

Piano Annuale di Comunicazione

PR Abruzzo FESR e

PR Abruzzo FSE+

2021-2027

Annualità 2026

Sommario

PREMESSA	1
1. DATI DI SINTESI DELL'ANNUALITA' PRECEDENTE	3
1.2 Attività trasversale e rete istituzionale.....	6
2. OBIETTIVI e TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	7
3. AZIONI E INTERVENTI	9
3.1 Azione 1_ Programmazione esecutiva annuale della comunicazione	10
3.2 Azione 2 _ Sito Web Coesione Abruzzo	11
3.3 Azione 3_ Social Media strategy.....	11
3.4 Azione 4_ Eventi e campagne informative	12
3.5 Azione 5_ Prodotti informativi editoriali e multimediali	13
3.6 Azione 6_ Relazione con i Media	14
4. OPERAZIONI DI IMPORTANZA STRATEGICA (OIS)	15
5. GOVERNANCE DEL PIANO	16
7. CRONOPROGRAMMA	17
8. BUDGET	17
9. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	18

PREMESSA

Il presente documento definisce le azioni di informazione e comunicazione dei Programmi Regionali Abruzzo FESR e FSE+ 2021-2027 per l'annualità 2026. La pianificazione risponde agli obblighi di visibilità e trasparenza stabiliti dal Regolamento (UE) 2021/1060 (artt. 46-50).

In questa fase di piena operatività, il Piano 2026 punta a consolidare i risultati già acquisiti e, al contempo, introduce nuovi interventi strategici volti a rafforzare la prossimità territoriale e l'engagement dei target giovanili. Tale impostazione assicura che la pianificazione degli interventi sia strettamente integrata e coordinata con:

- Il Regolamento (UE) 2021/1060 (artt. 46-50 e Allegato IX) e le disposizioni in materia di visibilità, trasparenza e comunicazione applicabili ai Programmi PR Abruzzo FESR e PR Abruzzo FSE+ 2021-2027.
- La Strategia di Comunicazione Integrata della Politica di Coesione della Regione Abruzzo (approvata con DGR n. 410 del 15/07/2024).

Seguendo le Linee Guida del NUVAP – Rete INFORMA ITA, il Piano traduce la visione strategica in interventi misurabili articolati in cinque componenti strutturali:

1. Obiettivi e Target: definizione precisa dei destinatari e dei traguardi di sensibilizzazione.
2. Azioni e Interventi: implementazione di strumenti multicanale (fisici e digitali).
3. Governance: modello per garantire un flusso di informazioni efficace e un coinvolgimento attivo dei soggetti interessati.
4. Budget: allocazione efficiente delle risorse per massimizzare la copertura.
5. Monitoraggio e Valutazione: analisi costante dei KPI per l'ottimizzazione in itinere.

Il Piano 2026 non è un documento statico, ma uno strumento dinamico di monitoraggio dell'efficacia: i risultati raccolti permetteranno di calibrare le attività in corso d'opera, assicurando che la comunicazione dei fondi europei le soddisfi le esigenze di informazione dei cittadini e delle imprese abruzzesi.

1. DATI DI SINTESI DELL'ANNUALITA' PRECEDENTE

Nel corso del 2025, è stato consolidato l'obiettivo di trasparenza e visibilità delle politiche di coesione, evolvendo le procedure iniziali in un asset comunicativo a regime. Le attività si sono concentrate sull'ottimizzazione dei canali digitali e sul supporto costante ai beneficiari.

È stata garantita la piena attuazione delle Procedure Operative, integrando stabilmente le attività di Informazione Obbligatoria, previste dal R.D.C. 1060/21, nella gestione dei canali istituzionali. L'adozione dei manuali operativi ad uso dei beneficiari ha assicurato l'uniformità visiva e il rigoroso rispetto degli obblighi normativi in tutte le operazioni finanziate.

Il sito web per i Programmi PR FESR Abruzzo e PR FSE+ Abruzzo 2021/2027, www.coesione.regione.abruzzo.it, ha rappresentato uno strumento fondamentale per la diffusione delle informazioni relative ai progetti in corso e ai risultati ottenuti. Attraverso questo sito, i cittadini, le imprese e le istituzioni hanno potuto accedere facilmente a dati aggiornati, documenti ufficiali e notizie rilevanti, favorendo così una maggiore consapevolezza e partecipazione alle opportunità offerte dai fondi europei. Inoltre, la piattaforma ha facilitato il monitoraggio e la valutazione delle attività, contribuendo a garantire che gli obiettivi prefissati venissero raggiunti in modo efficace ed efficiente.

Durante l'annualità, il sito è stato costantemente alimentato con:

- la documentazione aggiornata dei Programmi FESR e FSE+ 2021-2027;
- l'aggiornamento continuo di Preavvisi e Opportunità di Finanziamento per massimizzare la partecipazione ai bandi;
- la pubblicazione puntuale delle Liste dei Beneficiari e dei materiali di comunicazione europei;
- contenuti di approfondimento quali storytelling, video promozionali, report e comunicati stampa.

Il 2025 ha segnato inoltre l'ulteriore potenziamento dei **new media Bandi&Risorse** che hanno svolto un ruolo fondamentale nel garantire una comunicazione tempestiva e trasparente riguardo alle opportunità offerte dai fondi europei. L'adozione di un linguaggio semplificato sulla pagina Facebook ha reso la comunicazione dei fondi europei accessibile a un pubblico non specialistico, mentre l'uso di LinkedIn, con un registro declinato alle specifiche community professionali, ha permesso di intercettare stakeholder e profili tecnici. Il profilo X, pur con volumi di interazione minori, è stato mantenuto come strumento per la comunicazione rapida. Il canale YouTube è stato implementato con gli storytelling e le produzioni video realizzate, fungendo da repository principale per i contenuti multimediali integrati nel sito Coesione Abruzzo. Di particolare rilievo l'attivazione del nuovo profilo Instagram, introdotto per intercettare il target giovanile e gli studenti attraverso format visivi dinamici e immediati. Il continuo aggiornamento di questi canali è stato guidato da un lavoro costante e dedicato, volto a mantenere alta l'attenzione e l'interesse degli utenti.

