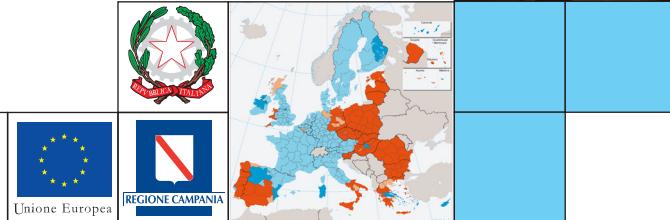


Programma Operativo Regionale **Campania** **FESR 2007 - 2013**

Piano di comunicazione



Latua
Campania
cresce in
Europa



Indice

	CAMPANIA EUROPA NEWS
	INFOPOR
	SISTEMA COMUNICAZIONE IMPRESE, ENTI PUBBLICI, PARTENARIATO
	COORDINAMENTO ALTRE REGIONI D'EUROPA
	MANUALE D'USO D'IMMAGINE COORDINATA
	DATA BASE PER IL MONITORAGGIO DELLA COMUNICAZIONE
	ASSISTENZA TECNICA ALL'ATTUAZIONE DEL PIANO
Premessa.....	56
1. Il POR Campania FESR 2007-2013.....	05
2. Il contesto di riferimento.....	07
2.1 Il quadro normativo.....	11
2.2 L'insegnamento della precedente esperienza: comunicazione POR Campania 2000-2006.....	14
2.3 Analisi di contesto. Caratteristiche ed esigenze dei beneficiari, alla luce dei risultati dell'indagine "Imprese, enti locali e partenariato del POR Campania 2000-2006".....	16
2.4 Analisi Swot.....	21
3. La strategia.....	26
3.1 Gli obiettivi generali e gli obiettivi operativi.....	27
3.2 I pubblici di riferimento.....	31
4. Il Masterplan dei progetti.....	33
4.1 I progetti: obiettivi, pubblici, tempistica, modalità di realizzazione, di valutazione, budget.....	44
CARTELLONISTICA E TARGHE	
ANIMAZIONE	
CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	
FESTIVAL DELL'EUROPA	
REGIONE APERTA: ELENCO PROGETTI E BENEFICIARI ONLINE	
5. La struttura organizzativa.....	57
6. Monitoraggio e valutazione.....	58
6.1 Reportistica.....	64
7. Attuazione del Reg. (CE) n.1828/2006 e attuazione del piano.....	70

Premessa

Per la programmazione 2007-2013 la Regione Campania, così come previsto nel *Documento Strategico Regionale per la politica di coesione 2007/2013*, approvato con la Delibera n.1042 dell'01/08/2006, intende utilizzare tutte le risorse disponibili con una strategia unitaria mirata allo sviluppo.

Nell'ottica della ottimizzazione degli interventi la Regione Campania intende, altresì, indirizzare ad obiettivi comuni le risorse che sono stanziate, a livello comunitario, nazionale e regionale, per lo sviluppo della comunicazione.

Le attività di comunicazione devono garantire visibilità, trasparenza e partecipazione sia a tutti coloro che direttamente possono beneficiare delle opportunità offerte sia, più in generale, ai cittadini campani. Deve essere sempre più evidente che le politiche regionali di sviluppo economico e sociale sostenibile apportano vantaggi diretti alle popolazioni interessate, partecipando allo stesso tempo al processo di crescita dell'Italia e dell'Europa.

La Regione Campania, seguendo gli orientamenti comunitari, intende continuare a ridurre il divario e la distanza tra istituzioni pubbliche e società civile. Per il raggiungimento di tale obiettivo diventa fondamentale alimentare un dialogo continuo ed effettivo tra le parti.

Il presente piano condivide i documenti chiave di politica comunitaria riguardanti l'iniziativa europea per la trasparenza, per rendere più aperte ed accessibili le istituzioni europee; il Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito; il Libro bianco su una politica europea di comunicazione; il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale di sviluppo 2007-2013. In tutti questi documenti si ribadisce il ruolo chiave della comunicazione per favorire il dialogo tra amministrazioni e cittadini e con questo creare luoghi, processi, sistemi dove si possa partecipare al difficile processo di coesione e di rafforzamento dei valori che caratterizzano l'Unione europea.

L'avvicinamento dei cittadini alle politiche europee è un tema complesso che interessa tutti gli Stati membri. Comunicare l'Europa non può e non deve passare soltanto attraverso dati finanziari e opportunità che interessano singoli gruppi della popolazione e specifici soggetti economici. La comunicazione deve sempre più prestare attenzione a mettere in primo piano i grandi temi dello sviluppo territoriale che, mirando ad accrescere la competitività, agisce contemporaneamente per la tutela e valorizzazione delle risorse naturali e paesaggistiche e per aumentare il benessere sociale. Nello specifico, il valore aggiunto della programmazione regionale si sostanzia per la sua capacità di svolgere un effetto leva nel promuovere l'attivazione di investimenti da parte

dei privati, anche attraverso il sostegno diretto alla collaborazione tra soggetti privati e soggetti pubblici. La loro cooperazione produrrà effetti positivi nella ulteriore espansione del sistema economico e produttivo regionale.

Nel quadro di una strategia unitaria di ottimizzazione delle risorse, i piani di comunicazione dei diversi Programmi operativi della Regione Campania condividono pertanto i seguenti obiettivi:

- 1. trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte**, fornendo informazioni affinché l'accesso al programma ed alle risorse diventi più facile ed agevole, aiutando l'amministrazione nell'implementazione delle proprie politiche di sviluppo;
- 2. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR FESR**, onde consentire la costruzione di relazioni di fiducia tra la Regione e tutti i suoi pubblici di riferimento, finalizzate alla co-produzione di senso e significati nello scambio comunicativo;
- 3. consapevolezza del ruolo** svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per **lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio**.

1. Il POR Campania FESR 2007 - 2013

Il programma di sviluppo regionale della Campania si basa sul principio che per attuare una moderna politica di riequilibrio locale sia necessario che la Regione, attivando interazioni su scala nazionale, comunitaria e internazionale, acquisisca il ruolo di punto di riferimento tanto in ambito locale quanto nel Mediterraneo, come sua naturale area di influenza e di scambio.

Per la Campania, come per tutte le Regioni meridionali con obiettivo convergenza, il processo di programmazione è stato interessato anche dalla definizione di esigenze e opportunità comuni a tutte o alcune delle otto regioni, con uno specifico documento ad hoc, il Documento Strategico Mezzogiorno - Linee per un nuovo programma Mezzogiorno 2007-2013. Il processo di programmazione regionale in Campania è stato pertanto guidato sia dagli orientamenti e dai principi comunitari e nazionali, sia dalle peculiarità e dagli obiettivi comuni al Mezzogiorno come individuati da tale documento strategico.

Il POR Campania FESR 2007-2013 costituisce il quadro di riferimento per l'utilizzo delle risorse del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Oltre 6 miliardi di euro da investire nella nostra regione per aumentarne competitività e sostenibilità ambientale, creare nuovi e migliori posti di lavoro, incrementare quantità e qualità dei servizi ai cittadini.

Un'opportunità da non perdere per incidere in maniera significativa sulla crescita economica del nostro territorio. Un'occasione importante, da condividere con il partenariato, gli enti locali, le imprese e i cittadini campani, e che si declina nella individuazione specifica - nel POR FESR - di obiettivi operativi raccolti in 7 assi di intervento:

1. Sostenibilità ambientale ed attrattività culturale e turistica
2. Competitività del sistema produttivo regionale
3. Energia
4. Accessibilità e trasporti
5. Società dell'Informazione
6. Sviluppo urbano e qualità della vita
7. Assistenza tecnica e cooperazione

Sono sotto riportate le dotazioni finanziarie per ciascun Asse, mentre nella Figura 1 è

mostrato il riparto che, nell'ambito del POR FESR, è stato effettuato delle risorse finanziarie fra le 10 priorità individuate dal QSN.

La finalità del POR Campania FESR 2007-2013 è quella di promuovere lo sviluppo equilibrato e sostenibile della Campania, incrementando il PIL e i livelli occupazionali, attraverso la qualificazione e il riequilibrio dei sistemi territoriali e della struttura economica e sociale.

Il perseguitamento dell'obiettivo globale descritto si traduce in *targets* di sviluppo che sintetizzano, a livello regionale, alcuni risultati dell'azione strutturale relativa al sistema delle variabili di rottura nel periodo 2007-2013: un tasso di crescita medio annuale del PIL regionale pari al +1,9%; un incremento dell'occupazione pari a 105.000 unità nel periodo complessivo; e una riduzione dell'emissione di gas a effetto serra.

Un'efficace strategia di intervento per il periodo 2007-2013 che possa portare al conseguimento degli obiettivi strategici, non può che essere concepita a partire dai risultati dell'analisi socio-economica regionale e, soprattutto, dalle lezioni apprese dal precedente ciclo di programmazione.

Dalla combinazione di questi due processi analitici e dagli insegnamenti che ne scaturiscono, derivano i seguenti orientamenti che guidano la filosofia di attuazione del Programma e ne determinano le scelte attuative:

- la concentrazione degli interventi e dei soggetti della programmazione;
- la programmazione partecipata e lo sviluppo locale;
- l'integrazione programmatica e finanziaria;
- la concertazione.

È evidente che per poter attuare pienamente tali scelte, occorrerà porre enfasi sul ruolo dei cittadini, degli Enti locali e delle imprese e del partenariato, quindi, delle collettività territoriali per poter conseguire i singoli obiettivi operativi del programma e, conseguentemente, il raggiungimento delle variabili di rottura. È indispensabile infatti che vi sia la collaborazione della cittadinanza nell'adozione di comportamenti virtuosi che possano accelerare il processo di convergenza rispetto ad alcune variabili ad esempio ambientali o di produttività verso i livelli medi europei. Per fare questo il Programma operativo prevede una programmazione più partecipata a livello locale e una concertazione più presente in tutte le fasi del processo di attuazione. Il partenariato diventa un elemento indispensabile per un coinvolgimento costante di tutti i soggetti interessati a vario titolo dal Programma.

E' inoltre fondamentale che il Piano di Comunicazione del FESR rientri in una strategia di programmazione e comunicazione unitaria che, come si vedrà nelle parti che seguono, sarà

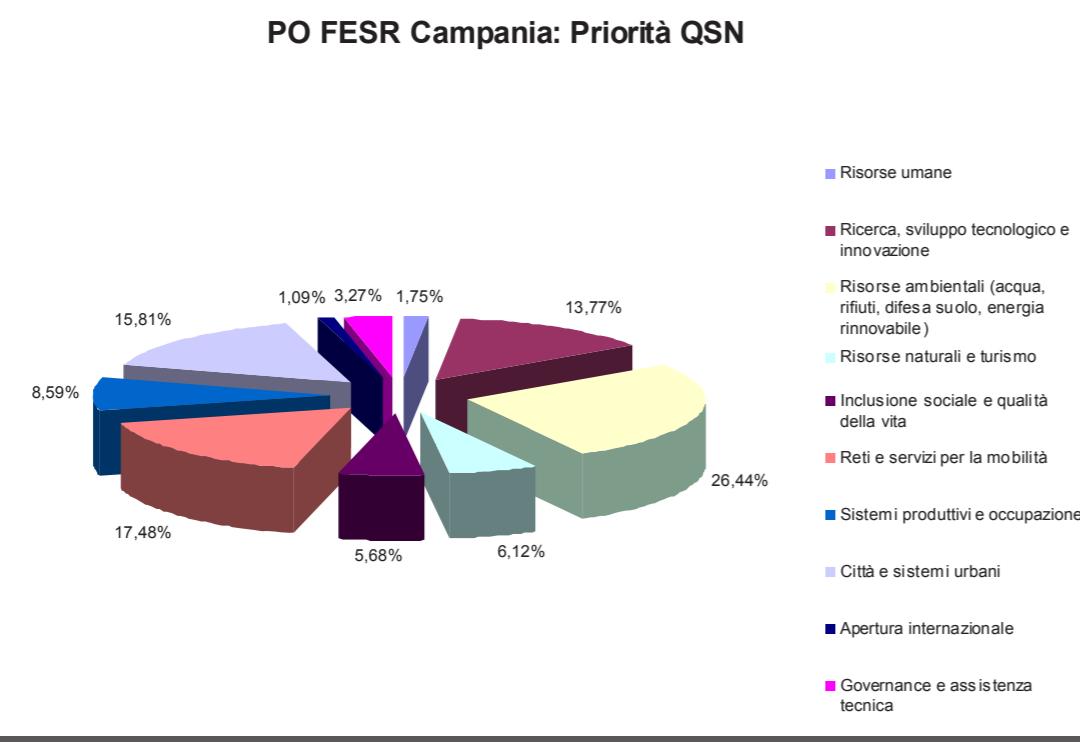
Tabella 1. Piano finanziario del POR FESR 2007-2013

	Contributo Comunitario (a)	Controparte nazionale (b) = (c)+(d)	Ripartizione indicativa della controparte nazionale		Finanziamento totale (e)=(a)+(b)	Tasso di Cofinanziamento (f) = (a)/(e)
			Fin.mento nazionale pubblico (c)	Fin. mento nazionale privato (d)		
Asse 1 Sostenibilità ambientale ed attrattività culturale e turistica	1.012.500.000	1.012.500.000	1.012.500.000	0	2.025.000.000	50%
Asse 2 Competitività del sistema produttivo regionale	607.500.000	607.500.000	607.500.000	0	1.215.000.000	50%
Asse 3 Energia	150.000.000	150.000.000	150.000.000	0	300.000.000	50%
Asse 4 Accessibilità e trasporti	600.000.000	600.000.000	600.000.000	0	1.200.000.000	50%
Asse 5 Società dell'informazione	197.500.000	197.500.000	197.500.000	0	395.000.000	50%
Asse 6 Sviluppo urbano e qualità della vita	752.500.000	752.500.000	752.500.000	0	1.505.000.000	50%
Asse 7 Assistenza tecnica e cooperazione	112.397.599	112.397.599	112.397.599	0	224.795.198	50%
Totale	3.432.397.599	3.432.397.599	3.432.397.599	0	6.864.795.198	50%

09

di supporto ad una integrazione programmatica e finanziaria quale tema portante dell'intero impianto strategico della programmazione 2007-2013, da realizzarsi con un unico programma di sviluppo della Regione ed attraverso l'integrazione delle varie fonti di finanziamento concentrate su chiare e condivise linee strategiche.

