



**Allegato A**

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

-----  
**Annualità 2023**

**A cura del Dipartimento Presidenza**

**Ufficio comunicazione fondi europei e nazionali**

## INDICE

1. **PREMESSA**
  - 1.1 Obiettivi delle azioni di comunicazione;
  - 1.2 Destinatari delle azioni di comunicazione;
  - 1.3 Strumenti di comunicazione del Piano.
  
2. **ACCESSIBILITA' E TRASPARENZA**
  - 2.1 Area Web.
  
3. **ATTUAZIONE FONDI SIE**
  - 3.1 Area Media:
  - 3.2 Area audiovisivi
  - 3.3 Area Social media
  
4. **VALORIZZAZIONE RUOLO UE**
  - 4.1 Comitato di sorveglianza
  - 4.2 Festival delle risorse europee
  
5. **APPENDICE**
  - 5.1 Risorse disponibili per l'azione di comunicazione per l'annualità 2023
  - 5.2 Modalità di espletamento delle procedure
  - 5.3 La Governance
  - 5.4 Compiti dei soggetti nell'attuazione del Piano di comunicazione
  
6. **ALLEGATI**

## **1. Premessa**

Il Piano integrato di comunicazione POR FESR-FSE 2023 agisce in continuità con la strategia comunicativa della precedente annualità, pur evidenziando come il presente Piano si collochi in una fase di chiusura del programma; fase che richiederà: da una parte, la condivisione di esperienze di comunicazione con il Feasr, il Feampa e il PSC, anche alla luce dei documenti regionali di programmazione che pongono la sinergia progettuale e finanziaria come loro punto caratterizzante; e, dall'altra, di selezionare le necessità comunicative, prevalentemente nell'ottica di valorizzare i risultati ottenuti grazie all'attuazione del programma 2014 2020.

Tali risultati consentiranno di fornire indicazioni per la pianificazione futura della comunicazione vista la concomitanza con l'avvio della programmazione 2021 2027; anche apprezzando l'idea di una pianificazione frutto di una sostanziale condivisione territoriale, in linea con gli indirizzi delle politiche dell'Unione in materia di misure per la coesione ben contestualizzate in un quadro di istanze dal basso.

In questa cornice, tutti gli aspetti della comunicazione sono considerati leve ausiliarie alle attività di *governance* e a modelli di funzionamento della pubblica amministrazione che implementino processi efficaci e rapidi a stimolare l'uso delle risorse europee.

Nella consapevolezza che la comunicazione istituzionale sulle risorse europee rappresenti la via privilegiata per disseminare i valori dei fondi strutturali per lo sviluppo e la crescita del territorio, il Piano 2023 incrementerà, tanto con l'ausilio di strumenti digitali tanto con l'adozione di un metodo integrato e multidisciplinare, l'esperienza fin qui maturata, nel rispetto dell'alveo delineato dalla Strategia Integrata di comunicazione del POR FESR Abruzzo 2014 2020 e del POR FSE Abruzzo 2014-2020, approvata nei Comitati di sorveglianza del 25 e del 26 marzo 2016.

In tale senso, i contenuti del Piano 2023 tengono conto anche degli ultimi aggiornamenti sulle linee guide europee sulla comunicazione, a partire dal logo unico, innestando i principi di: visibilità delle Politiche europee e della programmazione regionale, trasparenza, partecipazione e integrazione tra i Programmi FESR, FSE, FEASR, FEAMPA e PSC, coerentemente alla scelta dell'Amministrazione regionale di dar luogo ad un'Autorità unica di gestione e di coordinamento dei due Fondi FESR e FSE e al documento di indirizzo di strategia unitaria di sviluppo "Abruzzo Prossimo".

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 sempre programmabili.

**Per la realizzazione dei servizi previsti nel Piano 2023 si procederà secondo le previsioni normative dettate dal Codice degli appalti, nelle seguenti aree di intervento, fatta eccezione che per il punto 3 svolto in house e per le attività comunque svolte in via diretta:**

- 1) **aggiornamento e gestione del portale "Abruzzo fondi europei";**
- 2) **aggiornamento e implementazione della piattaforma web "Bandi&Risorse" con tecnologia streaming;**
- 3) **gestione della newsletter "Bandi&Risorse";**
- 4) **produzione di audiovisivi;**
- 5) **gestione della piattaforma social;**
- 6) **organizzazione del Comitato di sorveglianza;**
- 7) **organizzazione di n. 2 eventi nell'ambito della campagna di comunicazione *Festival delle risorse europee*, destinata a rendere noti i risultati raggiunti, nonché ad avviare il ciclo di disseminazione della conoscenza sulla programmazione 2021 2027.**

## **1.1 - Obiettivi delle azioni di comunicazione**

In sintesi il Piano 2023 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 e 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.

