

| | | | | |
|---|---|---|---|-----------------------------------|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  <i>Repubblica Italiana</i> | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|---|---|-----------------------------------|

PROGRAMMA OPERATIVO FSE BASILICATA 2007-2013 PIANO DI COMUNICAZIONE

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Indice

| | |
|---|--------|
| PREMESSA | pag.3 |
| 1. ANALISI DI CONTESTO | pag.7 |
| 1.2. L'esperienza della Programmazione 2000-2006 | pag.11 |
| 1.3. Fonti normative del piano di comunicazione del P.O. FSE BASILICATA 2007-2013 | pag.15 |
| 1.4. Tappe della scrittura del P.O. F.S.E. BASILICATA | pag.16 |
| 1.5. Principali compiti dell'Autorità di Gestione | pag.17 |
| 1.6. Contenuti minimi del Piano di Comunicazione (da Regolamento 1828/06) | pag.18 |
| 2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE | pag.19 |
| 2.1. Gli obiettivi del Piano di Comunicazione (art.2.2 a Reg. 1828/06) | pag.19 |
| 2.1.1. <i>Gli obiettivi generali</i> | pag.20 |
| 2.1.2. <i>Gli obiettivi specifici</i> | pag.21 |
| 2.2. I gruppi di destinatari ed interventi (art.2.2 a Reg. 1828/06) | pag.22 |
| 2.3. La strategia (art.2.2 b Reg. 1828/06) | pag.27 |
| 2.4. Il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari destinati ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, al pubblico (art.2.2 b Reg. 1828/06) | pag.34 |
| 2.5. Bilancio indicativo necessario per l'attuazione del Piano ed articolazione per anno (art. 2.2 c Reg. 1828/06) | pag.36 |
| 2.6. Responsabile dell'attuazione del Piano (art.2.2 d Reg. 1828/06) | pag.37 |
| 2.7. Valutazione del Piano (art.2.2 e Reg. 1828/06) | pag.37 |
| 3. ATTIVITA' DI MONITORAGGIO E DI SUPPORTO | pag.40 |
| 3.1. Attività di studio e ricerca | pag.40 |
| 3.1.1. Questionari e risposte | pag.41 |
| 3.2. Formazione interna | pag.41 |
| 3.3. Workshop interni | pag.41 |
| 4. PIANIFICAZIONE TEMPORALE | pag.42 |
| 4.1. Cronoprogramma delle attività previste al 2015 | pag.42 |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

PREMESSA

Il 18 dicembre 2007, con decisione C(2007) n. 6724, la Commissione Europea ha adottato il Programma Operativo per l'intervento comunitario del Fondo Sociale Europeo ai fini dell'obiettivo "Convergenza" nella Regione Basilicata in Italia – CCI2007IT051PO004.

L'uscita dall'obiettivo 1 per il solo fatto statistico, la crescita della competitività internazionale e un recente periodo congiunturale sfavorevole hanno indotto la Basilicata a rafforzare le politiche di convergenza verso le regioni più avanzate.. I diversi programmi regionali, nazionali e comunitari della regione concorrono in maniera organica ad accelerare questo processo.

L'integrazione tra la programmazione regionale e le strategie competitive dell'UE è collegata alla volontà della Regione di proseguire nel cammino intrapreso di modifica radicale dei comportamenti e dell'efficienza dei sistemi sociali, produttivi e delle istituzioni locali.

In tale contesto programmatico, il P.O .F.S.E. BASILICATA 2007-2013 si pone come uno strumento importante per assicurare la sostenibilità sociale dell'ammodernamento del sistema socio-economico e promuovere una maggiore funzionalità del mercato del lavoro. Esso colloca, altresì, la coesione sociale e la lotta a qualsiasi discriminazione al centro degli interventi, che si attiveranno nella regione.

In particolare, il P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013, i cui obiettivi sono stati definiti in coerenza con gli Orientamenti Strategici per la politica di Coesione (OSC) della Commissione Europea, e gli obiettivi del Quadro Strategico Nazionale (QSN), mira a rispondere ai bisogni dei diversi target di popolazione e dei diversi sistemi territoriali, con una particolare attenzione ai giovani, alle fasce deboli, all'innovazione e alle aree più marginali. Esso inoltre prevede un'ampia azione di rafforzamento delle modalità di governo del mercato del lavoro e dei sistemi ad esso collegato (istruzione, formazione, ricerca).

La strategia del P.O. F.S.E. BASILICATA, che si sviluppa principalmente intorno ai due orientamenti strategici: "Promuovere la conoscenza e l'innovazione a favore della crescita" e "Posti di lavoro migliori e più numerosi", è finalizzata principalmente all'aumento della qualità e quantità dell'occupazione attraverso l'investimento nel capitale umano e la conseguente crescita competitiva, una maggiore partecipazione e inclusività del sistema sociale e una maggiore capacità istituzionale e dei servizi che operano sul mercato del lavoro.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

In questa direzione la strategia integra politiche di rafforzamento degli interventi di inserimento lavorativo con politiche di sviluppo delle risorse umane, sia all'interno delle imprese sia nei percorsi di istruzione e formazione.

Il P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013, inoltre, ha sposato pienamente la strategia di Lisbona, collegandosi nel suo complesso alla LG 17 (promuovere politiche per la piena occupazione, per migliorare la qualità e la produttività sul posto di lavoro e potenziare la coesione sociale e territoriale) e sviluppando poi alcuni legami più specifici tra le LG comunitarie e gli obiettivi specifici del programma.

La strategia del P.O. F.S.E BASILICATA 2007-2013 è articolata in 7 assi prioritari e 14 obiettivi specifici; l'insieme di queste linee direttrici è fortemente integrato al proprio interno, come anche è coerente con gli altri interventi regionali promossi dal FESR e del FEASR.

I sette assi di intervento, che traducono le priorità individuate dall'art. 3 del Reg. (Ce) n. 1081/2006 sono:

- ✓ Asse A - Adattabilità;
- ✓ Asse B - Occupabilità;
- ✓ Asse C - Inclusione sociale;
- ✓ Asse D - Capitale umano;
- ✓ Asse E – Transnazionalità ed interregionalità;
- ✓ Asse F - Assistenza tecnica;
- ✓ Asse G - Capacità Istituzionale.

Gli assi prioritari "I) Adattabilità" e "IV) Capitale umano" sono collegati alle priorità del QSN più centrate sulle risorse umane e l'innovazione; gli assi II) Occupabilità, III) Inclusione sociale, VI) Assistenza tecnica e VII) Capacità istituzionale hanno, invece, influenza su molte delle priorità del QSN, sia su quelle più rivolte alla competitività sia su quelle più orientate a colmare problemi sociali e di efficienza dei sistemi di governo e indirizzo delle politiche. Infine l'asse V) "Transnazionalità e Interregionalità" è collegato alle priorità di QSN volte ad ampliare le relazioni con altri paesi e contesti regionali per generare nuove competenze e rafforzare l'azione ordinaria svolta sugli altri assi.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Il Programma Operativo F.S.E. 2007-2013 della regione Basilicata intende investire in modo particolare sul raccordo tra i tre lati del triangolo della conoscenza: Ricerca, Innovazione ed Istruzione , perché non c'è innovazione e ricerca e dunque competitività se non c'è accompagnamento dai livelli più essenziali di istruzione a quelli che hanno il più alto contenuto di flessibilità e di adattamento ai cambiamenti delle società.

Il programma è gestito dall'Autorità di Gestione nominata a livello regionale che adempie a tutte le funzioni corrispondenti a quanto definito dal Regolamento 1083/2006, secondo le modalità di attuazione definite dal Regolamento 1828/2006.

Per raggiungere gli obiettivi del PO FSE Basilicata 2007-2013, saranno investite risorse pari a circa 322,4 milioni di euro, di cui 128,9 milioni di euro di fondi comunitari, 154,7 milioni di euro di fondi nazionali e 38,7 milioni di euro di fondi regionali.

Al fine di migliorare l'efficacia delle azioni programmate nell'ambito del PO FSE Basilicata 2007-2013, la comunicazione assume un ruolo strategico. Essa si inserisce, peraltro, nel contesto dei nuovi impegni che l'Unione europea ha assunto in termini di democrazia, trasparenza e dibattito al fine di rafforzare il consenso dell'opinione pubblica sulle politiche europee e ridurre il divario tra le istituzioni e i cittadini.

La Commissione Europea ha, per questo, sollecitato gli Stati membri a prestare particolare attenzione al miglioramento della comunicazione con i cittadini, allo scopo di portare in evidenza le positive conseguenze sulla loro vita quotidiana dei progetti finanziati grazie all'investimento europeo.

Le iniziative di comunicazione del presente Piano, dunque, sono finalizzate a rendere i cittadini lucani maggiormente consapevoli del ruolo svolto dalla Comunità Europea nel finanziamento dei programmi destinati a potenziare la competitività economica, a creare posti di lavoro e a rafforzare la coesione interna.

Questo fine viene pertanto perseguito mediante l'elaborazione di un Piano che indichi con precisione gli interventi che sono opportuni per finalizzare questa lacuna nella comunicazione e nell'informazione della società e dell'economia della Basilicata.

La struttura del presente Piano è basata sulle indicazioni dell'art. 2 del Reg. 1828/2006.