Figura 1. Il riparto delle risorse del POR FESR 2007-2013 fra le priorità del QSN



2. Il contesto di riferimento

La regione Campania, con i suoi 5,8 milioni di abitanti, assorbe il 10% della popolazione nazionale, con una densità di 423 abitanti per kmq, oltre il doppio della media nazionale (190). Nell'ultimo triennio, la Campania risulta essere al primo posto in Italia per incremento demografico naturale. Infatti, nel 2005, il tasso annuo di crescita della popolazione è stato pari al 2,8%, contro la media dell'1,1% nel Mezzogiorno e il -0,1% in Italia. Tale dato consente alla Campania di essere tra le regioni più "giovani" d'Italia: già nel 2003 si registravano 78 anziani ogni 100 giovani, contro i 132 del resto del paese (e i 98 del Mezzogiorno). Ciò può costituire in futuro un vantaggio in termini di minore impatto dell'invecchiamento della popolazione e di maggiore disponibilità di forza lavoro, laddove si riuscisse a trattenerla sul territorio. Si tratta, però, di un incremento demografico che alimenta un profondo squilibrio territoriale: circa il 54% della popolazione residente è concentrato nella sola provincia di Napoli, mentre alcune aree interne registrano tassi di spopolamento annuo superiori all'1%.

L'economia della Campania, a partire dalla seconda metà degli anni '90, fino al biennio scorso, ha seguito la tendenza in atto in tutto il Mezzogiorno, conoscendo un lento, ma costante processo di convergenza verso i livelli di sviluppo delle regioni italiane del Centro-Nord. Nonostante i ritmi di crescita positivi, la Campania non è però riuscita a rimuovere diversi limiti strutturali che le hanno impedito di innescare un processo virtuoso e duraturo di sviluppo, ed il sistema produttivo rimane frammentato e fortemente esposto alla competizione internazionale. La disoccupazione giovanile, soprattutto femminile, è il problema che desta maggiori preoccupazioni: nel 2005 il tasso di disoccupazione nella popolazione di età 15-24 anni si è attestato al 38,8%, a fronte del 24% della media nazionale.

In merito ai temi delle tecnologie per la comunicazione e l'informazione la Tabella 2 mostra la diffusione di ITC e IC. Al 2006, soltanto il 29% delle famiglie campane possiede un accesso ad Internet, valore comunque superiore a quello delle regioni della Convergenza (28,3%), ma molto distante dalla media italiana (35,6%), anche se abbastanza vicino al target di Lisbona (30% da raggiungere entro il 2010).

E' interessante tuttavia notare come l'uso da parte dei cittadini delle TIC allo scopo di relazionarsi con la Pubblica Amministrazione, in Campania sia talvolta superiore alla media nazionale, come emerge dalla Tabella 3, il che ha consentito di ipotizzare che il pubblico che si potrebbe raggiungere con l'utilizzo di strumenti di informazione e comunicazione innovativi è

Tabella 2. Diffusione della ITC e IC (valori percentuali)

	Famiglie con accesso ad Internet (L=30%)		Addetti* che utilizzano computer connessi a Internet		Imprese* che dispongono di collegamento a banda larga		Popolazione residente in comuni con anagrafe collegata al sistema INASIA	
	2000	2006	2003	2006	2003	2006	2002	2006
UE25	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Italia	15,4	35,6	24,2	28,2	31,2	69,6	25,1	76,3
Mezzogiorno	11,1	29,4	16,0	19,1	25,2	62,0	16,0	65,3
Convergenza	10,4	28,3	15,5	16,9	24,7	62,7	17,8	64,1
Campania	12,9	29,0	16,1	18,5	31,7	62,4	24,3	61,5

Fonte: POR FESR 2007/2013

*) Nelle Imprese con più di dieci addetti dei settori industria e servizi

elevato.

Infatti, a livello nazionale, il 37,4% degli utenti di Internet usa il web per ottenere informazioni dalla Pubblica Amministrazione, il 26,8% per scaricare moduli da siti della Pubblica Amministrazione e il 12,6% per spedire moduli compilati della Pubblica Amministrazione. Sono soprattutto i maschi a usare Internet per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione, anche se le differenze di genere sono piuttosto contenute. Infine, dal punto di vista generazionale sono soprattutto gli adulti tra i 25 e i 64 anni ad utilizzare di più Internet per cercare informazioni e per scaricare moduli della Pubblica Amministrazione.

Tabella 3. Persone di 6 anni e più che usano Internet per svolgimento di pratiche presso i Servizi pubblici e/o Pubblica Amministrazione per regione e tipo di comune - Anno 2006

	Relazionarsi con la Pubblica Amministrazione		
	Ottenere informazioni da siti della P.A.	Pubblica Amministrazione Scaricare moduli della P.A.	Spedire moduli della P.A.
REGIONI			
Piemonte	36,8	26,4	13,1
Valle d'Aosta	43,2	29,5	15,0
Lombardia	38,2	25,4	12,1
Trentino Alto-Adige	45,0	30,9	14,7
Bolzano-Bozen	46,8	31,6	16,1
Trento	43,2	30,1	13,4
Veneto	36,8	27,1	12,1
Friuli-Venezia Giulia	41,5	28,7	13,0
Liguria	32,3	21,6	9,9
Emilia-Romagna	37,2	24,8	11,1
Toscana	35,8	27,3	11,5
Umbria	30,8	23,2	11,5
Marche	31,9	21,9	9,0
Lazio	40,2	27,8	13,8
Abruzzo	35,1	26,7	11,4
Molise	34,9	26,7	13,6
Campania	37,3	29,7	14,4
Puglia	38,1	29,6	14,4
Basilicata	37,6	29,5	15,1
Calabria	32,0	25,6	13,0
Sicilia	36,6	26,1	12,5
Sardegna	41,4	35,1	15,8
Italia	37,4	26,8	12,6
TIPI DI COMUNE			
Comune centro dell'area metropolitana	45,4	30,8	15,7
Periferia dell'area metropolitana	37,6	26,9	12,2
Fino a 2.000 abitanti	34,4	25,8	10,7
Da 2.001 a 10.000 abitanti	34,6	25,6	11,9
Da 10.001 a 50.000 abitanti	34,2	25,2	11,7
50.001 abitanti e più	38,3	26,9	12,6
Italia	37,4	26,8	12,6

Fonte: ISTAT "Aspetti della vita quotidiana" febbraio 2006

2.1 Il quadro normativo

L'esperienza maturata nell'ultimo ciclo di programmazione mostra in quale misura gli stati membri abbiano, a vario titolo, saputo trarre profitto dall'utilizzo dei fondi strutturali per la creazione di valore aggiunto a livello comunitario e per l'elaborazione di nuove strategie al servizio della politica regionale.

In questo contesto l'informazione rappresenta un nodo centrale della programmazione; alla comunicazione è deputato un ruolo di attivatore di buone prassi nei processi di attuazione degli stessi programmi. La comunicazione può, cioè, facilitare l'adozione di comportamenti innovativi tanto da parte della pubblica amministrazione regionale quanto da parte degli EE.LL., del partenariato e delle imprese.

L'attuazione del Piano di Comunicazione del POR Campania 2000/2006 ha in tal senso costituito un'importante esperienza di innovazione, sia fuori dall'organizzazione della Regione Campania, perché ha contribuito a cambiare il volto di una comunità e di un territorio, sia dentro l'organizzazione, perché ha contribuito a modificare la cultura, i processi organizzativi e i criteri di attuazione delle politiche di programmazione ed attuazione dei fondi strutturali.

Il piano di comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013 si propone di supportare ulteriormente il programma nel perseguitamento degli obiettivi strategici definiti, assolvendo ad un ruolo di accelerazione e sostegno ai processi di attuazione.

Lo stesso dettato normativo di indirizzo europeo è quindi l'occasione per interpretare secondo due chiavi di lettura la comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013, ovvero quale strumento per garantire a tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma informazione e pubblicità, e per promuovere l'adozione di comportamenti virtuosi a tutti i livelli, necessari ad una più efficace attuazione del Programma.

Il quadro di riferimento normativo comunitario è il seguente:

- Regolamento(CE) n.1083/2006, recante disposizioni generali sui Fondi Strutturali:

- Titolo III, Capo II, Sezione 5 Assistenza Tecnica - Assistenza tecnica su iniziativa della Commissione, Art 45 paragrafo 1 lettera c), d), e), f), g).
- Titolo VI, Capo III, Informazione e Pubblicità, art. 69.

- Regolamento (CE) n. 1828/2006 sulle modalità di applicazione del Reg (CE) n. 1083/2006, Capo II, Sezione I "Informazione e pubblicità", articoli dal 2 al 10.

Le risorse assegnate all'assistenza tecnica consentono di finanziare attraverso i Fondi, le azioni a supporto dell'attuazione del regolamento. Tra le azioni, più propriamente, la preoccupazione del legislatore circa l'assolvimento di doveri di informazione e pubblicità è ravvisabile da Reg. (CE) n.1083/2006 all'art. 45, alla lettera d) e alla lettera e):

d) azioni destinate ai partner, ai beneficiari dell'intervento dei Fondi e al **grande pubblico**, incluse le azioni informative;

e) azioni di divulgazione delle informazioni, creazione di reti e sensibilizzazione e azioni destinate a promuovere la cooperazione e lo scambio di esperienze in tutta la Comunità.

Risulta, invece, interessante come il dato normativo possa essere interpretabile alla luce degli intenti della programmazione regionale, e quindi il ruolo della comunicazione possa essere reso funzionale alle esigenze di attuazione del programma stesso. Questi aspetti sono individuabili se la comunicazione viene resa nella sua accezione più ampia, come humus per lo sviluppo di soluzioni innovative di dialogo ed interazione con i soggetti coinvolti nell'attuazione del programma operativo, entrando nei processi attraverso i sistemi informativi, la valutazione, lo scambio di informazioni:

c) valutazioni, rapporti di esperti, **statistiche e studi**, compresi quelli di natura generale, sul funzionamento dei Fondi, che possono essere effettuati se del caso dalla BEI o dal FEI tramite una sovvenzione o altre forme di cooperazione;

f) installazione, funzionamento e interconnessione di sistemi informatizzati per la gestione, la sorveglianza, il controllo e la valutazione;

g) miglioramento dei metodi di valutazione e scambio di informazioni sulle prassi vigenti in questo settore.

All'art 69 del Regolamento n. 1083/2006 le informazioni sono destinate ai cittadini dell'Unione europea e ai beneficiari allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi. E ne affida all'Autorità di Gestione il compito di fornire informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni che li pubblicizzano.

Negli intenti dell'amministrazione regionale, ai fini della programmazione 2007-2013, l'obiettivo della comunicazione deve spingersi fino a promuovere la "cittadinanza europea". L'Autorità di Gestione è orientata ad obiettivi che muovono dalle lezioni della precedente

programmazione - raccontare l'Europa - fino ad intervenire sull'agire europeo, favorendo la partecipazione nel processo di attuazione del programma operativo.

In un contesto in cui è prioritario stimolare il contributo dei cittadini in termini di idee, il loro controllo sui risultati conseguiti e la promozione di comportamenti virtuosi, l'e-democracy diventa quindi uno strumento per favorire nuovi modelli di comportamento; lo sforzo è di abbandonare il concetto di informazione statica per giungere ad un processo interattivo in cui la comunicazione permea tutte le fasi del processo di attuazione.

Come viene inoltre messo in evidenza nel preambolo del Regolamento (CE) n. 1828/2006⁽⁴⁾, i cittadini dell'Unione non sono ancora sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dalla Comunità europea rispetto ai programmi destinati a potenziare la competitività economica e a rafforzare la coesione interna.

Il Piano di Comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013 intende colmare questa lacuna nella comunicazione e nell'informazione. Esso deve essere, dunque, lo strumento per programmare organicamente ed ottimizzare le scelte di comunicazione inerenti il POR Campania FESR 2007-2013, identificando nel dettaglio le misure di informazione e pubblicità necessarie a colmare il gap comunicativo, bensì la leva strategica dell'Ente per definire precise responsabilità e ruoli degli attori coinvolti nel processo. Il Piano di Comunicazione diventa, così, esso stesso strumento per razionalizzare una nuova fase di programmazione in cui la comunicazione interviene direttamente sull'efficienza dei processi di attuazione.

2.2 L'insegnamento della precedente esperienza: comunicazione POR Campania 2000-2006

Nel periodo di programmazione 2000-2006 in Regione Campania è stata attribuita una maggiore importanza alla pubblicità e alla comunicazione dei fondi strutturali rispetto al precedente ciclo programmatorio. L'evoluzione del ruolo della comunicazione nel ciclo di programmazione e attuazione delle politiche comunitarie è avvenuta con gradualità e nell'attuale periodo di programmazione non è possibile prescindere dalla considerazione del suo rilievo strategico. Si è passati dalla semplice esigenza di informazione sulla disponibilità dei fondi (1994-1999), alla responsabilità di garantire trasparenza degli interventi sull'uso dei fondi, di coinvolgere le

(4) Il Regolamento (CE) n. 1828/2006 della Commissione dell'8 dicembre 2006 stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo Sociale Europeo e sul Fondo di Coesione e del Regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale.

parti economiche e sociali e le organizzazioni non governative (2000-2006), fino ad auspicare nell'attuale ciclo di programmazione (2007-2013), un livello strategico di comunicazione in grado di entrare a pieno titolo nel processo di gestione dei Fondi Strutturali. La Tabella 4 mostra in un quadro sinottico l'evoluzione del ruolo della comunicazione, sulla base delle istanze comunitarie e negli intenti dell'amministrazione regionale.

Tabella 4. L'evoluzione della comunicazione nei cicli di programmazione dei fondi strutturali

1994-1999	2000-2006	2007-2013
Decisione CE 342/1994	Regolamento CE 1159/2000	Regolamento CE 1083/2006
Trasparenza Notorietà	Per la prima volta nella storia dei fondi strutturali, la comunicazione è entrata a far parte del processo strategico, attraverso l'elaborazione di un Piano di Comunicazione	Promozione dell'importanza della comunicazione nel processo di gestione dei Fondi strutturali. Piano di comunicazione come strumento di creazione di valore per gli attori coinvolti, ai fini dell'attuazione del Programma stesso.
	Si pone l'accento sull'esigenza di implementare un insieme coerente di azioni definite da autorità nazionali, regionali e locali competenti. Le autorità competenti degli Stati membri pubblicano il contenuto dei programmi operativi e delle altre forme d'intervento nella forma più appropriata indicando la partecipazione dei Fondi strutturali. Esse ne garantiscono una divulgazione appropriata e tengono a disposizione degli interessati tutti i documenti connessi.	Maggiore enfasi allo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), funzionali ad una diversificazione maggiore di obiettivi e strumenti. Quindi la segmentazione degli attori di riferimento diviene sempre più uno strumento per aumentare le opportunità di gestione e razionalizzazione del lavoro, finalizzate all'attuazione del programma.

