



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA della POLITICA DI COESIONE della REGIONE ABRUZZO attraverso i Programmi FESR, FSE+ e FSC 2014-2020

*a cura del Dipartimento Presidenza
Autorità di gestione unica FESR FSE+
Autorità Responsabile Accordo per la Coesione*

Sommario

1.PREMESSA	4
2.ESPERIENZA E RISULTATI	5
3.STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	6
3.1 Approccio alla Strategia di Comunicazione	6
3.2 Caratteristiche della Strategia di Comunicazione	6
3.3 Finalità della Strategia di Comunicazione	7
3.4 Integrazione con Hub delle Competenze	7
4.GLI OBIETTIVI DELLA STRATEGIA	8
4.1 Obiettivi generali	8
4.2 Obiettivi specifici	9
5.TARGET DI RIFERIMENTO	9
5.1 Il contesto	9
5.2 I destinatari dei messaggi	10
5.3 Le preferenze comunicative	11
5.4 Comunicazione e visibilità delle Politiche di Coesione	11
5.5 Coesione Abruzzo	13
5.6 Efficacia e impatto della Comunicazione	14
5.7 Integrazione FESR FSE+ e FSC	14
5.8 Gruppi target	14
6.AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITA' DI REALIZZAZIONE	15
6.1 Azioni di comunicazione gestite direttamente	16
6.2 Azioni di comunicazione indiretta gestite dai beneficiari	17
7.RESPONSABILITA' DEI BENEFICIARI	17
8.CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	17



Cofinanziato
dall'Unione europea



8.1 Digitali	17
8.2 Social Media	18
8.3 Stampa e Media	18
8.4 Eventi	18
8.5 Pubblicazioni e prodotti informativi	19
8.6 Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità	19
9. BUDGET	19
10. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE	20
11. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	21
11.1 Valutazione	21
11.2 Indicatori	22

1. PREMESSA

La Strategia di Comunicazione della programmazione 2021-2027 risponde alla volontà regionale di definire un approccio unitario alla diffusione della politica di coesione sostenuta da fondi comunitari e nazionali capace di intercettare le numerose novità sulla materia e dare concretezza all'evoluzione della comunicazione a supporto dell'attuazione dei programmi, passando da mera pubblicità e onere procedurale a "vantaggio per tutti" in quanto strumento strategico per favorire gli impatti attesi.

Nello specifico, oltre alle novità formalmente introdotte dal Regolamento generale, a livello italiano è stato avviato un percorso collaborativo con la Rete nazionale dei comunicatori INFORM ITA, allo scopo di definire un quadro attuativo il più sinergico e sistematico possibile in termini di visibilità (logo unitario), misurazione dei risultati (indicatori comuni per le attività di comunicazione), rafforzamento della Rete e delle competenze necessarie a migliorare la percezione e la conoscenza della politica di coesione, dei progetti realizzati e delle opportunità rese disponibili a livello nazionale e territoriale.

L'obiettivo è impostare attività di comunicazione che non siano ***"un esercizio burocratico meramente formale, ma costituire un aspetto centrale e una preoccupazione primaria dei programmi e dei progetti"***¹

Il presente documento costituisce dunque la base delle attività di comunicazione che accompagneranno l'attuazione dei Programmi per consentire che le singole pianificazioni esecutive siano compatibili tra loro e con gli obiettivi strategici della Regione consentendo di sfruttare le sinergie tra i fondi, il rafforzamento della cooperazione tra i vari attori coinvolti nelle attività di informazione e sensibilizzazione.

La **Strategia di comunicazione** della politica di coesione regionale definisce gli obiettivi della comunicazione, individua i potenziali beneficiari, illustra le azioni da introdurre e i relativi canali e strumenti sulla base di un budget complessivo stanziato e si propone di sostenere funzionalmente e strategicamente l'attuazione dei Programmi Operativi e dell'Accordo di Coesione 2021-2027.

Secondo un **approccio integrato e collaborativo**, la comunicazione da realizzare nel settennato vede la partecipazione di tutti gli stakeholder in modo da garantire la massima inclusività e ha come obiettivo quello di assicurare un'informazione ampia, imparziale e trasparente su opportunità, risultati attesi e raggiunti, contribuendo in questo modo al conseguimento degli obiettivi dei programmi. Per questo deve favorire la progettazione e realizzazione di azioni comunicative rivolte al pubblico in generale, ma soprattutto volte ad intercettare l'interesse dei target di destinatari/beneficiari.

Inoltre vuole valorizzare il contributo dei fondi di coesione alle politiche di sviluppo dei territori promuovendo la visibilità dei finanziamenti ricevuti dai beneficiari a favore dei cittadini, con il coinvolgimento attivo dei vari stakeholder coinvolti.

Il documento va inteso come uno strumento di lavoro suscettibile di sviluppi durante la realizzazione delle azioni di comunicazione in linea con le necessità emergenti dall'attuazione delle politiche e dei

¹ Comunicare la politica di coesione nel periodo 2021-2027, Linee guida, Commissione europea, 01 dicembre 2020

relativi programmi. La strategia integrata descritta nel documento costituisce, quindi, la cornice di riferimento per i **piani annuali di comunicazione**² in cui si pianificano, su base annuale, le azioni di comunicazione individuate nella strategia consentendo di declinare, in modo dinamico ed il più possibile integrato, i piani esecutivi in base ai bisogni emergenti nel corso dell'attuazione.

2. ESPERIENZA E RISULTATI

La Strategia di comunicazione PR FESR-FSE+ FSC 2021-2027 si pone l'obiettivo di diffondere la conoscenza della politica di coesione e aumentare la consapevolezza delle ricadute sul territorio regionale delle azioni finanziate con i fondi nazionali ed europei in continuità con la precedente fase di programmazione e tenendo in debito conto gli indirizzi delle politiche dell'Unione in ordine all'attuazione di azioni di coesione sempre più frutto di condivisione territoriale e della co-progettazione delle attività con il network europeo INFORM EU.

A tal fine, per aumentare la visibilità degli interventi della politica di coesione sul territorio, è stato **potenziato l'utilizzo dei new media** (es. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) e di un **linguaggio semplice** per la narrazione delle **buone pratiche**, è stato sperimentato con successo l'invio della newsletter Bandi & Risorse ed è stato realizzato il nuovo portale web unico della programmazione 2021-2027, in cui vengono pubblicati in un unico sito gli avvisi pubblici afferenti alle diverse tipologie di fondi che finanziano la politica di coesione, gli aggiornamenti e tutte le opportunità legate all'utilizzo dei fondi europei e nazionali.

Per i prossimi anni l'obiettivo è ottimizzare l'uso della molteplicità di strumenti di comunicazione adottati, in particolare con l'utilizzo di nuove tecnologie, per potenziare la comunicazione web/social pur non abbandonando gli strumenti tradizionali attraverso un'attenta progettazione esecutiva che operi la migliore differenziazione dei target group in relazione alle singole policy e priorità dei programmi.