Si avvia, pertanto, con la definizione degli obiettivi e dei destinatari, illustra puntualmente la strategia e le singole iniziative; puntualizza sinteticamente le responsabilità dell'AdG, dei

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  <i>Repubblica Italiana</i> | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|---|--|--|

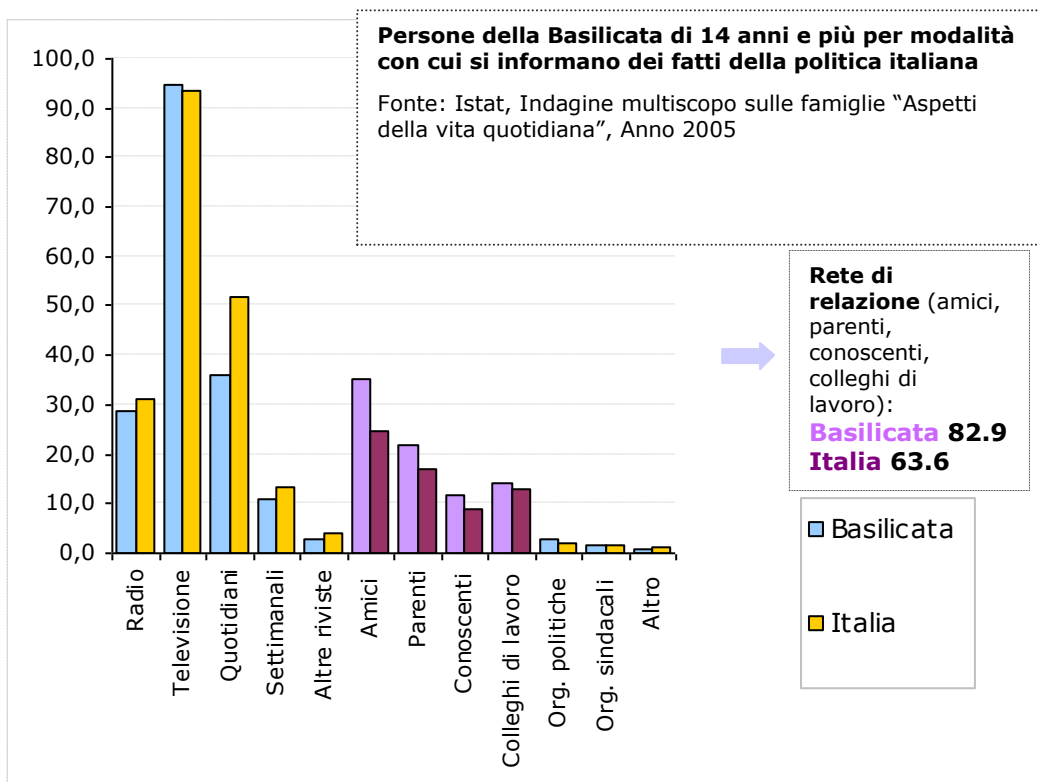
beneficiari finali e degli altri partner locali, elenca il catalogo delle misure previste, descrive il budget generale e particolare e infine descrive la struttura dedicata presso l'AdG.

1. ANALISI DI CONTESTO

Nel 2003 la Regione Basilicata ha lanciato Epòdi, l'osservatorio permanente dell'opinione pubblica regionale, per individuare i processi di trasformazione nel territorio, le dinamiche valoriali che caratterizzano i lucani, nonché le priorità e i problemi più avvertiti dalla gente.

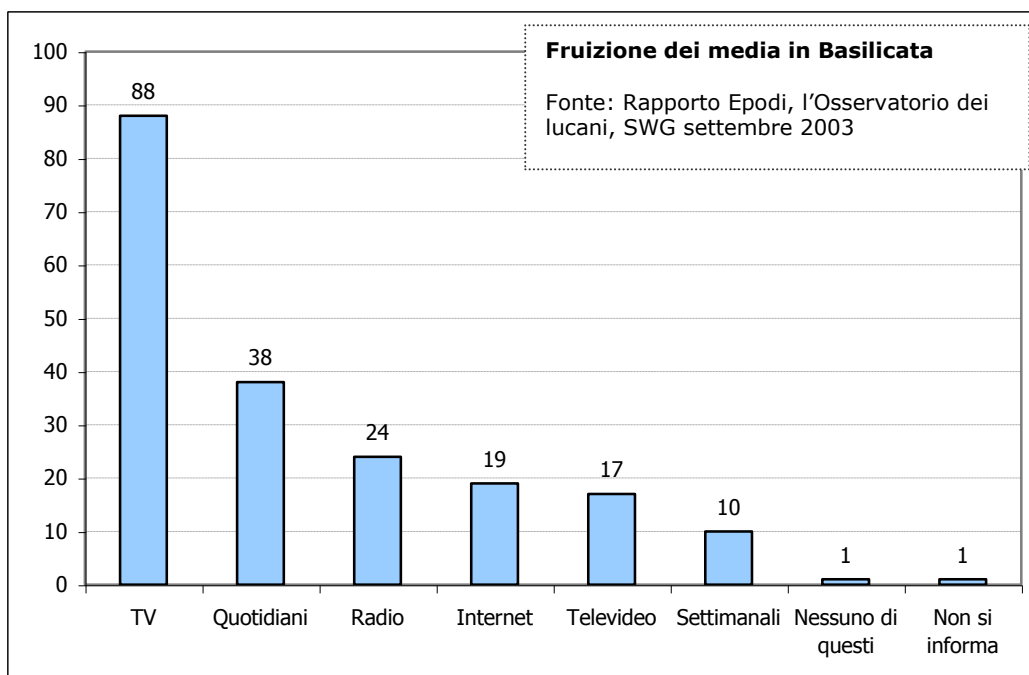
Questo strumento innovativo ha monitorato il complesso dei mutamenti avvenuti nella società regionale per rendere l'azione della Regione sempre più vicina e in sintonia con i bisogni dei cittadini e con le necessità avvertite dalla realtà regionale. Attraverso Epòdi la popolazione della Basilicata è stata consultata per individuare il quadro delle priorità avvertite, i problemi principali che attendono soluzione, le diverse esigenze di cittadini, categorie economiche, mondo sociale, giovanile, culturale e sportivo.

Il sondaggio "Osservatorio dei lucani" del 2003 ha confermato che il panorama dei media in Basilicata si fonda sul ruolo preponderante della televisione, su un buon peso dei quotidiani, delle radio e dei new media.



La spiegazione di tale fenomeno è probabilmente rintracciabile nella storia locale; il ritardo locale (sia nel processo di alfabetizzazione, sia in quello di formazione del tessuto socio-culturale tipico di una società di massa) ha limitato la penetrazione e il ruolo dei giornali e, al contempo, l'avvio di un percorso di trasformazione e di formazione di un tessuto d'opinione pubblica regionale ha coinciso con l'affermarsi della televisione.

Un percorso che, in carenza di un preesistente e forte tessuto mediale legato alla carta stampata, ha imposto la TV quale principale strumento nella formazione dell'opinione pubblica e di creazione mediale del tessuto locale. La televisione è diventata l'unico strumento di informazione per vaste fasce della popolazione, in primis anziani, donne delle generazioni intermedie e anziane, soggetti a basso profilo scolastico.



Il tessuto mediale locale, poi, trova nella rete relazionale l'altro cardine del sistema di veicolazione delle informazioni, facendo della Basilicata una terra in cui conta ancora molto il rapporto face to face. Una realtà in cui, in qualche modo ha un valore qualitativo la realizzazione di forme di relazione diretta e articolata lungo il territorio.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Per quanto riguarda il dialogo tra la Regione e i cittadini, dall'indagine emerge una popolazione che pur informandosi essenzialmente attraverso la televisione, presta attenzione ai manifesti e ad Internet.

Ogni segmento anagrafico ha alcune forti preferenze comunicative. Così se tra i giovani oltre alla rete, possono avere un certo appeal la radio e i manifesti, per gli anziani il veicolo forte è la televisione, ma è gradito anche il telefono.

Anche le imprese della Basilicata adoperano come canali informativi preferenziali stampa, tv ed Internet.

La preponderanza della TV è riferita all'esposizione alle emittenti nazionali, in particolare la classifica delle reti televisive nazionali scelte con più frequenza dal pubblico è la seguente:

1. RAI 1 (67%),
2. Canale 5 (51%),
3. RAI 3 (44%),
4. RAI 2 (42%),
5. Italia 1 (24%),
6. Rete 4 (17%).

Le preferenze espresse in merito ai telegiornali riflettono in parte la precedente classifica:

1. TG 1 (63%), con un pubblico non politicamente caratterizzato, ma diversificato per quanto riguarda l'età, sono sovra-rappresentati i rispondenti al di sopra dei 55 anni;
2. TG 3 (46%),
3. TG 5 (45%).

Il dato è particolarmente interessante se si tiene conto del fatto che il TGR3 a diffusione locale è il mezzo preferito per ricevere informazioni sulla realtà regionale. In particolare, è interessante rilevare che lo share dell'edizione delle 14.00 del TGR 3 regionale è del 35%, uno dei più alti tra i TG regionali, con un numero di contatti netti di circa 100.000¹

¹ Fonte RAI sede della Basilicata.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Il campione dei lettori di quotidiani non è omogeneamente distribuito all'interno dei diversi segmenti socio-demografici. I quotidiani rappresentano in Basilicata un mezzo di informazione utilizzato maggiormente dagli uomini, dalle persone al di sotto dei 54 anni e, soprattutto, dai laureati. Il dato sulla fruizione dei quotidiani evidenzia una percentuale di utilizzatori piuttosto bassa soprattutto tra i rispondenti con un basso livello di istruzione.

Fra i quotidiani economici, il più letto in Basilicata è Il Sole 24 Ore seguito da Italia Oggi.

Il panorama dei media si completa con i due quotidiani La Nuova del Sud e Il Quotidiano e con i periodici, in particolare:

- ✓ Totem (mensile)
- ✓ Il Lucano (mensile)
- ✓ Lucania affari (mensile)
- ✓ Matera porta a porta (quindicinale)
- ✓ Eco della Basilicata (quindicinale)
- ✓ Potenza Affari (settimanale)
- ✓ Controsenso (settimanale)
- ✓ Il Balcone del conte (quindicinale)
- ✓ La Farfalla

In Basilicata esistono circa 20 radio locali e di queste 1/3 circa ha un palinsesto che contiene notiziari locali e trasmissioni a carattere informativo. Oltre alle radio locali è possibile rilevare l'ascolto delle radio nazionali.