In merito all'esperienza della Regione Campania, le principali difficoltà incontrate nel precedente ciclo, sono state di natura organizzativa e culturale, con un'azione dell'amministrazione regionale che non è stata sempre incisiva, connotandosi per ritardi nell'attuazione di progetti del programma esecutivo e talvolta per mancate realizzazioni.

In un tessuto amministrativo complesso, carente di una cultura della comunicazione e di strumenti ordinari di coordinamento tra settori secondo una logica unitaria e strutturata, il lavoro svolto nella programmazione 2000-2006 è stato in tal senso finalizzato alla creazione di un humus necessario all'interno dell'organizzazione regionale innanzitutto e, poi, presso i soggetti attuatori, atto a favorire un processo graduale di adozione di strumenti di comunicazione.

È evidente che molte sono ancora le resistenze verso l'adozione di strumenti che impongono nuovi ritmi e nuovi modelli di lavoro, una maggiore integrazione e un approccio al risultato più attento alle esigenze del cittadino visto sempre più quale "cliente finale". Ciò non di meno, laddove si è fatto un esperimento di introduzione di nuovi strumenti di comunicazione informatici, per migliorare nel suo complesso la gestione del Programma, i risultati positivi sono emersi con forza.

Si può pertanto affermare che, grazie all'esperienza del precedente ciclo di programmazione, sia ormai diffusa nell'amministrazione regionale la sensibilità verso gli aspetti dell'informazione e della comunicazione. E' tuttavia necessario che tutto venga messo a sistema, attraverso soprattutto l'uso di strumenti innovativi, che semplifichino i flussi informativi con i soggetti attuatori e i destinatari finali.

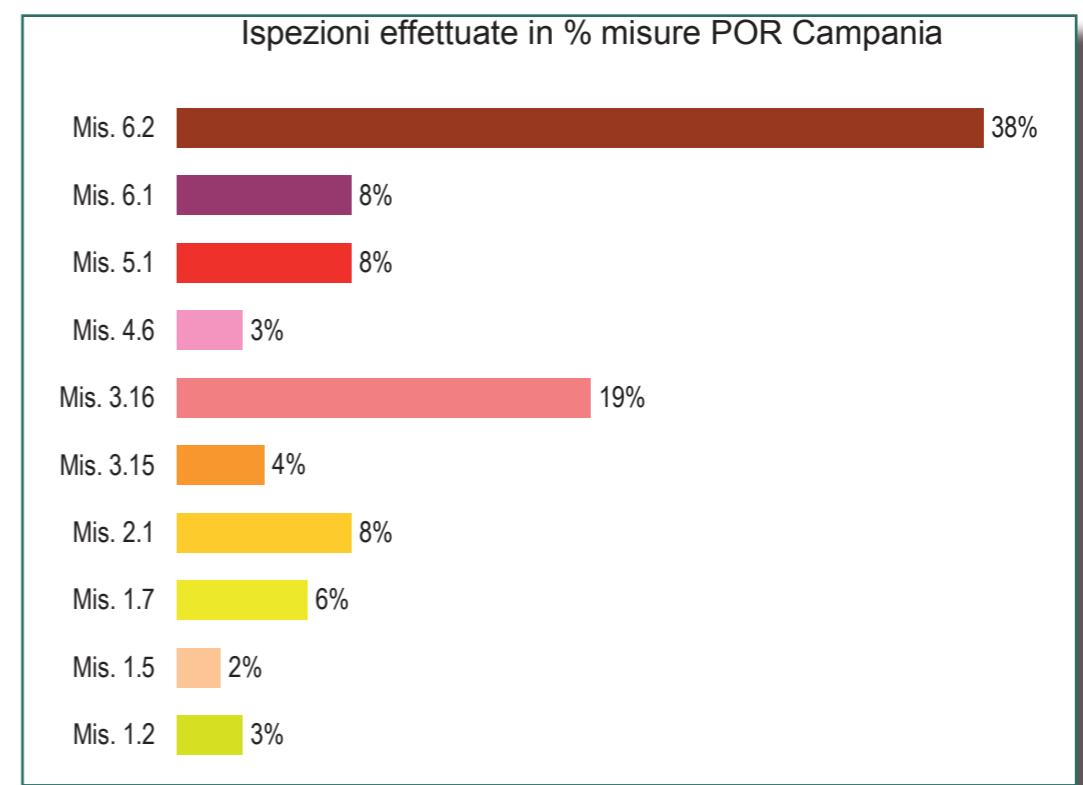
L'esperienza 2000-2006 ha inoltre messo in evidenza che la conoscenza dei fondi strutturali è pressoché omogeneamente diffusa presso i diversi pubblici di riferimento. Ciò anche grazie alla rilevanza che nel precedente ciclo programmatico l'Autorità di Gestione ha dato all'uso degli strumenti informatici nella sua strategia di comunicazione. Sono stati, infatti, realizzati strumenti quali le pagine web destinate al POR Campania 2000-2006, INFOPOR - *Campania Europa News*, un sistema informativo integrato e flessibile che rende disponibile ai diversi pubblici tutte le informazioni sull'attuazione del Programma Operativo Regionale. Sono state realizzate campagne di comunicazione sui temi della conoscenza, del lavoro, delle pari opportunità, dell'ambiente e del turismo per veicolare al grande pubblico i valori europei e informare sulle opportunità offerte dal Programma.

Alcuni dati relativi - ad esempio - al periodo dal luglio 2005 al febbraio 2008, rilevati dall'Unità per la comunicazione del POR 2000/2006, mostrano che l'attenzione al tema dei Fondi strutturali è andata crescendo, sino a raggiungere:

- 7932 utenti registrati alla *newsletter*;
- 1287 *news* pubblicate che rimandano ad altrettanti documenti in formato pdf;
- 103 *newsletter* inviate con cadenza settimanale;
- 1118 quesiti ricevuti via mail al servizio INFOPOR;
- 2008 contatti telefonici.

Nel corso dell'attuazione del programma 2000/2006 è inoltre andata crescendo l'attenzione agli obblighi in tema di informazione, e per ciò che concerne **la cartellonistica e le targhe commemorative**, l'Autorità di Gestione del POR Campania 2000-2006, mediante il Nucleo di Ispezione e Verifica, ha controllato a campione il rispetto del Reg.(CE)1159/00. In particolare,

Tabella 5. Ispezioni sul rispetto della normativa in materia di pubblicità - Anno 2007



dopo un primo campione già osservato e verificato, si è allargato il raggio d'azione del Nucleo di Ispezione e Verifica dell'AdG che nel 2007 ha effettuato ben 148 ispezioni su progetti cofinanziati FESR superiori a 3 milioni di euro.

E' possibile sintetizzare il ruolo della comunicazione nel precedente ciclo di programmazione attraverso la ricostruzione del processo di attuazione, interpretato con un approccio teorico che consenta di individuare quali fasi, attività e momenti di tale catena permetterebbero di creare il maggior "valore competitivo" per i cittadini, i beneficiari ed i destinatari tutti.

Se si applica tale modello di analisi e si assume quindi che nel processo di attuazione del POR Campania FESR sono individuabili singole fasi in grado di creare valore per il cittadino, la comunicazione deve entrare a pieno titolo in tutte le fasi del processo attuativo per massimizzare la quota di valore trasferibile; la comunicazione deve quindi essere portata a livello strategico, permeando tutte le fasi del processo.

Seguendo questo approccio, si nota come, rispetto al POR Campania 2000-2006 la comunicazione è intervenuta essenzialmente nella fase di emissione dei bandi, attraverso un supporto alla divulgazione delle occasioni legate all'attuazione del programma, e nella fase di monitoraggio, mediante l'implementazione di un sistema di raccolta dei dati.

L'informazione è dunque un elemento centrale della programmazione dei fondi strutturali, e l'Autorità di gestione deve informare e suscitare la partecipazione dei beneficiari e dei potenziali promotori di progetto. Occorre accertare che questi sappiano se la loro candidatura è pertinente, come predisporre un fascicolo di qualità e come realizzare efficacemente il loro progetto. Dal canto loro, i soggetti *partner* incaricati della gestione hanno bisogno di informazioni per amministrare e condurre il programma in modo efficace e oculato. Il pubblico, invece, deve essere informato sul modo in cui i fondi strutturali contribuiscono allo sviluppo della propria regione e al miglioramento delle condizioni di vita della popolazione locale.

Il Piano di comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013 tiene dunque conto dell'esperienza maturata nel precedente periodo di programmazione, alla luce delle istanze comunitarie e nazionali di:

- garanzia di trasparenza e imparzialità dell'azione amministrativa;
- esigenza di maggiore visibilità del ruolo dell'Unione Europea, dell'Italia e della Regione Campania;
- necessità di conoscenza dei risultati dei programmi operativi;
- facilitazione della partecipazione alle scelte della società civile;

Pertanto, risulta necessario instaurare un dialogo con i cittadini, basato sulla fiducia e sulla condivisione degli obiettivi. Tutto ciò deve passare necessariamente attraverso la progettazione e il mantenimento nel tempo di strumenti coordinati, tali da garantire visibilità, ma soprattutto riconoscibilità delle iniziative realizzate nell'ambito dei programmi operativi. Sempre più vengono richiesti dai beneficiari:

- l'adozione di nuovi modelli di dialogo con la Regione, allo scopo di ridurre i tempi di realizzazione dei progetti e di monitorare con maggiore attenzione i risultati conseguiti;
- sviluppo di nuovi servizi via web per facilitare l'accesso ai finanziamenti e la trasparenza dell'azione amministrativa;
- miglioramento della comunicazione dei progetti finanziati e dei risultati conseguiti per lo sviluppo della Regione Campania.

2.3 Analisi di contesto. Caratteristiche ed esigenze dei beneficiari, alla luce dei risultati dell'indagine "Imprese, enti locali e partenariato del POR Campania 2000-2006"

La lezione appresa nella precedente programmazione mostra come sia necessario rendere più efficienti, ovvero più semplici e fluidi, i processi di interazione fra l'Autorità di Gestione ed i diversi soggetti, affinché ciascuno possa svolgere il proprio ruolo nel modo più utile all'attuazione del programma. Per raggiungere tale obiettivo, accanto alla valutazione continua dei risultati del POR 2000-2006, è stata realizzata un'indagine mirata presso gli EE.LL., il partenariato e le imprese, per analizzare e comprendere come e quanto la comunicazione possa essere d'aiuto alla riorganizzazione del processo di attuazione, in una logica di ottimizzazione del contributo di tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione e di miglior conoscenza dei beneficiari.

L'indagine è stata svolta con interviste *face to face* su un campione di 455 imprese, tutte beneficiarie di finanziamenti, e con l'invio di un questionario ad hoc ai 7.000 iscritti alla news letter *Campania Europa News*, con l'invito a compilare lo stesso questionario *on line*.

Il risultato emerso dall'indagine mostra una grande consapevolezza dei diversi attori dell'importanza del proprio ruolo, ma ancora di più della necessità di realizzare un gioco di squadra che, attraverso l'adozione di nuovi modelli di dialogo con la Regione, consenta di ridurre i tempi di realizzazione dei progetti e di monitorare con maggiore attenzione da parte di tutti gli attori coinvolti, i risultati conseguiti.

Si individua pertanto nello sviluppo di nuovi servizi via web una strada possibile per avviare un riordino del processo di finanziamento con un evidente miglioramento delle *performance* di tutti gli attori coinvolti.

Le imprese

Come si è detto, la Regione Campania ha realizzato un'indagine con interviste *face to face* su un campione di 455 imprese, tutte beneficiarie di finanziamenti, suddivise per settori di attività. Il tasso di risposta è stato superiore al 30%. Il questionario è stato costruito sulla base del processo di partecipazione e, quindi, di fruizione delle risorse europee da parte delle imprese. Gli intervistati hanno messo in risalto le principali criticità, su cui il piano di comunicazione intende lavorare.

Le imprese sono risultate nel complesso mediamente soddisfatte, ciò non di meno hanno chiesto di intervenire sull'organizzazione ed erogazione delle informazioni in merito alle opportunità del POR e sulla semplificazione delle procedure di rendicontazione. Tutte le imprese hanno infatti richiesto di intervenire, anzitutto, sull'intero processo di finanziamento attraverso una riduzione dei tempi di valutazione delle domande e di erogazione dei contributi, e di conseguenza la lunghezza dei tempi è segnalata quale principale criticità da affrontare; hanno sollecitato uno snellimento dei passaggi burocratici e, principalmente, una semplificazione della rendicontazione, un innalzamento della capacità professionale di risposta da parte del personale regionale, ed un'informazione più chiara e accessibile, specialmente durante l'intero processo di finanziamento.

Per ciascuna fase dell'attuazione si è poi indagato rispetto alla semplicità, alla chiarezza, alla rapidità di erogazione e all'attendibilità delle informazioni fornite. Le aree sulle quali le imprese hanno reputato opportuno intervenire riguardano principalmente la chiarezza, la semplificazione del linguaggio ed i tempi di risposta. Inoltre le imprese, specialmente del settore secondario e terziario, hanno mostrato una preferenza verso lo sviluppo di soluzioni tecnologiche per migliorare l'efficienza al fine di accelerare il processo di erogazione del finanziamento. È il sito internet lo strumento verso cui, è emerso, si rivolgono le imprese per avere informazioni, mentre per approfondimenti o informazioni specifiche, le imprese hanno dichiarato di preferire il contatto diretto con gli operatori del settore competente.

In merito alla richiesta di individuare il canale di informazione preferito, il 38% si è indirizzato verso un periodico cartaceo, il 35% ha richiesto la *newsletter* e solo il 15% delle preferenze delle imprese è risultato orientato verso gli incontri diretti. Il dato sconta una netta preferenza nel settore dell'agricoltura per il cartaceo mentre le imprese dell'industria (49%) e dei servizi (37%) sono risultate più orientate verso la comunicazione *on line*. Serve, invece, il contatto diretto con la struttura regionale in fase di stesura del progetto per ricevere assistenza alla redazione.

È poi interessante evidenziare che le aziende che hanno risposto al questionario *on line* e che ricevono periodicamente la *newsletter Campania Europa News*, si sono mostrate molto interessate allo sviluppo di nuove soluzioni tecnologiche per migliorare il dialogo con la regione. Il tessuto imprenditoriale, seppur nelle sue differenze, appare comunque pronto ad un progetto di comunicazione che vada ad innovare i sistemi di interazione attraverso un'iniezione di nuove tecnologie. Tale dato emerge con chiarezza se si guarda alle aziende del terziario e dell'industria, meno pronte sono le imprese agricole.

