprimere il proprio parere relativamente agli aspetti di programmazione, gestione, monitoraggio e valutazione degli interventi.

Azione 2 – Progettazione e gestione della comunicazione social

Tale azione sarà volta alla progettazione e gestione della comunicazione social. Sarà gestita in costante raccordo con l'Azione 1 (Linea 3).

Azione 3 – Progettazione e gestione della comunicazione mezzo stampa

Tale azione sarà volta a progettare e gestire la comunicazione mezzo stampa, da veicolare tramite comunicati stampa, articoli, articoli specialistici.

Azione 4 – Progettazione e realizzazione di eventi

Tale azione sarà volta a progettare e realizzare- eventi quali seminari, convegni, tavole rotonde, open days a valere sul PSC secondo una periodicità a grandi linee definita dal presente Piano di comunicazione (almeno 1 convegno annuale e 4 seminari annuali). Gli eventi saranno realizzati a livello regionale, subregionale e locale.

Azione 5 – Progettazione e realizzazione dei materiali/prodotti di comunicazione (stampa, audio/video)

Tale azione sarà volta alla progettazione e realizzazione di materiali/prodotti di comunicazione, come p. es. brochures informative, ebook, storyboard per la produzione di video, raccolta, realizzazione e montaggio di

materiali per la produzione di prodotti multimediali. Nell'ambito di tale azione verranno predisposte anche linee guida relative agli obblighi per i beneficiari dei finanziamenti.

Gli strumenti utilizzati dal Piano di Comunicazione concorreranno ad assolvere alle funzioni di informazione, trasparenza, condivisione delle informazioni, evidenza dei risultati, e dovranno favorire la percezione delle azioni messe in atto dal Piano, come azioni coerenti ed rispondenti ad una strategia complessiva.

Tutti gli "strumenti" necessitano dell'individuazione di elementi di identificazione omogenea e coordinata, in grado di richiamare immediatamente al contesto generale del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, e di far percepire un'identità visiva attraverso una grafica dedicata e riconoscibile, dei format di collocazione di loghi, messaggi e immagini.

Tutti gli strumenti saranno orientati anche a una specifica e costante attività di informazione mirata verso gli opinion leader, gli stakeholder e gli organi di informazione, con costante sensibilizzazione sui principali step delle iniziative di comunicazione.

Gli strumenti che saranno utilizzati vengono qui di seguito illustrati.

Il sito web della programmazione unitaria regionale – sezione specifica sul PSC 2000-2020

Tale area del sito web regionale sarà strutturata in modo da garantire la massima visibilità e leggibilità del PSC al grande pubblico oltre che agli interlocutori del partenariato istituzionale, mettendo a disposizione un'area informativa ma anche aree di comunicazione e partecipazione riservate (con accesso tramite id e password e/o SPID). In tal modo, si contribuirà in maniera significativa a promuovere le azioni e le diverse attività messe in campo dal Governo e dalla Regione Abruzzo sul FSC e a condividere l'informazione tra gli attori chiave del PSC. L'area dedicata all'FSC dovrà prevedere un aggiornamento continuo dei contenuti, elaborati in maniera lineare e declinati sulle 12 aree tematiche in cui si articola il PSC. Tramite il Content Management System, il sito potrà gestire la pubblicazione e l'archiviazione dei contenuti prodotti e pubblicati. Il sito dovrà inoltre prevedere sezioni che permettano la registrazione agli eventi finanziati dal PSC e modalità che prevedano l'iscrizione ai servizi del sito, come p. es. la Newsletter.

La costruzione delle pagine verrà pensata anche in una logica di SEO (Search Engine Optimization), elaborando testi e organizzando le pagine in modo che risultino correttamente indicizzate dai motori di ricerca e quindi facilmente reperibili attraverso le ricerche *online* da parte dell'utenza.

L'accesso alle pagine web, in conformità con quanto previsto nel processo di digitalizzazione della macchina amministrativa regionale, dovrà risultare conforme alle indicazioni fornite da AGID sui siti web della Pubblica Amministrazione.

Gestione dei Social Network

La comunicazione tramite i principali social network (facebook, twitter, instagram, YouTube) dovrà permettere di coinvolgere i cittadini in un percorso dove la comunicazione diventa al tempo stesso

partecipazione e dialogo in un'ottica di accountability. Tali strumenti si prestano altresì a veicolare storytelling, buone prassi, esperienze relative alle progettualità afferenti il PSC.