Va inoltre favorito e potenziato il coinvolgimento delle parti sociali e delle comunità locali con azioni mirate di sensibilizzazione e informazione al fine di garantire l'efficacia nel raggiungimento dei risultati di policy e un effetto moltiplicatore della comunicazione verso i cittadini per migliorare la conoscenza degli strumenti operativi e delle opportunità oltre che migliorare la visibilità dell'Europa e delle politiche di coesione sui territori.

² Il piano esecutivo annuale deve contenere al proprio interno i seguenti elementi minimi: dati di sintesi sulle attività dell'annualità precedente; obiettivi generali e coerenza con l'approccio strategico di comunicazione contenuto nel programma; obiettivi principali della comunicazione; pubblici (ed eventuali segmenti specifici) di riferimento prevalenti da raggiungere nell'anno; descrizione delle attività, degli strumenti e dei possibili veicoli specifici che si intende attivare; sezione dedicata alle attività di comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica; cronoprogramma; budget annuale previsionale; descrizione delle attività di monitoraggio e valutazione previste. Vedi Linee guida per la pianificazione delle attività di comunicazione, visibilità e trasparenza dei programmi della politica di coesione 2021-2027, Nota NUVAP - Rete Inform ita, Novembre 2023 Versione 1.0

3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

3.1 Approccio alla Strategia di Comunicazione

In perfetta coerenza con le scelte operate nei singoli Programmi regionali, questo documento ha natura multifondo in termini strategici pur prevedendo filoni autonomi di gestione operativa nella successiva definizione di piani esecutivi annuali distinti per il FESR, l'FSE+ e l'Accordo di Coesione.

Questo al fine di garantire:

- la massima differenziabilità, pur in una cornice d'immagine unitaria, dei messaggi rispetto ai target group;
- il rispetto delle necessità del complesso sistema di rendicontazione;
- la corretta ripartizione delle necessità specificatamente derivanti dalle misure e dai target rispetto alle percentuali di budget provenienti dai singoli Fondi.

Le attività di promozione e informazione verranno organizzate strategicamente inserendole in un contesto omogeneo in modo da rispettare criteri di organicità, integrazione e sinergia delle azioni, efficacia, economia di scala, rispetto dei principi trasversali di pari opportunità, responsabilità sociale, innovazione sociale e sviluppo sostenibile. Inoltre, anche in ottemperanza alla recente e cogente normativa nazionale sulla trasparenza, l'attività di comunicazione rispetterà tutte le necessità relative alla pubblicazione dei dati nelle forme richieste, non solo per favorire la condivisione di una cultura amministrativa orientata all'accessibilità totale, all'integrità e alla legalità, ma soprattutto per rafforzare il dialogo aperto e costruttivo con cittadini e stakeholder e divulgare i risultati delle azioni come rendicontazione sociale pro-attiva.

La priorità dell'Autorità di Gestione Unica regionale è quella di accompagnare con la più efficace comunicazione possibile i potenziali beneficiari delle misure nella migliore fruizione dei vantaggi derivanti dalle dai fondi strutturali.

La strategia pluriennale di comunicazione FESR, FSE+ e FSC sarà, inoltre, strettamente correlata con quella del FSC e con i piani di comunicazione annuali dei progetti comunitari e nazionali, in modo da mettere in sinergia gli strumenti disponibili in un quadro strategico condiviso e garantire omogeneità, integrazione e trasversalità delle azioni, oltre che un'immagine unitaria della programmazione regionale in linea con gli indirizzi strategici di "**Abruzzo Prossimo 20-30**".

3.2 Caratteristiche della Strategia di Comunicazione

La strategia di comunicazione, dunque, è ispirata alla massima:

- integrazione delle **iniziative di comunicazione** dei programmi cofinanziati dai fondi europei per la politica di coesione 2021-2027, affinché emerga una visione d'insieme del ruolo dell'UE nella strategia di sviluppo regionale, e con le attività di **comunicazione istituzionale della Regione**;
- **sinergia con il partenariato**, per condividere la costruzione dei messaggi rispetto ai target di settore e favorire la diffusione mirata delle informazioni, oltre che per moltiplicarne la portata;
- **personalizzazione dei messaggi, degli strumenti e dei canali di comunicazione** rispetto ai target group;

- **partecipazione** da parte del pubblico potenziale;
- **visibilità** delle **opportunità** e dei **risultati** raggiunti, con focalizzazione sui destinatari per quanto riguarda la diffusione delle opportunità e massima capitalizzazione, in termini di ritorno di immagine istituzionale, dei risultati verso l'intera comunità.

3.3 Finalità della Strategia di Comunicazione

Le attività saranno finalizzate a:

- evidenziare il **valore aggiunto dell'intervento finanziato con fondi comunitari** e del fondo sviluppo e coesione a livello regionale;
- **aumentare la consapevolezza dei cittadini** circa il ruolo svolto dalle politiche di coesione, nelle politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale, in chiave di benefici tangibili che esse portano alla vita del cittadino stesso evidenziando collegamento con le relative Priorità di Policy
- rafforzare la **consapevolezza del lavoro congiunto delle istituzioni europee**, nazionali e regionali per lo sviluppo dell'Abruzzo;
- **ridurre la distanza tra istituzioni e cittadino**, promuovendo un dialogo autentico con i cittadini e i portatori di interesse, la partecipazione e la cittadinanza attiva attraverso l'offerta di informazioni tempestive e trasparenti sull'impiego delle risorse;
- **migliorare la conoscenza dei risultati delle politiche di coesione** e, in particolare, dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i Fondi Strutturali e con il FSC mettendo in evidenza gli **impatti sul benessere socio-economico** delle comunità di riferimento, con la finalità di agevolare/aumentare la partecipazione ai progetti;
- **valorizzare al massimo le opportunità** messe a disposizione dai Programmi Regionali e dall'Accordo per la coesione e i rispettivi risultati raggiunti anche in complementarità/addizionalità;
- **rafforzare le reti partenariali** per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio.

3.4 Integrazione con Hub delle Competenze

La strategia terrà conto, infine, della rilevanza strategica assegnata dai vari livelli istituzionali alla capacità amministrativa nell'ambito delle politiche di investimento pubblico, e che si è tradotta nella realizzazione di un progetto di sistema della Regione Abruzzo, denominato **HUB delle Competenze** per promuovere un nuovo approccio di metodo all'intera azione del sistema pubblico rispetto agli investimenti con fondi di coesione. Con l'**Hub delle Competenze** si è inteso applicare un modello innovativo per dare una risposta concreta a ciò che da anni viene ribadito a tutti i livelli, a partire dalle Raccomandazioni specifiche per Paese dell'Unione europea: **l'assoluta esigenza di rafforzamento della capacità amministrativa, come questione decisiva per il sistema paese per spendere presto e bene i fondi per la coesione**, è migliorare la performance attuativa dei progetti di maggiore rilevanza strategica nell'ambito della programmazione unitaria.