Gli Enti locali

Un'indagine analoga è stata realizzata su un campione di 120 Enti locali che hanno ricevuto finanziamenti dalla scorsa programmazione. Obiettivo dell'indagine, era quello di conoscere meglio le esigenze del territorio in termini di comunicazione e, quindi, poter individuare dei progetti finalizzati a migliorare la performance complessiva del POR Campania 2007-2013. Gli Enti locali svolgono infatti un ruolo determinante nel processo attuativo e, dunque, migliorarne la capacità di azione, fluidificando il processo di realizzazione del POR con progetti di comunicazione mirati, appare in linea con gli obiettivi strategici del programma.

L'indagine svolta ha sottolineato, quale risultato positivo, che poco meno di 8 enti su 10 conosce e usa il portale regionale come fonte informativa principale per avere notizie sui fondi strutturali. Seguono, quale fonte di informazione, il contatto diretto con i funzionari regionali (75%), e la segnalazione politica (69%). La quasi totalità (82%) degli intervistati si è mostrata pronta ad un'informatizzazione dell'intero processo di finanziamento, e quasi 7 enti su 10 ritengono che se tutto si svolgesse via web il processo di finanziamento migliorerebbe.

Gli Enti locali intervistati, indipendentemente dalla loro dimensione, hanno segnalato criticità simili alle imprese che, in ordine di priorità, sono le seguenti:

- la lunghezza dei tempi procedurali (il 35% degli Enti locali ed il 30% delle imprese);
- la complessità delle procedure burocratiche (il 28% degli Enti locali ed il 18% delle imprese);

- la facilità di individuazione degli interlocutori (il 15% degli Enti locali ed 13% delle imprese);
- la chiarezza delle informazioni in ogni fase del processo di finanziamento (il 4% degli Enti locali ed il 10% imprese);
- la trasparenza del processo (il 2% degli Enti locali ed il 7% delle imprese).

Rispetto al processo di finanziamento anche gli Enti locali hanno segnalato la rendicontazione quale fase più critica (57%), seguita dalla fase di raccolta di informazioni (22%), di realizzazione del progetto (11%), e di presentazione della domanda di finanziamento (10%).

Fra le soluzioni individuate, si rileva l'ipotesi di riorganizzazione dell'intero processo attraverso la sua trasposizione su web, in modo tale da garantire un continuo contatto fra imprese, EE.LL. e Regione.

Il Partenariato

L'indagine svolta presso tutti i componenti il Tavolo del partenariato ha sottolineato che l'attuazione del POR 2000-2006 ha promosso un miglioramento del rapporto fra la Regione e le diverse associazioni, con alcune differenze fra le associazioni del comparto agricolo e quelle di minori dimensioni che ancora avvertono una loro marginalità nei tavoli di concertazione, e i sindacati e le associazioni di categoria maggiori che al contrario si sentono più ascoltati e considerati nel processo concertativo.

Pur riconoscendo, grazie al POR, la creazione di un modello di dialogo costante fra terzo settore e Regione, che trova concretezza nei tavoli di concertazione istituzionalizzati, i soggetti intervistati hanno rilevato alcune carenze nella gestione, da parte della Regione, del processo di concertazione, di seguito semplificato:

Figura 2 Il processo di concertazione



La principale criticità segnalata rispetto alla fase di sensibilizzazione riguarda la tempestività delle comunicazioni di tutte le convocazioni assembleari, dei bandi e dei concorsi, per cui si richiede maggiore efficienza, anche attraverso un uso più intenso del web nella gestione del rapporto, come luogo virtuale di incontro, scambio di informazioni e comunicazioni tra Amministrazione ed enti partner.

Con riferimento alla fase di partecipazione la richiesta che emerge è quella di una maggiore accessibilità informativa che può attuarsi attraverso una condivisione di documenti più aperti e flessibili, per favorire un processo di scambio e confronto tra le parti, e la definizione a monte di una tempistica più realistica ed efficace per la discussione, che tenga conto delle emergenzialità, della complessità dei progetti.

Il momento della decisione può essere migliorato, a detta degli intervistati, attraverso una comunicazione più trasparente al Tavolo di concertazione; la definizione di momenti sistematici di *feedback* sull'iter amministrativo e legislativo delle problematiche e/o dei progetti discussi al Tavolo; un miglior accesso informativo ai dati UE (Direttive, disposizioni ecc.) che coinvolgono la Regione Campania (attraverso la Segreteria e il Portale web), chiarendo con il Partenariato i vincoli e le opportunità definiti dalle normative europee.

Rispetto alla post concertazione si richiede di mettere a sistema momenti periodici per il monitoraggio, la valutazione ed il controllo dei progetti avviati e di affinare le procedure di valutazione creando sistemi avanzati basati su indicatori concreti/tangibili dell'effettivo raggiungimento di obiettivi e risultati, consentendo al Partenariato di svolgere una funzione centrale in merito, sulla base del fatto che possiede, ogni momento, il polso della situazione, proveniente dalla base dei propri associati.

Tutte le considerazioni svolte mettono in evidenza la necessità di passare ad una sistematizzazione del rapporto con il Partenariato con il supporto di un sistema di comunicazione che renda più semplice ed agevole l'interazione.

2.4 Analisi Swot

Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Maggiore conoscenza delle esigenze del territorio in termini di comunicazione 2. Integrazione tra strumenti innovativi e tradizionali nel precedente periodo di programmazione 3. Creazione all'interno dell'amministrazione regionale dell'humus necessario volto a favorire la cultura della comunicazione istituzionale 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Processi di interazione non definiti e non codificati fra Autorità di Gestione e i soggetti attuatori 2. Informazione erogata ai beneficiari ancora poco chiara e accessibile durante il processo di finanziamento 3. Criticità della fase di monitoraggio nel processo di attuazione del programma 4. Difficoltà a semplificare linguaggi e procedure
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Maggiore consapevolezza dei vari attori rispetto al proprio ruolo di attivatori di buone pratiche 2. Interesse verso nuove soluzioni tecnologiche di dialogo, da parte di chi già utilizza il canale di comunicazione <i>on-line</i> 3. Tavoli di concertazione istituzionalizzati grazie alla creazione attraverso i programmi, di un modello di dialogo tra Regione e partenariato 4. Buona diffusione delle ICT tra le imprese 5. Sensibilità della società rispetto al tema dell'Europa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percezione del pubblico di una comunicazione che ancora non esplicita in pieno i temi del valore aggiunto delle politiche europee 2. Comunicazione <i>on line</i> non ancora individuata come canale preferenziale/esclusivo da parte dei beneficiari 3. Rischio di una inefficiente <i>governance</i>

26

3. La Strategia

I Programmi Operativi FESR e FSE con il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) costituiscono, insieme al Fondo per le Aree Sottoutilizzate (FAS), l'impianto della nuova Programmazione unitaria della Regione Campania, l'ossatura strategica che accompagnerà lo sviluppo della nostra regione per i prossimi sette anni.

Nell'ottica di concentrazione ed ottimizzazione degli interventi e dell'uso di tutte le risorse disponibili, la Regione Campania intende sviluppare una strategia che consideri la comunicazione non solo come strumento di informazione, ma anche come mezzo e processo a supporto dell'attuazione della programmazione 2007-2013, declinando tale strategia negli obiettivi generali e specifici di seguito descritti.

Nello specifico, la Regione Campania, attraverso il POR FESR, intende promuovere la crescita economica e sociale della regione, secondo gli obiettivi delle strategie di Lisbona e di Goteborg: un'economia basata sulla conoscenza in un contesto territoriale attrattivo e in grado di fronteggiare le sfide della globalizzazione. Nello specifico, il POR promuove un concetto di competitività che fa leva sulla ricerca e sulla diffusione delle conoscenze, sulla valorizzazione delle eccellenze, in grado di garantire benessere, qualità della vita e sostenibilità dello sviluppo. La strategia di comunicazione dovrà pertanto essere volta a diffondere **i temi portanti** degli assi del POR:

- il connubio tra la tutela ambientale e la crescita economica derivante dallo sviluppo di attività turistiche e culturali;
- il potenziamento della ricerca, con la promozione dell'innovazione nel sistema produttivo;
- il risparmio energetico e la sostenibilità ambientale dell'uso della risorsa energetica;
- lo sviluppo dei collegamenti da e verso la regione, per facilitare la mobilità delle persone e delle merci all'interno della regione;
- lo sviluppo della Società dell'Informazione verso le imprese ed i cittadini, favorendo l'accesso e la diffusione di servizi *on-line* e l'*e-democracy*;

Questi temi devono occupare un ruolo di centralità nelle differenti azioni di comunicazione, con una forte integrazione con gli altri interventi che la Regione attuerà attraverso gli altri

27

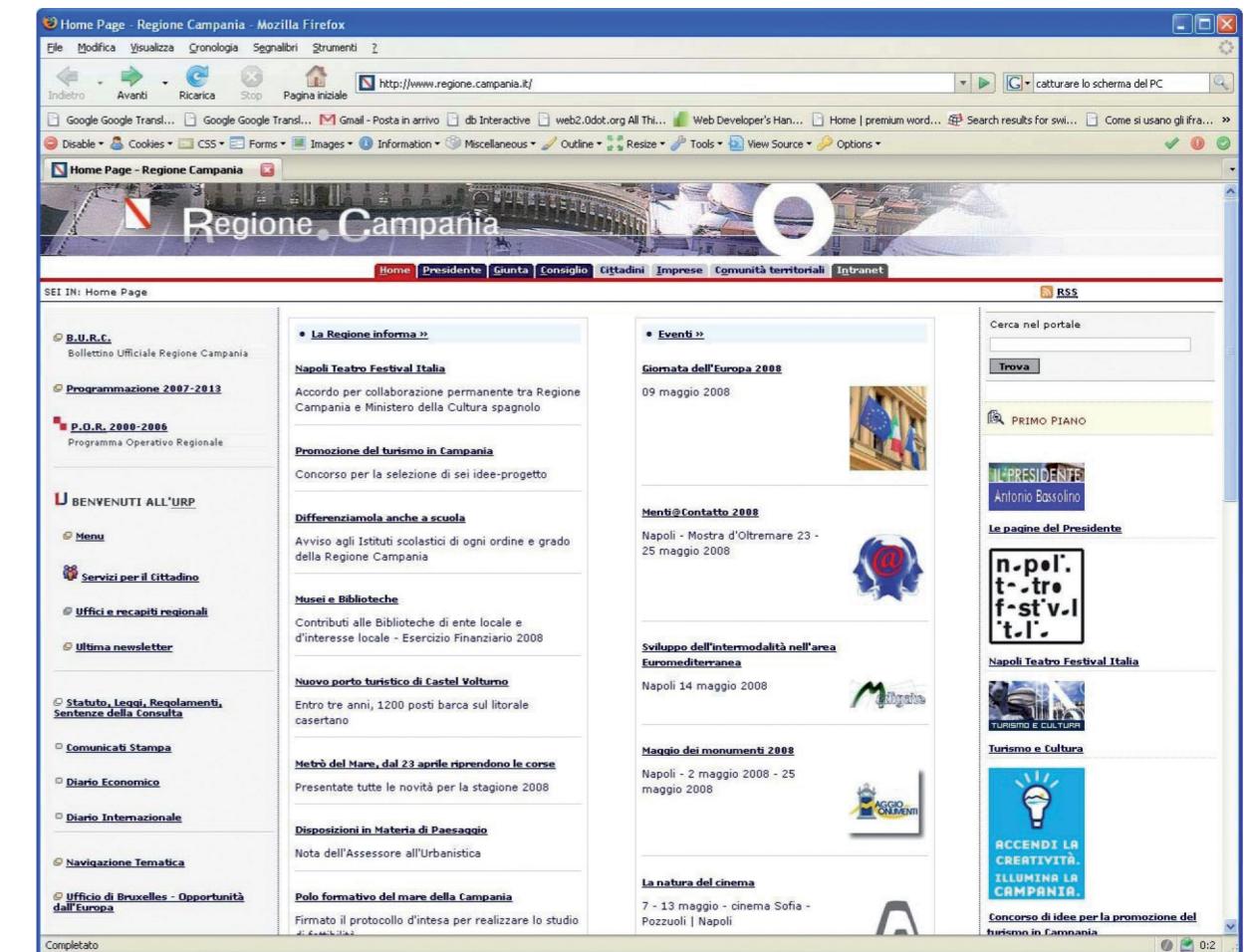
strumenti finanziari comunitari, nazionali e locali.

I contenuti delle azioni di comunicazione dovranno inoltre sempre evidenziare **il ruolo dell'Unione europea** e il valore aggiunto delle politiche di coesione promosse a livello comunitario e messe in atto a livello regionale e locale, per lo sviluppo e la diffusione. Attraverso il FESR l'Unione europea entra infatti concretamente nella vita quotidiana di milioni di cittadini campani, finanziando la costruzione di infrastrutture, stimolando l'innovazione e la modernizzazione dei sistemi produttivi, sostenendo una crescita compatibile con il rispetto dell'ambiente, promuovendo la formazione e l'occupazione. Si realizzerà pertanto un'immagine coordinata che renderà riconoscibili tutti gli interventi realizzati nell'ambito del programma dalle diverse azioni di comunicazione, e la frase *"La tua Campania cresce in Europa"* caratterizzerà tutti gli interventi di informazione e pubblicità, evidenziando il valore aggiunto dell'intervento comunitario. In considerazione sia dei diversi Programmi previsti per il prossimo periodo 2007-2013 sia della molteplicità degli interventi che verranno realizzati, l'individuazione di un'immagine coordinata garantirà così la massima visibilità e riconoscibilità alle campagne e alle iniziative condotte e contribuirà a migliorare il livello di conoscenza e comprensione da parte del grande pubblico.

Nell'ambito delle attività previste, si provvederà ovviamente ad assolvere tutti gli obblighi di informazione e comunicazione di cui al Regolamento (CE) N. 1828/2006 dell'8 dicembre 2006 (artt. 2-10) ed al Regolamento (CE) N. 1083/2006 dell'11 luglio 2006 (Art. 69) anche attraverso azioni puntuali, quali:

- l'esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana, a partire dal 9 maggio, davanti alle sedi delle autorità di gestione;
- informative al comitato di sorveglianza in merito all'attuazione del Piano, agli interventi informativi e pubblicitari realizzati, ai mezzi di comunicazione utilizzati, anche con esempi di tali attività;
- comunicati stampa puntuali per rendere note le sedute e le decisioni del Comitato di Sorveglianza;
- almeno un evento annuale, quale occasione per diffondere informazioni sull'attuazione del Programma nel modo più ampio possibile, illustrando i risultati raggiunti, anche per i Grandi Progetti. Sulle pagine del FESR saranno pubblicati tutti i documenti relativi all'evento, sia prima che dopo lo svolgimento dello stesso.