È stato garantito il coinvolgimento alla governance della comunicazione europea e nazionale attraverso la partecipazione alle sessioni formative della rete **Inform EU**, accompagnate dalla redazione di sintesi tecniche per il monitoraggio interno. Parallelamente, è stata assicurata una presenza attiva ai tavoli di coordinamento della rete nazionale **Inform ITA**, favorendo lo scambio di buone pratiche volto a ottimizzare l'efficacia dell'azione regionale.

Per quanto riguarda il **PR FESR**, l'annualità 2025 è stata caratterizzata da un'intensa attività di animazione territoriale e dalla promozione di avvisi strategici per la competitività, la sostenibilità e l'inclusione. Le principali iniziative sono state:

Campagna di comunicazione "Regione Abruzzo Next" – Avviso Ricerca e Innovazione. In occasione del lancio degli avvisi per il sostegno a progetti collaborativi di R&I (Azione 1.1.1.2) e per l'assunzione di ricercatori (Azione 1.1.2.1), è stata realizzata una campagna informativa itinerante. Il tour territoriale, svoltosi tra aprile e giugno 2025, ha toccato i comuni di Pescara, L'Aquila, Ortona,

Atessa, Teramo e San Salvo, fornendo assistenza tecnica diretta tramite desk informativi dedicati. L'attività multimediale a supporto ha previsto la produzione di video-reportage, interviste istituzionali e pillole social diffuse sui canali *Bandi & Risorse* e sul sito Coesione.

Campagna di comunicazione Avvisi “Tutela della Biodiversità” (Azioni 2.7.1.1 e 2.7.1.2). Il piano di comunicazione ha puntato a promuovere la consapevolezza sull'importanza del patrimonio naturale e a informare i beneficiari sulle opportunità degli avvisi, rafforzando il consenso sociale attorno alle azioni previste. In questo ambito sono stati realizzati video informativi ed è stato organizzato un webinar tecnico (26 giugno 2025) con l'attivazione di un desk informativo digitale. Attraverso video storytelling e contenuti social, è stato promosso l'investimento di 8,55 milioni di euro destinato ai corridoi ecologici e alla mitigazione del conflitto uomo-fauna. L'iniziativa è stata inquadrata come risposta concreta alla Strategia Europea sulla Biodiversità al 2030, evidenziando il valore dell'Abruzzo come territorio tutelato per oltre il 35% della sua superficie. In seguito alla pubblicazione dell'Avviso relativo all'Azione 2.7.1.2 sono stati ammessi a finanziamento di cinque progetti strategici per i Parchi e l'Area Marina Protetta.

Campagna di Comunicazione Efficienza Idrica e Contratti di Fiume (Azioni 2.5.1 e 2.7.2) L'attività ha riguardato la promozione di investimenti strategici per l'ammodernamento delle reti idriche e la riqualificazione dei bacini fluviali. Sono stati prodotti contenuti multimediali e grafiche *social-friendly* per semplificare la comprensione tecnica degli interventi infrastrutturali. A completamento dell'azione, è stata realizzata una video-intervista tecnica con il Direttore del Dipartimento Territorio e Ambiente.

Storytelling e Best Practices. Nella narrazione dei risultati del PR FESR, sono stati selezionati due progetti ad alto impatto tecnologico e sociale. Per il progetto **BESIDE**, incentrato sulla riabilitazione digitale per bambini con bisogni educativi speciali, nel corso del 2025 è stata prodotta e diffusa la versione in lingua inglese del video storytelling per favorire la visibilità internazionale. Per il progetto **EVEREST**, focalizzato sulla sicurezza stradale e i crash test virtuali tramite Intelligenza Artificiale, sono stati realizzati contenuti informativi e video in doppia lingua (italiano e inglese), evidenziando i benefici in termini di sostenibilità e innovazione legati alla strategia *“Smart and Safe Vehicle”*.

In linea con le strategie di visibilità del PR FSE+ l'annualità 2025 si è concentrata sulla promozione dell'istruzione tecnica, del welfare aziendale e delle politiche attive per l'occupazione e l'inclusione, con un forte accento sull'orientamento dei giovani. Le principali iniziative sono state:

Campagna di Informazione Itinerante “Abruzzo Next”. Analogamente a quanto realizzato per il FESR, la campagna **“Abruzzo Next”** ha declinato gli obiettivi del FSE+ focalizzandosi sui bandi relativi al welfare aziendale, agli incentivi per le assunzioni e all'anticipazione dell'operazione strategica **“Dote Giovani”**. Attraverso un approccio dinamico e itinerante, la Regione ha attraversato diverse località del territorio, portando l'informazione direttamente ai destinatari. Grazie alla collaborazione attiva con il partenariato economico e sociale, la campagna ha favorito un contatto immediato tra istituzione, imprese e giovani, aumentando la consapevolezza sulle opportunità di crescita e sviluppo professionale offerte dalla nuova programmazione.

Progetto di Comunicazione “Eurema”. L’attività di informazione ha supportato il lancio e lo sviluppo del progetto Eurema, un’iniziativa di alto valore strategico basata sulla partnership con le Università abruzzesi. L’obiettivo della campagna, attualmente in itinere, è quello di valorizzare le sinergie tra il mondo accademico e le opportunità offerte dal FSE+, promuovendo borse di studio e percorsi di alta formazione. L’azione comunicativa si sta rivelando cruciale nel coinvolgere un vasto target di studenti e ricercatori, posizionando il bando come un trampolino di lancio fondamentale per il miglioramento delle competenze e delle prospettive occupazionali nel territorio.