Newsletter

La gestione dei flussi di informazione dell'Fsc avverrà anche attraverso una Newsletter dedicata (o come contributo alla Newsletter della Programmazione unitaria).

Inoltre, dovrà essere organizzata e continuamente aggiornata una mailing list, nell'attesa della predisposizione di un'area riservata di lavoro nell'ambito del sito web dedicata al Partenariato economico-sociale ed istituzionale. Tramite tale mailing list, si procederà a comunicare e/o inviare comunicazioni relative a tavoli, laboratori, seminari, eventi, e materiale documentale.

Campagna di comunicazione

Allo scopo di informare i cittadini sulle iniziative e le buone pratiche legate all'utilizzo dei fondi del PSC, la campagna di comunicazione integrata vedrà, tra i suoi strumenti principali, la realizzazione di spot, banner e rubriche da diffondere attraverso affissioni, spazi radiofonici e televisivi, testate di informazione on line, oltre che stampa locale e nazionale. In particolare, le pubblicità e/o i redazionali saranno veicolati sui quotidiani, principalmente regionali. Ogni supporto e strumento pubblicitario rimanderà a tutte le informazioni delle strutture regionali di riferimento (che così beneficerà di una ulteriore promozione), gli organismi finanziatori e i programmi di riferimento in adesione alla legislazione che regola la comunicazione e la visibilità dei contributi finanziari.

Convegni, seminari, open day.

Le diverse attività inerenti il PSC saranno supportati da seminari, convegni, eventi divulgativi, con l'obiettivo di coinvolgere gli attori chiave in momenti di confronto e di verifica dei risultati raggiunti.

Nell'ambito della strategia integrata di comunicazione è prevista l'organizzazione di un evento annuale, promosso dall'Autorità responsabile del PSC, le cui finalità saranno:

- promuovere le opportunità di finanziamento;
- presentare i risultati del PSC, in termini sia di andamento della spesa che dei risultati raggiunti in termini di impatto (sulla base di quanto emerge dai rapporti di valutazione finanziati nell'ambito del Piano di Valutazione);
- illustrare i migliori progetti (buone prassi);
- presentare le sinergie tra fondi.

Inoltre, si prevede di organizzare 4 seminari tematici l'anno, su temi chiave della programmazione.

Infine, si prevede di organizzare open days sulla politica di coesione unitaria regionale, come luogo di scambio di esperienze, confronto e di contatto e ascolto con i cittadini, gli ordini professionali, il mondo accademico, il terzo settore, e altri soggetti interessati, portatori di idee e contributi.

Comunicati e conferenze stampa

E' prevista la redazione di comunicati stampa collegati a tutti gli eventi realizzati nell'ambito del PSC, nonché agli step più significativi del Piano. La diffusione sarà svolta in sinergia con l'Ufficio stampa regionale.

Anche l'organizzazione delle conferenze stampa sarà realizzata in sinergia con l'Ufficio stampa regionale. In tali occasioni, sarà cura della redazione centrale la preparazione dei materiali ad hoc (cartellina) con la documentazione rilevante in termini di brevi note corredate da grafici e tabelle e la condivisione con l'ufficio stampa sull'invio degli inviti alle testate giornalistiche.

Materiale promozionale, pubblicazioni

E' prevista la realizzazione di materiale informativo e divulgativo indicativamente costituito da: brochure, poster, locandine.

Materiale multimediale

La produzione di materiale multimediale si completerà diversificandosi con altre attività quali:

- Tutorial video realizzati con il supporto di info-grafiche
- Storytelling per dare conto, attraverso le testimonianze dirette, delle buone pratiche legate all'utilizzo di Fondi Fsc
- Videoproduzione di clip di video legati ai momenti più significativi, inerenti la Programmazione Fsc.

Nelle seguenti tabelle viene illustrata sinteticamente la correlazione funzionale tra gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati nell'ambito di tale piano, le modalità di divulgazione, i destinatari e gli obiettivi specifici che si intendono raggiungere rispetto a ciascuna fase del percorso comunicativo.

Le fasi individuate a titolo esemplificativo del percorso comunicativo sono le seguenti:

- Fase propedeutica e lancio dell'azione di comunicazione
- Fase di diffusione di bandi e avvisi

Il piano operativo trimestrale conterrà il dettaglio specifico degli strumenti utilizzati nel periodo di riferimento.