Figura 3. La *home page* del portale della Regione Campania nella settimana del 5-9 maggio 2008



Alla base della strategia di comunicazione per la programmazione 2007-2013 della Regione Campania si pongono quindi i temi che concretizzano il valore aggiunto delle politiche comunitarie nella vita di tutti i cittadini, per il raggiungimento degli obiettivi di Lisbona e di Goteborg, così come vengono realizzati in Campania grazie al POR FESR.

Tuttavia, al fine di instaurare un dialogo con i cittadini, basato sulla fiducia e sulla condivisione delle scelte, è fondamentale porsi obiettivi di **trasparenza** per la partecipazione effettiva della società civile e per un'**attuazione** dei Programmi che risulti efficiente ed efficace. Occorre quindi che la comunicazione garantisca anche trasparenza e facili i processi di attuazione.

Per la nuova programmazione quindi, la comunicazione dovrà porre al centro dell'attenzione il cittadino, gli enti locali, il partenariato, sia come destinatari finali che come soggetti attuatori, spingendo al tempo stesso l'organizzazione regionale ad un cambiamento culturale più orientato al risultato. L'informazione e la comunicazione rappresentano un risorsa preziosa per raggiungere simili, irrinunciabili obiettivi: ascoltare i beneficiari per conoscerne i bisogni e favorirne la partecipazione quali protagonisti delle scelte dell'amministrazione. Nella strategia di comunicazione rientrerà anche l'allargamento nella diffusione dei risultati e delle buone pratiche a livello nazionale ed europeo, quale elemento decisivo per un nuovo rapporto, più trasparente e continuativo, tra i cittadini e le istituzioni comunitarie.

Si coniugheranno pertanto i temi della progettazione strategica (il POR FESR, e i suoi obiettivi per uno sviluppo duraturo, qualificato e sostenibile ed il ruolo ricoperto dall'UE nel rendere possibile tale sviluppo) con una particolare attenzione ai cittadini ed agli attori dello sviluppo sociale ed economico, quale pubblico di riferimento, ulteriormente segmentato sulla base di una suddivisione dei destinatari di degli interventi del FESR in gruppi o sottogruppi omogenei al loro interno.

Per l'attuazione del piano si farà ricorso alla comunicazione integrata, volta a facilitare la convergenza tra le logiche della comunicazione interna alla regione e quelle della comunicazione esterna, che consentirà di interagire con il partenariato istituzionale ed economico-sociale, quale mezzo per raggiungere i gruppi destinatari ed i soggetti che a loro sono più vicini. L'integrazione sarà anche integrazione di mezzi, strumenti e canali, onde finalizzare la comunicazione alle caratteristiche ed alle esigenze dei gruppi destinatari e prevedendo sia l'uso di strumenti più tradizionali, che di tecnologie più avanzate. È importante infatti che si miri con un mix diverso di canali e strumenti al coinvolgimento delle diverse fasce di popolazione, tenendo conto delle differenze che esistono e, quindi progettando soluzioni mirate sulle esigenze dei diversi gruppi. Infine, il Piano di comunicazione consentirà di mettere a coerenza anche le campagne di

comunicazione relative al raggiungimento degli obiettivi di servizio previsti dal QSN.

Tale processo sarà agevolato dal lavoro svolto in questi anni, che è stato finalizzato alla creazione dell'*humus* necessario all'interno dell'organizzazione regionale innanzitutto e, poi, presso i soggetti attuatori, per favorire un processo graduale di adozione di strumenti di comunicazione e di *e-democracy* e per favorire lo sviluppo di una comunicazione integrata. L'*e-democracy*, diventa così non solo uno strumento utile per consentire ai cittadini di esercitare meglio i propri diritti, ma anche un mezzo per favorire nuovi modelli di comportamento e, quindi, un agire più coerente con i cambiamenti in corso.

Si descrive nella parte che segue la progettazione operativa del Piano, volta a tradurre la strategia in obiettivi strategici, e questi in obiettivi operativi, individuando gli strumenti e il *mix* delle attività più idonee al raggiungimento degli stessi in funzione dei destinatari e delle forme di comunicazione prescelte.

3.1 Gli obiettivi generali e gli obiettivi operativi

Il Piano di comunicazione del POR Campania FESR 2007-2013 intende raggiungere i seguenti **obiettivi generali**:

A. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR FESR, onde consentire la costruzione di relazioni di fiducia tra la Regione e tutti i suoi pubblici di riferimento, finalizzate anche ad una maggiore consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

B. trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso al programma ed alle risorse diventi più facile ed agevole, aiutando l'amministrazione nell'implementazione delle proprie politiche di sviluppo come declinate dai documenti di programmazione per una maggiore efficienza ed efficacia;

Gli obiettivi generali individuati portano alla definizione dei seguenti **obiettivi operativi**:

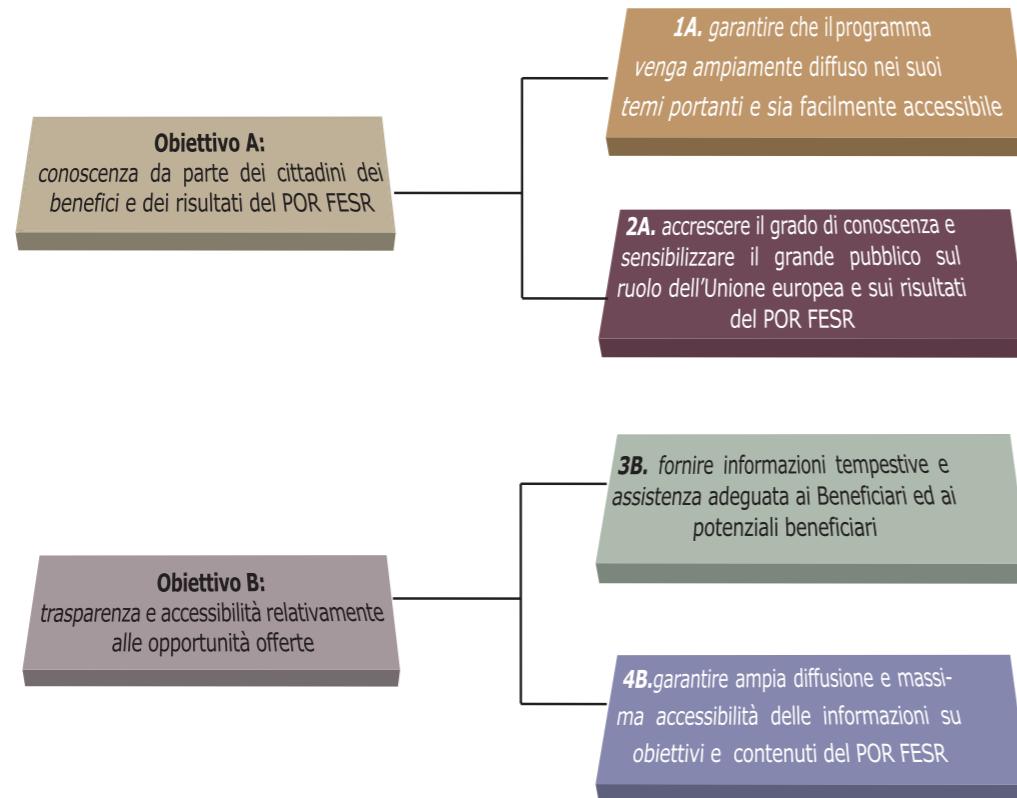
1A. garantire che il programma venga ampiamente diffuso nei suoi temi portanti, e sia facilmente accessibile a tutti i cittadini ed i potenziali beneficiari, favorendo il coinvolgimento anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione;

2A. accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti;

3B. fornire informazioni e assistenza adeguata ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari, attraverso la massima diffusione delle informazioni sui criteri di selezione delle operazioni da finanziare, le persone di riferimento a livello regionale o locale che possono fornire informazioni sui programmi operativi, la descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze, ed inoltre sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi;

4B. garantire ampia diffusione e massima accessibilità delle informazioni sui risultati conseguiti dal POR, sui contributi finanziari, le condizioni di ammissibilità, nonché delle informazioni relative all'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.

3.2 I pubblici di riferimento



Nell'ambito specifico della comunicazione pubblica, un'analisi approfondita del pubblico di riferimento rappresenta uno dei passi metodologici fondamentali alla base della progettazione e gestione di qualsiasi azione o intervento di comunicazione e, logicamente, anche della redazione ed implementazione di un complesso piano di comunicazione. Un'articolazione ed una identificazione precisa dei destinatari di una politica è infatti necessaria per permettere alla Regione Campania di contestualizzare i propri obiettivi strategici, che si pongono ad un livello altamente astratto, in obiettivi operativi, più aderenti alle caratteristiche del contesto in cui opera e di conseguenza con una più elevata probabilità di successo.

In linea di massima, tutti i possibili destinatari di informazioni e comunicazioni relative al POR Campania FESR possono essere i seguenti:

A. Istituzioni

- Unione Europea
- Istituzioni nazionali
- Autonomie Locali
- Enti strumentali

B. Influenti

- Parti economico - sociali
- Operatori e promotori dello sviluppo locale
- Sportelli Informativi presenti sul territorio
- Sistema scolastico, universitario e formativo
- Associazioni di categoria
- Associazioni ed enti del terzo settore
- Organizzazioni professionali
- Organizzazioni di orientamento professionale
- Centri studi e società di ricerca

C. Opinione pubblica

- Cittadini campani
- Cittadini italiani
- Cittadini europei

D. Media locali, nazionali e internazionali

E. Imprese

F. Pubblico interno all'amministrazione regionale

Dovendo tuttavia procedere ad una loro segmentazione, onde individuare le specifiche tipologie di destinatari dei singoli cui indirizzare le azioni del Piano di Comunicazione, si è in un primo momento optato per una segmentazione sulla base dei "benefici" ricercati dalla Regione Campania. I destinatari delle attività del Piano sono quindi stati divisi in base ai "vantaggi" che potrebbero derivare, per l'amministrazione, da un loro efficace coinvolgimento:

- **la società civile e l'opinione pubblica**, mirando al coinvolgimento dei cittadini attraverso l'adozione da parte degli stessi di comportamenti di cittadinanza attiva in linea con il modello europeo, in modo che politica, amministrazione e cittadini convergano nel perseguitamento dell'interesse generale dello sviluppo e della crescita e diffusione di una cultura "europea";
- **le istituzioni**, puntando al rafforzamento dell'azione degli Enti locali sul territorio, che serve ad accrescere l'efficacia del loro intervento ed a migliorare le *performance* attuative del programma, ma anche a trasferire a livello locale l'attenzione alla società civile ed all'opinione pubblica, in sinergia con quanto attuato dalla Regione;
- **il partenariato, lavorando al processo di concertazione in tutte le fasi di attuazione del Programma**, per condividerne il valore strategico ed, anche in questo caso, per agevolare l'attuazione del Programma;
- **il mondo economico**, promuovendo un tessuto imprenditoriale più attivo a cui è riconosciuto in un rinnovato rapporto con la Regione e con gli Enti locali, una maggior partecipazione al processo attuativo, ma anche la responsabilità di adottare comportamenti più coerenti con i valori sociali ed economici europei.
- **il pubblico interno**, cioè tutti coloro che nell'amministrazione lavorano, per consolidare una nuova cultura organizzativa e di governo che renda maggiormente efficiente ed efficace l'azione amministrativa e, quindi, l'attuazione del POR Campania FESR.

Tuttavia, tale segmentazione, essendo centrata sugli obiettivi dell'amministrazione, non tiene conto del comportamento di fruizione, e cioè di variabili legate ai fattori soggettivi che distinguono i possibili destinatari in base ai fattori comuni di scelta o di accesso al servizio o ai

comportamenti di fruizione (ad esempio, l' occasione di fruizione, i benefici attesi, le tipologie di fruitore, i servizi attesi, ecc..), e quindi sulla tipologia di domanda potenziale o espressa.

Le tipologie di pubblico di seguito descritte sono quindi state diversamente segmentate e raggruppate in quattro principali tipologie di destinatari delle azioni di comunicazione del POR Campania FESR, in funzione del loro interesse a fruire di informazioni e comunicazioni relative al programma: **potenziali beneficiari e beneficiari, partenariato, pubblico interno, grande pubblico, nel quale rientrano anche l'opinione pubblica e media**.

- **I potenziali beneficiari** hanno le caratteristiche per poter accedere alle opportunità previste, e pertanto ad essi vanno fornite informazioni adeguate e conformi alle precise esigenze (articoli giornalistici sulla stampa locale, servizi televisivi trasmessi su reti locali ed estere, eventi e manifestazioni, pubblicazioni, oltre ai mezzi informatici). Tali potenziali beneficiari sono già stati individuati per ciascun obiettivo operativo del POR FESR. L'informazione, la consultazione e la partecipazione attiva forniscono infatti all'amministrazione una migliore base per formulare le politiche pubbliche, e le consentono di diventare un'organizzazione che apprende. Fra i potenziali beneficiari è possibile annoverare gran parte dei destinatari del FESR (istituzioni, influenti, imprese, parti economiche, ecc..).
- **I beneficiari**, invece, sono tutti coloro che concretamente accedono alle opportunità previste dal FESR e che pertanto necessitano di avere informazioni puntuali e supporto sulle procedure amministrative richieste per attuare gli interventi, oltre a dover essere responsabilizzati sugli obblighi informativi e pubblicitari. Ai beneficiari verrà reso noto che, per attuare il principio della trasparenza, verranno inclusi in un elenco dei beneficiari che verrà reso pubblico. Questo segmento di pubblico può diventare un vero e proprio *testimonial* diretto delle politiche comunitarie, e va pertanto coinvolto e responsabilizzato sulla rilevanza delle azioni di informazione e pubblicità, superando una logica di mero rispetto normativo. Inoltre, laddove i beneficiari sono le città, gli enti locali, i Parchi, gli organismi intermedi, infondendo un senso di fiducia nei confronti dei poteri pubblici e migliorando la qualità delle politiche pubbliche locali, attraverso il rafforzamento delle relazioni amministrazione/cittadini si può accrescere la legittimità e aiutare a costruire conoscenza condivisa per trasformarla in capacità progettuale.
- **Il partenariato** è da considerarsi il soggetto da coinvolgere attivamente nelle azioni di informazione, a partire dal Tavolo regionale di partenariato che opera direttamente nell'attuazione del POR In alcuni casi il partenariato coincide anche con i beneficiari

di opportunità previste dal programma e quindi diviene fondamentale utilizzare i suoi canali di comunicazione per sensibilizzarlo sugli obblighi informativi e sulle modalità di comunicazione. Inoltre, il partenariato rientra a pieno titolo fra gli "influenti", cioè fra i soggetti consapevoli e interessati alla relazione con l'amministrazione e che sono anche in grado di influire sul raggiungimento degli obiettivi del POR, sia perché capaci di orientarne le variabili, sia perché capaci di orientare le opinioni dei destinatari finali.