Campagna di Comunicazione ITS “It’s My Future”. L’iniziativa ha rappresentato un pilastro della strategia regionale per la promozione dell’istruzione tecnica superiore e professionale. Al fine di informare capillarmente studenti, famiglie e docenti sui percorsi formativi disponibili, è stato progettato e realizzato un kit informativo composto da dépliant e brochure dettagliate. Questi materiali sono stati inviati a tutti gli istituti di istruzione secondaria superiore della regione per evidenziare il ruolo cruciale degli ITS nella formazione di profili altamente qualificati. L’azione di promozione ha varcato i confini regionali con la partecipazione alla fiera nazionale **Job&Orienta** di Verona, dove la Regione Abruzzo ha gestito spazi dedicati, organizzando incontri e workshop. La distribuzione capillare dei materiali durante l’evento ha permesso di consolidare la visibilità dell’offerta formativa abruzzese in un contesto di rilievo nazionale dedicato all’orientamento e al lavoro.

Storytelling. Nel corso del 2025, la narrazione dei risultati del FSE+ è stata potenziata attraverso l’adozione di tecniche di storytelling, finalizzate a rendere più accessibile e tangibile l’utilizzo dei fondi europei. Attraverso la raccolta di storie reali e testimonianze dirette, sono stati messi in luce i benefici concreti derivanti da avvisi strategici quali **“Abruzzo Include”** e i **“Voucher Patenti”**. Questo approccio ha permesso di illustrare l’efficacia delle politiche di inclusione sociale e di sviluppo professionale, trasformando i dati amministrativi in narrazioni umane in grado di creare un legame diretto con il pubblico e rafforzare la percezione positiva degli interventi finanziati.

1.2 ATTIVITA’ TRASVERSALI E RETE ISTITUZIONALE

L’annualità 2025 si è conclusa con una serie di iniziative integrate che hanno coinvolto entrambi i Programmi Regionali, sottolineando l’approccio unitario della Regione Abruzzo nella gestione e nella comunicazione dei Fondi della Politica di Coesione.

Il Concorso “L’Europa siamo noi. I ragazzi conoscono la Commissione Europea”. Lanciato ufficialmente nel mese di dicembre 2025, il concorso rappresenta un’iniziativa di sensibilizzazione strategica rivolta alle classi quarte degli istituti di istruzione superiore della regione. L’iniziativa si inserisce coerentemente nel quadro delle Linee Guida per l’educazione civica e la cittadinanza attiva, ponendosi l’obiettivo di incentivare la partecipazione degli studenti ai temi dell’integrazione europea. Attraverso la partecipazione al concorso, i giovani sono stimolati a esplorare l’utilizzo pratico dei fondi FESR e FSE+ per la risoluzione di problematiche locali, rafforzando la consapevolezza sulle opportunità offerte dall’Unione Europea e valorizzando la creatività nella diffusione dei risultati della programmazione. Il progetto sarà completato ad ottobre 2026 con il viaggio premio di istruzione a Bruxelles della classe vincitrice.

Il Comitato di Sorveglianza Unico. L'annualità 2025 si è conclusa con il Comitato di Sorveglianza del 2 dicembre a Pescara, evento che ha rappresentato il fulcro dell'attività comunicativa di fine anno. Oltre alla gestione della comunicazione social, è stata realizzata un'attività di **video-reporting multicanale**. Sono state prodotte interviste ai rappresentanti della Commissione Europea e alle Autorità regionali per illustrare i traguardi raggiunti. Di particolare rilievo è stato il coinvolgimento diretto del mondo della scuola: video-interviste dedicate hanno raccolto le voci di docenti e studenti presenti ai lavori, che hanno testimoniato il proprio interesse a partecipare al concorso "*L'Europa siamo noi*", trasformando l'evento istituzionale in un momento di partecipazione attiva e di racconto corale.

Visite Istituzionali. La narrazione dell'impatto dei fondi è proseguita con il racconto multimediale delle visite sul campo effettuate dai Rapporteur della Commissione Europea.

- **Per il FESR la società Quality Engineering - Progetto REACTED:** la visita è stata documentata con un video-racconto che ha messo in luce l'innovazione tecnologica della PMI abruzzese. Le interviste all'Amministratore Delegato e ai tecnici di progetto hanno permesso di spiegare, con un linguaggio accessibile, come i fondi europei accelerino la transizione energetica attraverso l'ingegnerizzazione dell'idrogeno sostenibile.
- **Per il FSE+ l'ITS Moda Pescara:** la comunicazione si è focalizzata sul legame tra formazione e occupazione promuovendo il modello ITS come eccellenza nella trasformazione del talento in opportunità professionali concrete.

L'intera produzione video è stata pubblicata sul **portale Coesione Abruzzo** e diffusa attraverso i canali social **Bandi & Risorse**, garantendo una copertura capillare e trasparente dei risultati della politica di coesione sul territorio.

2. OBIETTIVI e TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il Piano annuale di comunicazione integrata FESR e FSE+ 2026 opera in continuità con l'annualità precedente, mirando a consolidare la governance dei fondi SIE basata sulla fiducia tra l'Unione Europea e i cittadini. L'obiettivo primario è accrescere la consapevolezza sulla dimensione europea della cittadinanza, sostenendo l'attuazione della programmazione e la diffusione dei risultati secondo i seguenti **principi attuativi generali**:

- **Integrazione:** coordinamento sinergico tra gli attori del partenariato, gli altri programmi operativi e i servizi di comunicazione regionale.
- **Partecipazione:** approccio flessibile e dinamico, capace di adattarsi costantemente alle esigenze evolutive del territorio regionale.
- **Targetizzazione:** definizione di azioni specifiche e messaggi differenziati per ogni gruppo di riferimento.