Tab. 1 Correlazione funzionale Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici con la Fase propedeutica e lancio dell'azione di comunicazione

Fase: 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 ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°}	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}
Open day	Documenti, manifesti, spot, web, social, newsletter	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°}	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}
Sito web	Documenti, newsletter, storytelling, pillole d'Europa, tutorial, docufilm, clip video	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°}	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°} , buone prassi ^{°°°}
Social Media	Circuito della rete sociale (facebook, you tube)	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°} all'interno della rete sociale	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}
Inserzioni su Facebook	Pubblicità sulla rete sociale di Facebook	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°} all'interno della rete sociale di facebook	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}
Spot	Sistema televisivo locale e social media	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°} fuori e dentro la rete sociale	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}
Manifesti 6X3	Affissioni nelle aree destinatarie degli interventi	Grande pubblico ^{°°°} , beneficiari potenziali ^{°°°} , beneficiari effettivi ^{°°} , moltiplicatori dell'informazione ^{°°°}	Accessibilità ^{°°°} , imparzialità ^{°°°} , utilizzo ^{°°} , conoscenza ^{°°°} , trasparenza ^{°°°}

Fase: Propedeutica e lancio dell'azione di comunicazione			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Newsletter Programmazione	Indirizzario elettronico	Moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{oo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Brochure	Diffusione nei totem e nei convegni o incontri pubblici e on line	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Legenda - Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

Tab. 2 Correlazione funzionale Strumenti, Modalità di divulgazione, Destinatari, Obiettivi specifici con la Fase di animazione dei bandi/avvisi

Fase: ANIMAZIONE DEI BANDI/AVVISI			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
Workshop, Convegni	Pubblicità, comunicati stampa, social media, partenariato	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{oo} , utilizzo ^{oo} , efficacia ^{ooo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Eventi	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}
Materiale informativo	Direttamente ai destinatari intercettati nell'ambito di incontri pubblici o nei presidi istituzionali e non attraverso totem/sito web	Beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , buone prassi ^{ooo}
Azioni trasversali con il Governo e le istituzioni centrali	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} ,	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^{oo} , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo}

Fase: ANIMAZIONE DEI BANDI/AVVISI			
Strumenti	Modalità di divulgazione	Destinatari	Obiettivi specifici
		moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	
Agenzia di stampa specializzata "Regione flash"	Comunicati stampa	Grande pubblico ^{ooo} , beneficiari potenziali ^{ooo} , beneficiari effettivi ^{oo} , moltiplicatori dell'informazione ^{ooo}	Accessibilità ^{ooo} , imparzialità ^{ooo} , utilizzo ^o , conoscenza ^{ooo} , trasparenza ^{ooo} , efficacia ^o
Legenda - Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

4. CRONOPROGRAMMA DI SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Il Piano di comunicazione ha durata fino al termine delle azioni finanziate dal PSC.

Nel presente Piano vengono dettagliate le prime due annualità secondo un cronoprogramma di massima.

Ciascun Piano operativo trimestrale conterrà un cronoprogramma di dettaglio.

5. I PUBBLICI DI RIFERIMENTO DEL PIANO

Il Piano è strutturato con l'intento di segmentare e coinvolgere il più ampio ed eterogeneo numero di destinatari ricompresi nei quattro macro target di riferimento ovvero: grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori di informazione.

Il grande pubblico rappresenta il pubblico non direttamente coinvolto nella realizzazione degli interventi ma che beneficia, in quanto parte della comunità, degli investimenti promossi dal PSC. È il target nei confronti del quale operare un'azione di sensibilizzazione e informazione relativamente al ruolo svolto dalla Regione Abruzzo e ai risultati attesi e raggiunti.

Per "potenziali beneficiari" si intendono tutte le categorie di soggetti che possono accedere, a vario titolo, alle opportunità previste dal PSC 2000-2020, individuabili come attuatori e beneficiari degli interventi: i potenziali beneficiari dovranno essere definiti in relazione alle diverse aree di policy.

Nella categoria dei "beneficiari effettivi" si identificano, invece, tutti coloro ai quali vengono erogati i finanziamenti previsti dal PSC 2000-2020 e che, a tal fine, necessitano di informazioni sulle procedure amministrative stabilite per la realizzazione degli interventi, sugli obblighi informativi e pubblicitari, sulle modalità di attuazione delle operazioni finanziate e, in generale, gli adempimenti richiesti nella realizzazione degli interventi finanziati o cofinanziati.