- **Il Pubblico interno.** La comunicazione rivolta al pubblico c.d. "interno" all'amministrazione - sia dipendente sia collaboratori - si pone come complementare e funzionale alla comunicazione esterna, ed ha il compito di condividere il maggior numero di informazioni e dati, per permettere alla Regione di raggiungere livelli di efficienza ed efficacia molto alti nell'attuazione del POR FESR, oltre ad aumentare il senso di appartenenza, con un effetto positivo sul clima interno. Le azioni rivolte a tale pubblico, come meglio descritto nella sezione dedicata alla struttura organizzativa, si baseranno su una rete di referenti interni, per garantire capillarità e velocità di diffusione delle informazioni necessaria alla gestione e programmazione del POR. In termini di fruizione, risulta evidente che si tratta di un pubblico per il quale le informazioni e la comunicazione risultano fondamentali per la propria attività, ma anche funzionali all'organizzazione delle informazioni da veicolare verso l'esterno.
- **Grande pubblico.** I "cittadini portatori di interesse" o grande pubblico, sono una particolare tipologia di *stakeholder* che coincide con tutti i soggetti non organizzati che, per interesse o influenza, possono assumere atteggiamenti, comportamenti o opinioni a favore o contrari il raggiungimento di uno specifico obiettivo di politica pubblica. I cittadini campani, in quanto portatori di interesse, pur essendo difficilmente individuabili come beneficiari, saranno informati sull'avvio del programma, sulle fasi di realizzazione e sui risultati, onde sostenere ed attuare il concetto di cittadinanza europea e del ruolo della programmazione comunitaria a sostegno dello sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società campana. Particolare rilievo sarà dato al ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Campania al contributo dato per rendere più trasparenti le politiche, a sollecitare la partecipazione dei cittadini e migliorare la loro vicinanza alle istituzioni. Nella categoria di grande pubblico si fa riferimento a tutti i cittadini e, quindi, a:

- **giovani**, nel mondo della scuola, della formazione e dell'università. I giovani sono potenzialmente un tipico pubblico canale, attraverso loro è possibile raggiungere molti soggetti diversi, dalla famiglia ai diversi ambiti sociali;
- **donne**, nel rispetto dei principi delle pari opportunità anche applicato all'accesso alle informazioni;
- **fasce deboli**, coloro che difficilmente riescono ad accedere alle informazioni sia per ragioni strutturali che culturali per eliminare forme di disparità e di esclusione.

- **Opinione pubblica e media**, con attenzione alle differenze fra i gruppi (gruppi di età, grado di istruzione, diffusione nuove tecnologie, ecc.). Le principali campagne di comunicazione saranno rivolte al pubblico regionale, non escludendo interventi rivolti ad un pubblico nazionale ed europeo soprattutto in riferimento alle specificità delle differenti assi ed ai media. Per quanto attiene ai media locali, nazionali ed internazionali, gli stessi saranno considerati non solo "intermediari" della comunicazione, ma anche *target*, in quanto capaci d influire su/orientare l'opinione pubblica.

Per quanto attiene nello specifico ai mezzi ed i media che saranno attivati, è sottoriportata la Tabella 6 che sintetizza - in funzione delle tipologie di destinatari - le azioni mediatiche che saranno svolte, e che non sono attinenti solo al Progetto relativo alla Campagna di comunicazione, in quanto di supporto e/o utili a pubblicizzare la gran parte delle attività del Piano. In relazione alla copertura rispetto al territorio, agli indici di ascolto e di diffusione delle testate giornalistiche nazionali e locali, delle televisioni nazionali e locali, della free press, e delle radio nazionali e locali, saranno di volta in volta individuate le concrete modalità attuative. Ad esempio, i periodi di programmazione saranno individuati in base alle specifiche esigenze e secondo specifici eventi, così come saranno individuati in funzione dei destinatari i *mass media* da privilegiare⁽⁵⁾.

(2)Le fonti per gli indici di ascolto e diffusione saranno tratti da: www.auditel.it (dati sull'ascolto della televisione in Italia con aggiornamento a livello giornaliero e mensile); www.audipress.it (dati sulla lettura di quotidiani e periodici in Italia con aggiornamento a livello giornaliero e mensile). Inoltre il Corecom, Comitato Regionale per le Comunicazioni, che è un organo di consulenza e di gestione della Regione in materia di comunicazione, nonché organo funzionale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, istituito con la L.R. 9/2002 - Norme in materia di comunicazione e di emittenza radio televisiva ed istituzione del Comitato regionale per le Comunicazioni - CO.RE.COM cura il monitoraggio e l'analisi delle programmazioni radiofoniche e televisive trasmesse in ambito nazionale e locale e fornisce dati aggiornati e territorializzati.

Tabella 6. Tipologie di azioni e destinatari su *mass media*

Tipologie di azioni	Destinatari
Manifesti, poster, targhe, cartelloni, spazi pubblicitari, totem	Affissioni
Articoli sulla stampa, inserzioni pubblicitarie, campagne	
Spot pubblicitari e promozionali	
Corner Europa e numero verde	
Pagine del FESR	
Manifesti, poster, targhe, cartelloni, spazi pubblicitari	Stampa
Campagna stampa, articoli su riviste specializzate, conferenze stampa, comunicati stampa	
Spot pubblicitari e promozionali	
Newsletter, pubblicazioni, manuali specialistici per operatori, opuscoli	
Sezioni del sito web, numero verde	
Guide, Newsletter, pubblicazioni, manuali specialistici per operatori, opuscoli	Pubblicazioni specialistiche
Sezioni del sito web, numero verde	

In tal senso, particolare attenzione sarà prestata all'*informability*, onde assicurare che l'informazione sia resa accessibile al più ampio pubblico possibile, incluse le persone con bassi livelli di scolarità, difficoltà di apprendimento ed impedimenti sensoriali.

Nella parte che segue verranno analizzati nel dettaglio i progetti attuativi ed il relativo Masterplan, in relazione agli obiettivi perseguiti. Ad essi vanno aggiunti i progetti diretti a garantire l'attuazione del Piano, relativi all'assistenza tecnica al Piano e ad agli Assi.

4. Il Masterplan dei progetti

Il masterplan delle azioni di comunicazione deve assicurare la completa attuazione della strategia e il raggiungimento degli obiettivi. Si sviluppa in **12 progetti** per i quali vengono indicati: titolo, obiettivo generale, obiettivo operativo, pubblico di riferimento, contenuto, organizzazione, tempistica, modalità di realizzazione, modalità di valutazione, budget. Dal cronoprogramma si evincono le diverse fasi di realizzazione dei progetti nel periodo di programmazione 2007-2013.

I progetti, essendo rivolti all'attuazione dei quattro obiettivi operativi, sono in taluni casi "trasversali" e riguardano principalmente il grande pubblico e i potenziali beneficiari, essendo rivolti all'attuazione degli obiettivi 1A, 2A e 3B; in altri casi si tratta di progetti destinati direttamente ai beneficiari finali già individuati (obiettivo 3B). Altri ancora sono progetti che garantiscono l'attuazione stessa del Piano, e quindi di supporto diretto e/o azioni di sistema:

1. progetti rivolti alla costruzione della **cittadinanza attiva, alla conoscenza ed alla trasparenza**, finalizzati a favorire presso il grande pubblico l'adozione di comportamenti più vicini al concetto di cittadino europeo ed a garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari, e che vengano fornite tutte le informazioni per l'efficace attuazione;
2. progetti che contribuiscono alla **costruzione di un sistema più efficiente** di interazione fra Regione, Beneficiari e Partenariato onde favorire una efficiente ed efficace realizzazione del programma;
3. interventi di assistenza tecnica, volti a migliorare la **trasparenza amministrativa, a semplificare il linguaggio, a promuovere la cultura della comunicazione** istituzionale, a **supportare l'attuazione del Piano** stesso.

Accanto alla realizzazione di tali progetti, sulla home page del sito della Regione Campania - www.regione.campania.it - si provvederà ad individuare uno spazio web dedicato esclusivamente

al FESR, analogamente a quanto accadrà per il FSE.

Tale spazio rappresenterà un **contenitore unico** ove confluiranno tutte le informazioni relative al Fondo, sia dal punto di vista della gestione dello stesso, con un accesso immediato alle informazioni relative alla struttura organizzativa (nominativi e recapiti delle Autorità, dei Responsabili di Obiettivo operativo, ecc.), che dell'attuazione del Programma (bandi, graduatorie, ecc..). Inoltre, saranno approntate le sezioni specifiche nelle quali confluiranno tutte le informazioni e la documentazione del Programma (i Piani attuativi - dal Piano della comunicazione al Piano dell'Assistenza Tecnica; le programmazioni di Settore; i disciplinari per l'attuazione - dai Criteri di selezione ai disciplinari per l'acquisizione di beni e risorse; ecc..) con particolare riguardo all'attività di Controllo e Sorveglianza, con tutta la documentazione prodotta annualmente, sia per i Comitati di Sorveglianza che per il monitoraggio procedurale, fisico e finanziario del Programma. Ovviamente sarà presente una sezione dedicata ai risultati del POR FESR, che includerà l'elenco dei beneficiari (vedi Progetto 5), ma anche l'illustrazione di progetti realizzati, dello stato di attuazione dei Grandi Progetti, ecc..

Le pagine del FESR saranno pertanto una vera e propria **vetrina** di quanto realizzato con il Fondo e dai Progetti del Masterplan, e saranno volte ad offrire - in maniera unitaria, e con modalità comunicative e di navigazione chiare, intuitivamente semplici e comprensibili ai cittadini - un unico punto di accesso a tutte le informazioni.

Inoltre, come previsto dall'art. 7 del Regolamento (CE) n. 1828/2006 è stato già realizzato un evento che ha pubblicizzato l'avvio del POR Campania FESR 2007-2013, in data 14 marzo 2008 (immediatamente dopo il primo Comitato di Sorveglianza, che si è tenuto nei giorni 12 e 13 marzo 2008). In tale occasione sono stati presentati i principali risultati del POR 2000/2006 e gli indirizzi per l'attuazione della Programmazione 2007-2013 e del POR FESR. L'evento è stato ampiamente pubblicizzato sul sito della Regione Campania⁽⁶⁾, anche con la pubblicazione dei materiali, nonché dei video prodotti.

Figura 4. La pubblicazione del POR FESR 2007-2013 diffusa in occasione dell'evento del 14 marzo 2008



(6) atti del convegno tenutosi a Napoli il 14 marzo 2008 :

http://www.reione.campania.it/portal/mediatype/html/user/anon/page/_itemInterni.psml?forward=FWD-001-002&itemId=2891
http://www.reione.campania.it/portal/mediatype/html/user/anon/page/_itemInterni.psml?forward=FWD-001-004&itemId=2902

I progetti del Masterplan e i destinatari

Progetti	Grande pubblicità	Potenziali Beneficiari	Beneficiari	Partenariato	Media	Pubblico interno
1. Cartellonistica e targhe						
2. Animazione						
3. Campagne di comunicazione						
4. Festival dell'Europa						
5. Regione aperta: elenco Progetti e beneficiari <i>online</i>						
6. Campania Europa news						
7. Infopor						
8. Sistema comunicazione beneficiari, Enti pubblici, partenariato						
9. Coordinamento altre regioni d'Europa						
10. Manuale d'uso d'immagine coordinata						
11. <i>Data base</i> monitoraggio della comunicazione						
12. Assistenza tecnica agli assi in materia di comunicazione						

42

I progetti del Masterplan e gli obiettivi di riferimento

Progetti	obiettivi operativi			
	Obiettivo 1A: Garantire che il programma venga ampiamente diffuso nei suoi temi portanti, e sia facilmente accessibile	Obiettivo 2A: Accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione Europea e sui risultati POR FESR	Obiettivo 3B: Fornire informazioni tempestive e assistenza adeguata ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari	Obiettivo 4B: Garantire ampia diffusione e massima accessibilità delle informazioni su obiettivi e contenuti del POR FESR
1. Cartellonistica e targhe				
2. Animazione				
3. Campagne di comunicazione				
4. Festival dell'Europa				
5. Regione aperta: elenco progetti e beneficiari <i>online</i>				
6. Campania Europa news				
7. Infopor				
8. Sistema comunicazione beneficiari, Enti pubblici, partenariato				
9. Coordinamento altre regioni d'Europa				
10. Manuale d'uso d'immagine coordinata				
11. <i>Data base</i> monitoraggio della comunicazione				
12. Assistenza tecnica agli assi in materia di comunicazione				

43

4.1 I progetti: obiettivi, pubblici, tempistica, modalità di realizzazione, di valutazione, budget

44

1. CARTELLONISTICA e TARGHE	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Obiettivo operativo	accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, beneficiari, <i>media</i>
Contenuto	Il progetto prevede la realizzazione attraverso un bando di gara della produzione di cartellonistica e targhe commemorative in chiave comunicativa, che contengano sia le diciture formali previste da Reg. europeo che messaggi più efficaci ai cittadini in modo da memorizzare gli interventi ed aumentare nella percezione la notorietà europea
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione del progetto attraverso bando di gara
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • creazione immagine coordinata • realizzazione cartellonistica vario formato • realizzazione targhe commemorative • messa in opera delle stesse • pubblicazione delle informazioni e della normativa sulle pagine web del FESR
Modalità di valutazione	Rilevamento attraverso fotografie delle messe in opera e reportistica annuale
Budget	Euro 2 mln

2. ANIMAZIONE	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso nei suoi temi portanti, e sia facilmente accessibile accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti garantire ampia diffusione delle informazioni sui risultati conseguiti dal POR
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, media, pubblico interno
Contenuto	Il progetto prevede di definire e pianificare campagne di comunicazione che consentano, in maniera efficace e mirata, di informare l'opinione pubblica e tutti i soggetti interessati sugli obiettivi assunti; dare visibilità alle attività messe in campo, ai risultati conseguiti e alle risorse premiali ottenute; accrescere la consapevolezza dei potenziali destinatari dei servizi; valorizzare ulteriormente le iniziative messe in campo stimolando nei cittadini comportamenti più favorevoli e propositivi, in particolare in relazione ai temi degli obiettivi strategici del programma. Inoltre, il progetto conterrà azioni di diffusione dei risultati raggiunti, in corrispondenza con la redazione dei Rapporti annuali esecutivi, in modo da dare conto dei risultati progressivamente ottenuti, utilizzando il <i>claim</i> "La tua Campania cresce in Europa"
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione delle azioni di animazione
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • realizzazione dello stand • materiale informativo cartaceo • cartellonistica e locandine • inserzioni su media locali e nazionali • partecipazione a manifestazioni nazionali e locali • pubblicazione delle informazioni e dei prodotti sulle pagine web del FESR
Modalità di valutazione	Questionari da somministrare ai pubblici che partecipano agli eventi ed alle manifestazioni
Budget	Euro 1 mln