Obiettivi Generali

La strategia di comunicazione per il 2026 si pone i seguenti obiettivi di alto livello:

- **Valorizzare la strategia europea 2021-2027**, migliorando la percezione pubblica dell'Unione Europea e delle politiche di coesione sul territorio.
- **Accrescere la conoscenza dei Programmi Regionali** e delle azioni concrete realizzate grazie al contributo del PR FESR e del PR FSE+.
- **Stimolare il dialogo e il dibattito pubblico** sulle politiche comunitarie, favorendo una cittadinanza informata.
- **Promuovere la partecipazione attiva** dei cittadini per massimizzare il successo e l'impatto dei Programmi.
- **Garantire la massima trasparenza**, fornendo ai beneficiari informazioni e strumenti accessibili per una piena comprensione delle opportunità e dei risultati conseguiti.

Obiettivi Specifici

Tali finalità generali sono declinate in azioni di comunicazione mirate ai seguenti obiettivi operativi:

1. **Informazione e sensibilizzazione:** diffondere la conoscenza dei Fondi europei presso le comunità e gli stakeholder, rendendo le opportunità di finanziamento più fruibili e accessibili per imprese, cittadini ed enti.
2. **Identità visiva integrata:** armonizzare tutte le attività di comunicazione attraverso un'immagine coordinata che rappresenti in modo univoco i valori dei Programmi e delle politiche UE.
3. **Accountability e coinvolgimento:** rafforzare la trasparenza e l'accessibilità mediante il sito **Coesione Abruzzo**. La pubblicazione costante di dati su progetti, bandi e finanziamenti facilita il controllo sociale e consolida il rapporto di fiducia tra istituzioni e collettività.
4. **Capitalizzazione dei risultati:** favorire la diffusione degli impatti positivi generati dai PR FESR e FSE+ 2021-2027 sulla vita quotidiana dei cittadini e sullo sviluppo del tessuto sociale ed economico.
5. **Supporto tecnico ai beneficiari:** fornire assistenza costante ai beneficiari (reali e potenziali) attraverso azioni di accompagnamento dedicate, garantendo l'assolvimento degli obblighi di comunicazione e l'accesso alle opportunità.

Pubblici di riferimento (Target)

Per massimizzare l'efficacia dei messaggi, il pubblico viene segmentato in **cluster omogenei** definiti in base ai benefici derivanti dalle informazioni veicolate. La segmentazione avviene secondo criteri geografici, demografici e funzionali:

TIPOLOGIA DI TARGET	NUMEROSITÀ E CARATTERISTICHE	SEGMENTAZIONE	OBIETTIVI	STRUMENTI (INDICAZIONI GENERALI)
GRANDE PUBBLICO	Molto numeroso e generico	Nessuna	Azioni di sensibilizzazione/informazione generale sui fondi e gli impatti per evidenziare il ruolo svolto dall'Unione Europea, il valore aggiunto dei sostegni dei PR e dei loro Risultati.	<ul style="list-style-type: none"> - Manifesti, - Sito Web, - Comunicati stampa/mezzi informativi, social network - Eventi aperti al pubblico - Materiale divulgativo - Tutorial - Story telling

TIPOLOGIA DI TARGET	NUMEROSITÀ E CARATTERISTICHE	SEGMENTAZIONE	OBIETTIVI	STRUMENTI (INDICAZIONI GENERALI)
BENEFICIARI POTENZIALI	Abbastanza numeroso ma riconoscibile per gruppi omogenei	Suddiviso in base alle finalità dei progetti realizzati, in relazione a ciascuna priorità/azione dei programmi	Informazione sulle opportunità ad essi destinate, sui benefici e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti.	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web Coesione Abruzzo - Comunicati stampa/mezzi informativi, social network - Guide informative e video tutorial; - Work-shop e seminari approfondimento
BENEFICIARI EFFETTIVI	Specializzato, livello di conoscenza alta nella preparazione e realizzazione dei progetti.	Suddiviso sulla base di Priorità e Azioni dei PR	Informazioni sugli obblighi dei beneficiari (comunicazione e gestione degli interventi) Valorizzare i progetti realizzati e gli impatti	<ul style="list-style-type: none"> - Webinar ed incontri formativi - Approccio personalizzato per favorire la conoscenza degli strumenti con comunicazione bidirezionale attiva.
DESTINATARI FINALI	Gruppi target dei beneficiari	Suddiviso sulla base di Priorità e Azioni dei PR	Valorizzare le storie di cambiamento e le testimonianze dirette sui benefici prodotti dagli interventi realizzati. Raccontare l'impatto dei progetti sul territorio e i benefici per i cittadini e comunità di riferimento.	<ul style="list-style-type: none"> - Video, - Brochure - Eventi - Sito Coesione Abruzzo - Sociale media per valorizzare gli impatti positivi
STAKEHOLDERS e OPINION LEADERS	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 rappresentanti	<ul style="list-style-type: none"> - Seminari e Workshop per condivisione di strategie e risultati - Aggiornamenti e spunti per stampa - Dati utili per campagne media ed Enti - Conferenze stampa - Incontri con il partenariato socioeconomico e contributi alle decisioni - Banche dati (open data) documenti tecnici e report su PR - Sito Web Coesione Abruzzo

3. AZIONI E INTERVENTI

Per garantire una comunicazione dei Fondi FESR e FSE+ autorevole e accessibile, il Piano 2026 articola i propri interventi in modo coordinato e sinergico. Tale approccio valorizza la complementarità della programmazione regionale per informare il pubblico, assicurare la massima trasparenza e dare risalto agli impatti concreti generati sul tessuto socioeconomico abruzzese.

L'integrazione tra canali tradizionali e digitali costituisce il baricentro operativo del Piano, che adotta un modello multicanale per armonizzare l'uso dei media classici con le piattaforme social e il web. Questo sistema favorisce una comunicazione bidirezionale, promuovendo il coinvolgimento attivo

dei destinatari e rafforzando il legame tra istituzione e territorio attraverso soluzioni innovative di partecipazione.