Per "moltiplicatori di informazione" si intendono i soggetti in grado di ritrasmettere le informazioni ai beneficiari e fornire assistenza. Essi costituiscono al tempo stesso un target e una strategia di comunicazione in quanto "soggetti intermedi" coinvolti nell'attuazione dei progetti, che a loro volta informano i destinatari. Si può trattare di: gruppi di target specifici in base alle tematiche affrontate di volta in volta individuati in base alle tematiche da promuovere (p. es. ordini professionali, associazioni come ANCI); singoli opinion leader in relazione alle tematiche da promuovere (blogger, giornalisti, ricercatori e accademici); mass media, presenti su differenti piattaforme mediatiche e a volte con differenti unità redazionali.

Il Piano di comunicazione del PSC individua i seguenti gruppi di destinatari:

- opinione pubblica
- opinion leader
- organi di informazione e media

- ordini professionali
- soggetti economici pubblici e privati
- attuatori degli interventi finanziati o cofinanziati
- altri stakeholder (Enti, Università, Istituti di ricerca, Reti e Network)
- soggetti che si occupano delle politiche territoriali, della pianificazione territoriale e dello sviluppo delle infrastrutture e del territorio
- soggetti istituzionali preposti alla programmazione unitaria regionale
- soggetti istituzionali e terzi preposti al controllo

Tab.3 Caratteristiche dei gruppi target

Tipologia di target	Numerosità e caratteristiche	Segmentazione	Bisogni di informazione	Strumenti
Grande pubblico	Platea ampia e qualificata		Azione di sensibilizzazione/informazione relativa al ruolo svolto dal Governo, al valore aggiunti dei sostegni dei programmi operativi e ai loro risultati	Manifesti, sito web, comunicati stampa
Beneficiari potenziali	Numerosi, caratteristiche generiche	Ripartiti in base alle finalità dei progetti realizzati, in relazione a ciascuna area tematica del programma	Informazione sui progetti ad essi destinati, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti	Pubblicazioni, materiale informativo, evento annuale, workshop
Beneficiari effettivi	Specializzato o istituzionale, livello di conoscenza alta nella preparazione e realizzazione dei progetti	Suddiviso sulla base delle Azioni	Informazioni sugli obblighi da rispettare in quanto fruitori dei finanziamenti. Per facilitare tale compito sono assistiti 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 diversi rappresentanti	Conferenze, seminari, pubblicazioni professionali/tecniche

6. LA GOVERNANCE DEL PIANO

6.1 Responsabilità operativa del Piano

L'Autorità responsabile del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo ha la responsabilità di garantire la comunicazione del PSC (CIPE n. 26/2016). Nello specifico ha in capo sia il coordinamento che la responsabilità operativa per le attività relative alla progettazione, realizzazione, aggiornamento, monitoraggio e valutazione del Piano di Comunicazione.

In virtù degli obblighi di trasparenza, il punto di contatto del Piano di Comunicazione è:

Autorità responsabile del PSC Abruzzo 2000-2020 – Dirigente del servizio Programmazione nazionale

MAIL: dpa002@regione.abruzzo.it

6.2 Comunicazione interna, integrazione e coordinamento

Per garantire conoscenza, trasparenza e condivisione di obiettivi e attività del presente Piano, verrà individuata e definita una rete di comunicazione interna con i Responsabili dell'attuazione degli interventi a valere sul PSC. Il coordinamento, interno alla struttura dell'Autorità Responsabile, garantirà relazioni continuative oltre che con Responsabili dell'Attuazione, con le strutture specialistiche di comunicazione di ciascun Dipartimento regionale o strutture speciali di supporto (anche di assistenza tecnica), e con l'Ufficio Stampa regionale.

Nell'ottica della programmazione unitaria, la comunicazione del PSC sarà costituita anche in sinergia con le Autorità responsabili afferenti agli altri fondi funzionali alla politica di coesione territoriale, sulla base delle indicazioni concordate in sede di Cabina di Pilotaggio (DGR n. 147/2021). Tale raccordo è fondamentale visto il ruolo strategico che ciascun Dipartimento regionale, tramite i propri responsabili dell'attuazione, svolge durante le varie fasi del ciclo di vita degli interventi.