Hub delle Competenze è coordinato dal Dipartimento Presidenza della Giunta Regionale ed

interviene sia a livello settoriale che territoriale. A livello settoriale sostiene le strutture regionali competenti e i promotori/beneficiari di progetti affinché predispongano le proposte progettuali in modo conforme ai requisiti tecnici, procedurali e normativi di settore. A livello territoriale interviene a supporto degli enti territoriali e degli stakeholder coinvolti nella predisposizione e attuazione di strategie di sviluppo urbano e territoriale.

Hub delle Competenze è un intervento concepito per fungere da punto di accesso unico a un'offerta completa di servizi di supporto professionale, assistenza tecnica e capacity building a beneficio degli attori pubblici regionali.

Attraverso l'**Hub delle Competenze**, le autorità pubbliche e i destinatari degli interventi che promuovono o gestiscono progetti strategici possono ricevere supporto tecnico specialistico per garantire la partecipazione attiva di tutti gli stakeholders in fase di avvio dei progetti, e per diffondere con una efficace informazione le opportunità disponibili e le relative fonti di finanziamento per accedere a un'ampia gamma di competenze tecniche e finanziarie.

4. GLI OBIETTIVI DELLA STRATEGIA

Dalle finalità strategiche illustrate in precedenza derivano gli obiettivi, generali e specifici, della strategia integrata pluriennale, di natura preventiva e trasversale i primi e operativa i secondi.

4.1 Obiettivi generali

- **Valorizzare la strategia europea 21-27** della crescita intelligente, sostenibile, connessa, inclusiva, più vicina ai cittadini mediante il sostegno alle strategie di sviluppo gestite a livello locale e allo sviluppo urbano sostenibile favorendo un approccio integrato della comunicazione e visibilità, in linea con una visione strategica unitaria espressa negli atti di indirizzo della Regione;
- **diffondere la conoscenza dei PR FESR, FSE+ e FSC 2021-2027**, evidenziando il ruolo dell'UE, dello Stato e della Regione Abruzzo;
- **contribuire al successo dei programmi**, facendo conoscere le opportunità, rendendole più fruibili possibile, e valorizzando i risultati;
- **assicurare un adeguato livello di trasparenza** delle attività, dei processi, dei risultati, mettendo a disposizione di tutti i potenziali beneficiari e i potenziali destinatari (i cittadini, gli enti di formazione, le imprese e tutti gli altri soggetti eleggibili) strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerte per accrescere altresì la partecipazione e il controllo sociale di cittadini e stakeholder;
- **perseguire la massima armonizzazione con i piani di comunicazione regionali**, in particolare quello del FSC e di altri programmi europei con ricaduta territoriale;
- armonizzare gli interventi di comunicazione attraverso l'uso di **un'immagine integrata ed omogenea**;
- permeare la comunicazione dei principi trasversali di **pari opportunità, sostenibilità, di responsabilità e di innovazione sociale**;
- **valorizzare la vocazione del territorio alla social innovation** supportando l'inserimento nei bandi di elementi per realizzare la costruzione di processi e contesti comunicativi in cui i

beneficiari stessi, i progetti finanziati e i loro risultati diventino veicolo e diffusori di comunicazione dei Piani Operativi.

4.2 Obiettivi specifici

- **rafforzare l'immagine dell'UE e della Regione** come attori principali nello sviluppo delle politiche per il capitale umano, l'occupazione, lo sviluppo della competitività e la crescita sostenibile;
- **trasmettere il valore aggiunto europeo**, evidenziando l'impatto dei Fondi europei e del Fondo Sviluppo e Coesione per lo sviluppo del territorio;
- **promuovere la trasparenza** nell'utilizzo delle risorse attraverso la pubblicazione on line dei dati amministrativi e delle liste dei beneficiari;
- **garantire la diffusione e valorizzazione dei risultati** attraverso una capillare informazione sui progetti realizzati/ in corso di realizzazione;
- **promuovere l'estrapolazione di "modelli" replicabili ed esportabili**;
- diffondere, sulla falsariga della proficua esperienza 2014-2020, i messaggi nella cornice di un'immagine coordinata che favorisca la facile riconoscibilità delle informazioni e permetta di capitalizzare il volume della comunicazione a livello di immagine. Supportare i beneficiari nell'ambito delle loro attività di comunicazione attraverso la diffusione informazioni relative ad obblighi e responsabilità.
- **garantire trasparenza, l'accessibilità e l'imparzialità** nell'utilizzo delle risorse la pubblicizzazione delle opportunità, delle procedure e delle operazioni selezionate;
- mettere a disposizione **strumenti e informazioni accessibili**, anche alle persone con disabilità, attraverso un linguaggio semplice e privo di tecnicismi, nonché l'uso di strumenti dedicati;

5.TARGET DI RIFERIMENTO

5.1 Il contesto

Il precedente periodo di programmazione è stato caratterizzato dalla più grave crisi economica degli ultimi decenni, che ne ha condizionato la strategia e le ricadute. È evidente come, in un auspicabile clima di lenta ripresa socio-economica, l'interesse nei confronti dei temi del lavoro e della formazione professionale da un lato e dello sviluppo del territorio e del supporto alle PMI dall'altro, sia assolutamente centrale nella comunità abruzzese. Partendo da questa aspettativa e dal consolidamento della conoscenza dell'intervento dei Fondi Strutturali in Abruzzo, ormai ultraventennale, si lavorerà sul coinvolgimento del pubblico e su una conoscenza più strutturata, che argomenta il senso delle politiche comunitarie in campo sociale e di sviluppo regionale e il ruolo svolto dall'UE, oltre che dallo Stato e dalla Regione.

Le iniziative di informazione e comunicazione che si intendono realizzare discendono da alcuni elementi del contesto nel quale si sviluppano:

- l'Abruzzo, che si qualifica sempre più come "sistema" in cui sono riferimento i concetti di competitività e di coesione sociale, dove si scrivono e si attuano seriamente politiche per l'innovazione sociale, per il lavoro, per la formazione, per la tutela dei diritti, l'inclusione e per il contrasto al disagio sociale; per lo sviluppo di un vero laboratorio dove si testa un modello di società competitiva e dinamica, rispettoso delle necessità di sostenibilità e di efficienza energetica, teso a completare il processo di riqualificazione territoriale;
- i Programmi regionali, che hanno tradotto in azioni specifiche le necessità dei destinatari; occorre pertanto che la comunicazione persegua l'obiettivo di informare e sensibilizzare i destinatari e il pubblico in generale sulle opportunità offerte.