3.1 Azione 1 _ Programmazione esecutiva annuale della comunicazione integrata

L'azione è finalizzata a definire la programmazione esecutiva e lo sviluppo operativo di tutte le attività del Piano per l'annualità corrente. Partendo dal quadro strategico dei PR e dal Documento Strategico Integrato (DGR n. 410 del 15/07/2024), l'azione individua il perimetro degli interventi ordinari da realizzare nel 2026. Per garantire la massima efficacia e aderenza ai fabbisogni del territorio, la programmazione esecutiva si dota di n. 8 Schede di Attività allegate al presente Piano. Tali schede rappresentano l'approfondimento esecutivo e di dettaglio delle singole azioni ordinarie, declinandone l'eventuale attivazione specifica in base all'evoluzione dei Programmi, pertanto rappresentano proposte di attività non vincolanti.

AZIONE 1_ Aggiornamento Piano Annuale	
Obiettivo di comunicazione	Pianificare e coordinare le azioni di comunicazione su base annuale secondo uno schema strutturato e sistematico (Linee guida NUVAP – RETE INFORM ITA). L'azione garantisce la coerenza tra l'impianto strategico generale e l'attuazione delle singole linee di intervento nel corso del 2026.
Pubblci di riferimento	Stakeholder, Beneficiari potenziali ed effettivi.
Breve descrizione	Il Piano traduce la strategia 21-27 in azioni concrete per l'annualità corrente, definendo l'impianto delle attività ordinarie della Regione (Web, Social, Eventi, Prodotti editoriali e Media). A supporto e declinazione di tali macro-azioni, sono predisposte n. 8 schede esecutive allegate, concepite come moduli operativi di approfondimento per l'attivazione di progetti e campagne specifiche. Poiché tali schede definiscono progetti specifici e focus mirati per ciascuna azione ordinaria, la loro effettiva messa in opera rimarrà flessibile e subordinata all'insorgere di specifici fabbisogni attuativi e all'andamento dei Programmi.
Mezzi/strumenti/veicoli	Documentazione di programmazione esecutiva (n. 8 Schede allegate), sito istituzionale <i>Coesione Abruzzo</i> .
Periodo di realizzazione	1 mese (fase di pianificazione esecutiva iniziale) con valenza e monitoraggio annuale.
Soggetto attuatore	Autorità di Gestione
Indicatore realizzazione	<p>di</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adozione formale del documento di programmazione annuale 2026 (Target: 1). - Grado di attivazione delle linee di intervento ordinarie e specifiche.

3.2 Azione 2 _ Sito Web Coesione Abruzzo

Il portale istituzionale <https://coesione.regione.abruzzo.it/> si conferma l'hub centrale per la trasparenza e l'informazione sui Fondi, in piena conformità al Regolamento (UE) n. 1060/2021. Per il 2026, il sito potenzia la sua funzione di punto di accesso unico, integrando sezioni interattive, video-storytelling e infografiche dinamiche che facilitano la comprensione dei risultati raggiunti. Il portale ospita inoltre l'area dedicata ai beneficiari, con manuali operativi atti e documenti, garantendo un supporto costante sia ai potenziali candidati che agli attori dei progetti.

AZIONE 2 _ Sito Web Coesione Abruzzo	
Obiettivo di comunicazione	Garantire un accesso trasparente, immediato e accessibile alle informazioni sui PR FESR FSE+ 2021-2027. Facilitare la partecipazione ai bandi, promuovere le opportunità di finanziamento e dare visibilità ai risultati ottenuti attraverso un'interfaccia orientata all'utente.
Pubblici di riferimento	Grande pubblico, beneficiari potenziali ed effettivi: enti locali, imprese, professionisti, media locali e nazionali, stakeholders istituzionali,
Breve descrizione	Il Portale Coesione Abruzzo, progettato per essere user-friendly, rappresenta il principale hub informativo su tutte le informazioni relative alla programmazione FESR FSE + 2021-2027. Esso fornisce accesso immediato ad opportunità e bandi, documenti ufficiali, notizie e report sulle operazioni selezionate e l'andamento dei progetti finanziati. Il portale è organizzato in sezioni tematiche che includono risorse per i beneficiari, informazioni sui fondi e sulle priorità del programma e una parte dedicata alle buone pratiche.
Mezzi/strumenti/veicoli	Architettura web ottimizzata: news, report, database bandi, documentazione tecnica, video-racconti dei progetti e social wall.
Periodo di realizzazione	12 mesi
Soggetto attuatore	Autorità di Gestione
Indicatore di realizzazione	- Numero di visite mensili al portale - Numero di download di documenti tecnici e materiali informativi

3.3 Azione 3 _ Social Media strategy

Il Piano 2026 consolida la presenza digitale dei canali ufficiali **Bandi&Risorse**, estendendo la strategia a **Instagram** per intercettare target più giovani e puntare su una narrazione visiva d'impatto. La diffusione dei contenuti segue un piano editoriale strutturato che integra informazioni di servizio (bandi e scadenze) con lo storytelling dei risultati. Attraverso l'uso di infografiche, video-brevi e hashtag dedicati, si punta a trasformare la comunicazione istituzionale in un dialogo interattivo, stimolando il coinvolgimento diretto della community e la trasparenza sull'impiego dei Fondi FESR e FSE+.

AZIONE 3 _ Social Media Strategy	
Obiettivo di comunicazione	Rafforzare l'identità visiva e il riconoscimento dei Programmi regionali attraverso un ecosistema social integrato. Aumentare l'engagement degli utenti, semplificare il linguaggio istituzionale e promuovere le opportunità di finanziamento e crescita offerte dall'Europa al territorio abruzzese.