Gli Audiradio relativi al IV bimestre 2007 (16 giugno – 3 agosto) contengono i dati del giorno medio. Nel 2007 l'indagine è strutturata in 6 bimestri di rilevazione. Al fine di poter rappresentare in modo completo la popolazione oggetto di indagine, dal 2007 sono inclusi nella rilevazione anche gli utilizzatori esclusivi di telefono cellulare, segmento in forte crescita negli ultimi anni. Di conseguenza l'indagine Audiradio è condotta sia su coloro che possiedono il telefono fisso sia su coloro che usano esclusivamente un telefono cellulare.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

L'elaborazione dei dati per la Basilicata² permette di individuare le 5 radio che registrano gli ascolti maggiori: 4 radio nazionali (RTL 102.5, RAI Radiouno, Radio Kiss Kiss, RAI Radiodue), 1 radio locale (Radionorba).

Internet è, infine, un mezzo di comunicazione strategico per la Basilicata, dal momento che consente di superare le difficoltà di natura viaria e geografica e di attivare un processo di emersione dall'isolamento informativo e dalla scarsa e poco qualificata intermediazione economica e di servizi in cui versano la maggioranza dei piccoli paesi lucani. Lo conferma da un lato il successo dell'esperienza del portale regionale Basilicanet e dall'altro i dati di un'indagine sul livello di informatizzazione delle famiglie italiane, basata su un campione di 450.000 rispondenti al questionario lifestyle Consodata³: la Basilicata è la regione che naviga di più in rete e possiede più computer (61%), seguita dal Trentino Alto Adige e dal Lazio.

Come l'esperienza del portale regionale Basilicanet ha dimostrato, Internet consente dunque una diffusione rapida ed efficace delle informazioni e favorisce il dialogo con un vasto pubblico, ma soprattutto "avvicina" la Regione ai cittadini, ai Comuni, alle Province, alle Comunità montane, agli altri Enti territoriali, al mondo economico e professionale, all'associazionismo in tutte le sue innumerevoli articolazioni.

1.2. L'ESPERIENZA DELLA PROGRAMMAZIONE 2000-2006

Il piano di comunicazione del PO FSE BASILICATA 2007-2013 tiene conto dell'esperienza maturata nel precedente periodo di programmazione in un'ottica plurifondo.

La strategia di comunicazione e le attività realizzate nel periodo 2000-2006 si basavano sul Regolamento 1260/1999 del Consiglio e sul Regolamento 1159/2000 della Commissione. Gli obiettivi generali del piano di comunicazione erano i seguenti:

- ✓ Informare i potenziali beneficiari finali, sulle possibilità offerte dagli interventi realizzati congiuntamente dall'Unione europea e dagli Stati membri, al fine di garantirne la trasparenza.

² Fonte: Audiradio, Ascoltatori "+ di 11 anni", Popolazione 533.000, Totale ascoltatori radio 398.000.

³ Indagine "Possesso PC e uso Internet", 2004 e 2005, Consodata, www.consodata.it.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

- ✓ Informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea, in collaborazione con gli Stati membri, in favore dell'intervento e in merito ai risultati conseguiti.
- ✓ Informare e aumentare la notorietà delle opere realizzate in Basilicata con i Fondi strutturali.

Il target a cui il piano di comunicazione si rivolgeva era formato da potenziali beneficiari e destinatari finali degli interventi, autorità locali competenti, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni no profit, opinione pubblica, mass media locali. Gli strumenti elencati nel piano di comunicazione comprendevano conferenze stampa, Internet, newsletter, televideo, seminari, campagne pubblicitarie e pubblicazioni. Sono stati realizzati anche audiovisivi per la promozione dei risultati del programma.

Di seguito si ricordano alcune delle iniziative più rilevanti, tra quelle realizzate.

A. Iniziative rivolte agli operatori

All'inizio della programmazione la Regione ampliava "Sportello Europa", pagina web dedicata ai Fondi comunitari contenenti informazioni per il pubblico e gli operatori coinvolti nell'attuazione del programma, che sono state ampliate nel corso della Programmazione con la creazione di un'area riservata agli operatori e dedicata al Comitato di Sorveglianza (in parte di pubblico accesso ed in parte riservata) ed altre utilità (documenti e informazioni relativi a PIT e PISU, premialità, controllo finanziario e di gestione, guida numeri utili del POR, eventi e pubblicazioni). Il servizio di newsletter "Infoeuropa", lanciato nel 2001, ha diffuso agli iscritti 450 documenti comunitari.

B. Iniziative rivolte ai beneficiari (cittadini e imprese)

Nell'ambito del POR 2000-2006 è stato sviluppato ed implementato il portale Basilicatanet. Lanciato nel 2002, il portale è divenuto una fonte sempre più significativa per il reperimento di informazioni: gli iscritti a settembre 2007 ammontavano a 123.422 e, per le news pubblicate, pari a 485.462. Il portale consente un accesso immediato ed aggiornato in tempo reale alle iniziative cofinanziate dai Fondi Strutturali (Avvisi Pubblici e Bandi, collegamenti sito "Sportello Europa" e ai principali siti istituzionali) oltre che alle informazioni sulla Regione (organi di governo, dipartimenti e competenze) o a servizi di pubblica utilità.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

La Regione ha inoltre sviluppato alcune azioni per incrementare nel grande pubblico la consapevolezza e la visibilità del Programma e della partecipazione comunitaria. Si segnalano in particolare:

- ✓ l'attivazione del numero verde che ha consentito di rispondere ai quesiti dei cittadini sulle opportunità offerte dal POR e sui bandi attivati⁴ (maggio 2004);
- ✓ alcune campagne pubblicitarie (che hanno previsto tanto il ricorso a pubblicità tabellare, quanto alla pubblicazione di inserti) realizzata attraverso la rivista mensile a distribuzione gratuita sul territorio regionale "Totem"⁵;
- ✓ la collaborazione con il quotidiano nazionale "Il Sole 24 ore" per pubblicazione di un articolo sul POR nel supplemento "Guida agli Enti locali", realizzato e distribuito in occasione del COMPA (salone europeo della comunicazione pubblica dei servizi ai cittadini e alle imprese di Bologna);
- ✓ la campagna di comunicazione rivolta alle famiglie sull'uso dei Fondi strutturali e i progetti realizzati con la programmazione 2000-2006⁶, finalizzata a migliorare la conoscenza del Programma e ad incrementare nel grande pubblico la consapevolezza del contributo comunitario nella promozione dello sviluppo regionale.

Per la diffusione dei bandi, oltre alla pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione e sul portale Basilcatanet, sono state pianificate campagne sulla stampa locale e nazionale, affissioni nei comuni, spot radiofonici, mailing diretto ai potenziali beneficiari

Con la finalità di aumentare la riconoscibilità delle azioni cofinanziate attraverso i Fondi Strutturali e creare un'immagine il più possibile unitaria ed omogenea, è stata inoltre definita la linea grafica del POR, con la redazione di apposite linee guida, a beneficio di tutti gli attori coinvolti nelle attività di comunicazione previste dal POR (Dipartimenti regionali, beneficiari degli interventi, ecc.). Con le stesse finalità, è stata rafforzata l'azione prevista dal regolamento (CE) n. 1159/2000 riguardante i cartelloni pubblicitari e le targhe, ove previste.

⁴ Da maggio a dicembre il numero verde ha fornito risposte a 29.359 telefonate dei cittadini.

⁵ Nel 2004 sono state pubblicate 9 pagine pubblicitarie, per evidenziare l'importante apporto finanziario dell'Unione Europea, e 24 pagine di articoli rivolti su temi specifici (nel numero 5 è stato dato particolare risalto alla premialità).

⁶ Il depliant, distribuito in 200.000 copie, in un linguaggio semplice e immediato ha messo in risalto la provenienza comunitaria di alcuni fondi regionali e la politica di investimento attuata dalla Regione attraverso il POR.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Nel 2003 è stata effettuata un'indagine finalizzata a rilevare il livello di conoscenza del POR 2000-2006 e sulle iniziative cofinanziate attraverso i Fondi Strutturali; tale rilevazione era inserita nel rapporto di valutazione intermedia e riguardava sia un campione di imprese che di popolazione.

Per quanto concerne le imprese, gli esiti della ricerca hanno mostrato una diffusione ancora molto bassa della conoscenza riguardante gli incentivi previsti dal POR (l'81% dichiarava di non averne usufruito); la principale causa del mancato ricorso agli incentivi del POR è stata la carenza informativa sulle opportunità offerte.

Tale risultato, oltre ad essere naturalmente influenzato dalla composizione effettiva del campione stesso, va tuttavia messo in relazione anche con lo stato di avanzamento del Programma nel suo complesso.

La ricerca effettuata sul campione di popolazione, invece, ha evidenziato una situazione molto disomogenea: più della metà della popolazione lucana non era a conoscenza del POR (57%), mentre il 74% delle PMI regionali ha risposto affermativamente. Rispetto alla popolazione si evidenzia come ad essere meno informati fossero le donne, i giovani tra i 18 e 34 anni e i non occupati, quali studenti, disoccupati e pensionati, mentre il livello di conoscenza aumentava lievemente tra i soggetti a scolarità medio-alta: proprio alcune delle categorie a cui i fondi strutturali si rivolgevano in modo mirato.