Dal punto di vista "comunicativo", l'Abruzzo si caratterizza come un territorio con circuiti di informazione così definiti:

- nessuna testata giornalistica di rilievo nazionale;
- una testata quotidiana nazionale con edizione locale (Il Messaggero);
- una testata quotidiana regionale con edizioni provinciali (Il Centro);
- 44 testate registrate quotidiane locali di cui 42 digitali (*fonte: sito istituzionale Ordine dei giornalisti Abruzzo*)
- 34 testate televisive digitali;
- 86 radio, con molti super network nazionali e meno radio locali con copertura territoriale localizzata con produzione di radiogiornali propri;
- una sinergia con il sistema camerale e con le rappresentanze datoriali e sindacali;
- una strutturata relazione di partenariato con gli stakeholder e i loro circuiti di comunicazione interna (dalle associazioni imprenditoriali e di categoria a quelle sindacali);
- una rete di "sportelli" diffusi sul territorio (Europe Direct, Centri per l'impiego, Centri antidiscriminazioni, Centri antiviolenza, Agenzie formative ecc.), coordinati e supportati dalla Regione e utilizzabili come snodi di comunicazione tematica;
- una sinergia con il mondo della scuola e dell'Università, con canali di comunicazione dedicati;
- una frequentazione dei siti istituzionali e dei canali social della Regione Abruzzo (con migliaia di consultazioni alle sezioni dedicate ai fondi strutturali e alle aree tematiche).

In quest'ottica, l'esperienza maturata nella comunicazione strutturata dei Fondi strutturali europei fin dal 1996 consente di individuare rapidamente e in modo relativamente facile i migliori strumenti per il raggiungimento di target anche molto frammentati.

5.2 I destinatari dei messaggi

Si ritiene importante che – con la dovuta flessibilità di mezzi e strumenti – tutti i potenziali beneficiari ricevano in maniera semplice ed efficace le informazioni sulle opportunità di finanziamento offerte dai Programmi e siano in grado di comprenderne le logiche. Per informare il target si lavorerà su tre livelli diversi:

- un livello più “istituzionale/diffuso”, orientato a informare e sensibilizzare il **grande pubblico** sulle scelte strategiche della Regione Abruzzo;
- un livello più “tematico/mirato”, fatto di una comunicazione mirata verso i **target specifici oggetto delle azioni finanziate**, soprattutto per quanto riguarda le opportunità del FSE+;
- un livello più “tecnico”, fatto di una politica di comunicazione mirata, che utilizzi modalità e strumenti “di settore”, in particolare per quanto riguarda le opportunità del FESR, decisamente orientate verso un filtro di fruitori costituito da soggetti identificabili: enti, imprese, operatori istituzionali ed economici.

Un sub-target di grande interesse è costituito dal **sistema scolastico e universitario** e dalle **istituzioni e agenzie formative**, adatte ad essere coinvolte ad ogni grado e livello con azioni sperimentali e di sensibilizzazione soprattutto su tematiche sociali e culturali. Gli interventi verso i sistemi scolastico e formativo saranno coordinati e gestiti da una regia dedicata e condivisa con le istituzioni di coordinamento dei due ambiti. Anche sulla base delle esperienze maturate con il FSE 2014-2020, si è constatata un’ottima risposta da parte dei docenti, dei formatori e degli studenti quando stimolati e coinvolti direttamente, utilizzando meccanismi partecipativi e “narrativi”, quali concorsi, eventi, workshop e concorsi di idee.

5.3 Le preferenze comunicative

Verrà data priorità alla comunicazione digitale, con ampio utilizzo del portale unico della politica di coesione in Abruzzo, coesione.regione.abruzzo.it, già strutturato e che verrà implementato con lo sviluppo dei programmi operativi. Sulla scorta delle esperienze maturate nella programmazione 2014-2020 verranno potenziati i canali “social”, soprattutto per le iniziative tematiche.

In considerazione del livello di sinergia già raggiunto con i principali rappresentanti degli stakeholder, verranno utilizzati al meglio i cosiddetti “filtri istituzionali”, ovvero gli strumenti di comunicazione che ognuno di loro ha già attivi con i propri associati/potenziali utenti. Naturalmente, si continueranno ad utilizzare i canali consolidati di comunicazione, declinati secondo necessità e secondo livelli diversi di approfondimento (testate giornalistiche, radio, TV, affissione statica e dinamica, eventi). Verranno utilizzate al meglio le mailing list acquisite e acquisibili, per una informazione mirata attraverso *direct mailing*. Si opererà, accanto alla realizzazione di materiali informativi, per comunicare attraverso strumenti innovativi e coinvolgenti, quali marketing motivazionale e *guerrilla marketing*.

Si ritiene sempre più efficace ricorrere a testimonianze dirette e a forme di comunicazione peer to peer, mentre, anche per quanto riguarda la valorizzazione di buone prassi e la rendicontazione dei risultati raggiunti si farà ricorso ad audiovisivi.

5.4 Comunicazione e visibilità delle Politiche di Coesione

I fondi della politica di coesione sono il più importante mezzo di investimento di cui la Regione Abruzzo dispone per conseguire gli obiettivi strategici dell’UE per il decennio in corso, in particolare gli obiettivi della transizione verde e digitale che sottendono un profondo approccio culturale.

Far conoscere gli obiettivi della politica di coesione, fornendo le opportune informazioni sui finanziamenti disponibili per cittadini ed imprese, è un aspetto dirimente per il successo stesso della strategia di sviluppo comunitaria, in termini di crescita del territorio.

Non ci si può fermare invero ad una mera diffusione di informazioni ma occorre generare coscienza rispetto agli obiettivi delle singole attività e per far comprendere il senso delle azioni intraprese in una logica prospettica, in linea con le politiche comunitarie.

Per far sì che la politica di coesione riesca ad investire nei progetti più importanti e innovativi è necessario sensibilizzare i beneficiari effettivi e potenziali e farlo nella maniera più estesa possibile ma targettizzata, ricorrendo ad una gerarchizzazione quali/quantitativa delle scelte e rispettando il principio del rapporto costi/benefici nella individuazione degli strumenti divulgativi disponibili, a partire dal web e dai new media.

Le azioni verranno attuate in accordo con gli indirizzi della Strategia nazionale di comunicazione unitaria e della Strategia di comunicazione 2021-2027 per i fondi SIE e FSC della Regione Abruzzo.

Al fine di dare una riconoscibilità immediata e univoca al contributo dei Fondi SIE e FSC e comunicare in modo unitario l'intervento delle politiche di coesione sul territorio, verrà adottata l'identità visiva di cui alla Strategia nazionale, adottata a livello territoriale e tematico. La visibilità del supporto offerto sarà assicurata attraverso la previsione di adempimenti obbligatori in materia di informazione e pubblicità da parte dei soggetti attuatori degli interventi.

In questa cornice, tutti gli aspetti della Strategia vanno considerati quali leve strategiche a sostenere le attività di governance e modelli di funzionamento della PA regionale rivolti al "buon governo", ovvero all'adozione di processi che consentano di utilizzare al meglio le risorse europee; processi che saranno incrementati tanto con l'ausilio di strumenti digitali tanto con l'adozione di un metodo integrato e multidisciplinare, a partire dalla forte associazione e reciprocità del segmento comunicativo con il piano del confronto partenariale.