Pubblici di riferimento	Grande pubblico, stakeholders, potenziali beneficiari, imprese, stakeholder e media.
Breve descrizione	Gestione e aggiornamento dei profili social Bandi&Risorse (Facebook, LinkedIn, X, YouTube e Instagram). La programmazione prevede la pubblicazione di post informativi su nuovi bandi, scadenze e opportunità, con link diretti al portale Coesione Abruzzo. Un pilastro centrale del Piano 2026 è la valorizzazione dei risultati tramite lo storytelling: saranno pubblicati video-reportage, testimonianze dei beneficiari e racconti delle best practice territoriali. Attraverso formati dinamici come Reel, Stories e video-pillole, si punta a sensibilizzare il grande pubblico sull'impatto reale dei Fondi FESR e FSE+, mostrando come le risorse europee si trasformino in nuove competenze, inclusione e lavoro per i cittadini, innovazione e sviluppo per il tessuto produttivo abruzzese.
Mezzi/strumenti/veicoli	Canali social; Post e contenuti grafici/video/reel; dirette web
Periodo di realizzazione	12 mesi
Soggetto attuatore	Autorità di Gestione
Indicatore di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di contenuti pubblicati (suddivisi per canale). - Tasso di coinvolgimento (engagement rate: like, commenti, condivisioni). - Copertura (reach) e impression totali dell'ecosistema social.

3.4 Azione 4 _ Eventi e campagne informative

Nel corso dell'annualità 2026, sono pianificati eventi tematici e istituzionali in conformità con i regolamenti comunitari, finalizzati a creare momenti di interazione diretta con i beneficiari e gli stakeholder. Gli eventi rappresentano il cardine della comunicazione "dal vivo", volti a sensibilizzare il pubblico, semplificare l'accesso alle informazioni e garantire la massima trasparenza sull'attuazione dei Programmi.

Il Piano prevede format diversificati: dai **webinar tecnici** per approfondire le modalità di candidatura ai bandi, fino agli **eventi pubblici di comunicazione** per illustrare lo stato di avanzamento e i risultati raggiunti. Particolare rilievo è attribuito al **Comitato di Sorveglianza**, momento di confronto strategico tra la Regione e il partenariato socioeconomico, il cui format potrà essere declinato anche in contesti locali per avvicinare i valori dell'Unione Europea ai cittadini.

AZIONE 4_EVENTI E CAMPAGNE INFORMATIVE	
Obiettivo di comunicazione	Informare i beneficiari potenziali dei PR, sia sulle opportunità che sui risultati raggiunti, per stimolare la partecipazione e informare sullo stato di avanzamento dei Programmi e sollecitare un confronto diretto sugli obiettivi raggiunti e sulle prospettive future. Sensibilizzare il pubblico sull'importanza dei PR Abruzzo FESR FSE+ e delle sue opportunità, oltre che delle modalità di candidatura per facilitare l'accesso agli avvisi e bandi in uscita.

AZIONE 4_ EVENTI E CAMPAGNE INFORMATIVE	
Pubblici di riferimento	Partenariato istituzionale e socioeconomico della Regione Abruzzo, Beneficiari potenziali ed effettivi, grande pubblico, media
Breve descrizione	Realizzazione di eventi mirati (in presenza e online) in base ai target e agli obiettivi della programmazione. La strategia prevede: <ul style="list-style-type: none"> • Incontri tecnici e webinar: focus su specifici avvisi e modalità di realizzazione dei progetti (es. focus su Strategie Territoriali/OP5). • Grandi eventi e Concorsi: iniziative di sensibilizzazione collegate a concorsi a premio per coinvolgere target specifici (scuole, giovani). • Comunicazione pubblicazione avvisi e post-evento: ogni iniziativa sarà documentata con video, comunicati e materiali multimediali resi accessibili sul portale <i>Coesione Abruzzo</i> e sui canali social.
Mezzi/strumenti/veicoli	Comunicazione istituzionale, diretta in streaming, riprese video, webinar e workshop, interviste.
Periodo previsionale di realizzazione	12 mesi
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione
Indicatori di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di partecipanti (in presenza e online). - Numero di eventi/webinar realizzati. - Numero di visualizzazioni delle dirette e dei materiali video post-evento.

3.5 Azione 5 _ Prodotti informativi editoriali e multimediali

I prodotti informativi costituiscono il supporto grafico e documentale trasversale a tutte le attività del Piano. Tali strumenti sono progettati per tradurre la complessità tecnica dei Programmi in contenuti accessibili, utilizzando un linguaggio orientato al cittadino e formati innovativi. La produzione editoriale predilige il formato digitale e multimediale, garantendo al contempo la disponibilità di materiali fisici (brochure, flyer) in occasione di eventi e incontri sul territorio.

Un ruolo centrale è affidato alla **Newsletter**, intesa come strumento strategico per mantenere un dialogo costante con il partenariato e i potenziali beneficiari. Attraverso una programmazione editoriale periodica, la newsletter mira a informare tempestivamente sulle scadenze, facilitare la collaborazione tra gli attori del sistema e aumentare la visibilità degli impatti territoriali generati dai Fondi.

AZIONE 5_ Prodotti informativi tradizionali e multimediali	
Obiettivo di comunicazione	Accrescere la riconoscibilità dei Programmi e dell'identità visiva dell'Unione Europea. Fornire ai target di riferimento strumenti sintetici, chiari e pronti all'uso per orientarsi tra le opportunità dei PR FESR e FSE+.
Pubblici di riferimento	Cittadini, stakeholders, beneficiari dei fondi, partner istituzionali e socioeconomici.
Breve descrizione	- Editoria digitale e cartacea: Flyer, brochure e infografiche che

AZIONE 5_ Prodotti informativi tradizionali e multimediali

	<p>sintetizzano opportunità e risultati.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contenuti Multimediali: Video-tutorial per facilitare la partecipazione ai bandi e report digitali interattivi. - Newsletter periodica: Invio di aggiornamenti curati a una lista profilata di iscritti, integrando notizie dal portale e scadenze imminenti.
Mezzi/strumenti/veicoli	Infografiche, immagini, flyer, infografiche e video - tutorial, report digitali, video divulgativi e storytelling, portale web Coesione Abruzzo, social media (Facebook, Twitter, Instagram), mailing list, newsletter.
Periodo di realizzazione	12 mesi
Soggetto attuatore	Autorità di Gestione- SRA-Beneficiari
Indicatore di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di prodotti informativi realizzati (infografiche, flyer, report). - Numero di newsletter inviate e tasso di apertura (Open Rate). - Numero di iscritti alla mailing list/newsletter.