Per il nuovo periodo di programmazione, ai fini di una più efficace implementazione del programma, l'Autorità di Gestione del P.O. FSE BASILICATA 2007-2013 intensificherà gli sforzi di comunicazione, individuando canali informativi dedicati e compatibili con le caratteristiche ed esigenze dei singoli target.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

1.3. FONTI NORMATIVE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O. FSE BASILICATA 2007-2013

Il quadro normativo di riferimento del presente Piano è rappresentato da:

Reg. (CE) generale 1083/2006 del Consiglio Europeo dell' 11 luglio 2006, capo III, art.69

- ✓ sancisce l'obbligo di informazione e pubblicità sui Programmi co-finanziati e sui Progetti finanziati
- ✓ identifica i destinatari: i cittadini dell'Unione e i Beneficiari dei Fondi
- ✓ definisce gli obiettivi: valorizza il ruolo dell'UE e garantisce la trasparenza

Reg. di attuazione (CE) 1828/2006 della Commissione dell' 8 dicembre 2006

- ✓ Definisce le modalità: PdC
- ✓ I Destinatari
- ✓ I Responsabili dell'attuazione

Reg. (CE) 1081/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 5 luglio 2006 relativo al Fondo Sociale Europeo e recante abrogazione del regolamento (CE) N. 1784/1999

Libro Bianco sulla politica europea di comunicazione adottato dalla CE il 1° febbraio 2006, che propone gli orientamenti per una politica di comunicazione dell'Unione Europea e invita le principali parti in causa a contribuire a ridurre la distanza in termini di comunicazione tra l'UE e i cittadini

DSR, Documento Strategico regionale

Programma Operativo FSE 2007-2013 Basilicata adottato con decisione della Commissione Europea C (2007) 6724 del 18/XII/2007 – CCI2007IT051PO004

Comunicazioni della Commissione "Una strategia di informazione e di comunicazione dell'Unione europea" e "Insieme per comunicare l'Europa", nella quale si precisa che la comunicazione deve fornire un'informazione che rafforzi la consapevolezza dell'Unione e della sua legittimità, valorizzandone l'immagine e il ruolo e basandosi su un dialogo autentico tra i cittadini e i responsabili delle politiche

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Quadro strategico nazionale per la politica regionale di sviluppo 2007-2013, approvato dalla Commissione europea con decisione del 13 luglio 2007

Legge Regionale n. 33 del 11 dicembre 2003 – Riordino del Sistema Formativo Integrato.

1.4. TAPPE DELLA SCRITTURA DEL P.O. F.S.E. BASILICATA

Il P.O. F.S.E. BASILICATA è stato il frutto di un'attività intensa di confronto con soggetti istituzionali – beneficiari potenziali degli interventi; potenziali destinatari; rappresentanti del partenariato economico-sociale; principali soggetti destinatari anche del presente Piano di Comunicazione.

L'attività di partenariato si è svolta, infatti, sulla base di un modello di governance cooperativa: essa ha consentito la partecipazione attiva e significativa dei soggetti istituzionali e dei portatori di interesse locale non solo nella fase strategica, ma anche nella fase di identificazione e selezione degli obiettivi.

Il processo di confronto si è svolto attraverso una serie di incontri con:

- ✓ Tavolo tecnico di Coordinamento dei P.O (consultazioni periodiche nella fase di scrittura del P.O. FSE BASILICATA 2007-2013)
- ✓ Province (da novembre 2006 a marzo 2007)
- ✓ Organizzazioni sindacali (da novembre 2006 a maggio 2007)
- ✓ Organizzazioni datoriali (novembre – dicembre 2006)
- ✓ Università (novembre 2006)
- ✓ Direzione scolastica regionale (novembre 2006)
- ✓ Consiglieri di pari opportunità (da giugno 2006 a febbraio 2007)
- ✓ Rappresentanze politiche di maggioranza (varie consultazioni nella fase di scrittura del P.O. FSE BASILICATA 2007-2013)

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

1.5. PRINCIPALI COMPITI DELL'AUTORITÀ DI GESTIONE IN RELAZIONE AL PIANO DI COMUNICAZIONE

- ✓ redige il Piano di comunicazione (PdC) e sue modifiche;
- ✓ trasmette il PdC alla Commissione UE entro 4 mesi dall'approvazione del PO;
- ✓ informa il Comitato di Sorveglianza sul PdC e sulla attuazione;
- ✓ informa sull'attuazione del PdC nei RAE e nel rapporto finale di esecuzione del PO e sulla valutazione (nel RAE 2010 e nel Rapporto finale di esecuzione);
- ✓ adotta iniziativa di lancio del PO (*anche in assenza di PdC definitivo*) e iniziative informative almeno annuali;
- ✓ garantisce l'attuazione degli interventi informativi sulle possibilità di finanziamento offerte congiuntamente dalla Comunità e dalla Regione attraverso il POR FSE 2007-2013 rivolte ai potenziali beneficiari come da PdC;
- ✓ sorveglia la corretta attuazione da parte dei beneficiari degli obblighi di informare i destinatari e il pubblico;
- ✓ designa persone di riferimento responsabili dell'informazione e pubblicità e ne informa la Commissione; tali persone possono essere coinvolte nella costituzione di reti comunitarie per lo scambio di pratiche ed esperienze.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

1.6. CONTENUTI MINIMI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE (DA REGOLAMENTO 1828/06)

- ✓ GLI OBIETTIVI;
- ✓ I GRUPPI DI DESTINATARI;
- ✓ LA STRATEGIA;
- ✓ IL CONTENUTO DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI DESTINATI AI POTENZIALI BENEFICIARI, AI BENEFICIARI, AL PUBBLICO;
- ✓ IL BILANCIO (RISORSE) INDICATIVO NECESSARIO PER L'ATTUAZIONE DEL PIANO;
- ✓ I DIPARTIMENTI O GLI ORGANISMI AMMINISTRATIVI RESPONSABILI DELL'ATTUAZIONE DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI;
- ✓ UN'INDICAZIONE DEL MODO IN CUI GLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI VANNO VALUTATI IN TERMINI DI VISIBILITÀ DEI PROGRAMMI OPERATIVI E DI CONSAPEVOLEZZA DEL RUOLO DELLA COMUNITÀ.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE

Gli obiettivi chiave che identificano le linee strategiche del Piano di Comunicazione del PO Basilicata sono:

Rafforzare la trasparenza: informazione tecnica e procedurale.

Attenzione specifica, fin dalle singole fasi di progettazione delle linee di intervento del Programma Operativo, andrà rivolta alle modalità con le quali garantire la trasparenza generale e particolare del Programma rispetto alle opportunità di informazione e comunicazione. Il linguaggio e le metodologie utilizzate dovranno avere attenzione alla più ampia comprensibilità e facilità di accesso, essere il più possibile complete e disponibili ad ogni utente. Le informazioni a disposizione del grande pubblico dovranno stimolare la verifica e la percezione diretta dei concreti risultati ottenuti dal Programma Operativo.

Visibilità e valore aggiunto.

Un insieme di diversi strumenti coordinati di comunicazione andrà dedicato a informare il grande pubblico e i potenziali beneficiari della filosofia e della strategia delle Politiche dei Fondi Strutturali della U.E., del Programma Operativo e dei singoli Assi del Programma. Ancora, dovranno essere disponibili e costantemente aggiornati dati e informazioni rispetto alla percentuale di raggiungimento dei diversi indicatori di impatto del Programma, allo scopo di incrementare una percezione oggettiva dello sviluppo temporale.

2.1. GLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE (art. 2.2 a Reg. 1828/06)

Nel definire gli obiettivi, occorre tener presente quanto previsto nel P.O. F.S.E. BASILICATA (§ 5.3.7):

- ✓ trasparenza, tramite le informazioni concernenti le possibilità di finanziamento offerte congiuntamente dalla UE e dallo Stato italiano, e la pubblicazione dei beneficiari, la denominazione delle operazioni e del relativo finanziamento pubblico;

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

- ✓ diffusione dei risultati e la valorizzazione dei progetti particolarmente significativi;
- ✓ ruolo svolto dall'Unione europea nel finanziamento del programma destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica.

2.1.1. GLI OBIETTIVI GENERALI

L'obiettivo del Piano di Comunicazione è la valorizzazione della visibilità e della trasparenza della politica dell'Unione Europea per lo sviluppo regionale, nonché della capacità di integrazione con le corrispondenti politiche a livello statale e regionale.

L'obiettivo complessivo e particolare è quello di promuovere un sistema organico ed integrato di iniziative volte alla promozione della conoscenza delle politiche dell'Unione Europea in Basilicata come principale contributo allo sviluppo dell'economia della conoscenza e dello sviluppo sostenibile.

Le Azioni di informazione e pubblicità, attuate nell'ambito del Piano di Comunicazione della Regione Basilicata, in ottemperanza alle disposizioni di cui alle normative soprarichiamate, sono ispirate al raggiungimento dei seguenti obiettivi generali:

a) *Informare* i cittadini ed potenziali beneficiari, nonché le autorità pubbliche competenti, le organizzazioni professionali e gli ambienti economici, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela e miglioramento dell'ambiente, gli operatori e/o i promotori dei progetti, delle opportunità contenute nel P.O. F.S.E. BASILICATA al fine di garantire un accesso trasparente alla fruizione delle medesime e di sottolineare il ruolo svolto dall'Unione e dalle istituzioni nazionali e locali (Regione e Province) nella realizzazione delle stesse.

b) *Sviluppare* nei cittadini una maggiore conoscenza e pertanto una maggiore consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità Europea nel finanziamento di programmi ed interventi specifici relativi al potenziamento della competitività economica, alla creazione di posti di lavoro, e, più in generale allo sviluppo delle potenzialità delle risorse umane.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

c) *Diffondere* i risultati degli interventi ed evidenziare i progetti di particolare rilevanza, al fine di concretizzare e attualizzare l'utilità ed il valore aggiunto degli interventi.