La comunicazione delle Politiche di Coesione di Regione Abruzzo si caratterizzerà per i seguenti peculiari aspetti metodologici, atti a garantire la fidelizzazione dei destinatari:

- **implementazione delle piattaforme social** e sviluppo di strategie di marketing istituzionale mediante campagne informative con targhettizzazione dei beneficiari (alto rapporto quali/quantitativo e costi/benefici) con puntuale attività di data analytics che supporti le azioni di monitoraggio e di eventuale riposizionamento delle strategie di comunicazione;
- **aggiornamento del portale unico della politica di coesione** che si sostanzia nei tre livelli di informazione (elenco interventi, elenco beneficiari, incidenza di spesa per Obiettivo di Policy), disseminazione e narrazione. Il ricorso all'open data e all'open government costituirà, inoltre, l'elemento di riferimento per valorizzare i dati in chiave di narrazione e di verifica sul territorio delle opere realizzate con le risorse europee (applicazione del principio di advocacy). Il portale sarà sempre più il luogo della comunicazione integrata e circolare tra governance regionale e stakeholder;
- **sviluppo della governance del Piano di comunicazione** allo scopo di favorire la creazione di una rete sinergica tra Autorità di Gestione, Autorità responsabile dell'Accordo per la Coesione, responsabili della Comunicazione e responsabili di azione finalizzata ad un presidio

- generale delle attività sia in sede di comunicazione e sia allo scopo di dar luogo ad una immagine coordinata ed unitaria della Politica di coesione regionale sul territorio;
- **rafforzamento della piattaforma web con contenuti streaming e per la realizzazione di workshop, webinar ed eventi on line**, soprattutto di supporto al **Codice abruzzese per il partenariato diffuso ed inclusivo**. In continuità con le attività svolte con successo e che hanno consentito anche durante il periodo di emergenza pandemica di non sospendere le numerose attività di condivisione partenariale sui documenti programmatici.

Si prevede anche la possibilità di attivare consultazioni pubbliche su singoli aspetti e/o sul programma per ampliare il coinvolgimento degli stakeholder e della comunità più ampia.

La presente Strategia riconferma il ricorso a soluzioni tecniche innovative allo scopo di rendere ancora più performante il confronto da remoto, diversificandolo a seconda delle esigenze.

Infine, con riferimento alle operazioni di importanza strategica, saranno implementate specifiche attività di informazione e comunicazione per aumentarne la visibilità sul Territorio, al fine di perseguire la più ampia partecipazione da parte di cittadini, istituzioni, ordini, imprese e altri soggetti giuridici, agli interventi posti in essere.

Canali e strumenti

Le attività di comunicazione saranno messe in atto attraverso un uso sinergico di diversi canali e strumenti, quali ad esempio:

- sito web dei programmi, collegato al sito web nazionale, e newsletter;
- social media: Facebook, YouTube, LinkedIn;
- eventi pubblici informativi e seminari specifici (in presenza e online);
- pubblicazioni (online o cartacee), produzioni audiovisive e materiale promozionale;
- comunicati stampa.

Le azioni verranno attuate in accordo con gli indirizzi della Strategia nazionale di comunicazione unitaria e della Strategia di comunicazione 2021-2027 per i fondi SIE della Regione Abruzzo.

Al fine di dare una riconoscibilità immediata e univoca al contributo dei Fondi SIE e comunicare in modo unitario l'intervento dell'UE sul territorio, verrà adottata l'identità visiva di cui alla Strategia nazionale, adattata a livello territoriale e tematico. La visibilità del supporto offerto sarà assicurata attraverso la previsione di adempimenti obbligatori in materia di informazione e pubblicità da parte dei soggetti attuatori degli interventi.

5.5 Coesione Abruzzo

Tutti i Programmi della Politica di Coesione utilizzano un'area web del sito della Regione Abruzzo, www.coesione.regione.abruzzo.it.

5.6 Efficacia e impatto della Comunicazione

In relazione alla precedente esperienza del Ciclo di Programmazione 2014-2020, nell'ottica della valorizzazione dei punti di forza e del superamento delle criticità, vengono di seguito sinteticamente evidenziati entrambi, con lo scopo di orientare la presente strategia verso interventi migliorativi dell'efficacia e dell'impatto della comunicazione:

Punti di forza

- il coinvolgimento degli stakeholder e delle parti sociali, attraverso apposite procedure di concertazione;
- la visibilità e riconoscibilità degli interventi;
- la disponibilità di buone expertise tecniche;
- la varietà degli strumenti di comunicazione e la differenziazione per target group;
- l'adozione di disposizioni e format per rendere trasparenti i processi di selezione e di informazione dei beneficiari e dei destinatari ultimi degli interventi.

Punti di debolezza

- il raccordo tra la Regione, gli Organismi intermedi e alcuni Beneficiari nella gestione degli strumenti informativi e di comunicazione;
- l'automatismo del flusso di informazioni tra gli uffici regionali;
- la complessa programmazione preventiva degli interventi e delle priorità comunicative.

5.7 Integrazione FESR FSE+ e FSC

A partire dagli universi, integrati ma differenti, a cui i Programmi si rivolgono, si lavorerà su due livelli prioritari di destinatari:

- **un livello più "diffuso"**, istituzionale, orientato a informare e sensibilizzare il **grande pubblico** della popolazione abruzzese;
- **un livello più "specifico"**, composto dai diversi target (beneficiari potenziali e reali) sia a livello di macro-ambito PR (FSE+ e FESR) e Accordo per la Coesione sia a livello di sotto-ambiti dei singoli programmi.

Occorrerà poi fornire informazioni su un doppio binario, mediante messaggi differenziati e strumenti adeguati: alcune informazioni devono rivolgersi a chi è interessato e parzialmente informato, mentre altre devono essere destinate a chi è indifferente e non è sensibilizzato.

5.8 Gruppi target

Sulla base dell'esperienza pregressa, oltre quello più generico, è possibile identificare i seguenti **gruppi target**:

Gruppi di destinatari specifici. Per la natura stessa dei PR e dell'Accordo per la Coesione, i target sono molto diversi, ad esempio essendo le opportunità del FESR decisamente orientate verso un filtro di fruitori costituito da soggetti identificabili: enti, imprese, operatori istituzionali ed economici, sarà prioritaria una politica di comunicazione mirata, che utilizzi modalità e strumenti "di settore", mentre, sempre come esempio, molte azioni del FSE+ impattano su target molto frammentati, che andranno profilati e clusterizzati in modo sempre più puntuale.

Andranno quindi di volta in volta individuati "**partner**" in base agli interventi da promuovere, in grado di ritrasmettere le informazioni ai potenziali beneficiari, quali ad esempio autorità pubbliche, Università e centri di ricerca, scuole, organismi di formazione, imprese, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, organizzazioni che rappresentano il mondo economico, organismi che promuovono le pari opportunità, associazioni e reti territoriali costituite e consolidate nel tempo.

Beneficiari potenziali, individuati dai PR per ciascuna Priorità (ad es. imprese, organismi formativi, parti sociali, occupati, persone in cerca di occupazione, ecc.) ai quali devono essere fornite informazioni chiare e precise sugli interventi finanziabili e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti;

Beneficiari reali, i quali, in quanto fruitori di finanziamenti dei PR (ad es. le agenzie formative e gli attuatori, nel caso del FSE), devono essere informati degli obblighi di comunicazione da rispettare;

Per raggiungere gli obiettivi individuati dal Piano di Comunicazione pluriennale è necessario che tutte le **forze attive del territorio** debbano essere sensibilizzate e stimolate verso un processo di crescita complessiva, strutturale e motivazionale, così come i **media** vanno accompagnati, con strumenti e kit informativi strutturati, nel percorso di **amplificazione** di opportunità e risultati.