## **1.2 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.

### **1.3 Strumenti di comunicazione del Piano - Accessibilità e trasparenza (area web)**

#### *1.3.1 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, con l'aggiornamento dell'area denominata “**Abruzzo fondi europei**”, il sito è diventato sempre più il luogo di informazione sulle politiche europee della Regione Abruzzo. Il ricorso all'*open data* e all'*open government* costituisce 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 sui progetti finanziati e renderli omogenee e disponibili per ogni genere di pubblico: amministratori pubblici, stakeholder, giornalisti, semplici cittadini, ed altri.

Il portale è il luogo della comunicazione integrata e circolare tra *governance* regionale e stakeholder, con la previsione di spazi dedicati ad iniziative di partecipazione attiva, e coltiva 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.

#### *1.3.2 Aggiornamento e implementazione della piattaforma web “Bandi&Risorse” con tecnologia streaming.*

In continuità con le attività svolte grazie alla apposita piattaforma che ha consentito, anche durante il periodo di emergenza pandemica, di non sospendere le 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. In tal senso la piattaforma *corporate identity* “Bandi&Risorse” potrà essere munita di un canale streaming

### 3. Attuazione fondi Sie.

#### *Area media*

##### *3.1 Gestione 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*

##### *3.2 Produzione di testimonianze video*

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*

##### *3.3 La rete dei profili web Bandi&Risorse*

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.**

### *4.1 Il Comitato di sorveglianza 2023*

L'incontro si terrà all'Aquila nella prima decade di marzo, con possibile previsione della diretta streaming e di un buffet.

### *4.2 Festival delle risorse europee*

Nell'ambito della *Strategia integrata di comunicazione* e delle esigenze legate alla chiusura del programma 2014 2020 e all'avvio del ciclo di programmazione 2021 2027, sono previsti massimo due eventi da tenersi entro il 20 settembre, corredati di materiale informativo e promozionale per la loro massima diffusione, le cui finalità saranno quelle di:

- presentare i risultati dei programmi in forma integrata con il Feasr, il Feampa e il PSC
- illustrare i migliori progetti (buone prassi);
- presentare piani di azione e sinergie tra fondi nell'ottica delineata dal documento "Abruzzo prossimo",
- avviare il programma 2021 2027, con possibile sinergia con il relativo piano di comunicazione.

## 5. Appendice

### *5.1 Risorse disponibili per l'azione di comunicazione per l'annualità 2023*

La tabella che segue, derivante dai Documenti Strategici di comunicazione dei POR FESR - FSE, riepiloga il complesso delle risorse disponibili per l'attuazione del Piano integrato di comunicazione sui programmi operativi FESR-FSE 2014 2020 complessivamente distinte per programmi, coerentemente con quanto previsto dalla Strategia integrata della comunicazione.

Stanziamanti per il 2023 suddivisi per Programmi.

<b>2023</b>			
<b>Strumenti</b>	<b>POR FESR</b>	<b>POR FSE</b>	<b>Risorse Totali disponibili</b>
<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	<b>150.000,00</b>

Previsione della spesa 2023

<b>ATTIVITA'</b>	<b>POR FESR</b>	<b>POR FSE</b>
<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	60.000,00

Consuntivo dell'azione di comunicazione integrato riferito all'anno 2022

<b>ATTIVITA'</b>	<b>POR FESR</b>	<b>POR FSE</b>
<i>Comunicazione on line, Eventi, Campagne media, materiale informativo promozionale; altro</i>	25.380,25	25.096,72

### 5.2 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 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. Parte dell’attività potrà essere realizzata con le risorse interne già disponibili.

Cronoprogramma di sviluppo delle attività di comunicazione per l’anno 2023:

ATTIVITA'/MESI 2023	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Raccolta e analisi dei risultati. Pianificazione nuove attività.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Video	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Social media	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Implementazione sito web e spazi di confronto on line	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comunicati stampa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comitato di Sorveglianza			X									
Eventi		X					X					
Avvisi materiale informativo		X			X	X						

### *5.3 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 (coordinatore);
- Responsabile Ufficio Coordinamento, monitoraggio e gestione FESR – Servizio Autorità di Gestione Unica FESR – FSE;
- Responsabile Ufficio Coordinamento, monitoraggio e gestione 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 e 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 di Responsabili di Dipartimento, e, successivamente, per la verifica di attuazione delle iniziative di comunicazione pianificate; anche in relazione ai compiti affidati al Responsabile dell’Ufficio Comunicazione fondi europei e nazionali, con determinazione direttoriale n. 422 del 10.12.2018, al fine di cooperare nella rete nazionale dei comunicatori sui fondi, di creare e di mantenere il sito o il portale web, nonché di fornire una panoramica delle misure di comunicazione intraprese a livello di Programma.