Per il raggiungimento degli obiettivi generali suddetti saranno adottate modalità operative ispirate a principi di :

- ✓ *Trasparenza* dell'azione dell'Unione europea che evidenzi la collaborazione con l'Amministrazione statale e regionale nei confronti dei potenziali beneficiari finali;
- ✓ *Sensibilizzazione dell'opinione pubblica* regionale sul *ruolo* svolto dall'Unione europea attraverso la proposizione di un'immagine omogenea dei suoi interventi;
- ✓ *Potenziamento e miglioramento*, in continuità con quanto già realizzato per precedenti interventi legati ai Fondi strutturali, di una rete di comunicazione fra Amministrazione regionale e tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del FSE in Basilicata.

E' da ritenersi pertanto utile l'attivazione periodica del già costituito Comitato di coordinamento con le Province (O.I) per le azioni di comunicazione in ambito comunitario, al fine di realizzare una forte sintonia nella condivisione e coordinamento delle attività di comunicazione programmate.

2.1.2. GLI OBIETTIVI SPECIFICI

- a) far conoscere al grande pubblico, ovvero al sistema sociale ed economico lucano, le finalità e i contenuti delle politiche e delle strategie che l'Unione Europea si prefigge di conseguire in partenariato con gli Stati membri, attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi Strutturali;

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

- b) garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni, l'utilizzo di procedure e di strumenti di partecipazione semplici ed efficaci, la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari dei contributi messi a disposizione dal FSE;
- c) migliorare dinamicamente l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo costante e continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati ottenuti.

Le specifiche attività attuative del Piano di comunicazione saranno quindi improntate ad una forte riconoscibilità ed unitarietà d'azione, perseguendo una elevata uniformità della forma dei messaggi con l'adozione di una grafica ed un manuale d'immagine specifico.

2.2. I GRUPPI DI DESTINATARI ED INTERVENTI (art. 2.2 a Reg. 1828/06)

È preliminarmente necessario individuare puntualmente le tre differenti categorie di destinatari delle attività di comunicazione descritte dal presente Piano, di cui all'art. 2.2 a del Reg. 1828/2006.

In particolare, il Piano si rivolge:

1. *ai potenziali beneficiari*: il Regolamento prevede che l'AdG si rivolga, attraverso interventi informativi e pubblicitari, a questo "target" ovvero a quei soggetti direttamente coinvolti nella realizzazione dei progetti finanziati dal FSE: Amministrazioni Pubbliche - la Regione, le Province, i Comuni - e a soggetti pubblici e privati che possono beneficiare di fondi tramite le linee di intervento;
2. *ai beneficiari*: ovvero l'insieme dei soggetti effettivamente selezionati per il finanziamento attraverso il FSE 2007-2013, come definiti dall'art. 2 del Reg. 1083/2006. I beneficiari comprendono soggetti pubblici e privati, secondo le diverse linee di intervento del Programma. L'AdG informa i beneficiari, che accettando il finanziamento, essi accettano nel contempo di venire inclusi nell'elenco dei beneficiari, pubblicato con indicazione anche della denominazione delle operazioni e dell'importo del finanziamento ad essi destinato. Ai beneficiari, invece, spetta informare il pubblico circa la sovvenzione ottenuta.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

3. *al pubblico*: ovvero l'insieme della società e delle categorie economiche della Basilicata.

Categoria suddivisa in due sottogruppi principali:

- a) *il pubblico professionale e i potenziatori della informazione*, compresi i media; le agenzie di informazione, le istituzioni accademiche e della ricerca; i consigli locali, i partner sociali e le organizzazioni non governative; le camere di commercio, le società di consulenza, le associazioni di categoria orizzontali e verticali;
- b) *il grande pubblico*, che comprende l'insieme della società e dell'economia della Basilicata. L'AdG assicura che gli interventi informativi e pubblicitari siano realizzati in modo da garantire la massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione. L'AdG è responsabile di almeno un intervento informativo e pubblicitario tra quelli previsti dal Regolamento n. 1828/2006 art. 7.2;

Altra categoria....destinatari-attori: Partenariato economico-sociale (organizzazioni datoriali maggiormente rappresentative; organizzazioni di rappresentanza dei lavoratori; organizzazione di rappresentanza del terzo settore, del volontariato, del no-profit; organizzazioni Ambientaliste, di promozione delle pari-opportunità). Il § 5.4.3. P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 prevede: "Azioni puntuali di informazione - sensibilizzazione" per garantire la costante conoscenza dello stato di attuazione del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

Di seguito si specificano quali MISURE/ATTIVITA' saranno rivolte alle categorie dei destinatari. L'elenco delle attività previste è pubblicato su SFC.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

| TARGET GROUP | ATTIVITÀ/STRUMENTI DI COMUNICAZIONE | OBIETTIVI GENERALI | OBIETTIVI DI TARGET |
|---|---|--|--|
| 1. Potenziali beneficiari e/o destinatari finali | a. interventi informativi e pubblicitari; b. attività convegnistiche, seminariali ed espositive (biglietti invito, cartelline, blocchi per appunti, penne, matite, pen driver, ecc.); c. apposite pubblicazioni; d. materiale ad elevata quantità distributiva (es. opuscoli, depliant, etc.); e. materiale di apprendimento ad alto contenuto di specificazione e approfondimento (es. collane dedicate, pubblicazioni tecniche di approfondimento); f. pubblicazioni informative multicanale; g. mailing e newslettering; h. agenzie di stampa; i. interviste e talk show; j. conferenze stampa; k. evento annuale (grande evento); l. stand espositivi a eventi istituzionali o fieristici organizzati dalla Pubblica amministrazione, dalle imprese e da potenziali beneficiari. | <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere il ruolo svolto dall'Unione europea nel finanziamento del programma destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica; • diffusione dei risultati e valorizzazione dei progetti particolarmente significativi. | Informare i potenziali beneficiari, nonché le autorità pubbliche competenti, le organizzazioni professionali e gli ambienti economici, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela e miglioramento dell'ambiente, gli operatori e/o i promotori dei progetti, delle opportunità contenute nel P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013. |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

| TARGET GROUP | ATTIVITÀ/STRUMENTI DI COMUNICAZIONE | OBIETTIVI GENERALI | OBIETTIVI DI TARGET |
|---|--|--|--|
| 2. Beneficiari finali e soggetti attuatori | <ol style="list-style-type: none"> a. Elenco dei beneficiari pubblicato con indicazione anche della denominazione delle operazioni e dell'importo del finanziamento ad essi destinato; b. attività convegnistiche, seminariali ed espositive (biglietti invito, cartelline, blocchi per appunti, penne, matite, pen driver, ecc.); c. apposite pubblicazioni; d. materiale ad elevata quantità distributiva (es. opuscoli, depliant, etc.); e. materiale di apprendimento ad alto contenuto di specificazione e approfondimento (es. collane dedicate, pubblicazioni tecniche di approfondimento); pubblicazioni informative multicanale; mailing e newslettering; f. agenzie di stampa; g. interviste e talk show; h. conferenze stampa; i. evento annuale (grande evento); j. stand espositivi a eventi istituzionali o fieristici organizzati sia dalla Pubblica amministrazione che dalle imprese. | <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere il ruolo svolto dall'Unione europea nel finanziamento del programma destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica; • diffusione dei risultati e valorizzazione dei progetti particolarmente significativi. | <p>Garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni, l'utilizzo di procedure e di strumenti di partecipazione semplici ed efficaci, la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari dei contributi messi a disposizione dal FSE.</p> |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

| TARGET GROUP | ATTIVITÀ/STRUMENTI DI COMUNICAZIONE | OBIETTIVI GENERALI | OBIETTIVI DI TARGET |
|--------------------------------|--|--|--|
| 3. Pubblico in generale | a. interventi informativi e pubblicitari realizzati in modo da garantire la massima copertura mediatica; b. attività convegnistiche, seminariali ed espositive (biglietti invito, cartelline, blocchi per appunti, penne, matite, pen driver, ecc.); c. apposite pubblicazioni; d. materiale ad elevata quantità distributiva (es. opuscoli, depliant, etc.); e. materiale di apprendimento ad alto contenuto di specificazione e approfondimento (es. collane dedicate, pubblicazioni tecniche di approfondimento); agenzie di stampa; f. interviste e talk show; g. conferenze stampa; h. evento annuale (grande evento); i. stand espositivi a eventi istituzionali o fieristici organizzati sia dalla Pubblica amministrazione che dalle imprese; campagne informative e promozionali su emittenti televisive locali anche con appositi format; j. campagne informative su emittenti radiofoniche; k. campagne di affissione in spazi a grande frequentazione; l. campagne su appositi siti web particolarmente qualificati; m. spazi sulla carta stampata (periodici locali, quotidiani locali e nazionali); n. campagne informative e trasmissioni di approfondimento su emittenti pubbliche nazionali; o. servizi di televideo di futura generazione. | <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere il ruolo svolto dall'Unione europea nel finanziamento del programma destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica; • diffusione dei risultati e valorizzazione dei progetti particolarmente significativi. | <ul style="list-style-type: none"> • Far conoscere al grande pubblico, ovvero al sistema sociale ed economico lucano, le finalità e i contenuti delle politiche e delle strategie dell'Unione Europea; • sviluppare nei cittadini una maggiore conoscenza e consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità Europea nel finanziamento di programmi ed interventi specifici rivolti allo sviluppo delle potenzialità delle risorse umane. • diffondere i risultati degli interventi ed evidenziare i progetti di particolare rilevanza. |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

2.3. LA STRATEGIA (art. 2.2 b Reg. 1828/06)

L'obiettivo della strategia è quello di definire il posizionamento del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013, l'iter narrativo del progetto, il concept, il tono. In poche parole si tratta di definire come parlare, a chi, in che modo.

Le domande da porsi sono: cosa deve dire l'autorità responsabile dell'attuazione del Piano per comunicare efficacemente con i destinatari dello stesso? Come bisogna parlare di Programma Operativo? Qual è il tono adatto alla comunicazione? A chi bisogna rivolgersi?