Ci si propone inoltre di consolidare il gruppo di **opinion leader** – rappresentanti politici, personalità della società civile, media, mondo imprenditoriale, docenti universitari, membri del Comitato unico di Sorveglianza e del Partenariato, di grande aiuto nella costruzione di un sistema di "ascolto" e di "facilitazione" nella diffusione dell'informazione, così come per le eventuali necessità di rimodulazione dei programmi.

6. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITA' DI REALIZZAZIONE

La Regione Abruzzo articolerà la propria attività in due macro-ambiti:

1. lo svolgimento di azioni di comunicazione gestite direttamente, anche attraverso affidamenti a organizzazioni specializzate;
2. la fornitura di puntuali indicazioni ai beneficiari rispetto a come effettuare propria attività di comunicazione in linea (coerenza strategica e immagine coordinata) con quella regionale

6.1 Azioni di comunicazione gestite direttamente

Azioni di sistema:

- definizione dell'immagine coordinata e declinazione del format in manuale di utilizzo;
- individuazione di claim e di payoff, eventualmente declinabili, che fungano da fil rouge della comunicazione;
- implementazione del portale web unico www.coesione.regione.abruzzo.it come piattaforma informativa di base

Azioni dirette all'opinione pubblica:

- realizzazione di eventi annuali per presentare i contenuti e risultati dei Programmi regionali;
- realizzazione di una **campagna ombrello** per presentare la programmazione, il suo valore economico e i principali obiettivi e strumenti;
- pubblicazione dei documenti di programmazione e del contenuto degli interventi, sul sito della Regione e attraverso appositi dépliant e brochure informative;
- realizzazione di **convegni e seminari** o altre iniziative pubbliche per la promozione delle opportunità, l'approfondimento delle tematiche e per la presentazione dei risultati del Programma (almeno una volta all'anno come richiesto dai Regolamenti);
- realizzazione di eventi tematici su argomenti innovativi che necessitano di un'azione di informazione e sensibilizzazione sull'intero territorio regionale;
- pubblicazione sul sito della Regione di informazioni e documenti sullo stato di attuazione dei PR e dell'Accordo per la Coesione e sulle risultanze della valutazione sulle attività realizzate;
- pubblicazione sul sito web di esempi di progetti che hanno costituito *best practice* anche attraverso video divulgativi;
- campagne stampa, tv e radio su tematiche di interesse collettivo;
- realizzazione di video su tematiche/interventi di rilievo secondo la tecnica storytelling da presentare anche in occasione delle riunioni del Comitato di Sorveglianza.

Azioni dirette ai potenziali beneficiari

- realizzazione di Convegni, seminari e altre iniziative rivolti a potenziali beneficiari per far conoscere le finalità specifiche del PO e dell'Accordo e le opportunità riconducibili alle singole Priorità/Aree strategiche;
- pubblicazione *on line* di avvisi di pre-informazione sui bandi e informative sui bandi in occasione della loro pubblicazione e delle opportunità secondo i target di riferimento, con spiegazioni chiare e sintetiche, tipo linee guida di risposta al bando e FAQ, e successivo rimando alla documentazione utile;
- campagne informative utilizzando i circuiti, gli strumenti e gli sportelli "tecnici-tematici" e i filtri di rappresentanza;
- campagne stampa, tv e radio su tematiche di interesse specifico;
- sviluppo di strumenti informativi, di infografica e video-tutorial, per indirizzarli in sede di progettazione, di presentazione e di fruizione delle opportunità.

Azioni dirette ai beneficiari reali

- inserimento negli atti che disciplinano la concessione dei finanziamenti di un puntuale richiamo alle regole vigenti in materia di obbligo di utilizzo dei loghi e del format d'immagine coordinata individuato dalla Regione per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti di comunicazione utilizzabili dai beneficiari nelle attività informative/pubblicitarie che essi curano;
- realizzazione di tutorial e di manuali di utilizzo dell'immagine coordinata e predisposizione di aree *on-line* per il download dei loghi e degli elementi grafici;
- realizzazione di video sulla politica di Coesione dell'UE e sulle priorità del PR, che potranno essere utilizzati dai beneficiari per informare i destinatari;
- organizzazione di seminari/incontri altre iniziative per sensibilizzare i beneficiari sugli obblighi informativi e per la divulgazione delle informazioni e il trasferimento di buone pratiche apprese durante la partecipazione a Reti di Comunicazione nazionali ed europee.

6.2 Azioni di comunicazione indiretta gestite dai beneficiari

Per la fornitura di puntuali indicazioni ai beneficiari rispetto a come effettuare propria attività di comunicazione in linea (coerenza strategica e immagine coordinata) con quella regionale, verranno predisposte apposite indicazioni da inserire nei bandi e messe a disposizione, on line, apposite "linee guida", tool informativi e format grafici, cartacei ed elettronici, contenenti gli elementi grafici e la normativa grafica cui fare riferimento.

7. RESPONSABILITA' DEI BENEFICIARI

Le azioni di comunicazione e visibilità a supporto delle politiche di Coesione sono una responsabilità condivisa di tutti gli attori che partecipano all'attuazione dei programmi regionali

Tutti i beneficiari hanno dunque responsabilità specifiche in tema di visibilità e comunicazione per gli interventi che ricevono un sostegno dai Fondi di Coesione che devono attuare diffondendo attraverso i propri canali le attività e i risultati conseguiti dai progetti finanziati, utilizzando in particolare il proprio **sito web** – o quello del progetto – e i **canali social**.

Specifici adempimenti sono stabiliti dai regolamenti o dai manuali operativi dei singoli programmi che vengono esplicitati attraverso apposite linee guida ad uso dei beneficiari.

8. CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

I canali e gli strumenti che saranno utilizzati per realizzare le attività di comunicazione verranno individuati in base al target cui l'informazione è rivolta.

Di seguito sono indicati gli strumenti che indicativamente verranno utilizzati in modo prioritario.