7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La redazione del Piano di Comunicazione è un processo dinamico ed è redatto secondo i principi del ciclo PDCA (Plan - Do – Check - Act) in una logica di “miglioramento continuo” che prevede un monitoraggio costante e alcune tappe di verifica, per ricalibrarne, se necessario, gli obiettivi in corso d’opera. Per questo motivo, le fasi del monitoraggio e della valutazione sono essenziali per assicurare tale dinamismo.

La realizzazione delle attività di diffusione e comunicazione ed i loro effetti ed efficacia rispetto agli obiettivi e risultati attesi previsti dal Piano stesso, verranno valutati attraverso una specifica e costante attività di monitoraggio e valutazione basata sul monitoraggio di specifici indicatori di realizzazione.

In questa sezione del Piano di Comunicazione vengono individuati gli indicatori da associare alle tipologie di azioni e strumenti previsti in relazione ai risultati attesi.

Il monitoraggio e la valutazione del Piano di Comunicazione e dei suoi effetti e della sua efficacia avviene periodicamente attraverso l’utilizzo di diversi strumenti di analisi sia quantitativa che qualitativa. Si va dalle indagini di customer satisfaction che hanno carattere qualitativo a web analysis che analizzano il reale comportamento degli utenti rispetto ai media pubblicitari, ai canali social, ai siti internet o alle singole landing page. L’utilizzo delle informazioni derivanti dalle web analysis supporta l’impostazione e la riprogettazione della strategia di comunicazione e rimodulare gli approcci comunicativi.

Sulla base del monitoraggio e della valutazione in itinere, il Piano di Comunicazione subisce aggiornamenti mirati, che terranno conto di eventuali variazioni del contesto e rimodulazioni degli obiettivi, adattando di conseguenza la programmazione specifica delle azioni e delle fasi di attuazione, monitoraggio e valutazione.

Le azioni correttive di dettaglio saranno realizzate anche in base a esigenze specifiche, che potranno manifestarsi solo in corso d’opera.

I criteri generali che sono stati tenuti in considerazione per la scelta degli indicatori da monitorare sono i seguenti:

Criteri per individuare gli indicatori per il monitoraggio del piano di comunicazione	
Per l’immagine coordinata	esistenza e qualità del manuale di immagine coordinata
Per i prodotti editoriali	esistenza, qualità tecnica e redazionale dei prodotti, diffusione, gradimento
Per i convegni / seminari	partecipazione e qualità della partecipazione (follow up)
Per web e social	esistenza e qualità tecnica e redazionale dei prodotti (usabilità), accessi, gradimento

Nella tavola seguente viene rappresentato un set di indicatori di realizzazione e di risultato che sarà adottato per il sistema di sorveglianza della efficacia nel raggiungimento degli obiettivi del presente Piano di comunicazione del PSC 2000-2020 **per il periodo di riferimento 2023-2024.**

INDICATORI DI REALIZZAZIONE			
Azione	Descrizione indicatore	Valorizzazione e fonte di verifica	Costi stimati
Comunicazione web su sito specifico del PSC	Pagine Web Create	N. 20	Tot. € 100.000,00
	N. di documenti, news, articoli pubblicati	N. 100	
	Newsletter	N. 48	
	N. di utenti unici	N. 1000	
Comunicazione social	N. strumenti attivati	N. 4	Tot. € 0,00
	N. Utenti che interagiscono	N. 1000	
Comunicazione stampa	N. di comunicati stampa	N. 48	Tot. € 0,00
	N. di articoli/articoli specialistici	N. 20	
	N. conferenze stampa	N. 6	
Eventi	N. di eventi organizzati	N. 8	Tot. € 155.000,00
	N. partecipanti agli eventi	N. 500	
Prodotti e materiali stampa e multimediali	N. di video	N. 20	Tot. € 5.000,00
	N. manifesti/brochure/materiale informativo	N. 10	
	N. layout grafico	N. 5	
Pubblicità	N. di SPOT	N. 5	Tot. € 40.000,00
	N. di Banner	N. 5	
	N. passaggi TV/Radio/Social media	N. 50	
	N. passaggi TV/Radio/Social media nelle 48 ante e post ciascun evento	N. 6	
			TOTALE € 300.000,00