Le iniziative di informazione e comunicazione a favore dei beneficiari da parte del Piano di Comunicazione saranno finalizzate:

- ✓ a comunicare in misura bidirezionale con gli interessati, facilitando e promuovendo l'interattività del dialogo;
- ✓ a illustrare le relazioni tra le politiche dell'Unione Europea e la realtà economica e sociale della Basilicata.

Le sezioni nelle quali si articoleranno le diverse iniziative di comunicazione saranno:

1) SVILUPPO DI UNA IDENTITA' VISUALE

Logo del programma e comunicazione coordinata con gli altri P.O. della Basilicata.

E' stato predisposto uno specifico logo del Programma Operativo FSE 2007-2013 della Regione Basilicata, "*Investiamo sul nostro futuro*", e un corrispondente programma di comunicazione coordinata, destinato ad accompagnare ogni occasione di comunicazione, a identificare con immediatezza la provenienza del messaggio e a creare continuità nella percezione dei diversi prodotti di comunicazione.

Uso della bandiera della UE e dell'emblema UE. Come previsto dal Reg. 1828/2006, la bandiera dell'Unione Europea verrà esposta a partire dal 09 maggio di ciascun anno, per la durata di una settimana, davanti alla sede dell'Autorità di Gestione del FSE. Inoltre, l'emblema dell'Unione Europea, unitamente all'emblema della Regione Basilicata, verrà apposto su tutti i materiali

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

pubblicitari e informativi, secondo le specifiche dell'art. 9 del Reg. CE 1828/2006. L'utilizzo di entrambi i simboli grafici assicurerà una immediata percezione della integrazione diretta tra le politiche comunitarie e le politiche regionali, e permetterà di garantire il risalto al ruolo dell'Unione Europea come previsto dall'art. 68 del Reg. CE 1083/2006.

2) PUBBLICITA'

Attivazione di una serie di iniziative di pubblicità a pagamento:

- ✓ Stampa
- ✓ Manifesti e cartoline
- ✓ radio
- ✓ televisione
- ✓ canali tematici

Possono essere sviluppate durante il periodo di validità del Programma allo scopo di allargare la comunicazione e la pubblicità anche al pubblico generalmente meno interessato ai canali informativi più specializzati. Questo genere di pubblicità, che si rivolge a un pubblico generico, deve essere particolarmente accattivante, coinvolgente e ben realizzato.

La stampa, e in particolare i quotidiani locali, assicurano una distribuzione uniforme su tutto il territorio lucano. Messaggi pubblicitari si concentreranno sul lancio del Programma, sui grandi eventi a esso collegati, sulle best practices e sui risultati complessivi.

Relativamente alla radio e alla televisione si privilegeranno le emittenti locali in grado di garantire una maggiore diffusione e la sostenibilità economica delle iniziative. Particolare attenzione verrà dedicata ai contenuti dei messaggi che dovranno valorizzare, da un lato la visibilità del ruolo dell'Unione Europea e della Regione Basilicata, e dall'altro la percezione dei concreti risultati del Programma. È importante che i risultati delle iniziative dedicate alla pubblicità siano oggetto di rilevazioni a campione, allo scopo di verificarne l'efficacia.

A titolo di esempio, potranno essere realizzate campagne informative e promozionali su emittenti televisive locali anche con appositi format, campagne informative su emittenti radiofoniche, campagne di affissione in spazi a grande frequentazione campagne su appositi siti web particolarmente qualificati. Potranno inoltre essere acquisiti spazi sulla carta stampata

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

(periodici locali, quotidiani locali e nazionali) o realizzate campagne informative e trasmissioni di approfondimento su emittenti pubbliche nazionali, servizi di televideo.

Gli strumenti utilizzati per tale campagna informativa saranno in modo particolare manifesti e cartoline.

Il manifesto ha il compito di presentare la campagna pubblicitaria del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 e quindi riporterà unicamente il logo della campagna, sarà ideato e realizzato un claim del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

Il testo riprende lo slogan della campagna pubblicitaria.

La dimensione scelta è quella dei 100x140 perché li rende facilmente leggibili anche in movimento e sono meno "invasivi" dei "6x3" che, nell'immaginario collettivo, sono ormai legati soprattutto alla campagna elettorale o a grosse campagne commerciali.

La dimensione prescelta, quindi, ci assicura una penetrazione sicura senza correre il rischio di apparire eccessivamente "verticistica" e "calata dall'alto", rimanendo così in sintonia ai principi di prossimità e di guida amica che sono alla base della campagna.

Soprattutto nella prima fase della campagna, la diffusione dei manifesti deve essere abbastanza ampia. 10.000 unità sembra una quantità sufficiente, ma sono ipotizzabili anche altre "uscite" per accompagnare e fare da cornice alle successive campagne specifiche.

A tal proposito, l'azione prevede l'utilizzo di spazi di affissione pubblica e privata oltre all'utilizzo di pubblicità dinamica (es. targhe, cartelloni su mezzi di trasporto pubblico, luoghi pubblici ad elevata frequentazione). E' previsto inoltre l'approntamento eventuale di striscioni, stendardi di vario formato da utilizzare in luoghi pubblici ad elevato traffico (es. strade ad alto flusso veicolare).

Le cartoline (dimensione 15x10,5) hanno il compito di presentare la campagna come i manifesti. Questo particolare formato permette di strutturare una campagna capace di portare il messaggio al singolo individuo facendolo sentire parte integrante e destinatario privilegiato della campagna.

Il visual riprende quello dei manifesti.

Il testo ha l'obiettivo di rendere partecipi le persone, i lucani, e di affermare la strategia comunicativa complessiva fondata sul ruolo della Comunità.

Sulla metà destra del retro della cartolina vanno inseriti gli indirizzi mail utili per le informazioni sull'avanzamento del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Le cartoline, dalla dimensione 20x10, vanno stampate nel numero di 1/3 della popolazione attiva.

3) MATERIALE PROMOZIONALE

Verranno realizzati materiali e gadgets di supporto alle attività convegnistiche, seminariali ed espositive (biglietti invito, cartelline, blocchi per appunti, penne, matite, pen driver, ecc.), favorendo ovunque sia possibile la sostenibilità ecologica dei materiali impiegati e promuovendo il riciclo degli stessi.

L'attività prevede anche la realizzazione di apposite pubblicazioni sempre di supporto alle iniziative territoriali, materiale ad elevata quantità distributiva (es. opuscoli, depliant, etc,) e materiale di apprendimento ad alto contenuto di specificazione e approfondimento (es. collane dedicate, pubblicazioni tecniche di approfondimento).

Il materiale promozionale dovrà utilizzare le forme di comunicazione coordinata e il logo del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 allo scopo di valorizzarne la percezione e la visibilità.

4) PUBBLICAZIONI INFORMATIVE E MATERIALI COLLATERALI

Verranno messe a disposizione presso l'Autorità di Gestione, presso gli attori del partenariato, presso le istituzioni locali, presso i punti informativi della Regione Basilicata, presso i potenziali beneficiari pubblicazioni informative multicanale sulla normativa di settore e sulla documentazione del Programma Operativo 2007-2013, riassunta e sviluppata in formato sintetico, chiaro, facilmente leggibile e comprensibile. Si eviterà di utilizzare la modalità di riprodurre senza sintesi, spiegazione o commento i documenti del Programma. Le pubblicazioni informative dovranno essere predisposte e distribuite in modo da assicurare la più ampia diffusione presso il grande pubblico.

E' anche prevista un'azione di mailing e newslettering che consente un flusso di informazione costante sul territorio con specifiche articolazioni sia in fatto di designazione di specifici target, sia in fatto di zone territoriali particolarmente circoscritte (es. province, città, etc.). L'azione è mediamente improntata ad una certa sinteticità dei contenuti.

Tali attività potranno essere svolte sia in forma cartacea sia utilizzando le tecnologie legate al web.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

5) RELAZIONI CON I MEDIA

Lo staff dedicato alla comunicazione dovrà essere capace di stabilire solide e continue relazioni con i media, allo scopo di diventare il punto di riferimento principale per ogni genere di informazione e approfondimento. In particolare, i media dovranno essere tenuti informati rispetto al lancio del Programma, all'apertura delle procedure di presentazione delle richieste di contributo, all'avanzamento del Programma e alla progressiva realizzazione di best practices. Le relazioni con i media si concretizzeranno attraverso agenzie di stampa, interviste e talk show, conferenze stampa, partecipazione dell'Autorità di Gestione a programmi telefonici e radiotelevisivi. I media verranno coinvolti e invitati in occasione di tutti gli eventi pubblici del Programma.

6) EVENTI INFORMATIVI

Per garantire la migliore diffusione delle informazioni di base del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 verranno realizzati una serie di incontri a livello regionale e locale.

Ogni anno, in particolare, verrà organizzato *il grande evento* previsto dall'art. 7 del Reg. CE 1083/2006; questo evento potrà essere dedicato a uno specifico tema collegato alle politiche del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 o, in alternativa, focalizzarsi sul raggiungimento di obiettivi o di avanzamenti particolari del Programma. L'evento annuale, che avrà una durata minima di una giornata, verrà valorizzato attraverso la partecipazione delle Autorità politiche regionali, dell'Autorità di Gestione, di stakeholders e di personaggi noti di alto profilo. Tale evento sarà preceduto da una campagna di comunicazione dedicata, allo scopo di assicurare il massimo risalto.

Sulla base dei Reg. 1083/2006 e 1828/2006, che sottolineano il valore aggiunto dello scambio di esperienze, l'iniziativa "*Regions for Economic Change*" rafforzerà l'importanza della condivisione delle esperienze a livello nazionale, regionale e locale allo scopo di assicurare il trasferimento e la disseminazione delle idee nell'insieme dei Programmi Strutturali regionali.