8.1 Digitali

- il sito www.coesione.regione.abruzzo.it, area web centrale della comunicazione, ove

reperire informazioni circa le opportunità di finanziamento, i dati di attuazione del PR e dell'Accordo per la Coesione, gli esempi di operazioni finanziate, le buone prassi, ecc.;

- siti dei mezzi di informazione e degli stakeholder;
- newsletter elettroniche;
- direct mailing;
- format web, web TV e web radio;
- format per gaming.
- chat bot

8.2 Social Media

- pubblicazione di video (story telling) su YouTube
- creazione di gruppi su Facebook
- invio di tweet
- utilizzo di realtà aumentata e QR code

8.3 Stampa e Media

- pubblicazione di inserzioni sulle edizioni regionali dei quotidiani nazionali, ovvero sulle edizioni nazionali in casi di necessità;
- acquisizione di spazi pubblicitari sulla stampa locale e sui periodici di settore;
- publiredazionali su testate locali;
- spot televisivi e format TV;
- affissioni statiche e dinamiche;
- messaggi radio da trasmettere su emittenti e network prevalentemente a livello locale;
- conferenze stampa;
- realizzazione di kit informativi (schede, foto, video) per giornalisti;
- educational e visite conoscitive per valorizzare i risultati;

8.4 Eventi

- organizzazione di convegni, congressi, workshop, seminari e tavole rotonde;
- organizzazione e partecipazione a manifestazioni, eventi e fiere;
- roadshow di presentazione ai territori delle opportunità e di presentazione dei risultati conseguiti;
- organizzazione di mostre ed eventi di sensibilizzazione;
- distribuzione di opuscoli, brochure ecc. nei luoghi di aggregazione, (eventi sportivi, centri commerciali, concerti e festival)
- costruzione di corner informativi e circuitazione di spot nei cinema;
- organizzazione di hackathon, Storython, bar camp e brainshop con giovani e start up per valorizzare la creatività locale.

8.5 Pubblicazioni e prodotti informativi

- brochure informative;
- folder e pieghevoli;
- collane editoriali tematiche e pubblicazioni periodiche;
- schede e dossier divulgativi sui contenuti dei PR e dell'Accordo per la Coesione;
- locandine, manifesti e poster;
- roll up e card;
- video, video testimonianze e documentazione audiovisiva;
- tutorial, infografiche e schede video-storie

8.6 Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità

La Regione Abruzzo adotta da molti anni politiche di accessibilità rispetto alla comunicazione.

Tutto il sito internet regionale è strutturato per erogare informazioni ad uso dei non vedenti, sia con la pubblicazione delle informazioni sul sito in formato compatibile con gli strumenti di web browsing utilizzati da persone disabili visivamente, sia dal punto di vista "grafico" sia ancora utilizzando strumenti di sintesi vocale che leggono i testi agli utenti.

Nella precedente programmazione, soprattutto nella comunicazione in materia di pari opportunità, sono stati realizzati strumenti e progetti pilota in linguaggio braille.

Tali attenzioni verranno ulteriormente potenziate nel corso della presente programmazione, prevedendo ove possibile:

- la realizzazione di spot televisivi e tutorial che utilizzino il linguaggio dei segni o i sottotitoli;
- l'organizzazione di seminari/convegni che prevedano la traduzione nella lingua dei segni;
- la predisposizione di iniziative e strumenti di comunicazione messi a punto in collaborazione con le consulte e con le associazioni che tutelano le persone con disabilità.

Si cercherà il più possibile di verificare la possibilità e la fattibilità per rendere disponibili materiali di comunicazione che saranno prodotti anche in format accessibili alle persone con disabilità attraverso i seguenti accorgimenti:

- rispetto delle linee guida AgID per i siti della PA;
- prevedere nei video i sottopancia testuali e/o la traduzione LIS;
- predisporre le pubblicazioni per un'adeguata veicolazione online che dovranno essere progettati per facilitare la lettura da parte degli appositi software per non vedenti.

9. BUDGET

Al fine di garantire l'attuazione delle azioni di informazione e comunicazione previste dalla Strategia, verranno utilizzati i fondi previsti per la gestione della comunicazione nell'ambito delle risorse di assistenza tecnica relative al PR FESR e FSE+ 2014-2020, mentre per il FSC saranno impiegate le risorse previste per le attività comunicazione.

In particolare la dotazione di risorse prevista per l'intero periodo di Programmazione è di Euro 8,0 mln e nei rispettivi Piani Finanziari dei singoli Programmi sono previsti i seguenti importi:

- Euro 1,6 mln FSE+
- Euro 2,4 mln FESR
- Euro 4,0 mln FSC

Tale dotazione verrà declinata nei piani annuali di comunicazione in relazione alla pianificazione esecutive delle azioni calibrate nell'ambito dell'attuazione dei Fondi che possono essere definite anche attraverso servizi specialistici esterni come specificato nel successivo paragrafo 10.

10. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE

L'Autorità di Gestione Unica, alla luce delle indicazioni del Reg. (UE) n. 1060/2021, e l'Autorità Responsabile dell'Accordo per la Coesione, assicurano, per i rispettivi programmi di competenza, il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate. Per le attività connesse a tali obblighi e alla comunicazione le Autorità favoriscono il necessario coordinamento con le attività in capo alle Strutture Responsabili di Attuazione (SRA) ossia le strutture regionali a cui è affidata la responsabilità dell'attuazione delle azioni e degli interventi dei programmi e Organismi Intermedi.

Il partenariato istituzionale ed economico sociale sarà informato in merito all'attuazione della Strategia, e dei successivi piani annuali di comunicazione, in seno ai Comitati di Sorveglianza. In particolare verranno fornite informazioni su:

- i progressi nella attuazione della strategia, gli interventi informativi e pubblicitari realizzati, i mezzi di comunicazione utilizzati;
- esempi degli interventi realizzati;
- le azioni pianificate per l'anno successivo;
- i risultati delle attività valutative su output e impatti della comunicazione realizzata.

In attuazione dell'art.8 "informazione e pubblicità" dell'Accordo per la Coesione sottoscritto dalla Regione e dal Governo in data 7 febbraio 2024 nel piano di comunicazione verranno definite le modalità per la diffusione delle informazioni riferite agli obiettivi, alla realizzazione ed ai risultati dell'Accordo e al fine di garantire la massima trasparenza e la migliore comunicazione ai cittadini sullo stato di avanzamento dei lavori, il Presidente della Regione individua e comunica al Comitato Tecnico dell'Accordo un referente per gli aspetti collegati all'attività di comunicazione che fornirà tutti i dati richiesti dal Comitato al fine di consentire la comunicazione di informazioni ai cittadini attraverso sistemi "open-data".

Il responsabile per l'attuazione della strategia di comunicazione per i PR FESR FSE+, individuato dall' AdG (art 48 p 2 Reg. UE n. 1060/2021) assicurerà la cooperazione con la rete nazionale di comunicazione (INFORMA ITA) e con il responsabile della comunicazione a livello nazionale, collaborando allo scambio di buone pratiche, alla definizione di eventuali format per il monitoraggio, fornendo informative ed esempi di materiali, intervenendo ad iniziative ed incontri, ecc. allo scopo di valorizzare le esperienze specifiche e migliorare l'efficacia della comunicazione.

L'Autorità di gestione e l'Autorità responsabile dell'Accordo, per il tramite dei responsabili della comunicazione, promuovono il raccordo operativo degli strumenti informativi ed in particolare supporta:

- la pianificazione annuale delle attività;
- il monitoraggio delle iniziative informative e pubblicitarie realizzate negli ambiti di competenza;
- l'individuazione delle esperienze più interessanti da presentare anche al Comitato di Sorveglianza;
- il coordinamento e sviluppo di iniziative comuni.