3.6 Azione 6 _ Relazione con i Media

Un'efficace strategia di comunicazione non può prescindere da una relazione solida e costante con i media locali e nazionali. Questa azione è fondamentale per garantire una diffusione capillare delle attività dei PR FESR e FSE+, assicurando massima visibilità alle iniziative attraverso una narrazione puntuale e trasparente. La gestione dei rapporti con la stampa segue un piano editoriale condiviso con le Autorità di Gestione (AdG) e i Servizi Regionali competenti (SRA), trasformando l'avanzamento dei Programmi in notizie di valore per il territorio.

AZIONE 6_ Relazione con Media

Obiettivo di comunicazione	Garantire una copertura mediatica costante e qualificata sull'andamento delle attività, i successi dei progetti finanziati e le nuove opportunità legate ai PR FESR e FSE, migliorando la visibilità e il coinvolgimento della comunità di riferimento.
Pubblici di riferimento	Giornalisti (stampa cartacea, testate online, radio e TV), opinion leader, stakeholder e grande pubblico.
Breve descrizione	<p>Diffusione di comunicati stampa e materiali visivi accattivanti; infografiche e report per divulgare risultati e opportunità del programma.</p> <p>La strategia mediatica includerà una combinazione di campagne sui media tradizionali e quelli digitali che copriranno i temi di maggiore interesse pubblico garantendo la massima visibilità ai progetti e ampliando i pubblici di riferimento.</p> <p>L'attività si articola nel costante presidio degli organi di informazione attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ufficio Stampa: redazione e diffusione di comunicati stampa focalizzati su nuovi bandi, eventi, storie di successo e milestone raggiunte. • Media Toolkit: ogni comunicazione sarà corredata da kit multimediali (infografiche, foto in alta risoluzione e video-pillole) per favorire la pubblicazione sulle testate online e il passaggio nei TG.

AZIONE 6_ *Relazione con Media*

- **Conferenze stampa e media day:** Organizzazione di incontri con i giornalisti in occasione del lancio di progetti e la presentazione di eventi; visite dedicate sui luoghi degli interventi per mostrare i risultati dal vivo.

Mezzi/strumenti/veicoli	Comunicati stampa, mailing list Comunicati stampa, conferenze stampa, interviste dedicate, mailing list, press-kit digitali, rassegna stampa periodica.
Periodo di realizzazione	12 mesi
Soggetto attuatore	Autorità di Gestione - SRA – Beneficiari
Indicatore di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di comunicati stampa inviate. - N. di testate coinvolte. - Numero di uscite sui media (articoli, servizi TV, testate online). - Numero di conferenze stampa/briefing organizzati.

4. OPERAZIONI DI IMPORTANZA STRATEGICA (OIS)

La programmazione regionale Abruzzo 2021-2027, prevede una OIS per ciascun Fondo.

Operazione di Importanza Strategica: Regional Area Network (RAN) - L'evento "*Abruzzo Connesso*", svoltosi a L'Aquila presso la Sala Ipogea del Consiglio regionale d'Abruzzo, ha costituito l'anteprima ufficiale dell'evento di comunicazione dedicato all'Operazione di Importanza Strategica denominata RAN (Regional Area Network) del PR Abruzzo FESR 2021 2027. L'incontro ha visto il coinvolgimento dei vertici istituzionali, dei Commissari Straordinari per la Ricostruzione e di partner tecnici quali Infratel e ANCI. La presentazione della rete che prevede un investimento di 22 milioni di euro, è stata supportata da un video-reportage e da un'attività di ufficio stampa che ha ridefinito il digitale come "*diritto di cittadinanza*", essenziale per la coesione territoriale delle aree interne. In concomitanza con il collaudo del progetto, si terrà l'evento di comunicazione istituzionale volto a presentare le funzionalità in via di attivazione; l'organizzazione di tale iniziativa compete al MIMIT, in qualità di beneficiario dell'intervento, in stretto coordinamento con l'Autorità di Gestione regionale.

L'OIS "*Dote Giovani Lavoro*" del PR Abruzzo FSE+ 2021 2027 sostiene l'occupazione giovanile rafforzando il raccordo tra formazione e fabbisogni del tessuto produttivo regionale. L'intervento è rivolto principalmente a giovani laureati disoccupati under 35 e coinvolge imprese, soggetti accreditati, Università ed enti di ricerca e formazione, con l'obiettivo di favorire un efficace match tra domanda e offerta di lavoro e generare opportunità concrete di inserimento e crescita professionale. In un'ottica previsionale, le azioni di comunicazione 2026 accompagneranno le fasi di attuazione dell'Avviso e l'avvio delle "doti", valorizzando progressivamente i risultati (tirocini attivati, partenariati, inserimenti) e favorendo la massima partecipazione dei target sul territorio.

Nello specifico le attività riguarderanno:

- animazione territoriale e coinvolgimento degli attori chiave (imprese e Università);
- rilevazione dei fabbisogni formativi e occupazionali e definizione delle progettualità;
- pubblicazione dell'Avviso e selezione dei beneficiari, con eventuali partenariati tra imprese, enti di formazione, Agenzie per il Lavoro e centri di ricerca;
- attuazione delle "doti" attraverso tirocini e misure di incentivo alle imprese (e/o sgravi contributivi) a valere sul FSE+.