INDICATORI DI RISULTATO		
Obiettivi	Descrizione Indicatore	Valorizzazione e fonte di verifica
Pubblicizzare il valore strategico ed economico del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, fornendo le indicazioni specifiche per un'immagine coordinata del PSC con le azioni di comunicazione a valere sui piani e programmi finanziati su altri fondi	Linee guida per l'utilizzo del layout coordinato (numero)	N. 1
	Riunioni in presenza e a distanza (numero)	N. 10
	Partecipanti alle riunioni/partecipanti potenziali	70%
	N. di download dal sito del manuale sull'immagine coordinata	N. 30
Pubblicizzare la sinergia tra Stato, Regione ed enti locali, accrescendo la consapevolezza nell'opinione pubblica sul ruolo da questi svolto nell'attuazione delle politiche di sviluppo messe in atto con PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo	Livello di sensibilizzazione sul PSC e sul ruolo della Regione Abruzzo nell'utilizzo dei fondi nell'ottica della strategia unitaria attraverso indagini a campione	N. 5 indagini
Pubblicizzare le aree tematiche del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo, informando i potenziali destinatari ed i fruitori finali sulle opportunità offerte dal PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo	Livello di conoscenza delle opportunità offerte dal PSC per target di destinatari	N. 5 indagini
Assicurare trasparenza nei processi decisionali e nelle modalità di attuazione e sorveglianza del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo garantendo l'esercizio dei diritti di informazione, accesso e intervento nei procedimenti amministrativi ai cittadini	Facile individuazione del punto di contatto del PSC (attraverso il sito web specifico) N. di email/richiesta di assistenza	N. 1 referente chiaramente individuato N. 40
Garantire la diffusione dei risultati degli interventi finanziati o cofinanziati e delle buone prassi, con particolare riguardo a quei casi esemplari della competitività del sistema regionale e dei fattori che ne costituiscono i presupposti	Livello di conoscenza degli interventi e delle buone prassi all'interno di gruppi target	N. 5 indagini

(modernizzazione, dinamicità, innovazione, formazione continua, strumenti per la flessibilità, etc.);		
Segmentare il pubblico destinatario delle azioni di comunicazione e sensibilizzare ciascun attore del PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo sul proprio ruolo, le proprie competenze e i propri obblighi.	Livello di conoscenza delle azioni finanziate per target specifico	N. 5 indagini

8. PIANO FINANZIARIO

Il costo stimato complessivo del presente Piano di Comunicazione è di € 300.000,00.



APPENDICE

Loghi

Il logo di riconoscimento include il logotipo: Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, come di seguito indicato:



Esso deve essere utilizzato, insieme al logo della Regione Abruzzo, in tutti gli strumenti di comunicazione, informazione e pubblicità riguardanti il PSC 2000-2020 della Regione Abruzzo.

Per tutti gli interventi finanziati e cofinanziati dal FSC, i beneficiari devono assolvere gli obblighi informativi e pubblicitari indicati nel Manuale delle procedure di gestione e nelle redigende Linee guida. L'utilizzo del logo e il rispetto degli obblighi sono oggetto di verifica in sede di controllo.

Per l'assolvimento degli obblighi sopra richiamati, i beneficiari e i responsabili dell'attuazione devono attenersi alle indicazioni riportate nelle apposite Linee guida previste nel presente Piano che saranno definite dall'Autorità Responsabile del PSC sulla base di quanto già definito nel manuale delle procedure.

Tabella sintetica delle attività di comunicazione 2023-2024

Titolo	Contenuto	Obiettivo	Strumenti
<p>L'accordo Provenzano: attività di riprogrammazione in chiave emergenziale</p> <p>Sezione ordinaria, per 1.863,72 milioni di euro, che comprende gli interventi provenienti dai cicli contabili FSC 2000-2006, 2007-2013 e 2014-2020</p>	<p>Ricognizione ex art. 44: la Regione Abruzzo avvia le verifiche sugli interventi ai sensi del comma 7 del DL 34/2019 (stato avanzamento degli interventi e OGV), in concomitanza della dichiarazione dello stato di emergenza (gennaio 2020);</p> <p>Misure anti-covid: normativa europea e nazionale per fronteggiare l'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, tra cui il DL n.34/2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Art. 241: Utilizzo del Fondo per lo sviluppo e la coesione per il contrasto all'emergenza Covid-19 - Art. 242: Contributo dei Fondi strutturali europei al contrasto dell'emergenza Covid-19 a seguito delle intense attività di confronto tra il Dipartimento della Presidenza della Regione Abruzzo e l'ACT/DPCoe, legate alla ricognizione ex art.44 comma 7 del DL n.34/2019, si è pervenuti alla stipula (a luglio 2020) dell'Accordo tra il Presidente della 	<p>Informare e sensibilizzare il grande pubblico sul valore aggiunto dei sostegni erogati e i risultati raggiunti in termini di impatti macro-economici</p>	<p>Canali istituzionali quali portale regionale, pagine social istituzionali, e attività divulgativa a mezzo stampa</p> <p>Comunicati stampa e social media</p> <p>Redazionali televisivi, redazionali su quotidiani, mini-spot in pillole social. Pieghevoli informativi su totem</p> <p>Apertura di una sezione dedicata all'emergenza Covid sul sito istituzionale. Spot tematici sui provvedimenti, incontri col partenariato</p>