L'Autorità di Gestione e l'Autorità responsabile dell'Accordo opereranno in sinergia con gli uffici che seguono la Comunicazione Regionale Istituzionale degli Organi di Governo della Regione, della Direzione Generale e della Presidenza.

L'attività di coordinamento potrà essere realizzata con la finalità di raccogliere le esigenze dei Dipartimenti, attraverso le SRA ovvero dei Dipartimenti, anche mediante i Referenti di Dipartimento e, successivamente, per la verifica della attuazione delle iniziative di comunicazione pianificate al fine di fornire una panoramica delle misure di comunicazione intraprese a livello di Programmi, di cooperare nella rete nazionale dei comunicatori sui fondi, di creare e di mantenere il sito o il portale web. Sarà utile, a tal fine, poter attivare una rete interna regionale per la comunicazione che presidi gli obiettivi previsti in materia di comunicazione secondo quanto previsto nel presente Piano. Per specifiche attività l'Autorità di Gestione Unica e l'Autorità responsabile dell'Accordo si avvalgono di eventuali **servizi specialistici esterni** di supporto alle attività sopra indicate. L'affidamento dei servizi e/o forniture, legati alle attività di comunicazione, verrà effettuato in ottemperanza alle procedure di cui al D.lgs. n. 36/2023 e s.m.i., nel rispetto del principio del risultato (art. 1), della fiducia (art. 2), dell'accesso al mercato (art. 3), di buona fede e di tutela dell'affidamento (art. 5), di solidarietà e di sussidiarietà orizzontale (art. 6), di auto-organizzazione amministrativa (art. 7), di autonomia contrattuale (art. 8), di conservazione dell'equilibrio contrattuale (art. 9), di tassatività delle cause di esclusione e di massima partecipazione (art. 10), principio di applicazione dei contratti collettivi nazionali di settore (art. 11).

11. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Parallelamente alle azioni di valutazione esterna della comunicazione previste dai programmi, le attività di informazione e comunicazione saranno oggetto di monitoraggio e valutazione dell'efficacia.

11.1 Valutazione

La valutazione riguarderà dal punto di vista generale:

- il raggiungimento degli obiettivi fissati nella Strategia di Comunicazione in termini di visibilità dei programmi operativi;
- la visibilità del ruolo dell'UE e delle sue implicazioni nella vita dei cittadini;
- la qualità delle informazioni sui finanziamenti europei;
- l'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate, per misurarne l'impatto sui destinatari;
- l'efficacia e il gradimento di specifici strumenti di comunicazione.

Per la valutazione ci si avvarrà di strumenti dedicati, quali ad esempio:

- indagini campionarie;
- focus group;
- questionari;
- sondaggi on line;
- analisi dei feed-back forniti dai servizi interattivi.

Gli esiti della valutazione saranno oggetto di specifici report e verranno pubblicati sul portale.

Costituiranno altresì indicatori di valutazione alcuni elementi numerici, relativi ad output e risultati secondo le indicazioni fornite dalla Rete Inform UE e relative a:

- Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati;
- Campagne di comunicazione integrate;
- Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma;
- Grado di conoscenza della politica di coesione.

I principali elementi di valutazione troveranno visibilità nei report oggetto di informativa annuale e sul sito www.coesione.regione.abruzzo.it. Naturalmente i risultati delle valutazioni sulle attività realizzate saranno utilizzati per apportare eventuali modifiche alla Strategia iniziale e agli interventi programmati nei piani annuali.

11.2 Indicatori

Nel luglio 2022 è stata condivisa, nell'ambito della Rete INFORM ITA, la proposta di costruire un quadro comune di rilevazione e misurazione sistemica dell'efficacia delle azioni di comunicazione per il ciclo 2021-2027. Un quadro di indicatori comuni consentirà, infatti, di migliorare la qualità delle azioni realizzate, rendendo possibile il confronto tra i dati dei diversi Programmi e incrementando la trasparenza complessiva delle azioni di comunicazione.

Il coordinamento nazionale della comunicazione ha proposto quattro indicatori, che costituiscono un set minimo di indicatori comuni di realizzazione e risultato per le attività di comunicazione, ed elaborato delle specifiche fiche metodologiche, riferite ai seguenti due indicatori di output e due indicatori di risultato:

- ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati;

- ISOCOM_1IT - Campagne di comunicazione integrate;
- ISRCOM_1IT – Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma;
- ISRCOM_2IT – Grado di conoscenza della politica di coesione.

Allo scopo di uniformare e rendere omogenea la raccolta dei dati, assieme alle Linee Guida sono resi disponibili gli strumenti di monitoraggio, dei toolbox per la quantificazione degli indicatori di output (ISOCOM_1IT e ISOCOM_2IT) e dell'indicatore di risultato ISRCOM_1IT. Non è invece previsto un tool per l'indicatore ISRCOM_2IT in quanto la sua quantificazione deriva da dati rilevati attraverso survey ad hoc su un campione rappresentativo della popolazione del territorio di riferimento del Programma.

Gli strumenti di monitoraggio degli indicatori comuni resi disponibili dal coordinamento nazionale della comunicazione sono dei file Excel ma è prevista la realizzazione di una mini piattaforma di monitoraggio disponibile dal portale unico nazionale OpenCoesione in cui i responsabili della comunicazione potranno inserire direttamente i propri dati di monitoraggio, calcolare i propri indicatori e renderli contestualmente disponibili al coordinamento nazionale per eventuali elaborazioni aggregate.

A titolo esemplificativo di seguito una tabella riepilogativa con le tipologie di indicatori di realizzazione fisica e di risultato che verranno utilizzate, prevedendo la possibilità di aggiustamenti in itinere o integrazioni nei Piani di Comunicazione annuali.

Tipologia di comunicazione	Indicatori di realizzazione fisica	Indicatori di risultato
Comunicazione online (web e social)	n. pagine pubblicate n. notizie pubblicate n. webinar n. post sui diversi canali social n. sondaggi on line	n. visite n. pagine visitate n. visitatori unici n. partecipanti webinar n. partecipanti sondaggi on line n. follower score (influenza del profilo Twitter) n. contatti Facebook
Comunicazione diretta	n. eventi realizzati per tipologia (seminari, workshop)	partecipazione per tipologia eventi - % (effettivi/attesi) distribuzione - % (copie pubblicazioni distribuite per tipologia su partecipanti effettivi) gestione feedback - % (moduli feedback compilati su partecipanti effettivi)
Comunicazione con i media	n. conferenze stampa organizzate n. comunicati stampa diffusi	n. articoli pubblicati n. interviste realizzate
Pubblicazioni e strumenti di supporto	n. prodotti per tipologia (leaflet, brochure, di	n. download pubblicazioni per tipologia prodotto

Tipologia di comunicazione	Indicatori di realizzazione fisica	Indicatori di risultato
	approfondimento, manuali, kit...) n. audiovisivi pubblicati n. newsletter pubblicate	n. iscritti alla newsletter n. visualizzazioni audiovisivi