Saranno utilizzati in particolare tre strumenti:

- ✓ la partecipazione all'evento annuale organizzato nel mese di maggio di ogni anno;
- ✓ la partecipazione e l'alimentazione del nuovo website che verrà realizzato per favorire lo scambio delle migliori esperienze e dei migliori progetti nelle aree della ricerca,

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

innovazione tecnologica, società dell'informazione, sviluppo economico sostenibile, ingegneria finanziaria;

- ✓ la partecipazione all'Annual Innovation Awards, che si avvierà a partire dal marzo 2009, con i migliori progetti innovativi lucani.

Infine, verrà assicurata la partecipazione con stand espositivi a eventi istituzionali o fieristici organizzati sia dalla Pubblica amministrazione che dalle imprese.

7) LANCIO OPERATIVO DEL PROGRAMMA

La Regione Basilicata intende lanciare il P.O. FSE BASILICATA 2007-2013 entro il mese di ottobre 2008, allo scopo di rafforzare la percezione di uno sviluppo organico e integrato delle diverse linee di intervento e garantire il massimo impatto e la massima visibilità.

A tal fine, si prevede:

SEMINARIO DI LANCIO a cui prenderanno parte, in particolare:

- ✓ la Commissione Europea – DG Occupazione, Affari Sociali e Pari Opportunità;
- ✓ il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale – DG Politiche per l'Orientamento e la Formazione;
- ✓ il Presidente della Regione Basilicata;
- ✓ l'Assessore Regionale Formazione, Lavoro, Cultura e Sport;
- ✓ l'Autorità di Gestione del P.O. FSE Basilicata 2007-2013;
- ✓ il Responsabile della Comunicazione P.O. FSE Basilicata 2007-2013;
- ✓ i Rappresentanti delle Organizzazioni datoriali regionali;
- ✓ i Rappresentanti delle Organizzazioni sindacali;
- ✓ i Rappresentanti del sistema dell'istruzione e formazione regionale;
- ✓ Esperti

Tra le attività si prevede la presentazione del sito web dedicato ai documenti/programmi/attività del P.O. FSE Basilicata 2007-2013; presentazione di alcune best practices realizzate con il POR 2000-2006 le cui attività saranno strategiche nella programmazione 2007-2013.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

8) PRODOTTI AUDIOVISIVI

La produzione di supporti audiovisivi può contribuire a facilitare la percezione e l'apprezzamento sui contenuti del Programma. Questi materiali verranno distribuiti dall'autorità di Gestione alle Agenzie Informative della UE, ai media, alle autorità locali, stakeholders, a chi ne farà richiesta.

9) SITO WEB

Il sito web dedicato al P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013, attivo dal mese di novembre 2008, è direttamente raggiungibile dal sito della Regione Basilicata www.basilicatanet.it.

Le informazioni già disponibili riguardanti gli avvisi pubblici, le graduatorie e le altre notizie di servizio connesse all'attuazione degli interventi, sarà arricchito con news, aggiornamenti riguardanti il Programma Operativo, link, ecc. Inoltre, dal sito sarà possibile accedere alle procedure informatizzate implementate per la ottimale gestione del Programma Operativo.

Attenzione verrà dedicata al linguaggio e alla facilità di lettura e di consultazione del sito; l'utilizzo delle singole sezioni verrà monitorato e i dati di accesso e gradimento tenuti sotto analisi e osservazione. Il sito dovrà essere strutturato e mantenuto aggiornato in tempo reale, e rappresenterà il canale di comunicazione in assoluto più completo e aggiornato.

Nel sito internet sarà accessibile l'elenco dei beneficiari finanziati dal Programma, completo di informazioni riguardanti il nome dei progetti e l'importo del finanziamento pubblico.

Una pagina web sarà dedicata alle azioni previste per il potenziamento-valORIZZAZIONE del partenariato economico-sociale: mailing list, abstract dei documenti e reportistica di settore.

10) HELPDESK

Verrà reso disponibile anche un helpdesk organizzato sia attraverso un indirizzo mail dedicato, che un call center telefonico in grado di fornire in tempo reale un servizio informativo completo; i riferimenti di entrambe queste connessioni saranno pubblicizzati, in modalità multicanali, su tutti gli strumenti informativi, comunicativi e pubblicitari previsti dal Programma.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

2.4. IL CONTENUTO DEGLI INTERVENTI INFORMATIVI E PUBBLICITARI DESTINATI AI POTENZIALI BENEFICIARI, AI BENEFICIARI, AL PUBBLICO (art. 2.2 b Reg. 1828/06)

La definizione del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 è stata e sarà sostenuta da un articolato processo di confronto con il partenariato economico-sociale: mondo imprenditoriale, sindacale, ambientalista, del credito, della cooperazione, dell'economia sociale e del volontariato, degli enti locali e delle pari opportunità.

La Regione Basilicata promuoverà la logica di Sistema su cui è basata la programmazione e rafforzerà le pratiche ispirate ai principi di trasparenza e di coinvolgimento diretto di tutti i portatori di interesse nelle decisioni del governo regionale.

Il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari rispetto ai tre target è il seguente:

1. *Rispetto ai potenziali beneficiari:*

- ✓ Temi generali del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013;
- ✓ Caratteristiche generali delle linee di intervento in relazione alla normativa di riferimento;
- ✓ Stato di avanzamento degli interventi e del Programma durante l'intero periodo di programmazione del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013;
- ✓ Progetti ed iniziative di qualità, coerenti con le finalità e gli obiettivi del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

Modalità di comunicazione

La comunicazione nei confronti dei potenziali beneficiari dovrà essere la più chiara e semplice possibile; andrà evitata ove sia possibile la proposizione di lunghi documenti, la cui complessità possa dissuadere i potenziali beneficiari, e preferita la sintesi attraverso schemi, diagrammi e flow chart. Il sistema informativo sarà la modalità operativa esclusiva utilizzata per il contatto tra l'Autorità di Gestione e i potenziali beneficiari, anche se in tutte le modalità di comunicazione andrà indicato un riferimento fisico con il quale eventualmente avere un contatto.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

2. *Rispetto ai beneficiari:*

- ✓ Stato di avanzamento della propria domanda di contributo e sulle domande di contributo precedenti;
- ✓ Dati del beneficiario registrati dal sistema informativo;
- ✓ Pagamenti già effettuati sul Programma Operativo;
- ✓ Risultati della valutazione P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

Modalità di comunicazione

La comunicazione nei confronti del beneficiario dovrà essere celere e personalizzata; in ogni caso il beneficiario non dovrà sentirsi dimenticato o abbandonato dal Programma.

Anche se il sistema informativo gestirà la totalità delle relazioni tra il Programma e i beneficiari, dovrà sempre essere disponibile ai beneficiari un riferimento fisico al quale rivolgersi in caso di necessità. Il contatto fisico dovrà essere in grado di assicurare una risposta immediata alle esigenze espresse dal beneficiario.

3. *Rispetto al grande pubblico:*

- ✓ Conoscenza sul continuo del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013;
- ✓ Obiettivi di Lisbona e Göteborg e ruolo dell'Unione Europea;
- ✓ Ventaglio delle opportunità offerte e degli obblighi;
- ✓ Modello/i di partenariato economico-sociale adottato dalla Regione Basilicata;
- ✓ Sviluppo del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013;
- ✓ Risultati del piano di valutazione P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013.

Modalità di comunicazione

La comunicazione nei confronti del grande pubblico ha come obiettivo la percezione del ruolo e degli obiettivi dell'Unione Europea, rendere percettibile il concreto avanzamento dei programmi, fornire informazioni sulle best practices e sui risultati complessivi del programma.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

2.5. BILANCIO INDICATIVO NECESSARIO PER L'ATTUAZIONE DEL PIANO ED ARTICOLAZIONE PER ANNO (art. 2.2 c Reg. 1828/06)

Secondo le indicazioni dell'art. 2 del Reg. 1828/2006, l'ammontare delle risorse previste, al di sotto delle quali si ritiene di non andare, per la realizzazione del Piano di Comunicazione del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 nel periodo di validità del Programma, è pari a € 1.000.000,00. Nuove e diverse esigenze potrebbero incrementare tale importo.

Indicativamente, i 2/3 del budget del Piano di Comunicazione verranno dedicati alla gestione della struttura appositamente dedicata alla creazione dei prodotti e delle misure, nonché alle iniziative di monitoraggio e valutazione; 1/3 del budget verrà indicativamente dedicato alla riproduzione dei materiali ed alla concreta realizzazione delle diverse iniziative.

Ancora a titolo indicativo, la suddivisione del budget nelle diverse misure di comunicazione ed informazione potrà essere:

- ✓ misure dedicate alla promozione del Programma (pubblicità radio, televisiva ed altro, materiali vari promozionali), 30% del budget;
- ✓ misure dedicate alla informazione e comunicazione (pubblicazioni e materiali vari, eventi annuali e lancio del Programma Operativo, prodotti audiovisivi, sito web, helpdesk, relazione con i media) 60% del budget;
- ✓ misure dedicate al supporto del Piano di Comunicazione (misure di monitoraggio e valutazione) 10% del budget.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

Nella seguente tabella sono riportate indicativamente le risorse che annualmente saranno destinate per l'attuazione del Piano fino al 2015 per un totale complessivo di € 1.000.000,00:

| ANNO | RISORSE | |
|---------------|----------------|---------------------|
| 2008 | € | 100.000,00 |
| 2009 | € | 150.000,00 |
| 2010 | € | 100.000,00 |
| 2011 | € | 100.000,00 |
| 2012 | € | 100.000,00 |
| 2013 | € | 100.000,00 |
| 2014 | € | 150.000,00 |
| 2015 | € | 200.000,00 |
| TOTALE | € | 1.000.000,00 |

2.6. RESPONSABILE DELL'ATTUAZIONE DEL PIANO (art. 2.2 d Reg. 1828/06)

L'Autorità di Gestione assicura che gli interventi informativi e pubblicitari del Piano di Comunicazione siano realizzati. Il Responsabile delle informazioni e della pubblicità per il PO FSE Basilicata 2007-2013 è individuato nel funzionario Sabia Giuseppe (Dipartimento Formazione, Lavoro, Cultura e Sport – Ufficio Progettazione Strategica e Assistenza Tecnica" – Via Vincenzo Verrastro n.8 – 85100 Potenza – Italia – tel +39 0971 668036 – email: giuseppe.sabia@regione.basilicata.it).