Titolo	Contenuto	Obiettivo	Strumenti
	<p>Regione Abruzzo e il Ministro per il sud e la coesione territoriale ai sensi degli artt. 241 e 242 del DL n.34/2020 – ACCORDO PROVENZANO per € 217,99 Mln</p>		
<p>Il PSC Abruzzo2000 -2020: modalità unitarie di gestione e monitoraggio e accelerazione della spesa</p> <p>Per migliorare il coordinamento unitario e la qualità degli interventi infrastrutturali finanziati con le risorse nazionali destinate alle politiche di coesione dei cicli di programmazione 2000/2006, 2007/2013 e 2014/2020, nonché per accelerarne la spesa</p>	<p>Parte Ordinaria – favorire l'avanzamento</p>	<p>Informazione sui progetti finanziati, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti</p>	<p>Canali istituzionali quali portale regionale, pagine social istituzionali, incontri con i portatori di interesse</p> <p>Comunicati stampa di replica da diffondere solo in caso di polemiche o attacchi a mezzo stampa</p>
<p>Parte speciale 2000 -2020</p> <p>Sezione speciale (1 e 2), per 217,99 milioni di euro, che comprende le risorse FSC destinate al contrasto del covid-9 e le risorse a copertura di interventi ex fondi strutturali 2014-2020 ex fondi riprogrammabili a esito della valutazione ex art. 44 e assegnate ex art. 241 e 242 del DL 34/2020 (ex Accordo Provenzano).</p>	<p>Emergenza Covid -19:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rimborso maggiori spese (aziende e comuni) - aiuti alle famiglie (affitti, bonus, borse di studio) - aiuti alle imprese (sviluppo e rimborso una tantum) 	<p>Informazione sui target raggiunti e sui benefici arrecati per target</p>	<p>Newsletter a organismi di categoria, campagne pubblicitarie e informative dei canali dove conoscere i bandi, e incontri con i portatori di interesse</p>

Titolo	Contenuto	Obiettivo	Strumenti
	- rimborso sanità (tamponi, asl)		
Lo stato dell'arte della nuova programmazione – attribuzione per aree tematiche e delibera CIPESS anticipazioni 2021 2027	12 aree tematiche Anticipazione con CipeSS 79/2021 per circa 91milioni di euro su presentazione di 188 progetti richiesti dal territorio	Informazione sulle aree tematiche nell'ottica della programmazione unitaria (con riferimento al documento strategico Abruzzo Prossimo)	Gli strumenti di comunicazione vanno orientati prima su canali di confronto istituzionale diretto, quali documenti, newsletter e confronti pubblici poi su canali informativi e social nella fase successiva per il grande pubblico
Il Piano Operativo Complementare della Regione Abruzzo contiene al suo interno interventi ex Por Fesr della Regione Abruzzo 2014-2020 e interventi Por Fse Abruzzo 2014-2020 finanziati con fondi Fsc a seguito dell'Accordo Provenzano	6 interventi tra gli ex Por Fesr tra cui efficientamento energetico delle imprese, interventi di sviluppo urbano sostenibile, e di promozione turistica e culturale 16 interventi del Por Fse tra cui spicca la creazione di impresa, sovvenzioni una tantum, Abruzzo Include, supporto al personale sanitario, ai servizi di istruzione a distanza e incentivi all'occupazione	Informazione relativa al ruolo svolto dalle istituzioni rivolta al grande pubblico e categorie beneficiare Informazione sui progetti destinati a questo scopo, sui benefici prodotti	Canali istituzionali quali portale regionale, pagine social istituzionali, incontri con i portatori di interesse Spot tematici sui provvedimenti, incontri col partenariato. Comunicati stampa e social media