Ambedue le iniziative di durata pluriennale saranno oggetto di specifiche attività di sensibilizzazione e informazione che ne accompagneranno l'attuazione, secondo una declinazione operativa e temporale specifica e coerente con le fasi ed esiti previsti da ciascuna operazione.

5. GOVERNANCE DEL PIANO

Struttura Organizzativa

La realizzazione del Piano è affidata a un assetto organizzativo articolato su due livelli principali.

- Livello interno — L'Autorità di Gestione Unica è retta dal Dirigente del Servizio, che è anche il Responsabile della Comunicazione, a cui spetta la definizione delle linee strategiche, la supervisione delle iniziative e la garanzia del rispetto degli obblighi comunitari in materia di informazione e pubblicità. Nell'esercizio di tali funzioni, il Dirigente si avvale del supporto dei Responsabili d'Ufficio dei Fondi FESR e FSE+, cui compete il coordinamento delle attività di comunicazione sui risultati dei Programmi, il raccordo informativo con le Strutture Responsabili di Attuazione (SRA) e il rafforzamento della visibilità istituzionale nel territorio abruzzese.
- Livello esterno — Le risorse di Assistenza Tecnica esperte in Comunicazione costituiscono il nucleo operativo specialistico a cui spetta la progettazione, l'elaborazione tecnica e creativa e l'esecuzione delle attività di comunicazione, con riferimento ai canali web, social, editoriali ed eventi.

Il modello di governance è progettato per garantire un flusso di informazioni efficace e un coinvolgimento attivo dei soggetti interessati, attraverso un processo che promuove la trasparenza e l'interazione continua tra le varie componenti regionali. L'obiettivo finale è quello di ottenere una comunicazione coesa e strategica che risponda alle esigenze del territorio e delle istituzioni.

Approccio sinergico

L'approccio sinergico prevede la collaborazione tra la Struttura Organizzativa del Piano e le Strutture Responsabili di Attuazione, nonché tra la Struttura Organizzativa del Piano e i Dipartimenti, il Servizio Informatica e Statistica, gli uffici di Comunicazione regionali. Questo modello integra input provenienti sia dall'esterno (territorio, stakeholder, utenti) sia dall'interno (AdG, SRA, competenze regionali). La supervisione del Responsabile della Comunicazione è fondamentale per approvare

qualsiasi proposta o idea, assicurando che ogni iniziativa sia in linea con gli obiettivi comunicativi e strategici dei PR FESR e FSE+ 2021 2027.

Tale sinergia garantisce un supporto logistico, organizzativo, grafico e promozionale efficace, contribuendo alla realizzazione di iniziative di qualità che rispondono alle esigenze del territorio. Questo lavoro collaborativo valorizza le competenze degli attori coinvolti, garantendo che le iniziative siano coordinate e strategiche. L'obiettivo finale è massimizzare l'impatto degli eventi, assicurando che siano in linea con i PR e con le aspettative della comunità locale.

7. CRONOPROGRAMMA

Azioni e strumenti	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	Dic
A1_ Aggiornamento Piano Annuale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A2_ Sito Web Coesione Abruzzo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
A3_ Social Media strategy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
A4_ Eventi e campagne informative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A5_ Prodotti informativi editoriali e multimediali	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A6_ Relazione con i Media	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

8. BUDGET

Le attività di comunicazione e informazione previste dal presente Piano Annuale 2026 trovano copertura finanziaria all'interno delle risorse stanziare per l'Assistenza Tecnica dei Programmi Regionali PR FESR e PR FSE+ Abruzzo 2021-2027. Le attività sono realizzate sia da personale regionale e di Assistenza Tecnica oltre che attraverso l'acquisizione di servizi specialistici esterni, nonché mediante ricorso ad affidamento di servizi tramite la società in house Fi.R.A. S.p.A..

9. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il monitoraggio e la successiva valutazione costituiscono parte integrante dell'implementazione del Piano di Comunicazione 2026 dei PR FESR FSE+. Tale processo è finalizzato a verificare costantemente l'efficacia delle azioni intraprese, consentendo, laddove necessario, l'introduzione di correttivi e miglioramenti in corso d'opera.

Il sistema di valutazione si basa su un quadro comune di rilevazione, in linea con i parametri stabiliti a livello nazionale (NUVAP – Rete INFORM ITA) e con gli indicatori di output e impatto definiti a livello europeo (ISOCOM). Per l'annualità in corso, la misurazione dell'efficacia si avvarrà dei seguenti strumenti e indicatori di performance (KPI):

- **Analisi dei dati digitali (social e web insight):** monitoraggio costante delle metriche derivanti dai canali social ufficiali *Bandi & Risorse* e dal sito *Coesione Abruzzo*. Gli indicatori includeranno la copertura (reach), il tasso di interazione (engagement rate), le visualizzazioni dei video-reportage e il numero di download dei materiali informativi (dépliant, brochure, slide tecniche).
- **Monitoraggio della partecipazione (dati di affluenza):** rilevazione quantitativa delle presenze fisiche e digitali, agli eventi di animazione territoriale e ai webinar. La raccolta di questi dati permetterà di valutare la capacità di penetrazione del messaggio sui diversi target geografici.
- **Customer satisfaction e grado di consapevolezza:** somministrazione di questionari strutturati, sia online che durante gli eventi in presenza, rivolti a beneficiari reali e potenziali. Tali strumenti saranno mirati a misurare la chiarezza delle informazioni fornite, l'utilità percepita dei servizi di assistenza e il livello di conoscenza generale delle opportunità offerte dai fondi FESR e FSE+.

Il sistema informativo per la raccolta dati, consolidato in questa annualità, permetterà di produrre una relazione a consuntivo che confronterà i dati di realizzazione con i target programmati.