2.7. VALUTAZIONE DEL PIANO (art. 2.2 e Reg. 1828/06)

L'attività di valutazione è improntata, come già previsto nell'attività di monitoraggio, sia ad una analisi della coerenza interna del Piano di Comunicazione rispetto alle previsioni del Regolamento CE 1828/06 sia ad una valutazione dell'efficacia esterna delle azioni di comunicazione realizzate.

Nell'attività di valutazione dell'efficacia esterna è stata prevista la definizione di indicatori per verificare l'efficacia delle attività di comunicazione con riferimento sia ai soggetti beneficiari sia

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

ai soggetti destinatari. Gli indicatori valuteranno inoltre, più complessivamente, la valutazione diffusa sulle azioni del FSE in corso nella regione.

Il successo nello sviluppo del Programma dipende dalla garanzia che le decisioni sono prese sulla base di dati e informazioni certe e verificate.

L'efficacia del Piano di Comunicazione, pertanto, dipende da regolari attività di misura che verifichino i risultati dei messaggi volta per volta veicolati.

E' anche assolutamente necessario sostenere una sistematica attività di valutazione e monitoraggio, finalizzata a consentire il progressivo adattamento delle strategie applicative del Programma.

Gli obiettivi strategici del Piano di Comunicazione, così come gli obiettivi operativi indicati nella tabella a seguire, saranno oggetto di specifiche campagne di misurazione, in particolare centrate sulla conoscenza da parte del pubblico degli obiettivi e dei risultati delle politiche dell'Unione Europea e sullo sviluppo di una percezione positiva verso le politiche europee.

Relativamente alle indicazioni delle modalità di valutazione del P.d.C., l'AdG definirà:

- ✓ gli indicatori in grado di "misurare" la visibilità del P.O.F.S.E. BASILICATA 2007-2013 e il livello di consapevolezza del ruolo dell'Unione Europea;
- ✓ gli indicatori di realizzazione;
- ✓ le modalità di rilevazione (questionari rivolti a i beneficiari finali, sondaggi a campione su target intermedi e finali, interviste, indici di ascolto delle trasmissioni radio-televisive, indici di diffusione delle pubblicazioni realizzate, rilevazione dei presenti alle manifestazioni realizzate, analisi dei feed-back forniti dai servizi interattivi);
- ✓ le modalità di valutazione del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 congiuntamente al nucleo di valutazione interno alla Regione.

Gli indicatori di realizzazione potranno riguardare:

- ✓ numero di passaggi pubblicitari (per le campagne mediatiche);
- ✓ comunicati stampa effettuati;
- ✓ eventi organizzati;
- ✓ copie distribuite relativamente al materiale informativo e promozionale;

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

- ✓ numeri di accessi al web;
- ✓ numero di telefonate al call center;
- ✓ interviste sulla conoscenza degli spot pubblicitari.

In merito alla valutazione della coerenza interna del Piano di Comunicazione sono state previste attività di coordinamento specifiche, quali attività di formazione interna miranti a definire conoscenze comuni legate all'attuazione delle iniziative di comunicazione, nonché realizzazione di workshop interni per consentire l'approfondimento tecnico e motivazionale destinato al personale della Regione Basilicata.

I risultati saranno inseriti nel RAE 2010 e nel rapporto finale di esecuzione.

Sarà data pubblicità ai risultati della valutazione in itinere relativa all'attuazione del Programma.

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

3. ATTIVITA' DI MONITORAGGIO E DI SUPPORTO

L'attività di monitoraggio e di supporto verrà espletata attraverso i seguenti strumenti:

- ✓ attività di studio e ricerca
- ✓ formazione interna dei beneficiari degli interventi
- ✓ workshop interni del personale del Dipartimento

3.1. ATTIVITA' DI STUDIO E RICERCA

L'attività prevede la realizzazione di ricerche per verificare l'efficacia delle attività di comunicazione con riferimento sia ai soggetti beneficiari sia ai soggetti destinatari. Le ricerche valuteranno inoltre, più complessivamente, la valutazione diffusa sulle azioni del FSE in corso nella regione. Il rilevamento quali-quantitativo dei dati potrà essere svolto in più occasioni e con metodologie differenti (es. questionari per target specifici, ricerche opinionali).

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

3.1.1. QUESTIONARI E RISPOSTE

Attraverso questionari face to face ci si rende conto della capacità di auto percezione dei destinatari del presente Piano di Comunicazione.

I questionari sono somministrati a: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico professionale, potenziatori della informazione, grande pubblico e partenariato economico-sociale.

I questionari misureranno le "condizioni" conoscitive della strategia del P.O. F.S.E. BASILICATA 2007-2013 e degli strumenti. In via esemplificativa, si schematizzano i "risultati" attesi dai questionari

| Condizione oggettiva | Condizione percettiva | Input razionale | Input emotivo |
|---|--|--|--|
| Aspetto connotativo: quali informazioni ha ricevuto | Aspetto valutativo: quale chiave di percezione dello stato di attuazione del P.O. FSE BASILICATA 2007-2013 | Aspetto conoscitivo: quali strumenti tecnico conoscitivi messi a disposizione dalla Comunità | Aspetto evocativo: quale sensibilità intorno alle opportunità della UE |
| Complessivamente buono | Condizionata da reticenza | Medio basso, contenuti pregiudiziali | Medio-basso, limitato livello di sensibilità |

3.2. FORMAZIONE INTERNA

L'attività di formazione interna mira a definire conoscenze comuni legate all'attuazione delle iniziative di comunicazione. E' destinata al personale dei soggetti beneficiari.

3.3. WORKSHOP INTERNI

L'attività consente incontri di approfondimento tecnico e motivazionale destinato al personale della Regione Basilicata.

4. PIANIFICAZIONE TEMPORALE

Il Piano di Comunicazione sarà declinato annualmente in specifiche attività di informazione e comunicazione.

4.1. CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA' PREVISTE AL 2015

Si riporta il Cronoprogramma delle attività previste nelle dieci azioni strategiche:

| | STRATEGIA/ATTIVITA' | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|----------|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1 | AZIONE 1 - SVILUPPO DI UNA IDENTITA' VISUALE | | | | | | | | |
| | 1.1 PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE | | | | | | | | |
| | 1.2 USO DELLA BANDIERA | | | | | | | | |
| 2 | AZIONE 2 – PUBBLICITA' | | | | | | | | |
| | 2.1 RELAZIONI STABILI-STAMPA | | | | | | | | |
| | 2.2 MANIFESTI E CARTOLINE | | | | | | | | |
| | 2.3 RADIO | | | | | | | | |
| | 2.4 TELEVISIONE | | | | | | | | |
| | 2.5 CANALI TEMATICI | | | | | | | | |
| 3 | AZIONE 3 – MATERIALE PROMOZIONALE | | | | | | | | |
| | 3.1 GADGETS | | | | | | | | |
| | 3.2 OPUSCOLI, DEPLIANT | | | | | | | | |
| | 3.3 COLLANE DEDICATE, PUBBLICAZIONI TECNICHE DI APPROFONDIMENTO | | | | | | | | |
| 4 | AZIONE 4 – PUBBLICAZIONI INFORMATIVE E MATERIALI COLLATERALI | | | | | | | | |
| | 4.1 PUBBLICAZIONI INFORMATIVE MULTICANALE | | | | | | | | |
| | 4.2 MAILING, NEWSLETTERING | | | | | | | | |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
|  UNIONE EUROPEA |  REGIONE BASILICATA |  Repubblica Italiana | Regione Basilicata PO FSE 2007 – 2013 Investiamo sul nostro futuro | Piano di comunicazione |
|---|---|--|--|--|

| | STRATEGIA/ATTIVITA' | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 5 | AZIONE 5 – RELAZIONI CON I MEDIA | | | | | | | | |
| | 5.1 INTERVISTE, TALK SHOW | | | | | | | | |
| | 5.2 AGENZIE DI STAMPA, CONFERENZE STAMPA | | | | | | | | |
| | 5.3 PARTECIPAZIONE DELL'AdG A PROGRAMMI SPECIFICI | | | | | | | | |
| 6 | AZIONE 6 – EVENTI INFORMATIVI | | | | | | | | |
| | 6.1 GRANDE EVENTO | | | | | | | | |
| | 6.2 PARTECIPAZIONE ALL'ANNUAL INNOVATION AWARDS | | | | | | | | |
| | 6.3 STAND ESPOSITIVI A EVENTI ISTITUZIONALI O FIERISTICI | | | | | | | | |
| | 6.4 CONVEGNI, SEMINARI, WORKSHOP | | | | | | | | |
| 7 | AZIONE 7 – LANCIO OPERATIVO DEL PROGRAMMA | | | | | | | | |
| 8 | AZIONE 8 – PRODOTTI AUDIOVISIVI | | | | | | | | |
| 9 | AZIONE 9 – SITO WEB | | | | | | | | |
| | 9.1 REALIZZAZIONE DEL SITO WEB | | | | | | | | |
| | 9.2 AGGIORNAMENTO SITO | | | | | | | | |
| 10 | AZIONE 10 - HELPDESK | | | | | | | | |
| | 10.1 INDIRIZZO MAIL | | | | | | | | |
| | 10.2 CALL CENTER | | | | | | | | |