45

3. CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR Campania FESR trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso nei suoi temi portanti, e sia facilmente accessibile accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea fornire informazioni e assistenza adeguata ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari, garantire ampia diffusione e massima accessibilità delle informazioni sui risultati conseguiti dal POR
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, media, pubblico interno
Contenuto	Il progetto prevede di definire e pianificare campagne di comunicazione che consentano, in maniera efficace e mirata, di informare l'opinione pubblica e tutti i soggetti interessati sugli obiettivi assunti; dare visibilità alle attività messe in campo, ai risultati conseguiti e alle risorse premiali ottenute; accrescere la consapevolezza dei potenziali destinatari dei servizi; valorizzare ulteriormente le iniziative messe in campo stimolando nei cittadini comportamenti più favorevoli e propositivi, in particolare in relazione ai temi degli obiettivi strategici del programma. Inoltre, il progetto conterrà azioni di diffusione dei risultati raggiunti, in corrispondenza con la redazione dei Rapporti annuali esecutivi, in modo da dare conto dei risultati progressivamente ottenuti, utilizzando il <i>claim</i> "La tua Campania cresce in Europa"
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione delle diverse azioni di comunicazione
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	Si prevedono: <ul style="list-style-type: none">creazione immagine coordinata dell'iniziativacartellonistica, manifesti e locandinespot per il circuito televisivo, cinematografico e radiofonicoinserti nei quotidiani e periodici locali e nelle edizioni locali dei quotidiani nazionalimateriale informativo destinato a diversi pubblici, fra cui le istituzioni scolastichepagine web da pubblicare sul portale della Regione Campania e/o ospitate presso altri siti istituzionali<i>gadget</i>organizzazione di convegni e forumrealizzazione di video
Modalità di valutazione	Sondaggi presso il pubblico campano
Budget	Euro 4,2 mln (600 mila ciascun anno)

4. FESTIVAL DELL'EUROPA	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, in particolare i giovani e le donne, potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, <i>media</i>
Contenuto	Il progetto prevede un'azione continua di animazione che si dispiega su più anni volta a stimolare la partecipazione dei giovani sui temi oggetto dell'attuazione del Programma attraverso il meccanismo di concorso stimolando la produzione creativa dei giovani che danno vita a testi, video o immagini e che raccontino come "La tua Campania cresce in Europa". I materiali prodotti confluiranno in pagine web che svolgeranno, oltre al ruolo di vetrina dei lavori svolti, anche una funzione di assistenza e coordinamento alla realizzazione dei prodotti
Organizzazione	Protocollo di intesa con le istituzioni scolastiche e universitarie L'Autorità di Gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione delle azioni di animazione e di produzione dei materiali
Tempistica	La prima edizione 2009 poi per ciascun anno fino a completamento del programma
Modalità di realizzazione	Si prevedono: <ul style="list-style-type: none">creazione immagine coordinata dell'iniziativamateriale informativo cartaceopubblicazione materiali sulle pagine del FESRseminari e incontri nelle scuole con la partecipazione di tutor di eccezione registi e storicimanifestazione annuale per l'assegnazione dei premi
Modalità di valutazione	Questionari da somministrare durante la manifestazione
Budget	Euro 1,4 mln (200 mila annui)

5. REGIONE APERTA: ELENCO BENEFICIARI ONLINE	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Obiettivo operativo	accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, beneficiari, partenariato, <i>media</i>
Contenuto	Il progetto prevede la pubblicazione online attraverso modalità georeferenziata dell'elenco dei beneficiari e dei progetti finanziati dal Programma, attraverso la realizzazione di una piattaforma informatica pubblicata
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione della piattaforma informatica con il contributo dei servizi interni della Regione per la progettazione, il coordinamento, e l'aggiornamento
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	<p>Si prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • progettazione piattaforma informatica • diffusione attraverso i <i>media</i> delle pagine web • pubblicazione <i>online</i> nelle pagine del portale regionale sulle pagine del FESR
Modalità di valutazione	Questionario <i>online</i> nelle pagine web
Budget	Euro 200 mila

6. CAMPANIA EUROPA NEWS	
Obiettivo generale	trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile
Obiettivo operativo	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, <i>media</i>
Contenuto	Il progetto Campania Europa News è una <i>newsletter</i> settimanale inviata via mail che informa i propri iscritti e attraverso lo spazio web dedicato, delle politiche di sviluppo regionale, attuazione del POR, bandi, consorzi e tutto ciò che viene pubblicato dai bollettini ufficiali regionali, nazionali ed europei riguardanti il territorio campano
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà dei servizi interni alla Regione (URP) per la realizzazione delle azioni di comunicazione, associando servizi esterni per la progettazione e <i>upgrade</i> della piattaforma informatica
Tempistica	2007-2013
Modalità di realizzazione	<p>Si prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • creazione immagine coordinata della <i>newsletter</i> • piattaforma informatica dedicata e pubblicata nelle pagine del portale regionale • inserti nei quotidiani e periodici locali e nelle edizioni locali dei quotidiani nazionali per diffondere l'uso • invio settimanale via mail
Modalità di valutazione	Questionari <i>online</i> presso gli iscritti alla <i>newsletter</i>
Budget	Euro 350 mila (50 mila annui)

7. INFOPOR	
Obiettivo generale	trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari
Pubblico di riferimento	Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, <i>media</i> , pubblico interno
Contenuto	Il progetto consiste in un'attività di informazione di <i>contact center</i> per un'azione continua di diffusione delle opportunità offerte dal Programma e per la gestione di domande di orientamento ed a risposta pronta. Il servizio prevede l'utilizzo di numero verde, mail, <i>newsletter</i> Campania Europa News profilata a seconda delle esigenze dell'utente
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si avvarrà dei servizi interni per la realizzazione del progetto. Il Servizio sarà gestito unitariamente dall'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico (URP), in collaborazione con l'Unità per l'attuazione del Piano, presso l'Autorità di Gestione
Tempistica	2007-2013
Modalità di realizzazione	Si prevedono: <ul style="list-style-type: none"> • <i>contact center</i> • numero verde • mail
Modalità di valutazione	Questionari di <i>customer</i> presso il pubblico che contatterà il servizio
Budget	Euro 350 mila (50 mila annui)

8. SISTEMA COMUNICAZIONE IMPRESE, ENTI PUBBLICI, PARTENARIATO	
Obiettivo generale	trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari, beneficiari, grande pubblico: in particolar modo enti pubblici e imprese, partenariato, <i>media</i>
Contenuto	Il progetto prevede la costruzione, a partire dal processo di finanziamento, di un sistema che ne accompagni le diverse fasi semplificandole tanto nei contenuti quanto nel linguaggio. Si tratta di verificare ogni fase del processo e di sviluppare soluzioni web in chiave intranet, extranet e internet, che possano rendere più semplice la partecipazione dei diversi attori, alle diverse fasi del processo. Rispetto alla fase di promozione dell'informazione va fatto un lavoro di potenziamento degli strumenti attuali già in uso, vanno creati strumenti che permettano di profilare l'informazione sulle esigenze specifiche di ciascun <i>target</i> , potenziando i servizi web, rendendo più accessibile il contatto diretto fra potenziali beneficiari e Regione
Organizzazione	L'Autorità di Gestione attraverso un coordinamento fra le diverse aree progetterà e coorderà la realizzazione del sistema, avvalendosi di servizi esterni necessari alla realizzazione del progetto
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	Si prevedono: <ul style="list-style-type: none"> • creazione di una piattaforma informatica con spazi intranet, extranet e internet per la realizzazione di servizi <i>on line</i> destinati ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari cui accedere dalle pagine del FESR sul portale della regione • gruppo di lavoro trasversale tra i diversi attori istituzionali per la gestione del sistema e il partenariato per la diffusione dello stesso • seminari e incontri di divulgazione del sistema al pubblico interno e ai potenziali beneficiari
Modalità di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • Questionari di <i>customer on line</i> • numero di accessi al sistema • numero di partecipanti ai seminari • numero di incontri con il partenariato
Budget	Euro 490 mila (70 mila annui)

9. COORDINAMENTO CON ALTRE REGIONI D'EUROPA	
Obiettivo generale	consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio
Obiettivo operativo	accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti
Pubblico di riferimento	Pubblico interno, istituzioni nazionali ed europee
Contenuto	La Regione Campania intende avviare intese con i referenti della comunicazione delle altre regioni europee, con i referenti della comunicazione del Dipartimento per le politiche di Sviluppo del Ministero dello Sviluppo economico al fine di condividere processi di comunicazione finalizzati alla diffusione delle informazioni sullo sviluppo socioeconomico prodotto dall'attuazione dei QCS, dei POR e dei PON
Organizzazione	L'Autorità di Gestione organizzerà incontri o vi parteciperà in sedi nazionali e internazionali presso le altre regioni
Tempistica	2007-2013
Modalità di realizzazione	<p>Si prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • organizzazione congiunta di cicli di convegni e seminari su temi concertati • condivisione delle informazioni sui website istituzionali delle Regioni e del Dipartimento delle Politiche di Sviluppo e sui siti finanziati dalle POR • condivisione di azioni di comunicazione innovative per pubblici privilegiati • scambi di buone pratiche
Modalità di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • partecipazione ai convegni • accesso al/ai sistemi • azioni congiunte realizzate
Budget	Euro 70mila (10 mila annui)

10. MANUALE D'USO IMMAGINE COORDINATA	
Obiettivo generale	consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio
Obiettivo operativo	accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, pubblico interno
Contenuto	La funzione del manuale di immagine è quella di definire e codificare gli elementi base della comunicazione, indispensabili per conferire al programma un'immagine uniforme, connotata e coerente. Gli strumenti di comunicazione, pubblicazioni cartacee, pagine web e ogni altro strumento di comunicazione, dovranno essere declinati allo stesso modo per riflettere l'identità. Gli emblemi istituzionali dell'UE, dell'Italia e della Campania insieme al <i>claim</i> "La tua Campania cresce in Europa" saranno presenti in ciascun strumento di comunicazione, sia esso cartaceo, digitale o video, finanziato dal POR Campania FESR seguendo le indicazione d'immagine coordinata previste dal manuale d'uso
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si servirà di servizi esterni per la realizzazione
Tempistica	2008-2013
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • produzione cartacea e <i>online</i> del manuale • diffusione capillare presso i pubblici indicati con seminari informativi per la presentazione del manuale • pubblicazione delle informazioni e dei prodotti sulle pagine web del FESR
Modalità di valutazione	Declinazione dell'immagine su materiali di comunicazione
Budget	Euro 20mila

11. DATA BASE MONITORAGGIO DELLA COMUNICAZIONE	
Obiettivo generale	conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Obiettivo operativo	fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi
Pubblico di riferimento	pubblico interno
Contenuto	<p>Il progetto prevede l'archiviazione delle informazioni ed i materiali di comunicazione rilevati, in un database di raccolta e catalogazione digitale degli strumenti prodotti. In particolare, le schede prodotto conterranno le informazioni relative ai seguenti campi di classificazione: nome del progetto, descrizione progetto, obiettivo del progetto, pubblico prioritario, tipologia strumenti attività di comunicazione, descrizione degli strumenti/attività.</p> <p>Le schede progetto conterranno anche <i>link</i> ipertestuali per il collegamento a fonti tematiche idonee all'approfondimento delle singole schede progettuali, nonché PDF dei materiali prodotti.</p> <p>La raccolta della documentazione sarà di supporto al monitoraggio ed alla valutazione dell'attuazione del Piano</p>
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si servirà di servizi interni ed esterni per la realizzazione del data base
Tempistica	2007-2013
Modalità di realizzazione	<p>Si prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • implementazione piattaforma informatica • pubblicazione sulle pagine web FESR del portale regionale • diffusione presso i pubblici interni attraverso seminari formativi per la compilazione delle schede
Modalità di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • accessi al DB • schede prodotte
Budget	Euro 40mila

54

12. ASSISTENZA TECNICA ALL'ATTUAZIONE DEL PIANO	
Obiettivo generale	trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR
Obiettivo operativo	migliorare la trasparenza amministrativa, semplificare il linguaggio, promuovere la cultura della comunicazione istituzionale
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari, beneficiari, partenariato, pubblico interno
Contenuto	Il progetto prevede la strutturazione di procedure e modalità per garantire agli addetti l'attuazione del POR un supporto tecnico continuo in materia di comunicazione. Le azioni realizzate dovranno consentire il supporto all'AdG anche in merito all'attuazione dei Grandi Progetti e delle deleghe agli organismi intermedi. Inoltre il progetto sarà di supporto al processo di monitoraggio e reportistica
Organizzazione	L'Autorità di Gestione si servirà di servizi interni ed esterni per la realizzazione del progetto
Tempistica	2007-2013
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • acquisizione di competenze ad hoc ed incontri di formazione ed autoformazione • uso di una piattaforma informatica in modalità intranet per fornire supporto alla comunicazione e per la diffusione presso i pubblici interni di tutti i materiali per la progettazione e produzione di azioni di comunicazione (manuale d'uso, data base monitoraggio etc.)
Modalità di valutazione	<ul style="list-style-type: none"> • materiali diffusi • incontri
Budget	Euro 3 mln

55

4.2 - Cronogramma dei progetti

Progetti	Cronoprogramma dei progetti						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1.Cartellonistica e targhe							
2.Animatione							
3.Campagne di comunicazione							
4.Festival dell'Europa							
5.Regione aperta: elenco progetti e beneficiari <i>on line</i>							
6.Campania Europa News							
7.Infopor							
8. Sistema comunicazione beneficiari, enti pubblici, partenariato							
9.Coordinamento altre regioni d'Europa							
10.Manuale d'uso d'immagine coordinata							
11.Data base monitoraggio della comunicazione							
12.Assistenza tecnica agli assi in materia di comunicazione							