Nelle more della definizione delle esigenze della “Cabina di Comunicazione”, l’Autorità di Gestione Unica FESR FSE procede con la realizzazione delle attività di comunicazione realizzate in sinergia con gli altri programmi o con quelle attinenti alla realizzazione del Comitato di Sorveglianza e degli incontri partenariali ritenuti necessari.

#### *5.4 Compiti dei soggetti nell'attuazione del Piano di comunicazione.*

Nella tabella seguente sono sintetizzati i compiti delle entità coinvolte nel processo di comunicazione.

<b>Soggetti</b>	<b>Compiti</b>
<b>AdG</b>	Impulso e raccordo con i programmi operativi. Attuazione iniziative.
<b>Ufficio Comunicazione fondi nazionali ed europei</b>	Coordina la “Cabina di Comunicazione” e attua le misure.
<b>“Cabina di Comunicazione”</b>	Seleziona le iniziative, pianifica gli strumenti e monitora i risultati del piano di comunicazione.

## **6. 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 Cronoprogramma di sviluppo delle attività di comunicazione

Tab. 5 Indicatori di realizzazione (modificare cifre)

Tab. 6 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)
<b>Grande Pubblico</b>	Molto Numeroso e importante		Azione di sensibilizzazione/informazione e 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
<b>Beneficiari potenziali</b>	Abbastanza numerosi; 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
<b>Beneficiari effettivi</b>	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
<b>Moltiplicatori dell'informazione</b>	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
<b>Eventi, Convegni, Workshop</b>	Pubblicità sulle maggiori testate, comunicati stampa	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup>
<b>Open day</b>	Documenti, manifesti, spot, web, social, newsletter	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup>
<b>Sito Web</b>	Documenti, manifesti, spot, social, newsletter, Storytelling, Pillole d'Europa, Tutorial, Docufilm, video	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , buone prassi <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup>
<b>Social media</b>	Circuito della rete sociale (facebook, you tube)	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup> all'interno della rete sociale	Accessibilità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup>

<b>Inserzioni virali su Facebook</b>	Pubblicità sulla rete sociale di facebook	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup> all'interno della rete sociale di facebook	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup>
<b>Spot</b>	Sistema televisivo locale e social media	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup> fuori e dentro la rete sociale	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup>
<b>Newsletter Bandi&amp;Risorse</b>	Indirizzario elettronico	Moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> buone prassi <sup>ooo</sup>
<b>Brochure</b>	Diffusione nei totem	Grande pubblico <sup>ooo</sup> , beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>ooo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>ooo</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , efficacia <sup>ooo</sup> conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> ,
<b>Legenda:</b> 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
<b>Workshop e convegni</b>	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>ooo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>o</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>ooo</sup> , efficacia <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , buone prassi <sup>ooo</sup>
<b>Eventi</b>	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>ooo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>o</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>ooo</sup> , efficacia <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> ,
<b>Materiale informativo</b>	Direttamente ai destinatari nell'ambito di workshop, eventi, open day	Beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>ooo</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>o</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>ooo</sup> , efficacia <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , buone prassi <sup>ooo</sup>
<b>Azioni trasversali con l'Unione europea</b>	Pubblicità, social media, partenariato, comunicati stampa	Grande pubblico <sup>ooo</sup> Beneficiari potenziali <sup>ooo</sup> , beneficiari effettivi <sup>oo</sup> , moltiplicatori dell'informazione	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>oo</sup> , efficacia <sup>ooo</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> ,
<b>Agenzia di stampa specializzata "Regione flash"</b>	Comunicati stampa	Grande pubblico <sup>ooo</sup> Beneficiari potenziali <sup>o</sup> , beneficiari effettivi <sup>o</sup> , moltiplicatori dell'informazione <sup>o</sup>	Accessibilità <sup>ooo</sup> , imparzialità <sup>ooo</sup> , utilizzo <sup>o</sup> , conoscenza <sup>ooo</sup> , trasparenza <sup>ooo</sup> , efficacia <sup>o</sup>
<b>Legenda:</b> Livello di Correlazione: Max: ooo; Media: oo; Minimo: o			

**Tab. 4 Cronoprogramma di sviluppo delle attività di comunicazione**

ATTIVITA'/MESI 2023	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Raccolta e analisi dei risultati. Pianificazione nuove attività.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Video	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Social media	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Implementazione sito web e spazi di confronto on line	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comunicati stampa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Comitato di Sorveglianza			X									
Eventi		X					X					
Awisi materiale informativo		X			X	X						

Tab. 5 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 pubblicredazionale		Lettori 800 mila
Newsletter <i>Bandi&amp;Risorse</i>		

**Tab. 6 Indicatori di risultato**

<b>Obiettivi</b>	<b>Indicatore di risultato</b>	<b>Strumenti di rilevazione a titolo esemplificativo</b>
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 xls.