56

4.3 - Tabella riassuntiva dei costi/budget

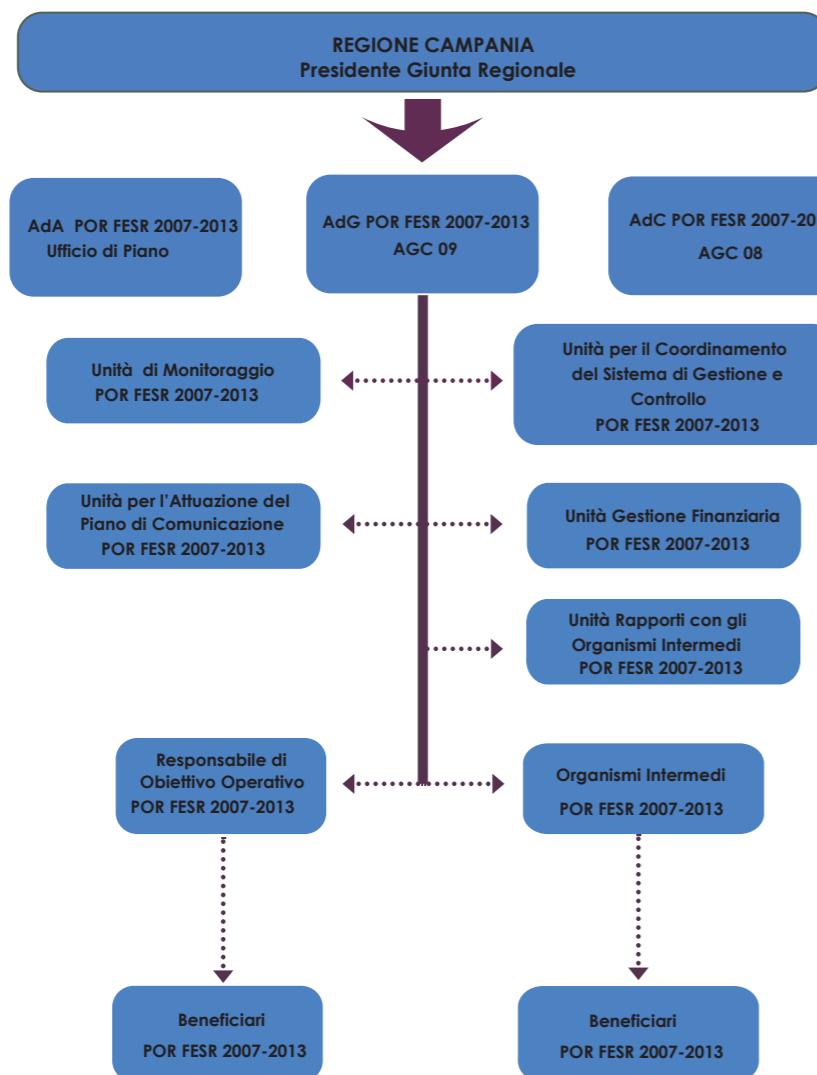
TABELLA RIASSUNTIVA DEI COSTI/BUDGET	
1. Cartellonistica e targhe	€ 2.000.000
2. Animazione	€ 1.000.000
3. Campagne di comunicazione	€ 4.200.000 (€ 600.000 x ciascun anno)
4. Festival dell'Europa	€ 1.400.000 (€ 200.000 x ciascun anno)
5. Regione aperta: elenco progetti e beneficiari <i>online</i>	€ 200.000
6. Campania Europa news	€ 350.000 (€ 50.000 annui)
7. Infopor	€ 350.000 (€ 50.000 annui)
8. Sistema comunicazione beneficiari, EE.LL., partenariato	€ 490.000 (€ 70.000 annui)
9. Coordinamento altre regioni d'Europa	€ 70.000 (€ 10.000 annui)
10. Manuale d'uso d'immagine coordinata	€ 20.000
11. Data base monitoraggio della comunicazione	€ 40.000
12. Assistenza tecnica agli assi in materia di comunicazione	€ 3.000.000
Totale	€ 13.120.000 (*)

(*)Si ricorda che, secondo le disposizioni finanziarie del POR Campania FESR 2007-2013, la quota di contributo comunitario è pari al 50%. La restante quota di finanziamento nazionale pubblico è ripartita per il 70% a valere sul Fondo di Rotazione Nazionale ed il 30% a valere sul Bilancio Regionale.

57

5. La struttura organizzativa

La struttura organizzativa sulla quale insiste l'attuazione del POR FESR nel suo complesso è descritta nella Relazione ex art. 71 Reg. (CE) n.1083/06 sui sistemi di gestione e controllo del Programma, ed è sotto riportata.



58

Il sistema di gestione e di controllo del POR Campania FESR, data la particolare ampiezza e complessità della realtà organizzativa caratterizzante l'Amministrazione Regionale, prevede tuttavia gradi significativi di deleghe ai diversi Centri di Responsabilità (CdR). A fronte di tale complessità, corrisponde una ramificata struttura organizzativa che si occuperà dell'attuazione del Piano di Comunicazione, con attività di *front office* e di *back office*.

La gestione e il coordinamento complessivo dell'attuazione Piano di comunicazione del POR Campania FESR nel suo complesso resta di diretta responsabilità dell'Autorità di Gestione, presso l'Area di Coordinamento 09 della Regione Campania, Settore 02.

Struttura competente: Area Generale di Coordinamento 09 - Rapporti con gli organi nazionali ed internazionali in materia di interesse regionale - Autorità di gestione POR Campania FESR - Dott. C.F. Neri

Indirizzo: Via S.Lucia, 81 - 80134 Napoli

Telefono: 081/7962558 - 081/7962559 - **Fax:** 081/7962381

adg.fesr@regione.campania.it

59

A supporto dell'Autorità di Gestione, nella struttura organizzativa dell'Area si è voluto individuare una Unità dedicata alle attività di informazione e comunicazione e per l'attuazione del Piano di Comunicazione. Tale Unità conterà di alcune unità di personale dipendente ma sarà di volta in volta supportata dalle professionalità esterne necessarie (vedi Progetto 12). Il personale interno coordinerà le attività e le risorse e sarà composto almeno da:

- n. 1 dirigente;
- n. 2 funzionari;
- n. 3 istruttori.

Per l'attuazione, tale unità operativa si interfacerà con i diversi Centri di Responsabilità connessi all'attuazione del Piano e con ciascuna Area generale di Coordinamento e ciascun Team di Obiettivo Operativo attraverso Referenti per il coordinamento delle attività relative al

Piano di Comunicazione, che potranno coincidere con i referenti dell'URP - Ufficio Responsabile dell'informazione diretta ai cittadini.

L'informazione diretta ai cittadini - *Front office*

L'ufficio responsabile per l'informazione diretta ai cittadini per la Regione Campania è il Servizio 04 - URP - del Settore 02 dell'AGC 01, come già individuato nel POR. Esistono 5 sedi URP in Regione Campania, uno presso ciascuna Provincia, e sono collocati in luoghi estremamente accessibili al pubblico.⁽⁴⁾

Da Delibera istitutiva (Delibera di Giunta Regionale n. 612 del 14 febbraio 2003) l'URP è tenuto, tra l'altro, a informare gli utenti sulle modalità di accesso agli atti e sullo stato dei procedimento e dei servizi e a svolgere attività di comunicazione al fine di assicurare la conoscenza di normative, strutture e servizi. L'Ufficio svolgerà tali funzioni per quanto attiene specificamente al Fondo FESR, fornendo agli utenti informazioni di primo livello attraverso sportelli per il contatto diretto, veri e propri *"Corner Europa"*, e grazie ai numeri verdi ed al canale web (e-mail, newsletter Campania Europa News, INFOPOR)⁽⁵⁾

60



Sede URP di Napoli



Sede URP di Avellino



Sede URP di Salerno

Gli operatori URP reperiranno le informazioni di primo livello accedendo ad una Banca dati ad uso interno, che sarà costantemente alimentata e validata nei suoi contenuti dall'Unità per l'attuazione del Piano e dai Referenti per la comunicazione presso le strutture regionali. Tale sistema di gestione del patrimonio informativo dell'Amministrazione permetterà di memorizzare i contenuti, da validare e aggiornare nel tempo, in stretta collaborazione con i referenti

(4) Link agli indirizzi delle sedi provinciali URP: http://www.regione.campania.it/portal/mediatype/html/user/anon/page/URP_Home.psml

(5) Al riguardo è stato richiesto che vengano svolti corsi ad hoc per il personale dell'URP che sarà impegnato nei Corner Europa sulle tematiche del ciclo di programmazione 2007-2013.

competenti per materia, dislocati presso le AGC. Nel caso in cui la richiesta dell'utente non possa essere evasa con le informazioni già disponibili, l'operatore potrà reperire le informazioni rivolgendosi ai referenti presso le strutture operative oppure potrà indirizzare l'utente verso la struttura responsabile (responsabile di obiettivo operativo, autorità previste dal POR, ecc..); tali informazioni, validate dall'Autorità di Gestione per il tramite dell'Unità per la Comunicazione, saranno poi patrimonializzate nella banca dati a disposizione degli operatori di *front office*.

Le attività di coordinamento e attuazione (*back office*)

Le rete di referenti per la comunicazione è già esistente e sarà utilizzata anche per l'implementazione delle attività relative al Piano di Comunicazione del FESR. I referenti per la comunicazione sono infatti già allocati presso le 21 Aree della Regione e costituiscono una rete in grado di garantire flussi informativi costanti fra l'Unità per l'attuazione del Piano e i Centri di Responsabilità allocati presso le Aree impegnate nell'attuazione del POR FESR (Responsabili di Obiettivi Operativi, Autorità di Audit, Autorità di Certificazione, ecc.).

61

Le eventuali azioni di comunicazione di ciascun Obiettivo - laddove previste nel POR FESR ed ammissibili alle spese dell'obiettivo stesso - saranno di diretta responsabilità dei Responsabili degli obiettivi operativi già individuati dal POR, che saranno tenuti ad informare semestralmente l'Autorità di Gestione circa le attività e le azioni di comunicazione che prevedono di attuare, in modo da consentirne il coordinamento ed una immagine unitaria. Attraverso la rete dei referenti URP avverrà il monitoraggio di tali eventuali azioni che saranno sempre pubblicate sulle pagine web del Fondo.

Gli oneri di funzionamento della sola Unità operativa posta alle dipendenze dell'Autorità di Gestione, adeguate all'entità dei compiti da assolvere, saranno posti a carico delle risorse previste per l'Assistenza Tecnica. Per le eventuali competenze esterne da acquisire, le risorse saranno invece quelle previste dai Progetti del presente Piano.

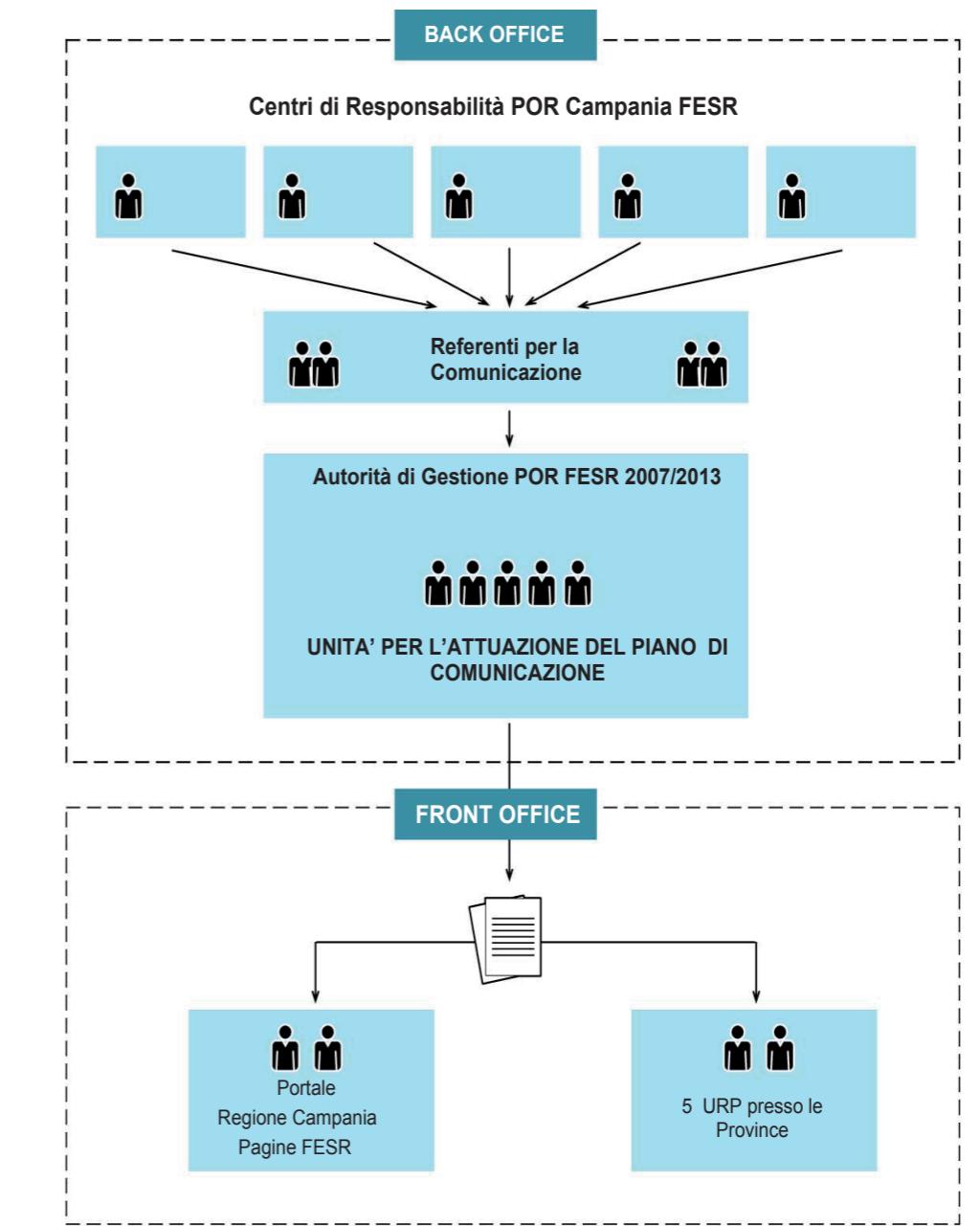
Di seguito sono riportate le principali attività previste e le strutture organizzative preposte alla loro realizzazione, nonché un flussogramma che descrive la struttura organizzativa preposta all'attuazione del Piano.

Redazione e aggiornamento del Piano di Comunicazione ⇒ Autorità di Gestione e Unità per l'attuazione del Piano di Comunicazione

Attuazione del Piano di Comunicazione ⇒ Autorità di Gestione e Unità per l'attuazione del Piano di Comunicazione

Informazione e Sistema Informativo, ed in particolare:

- attività di pubblicità ed informazione connessa all'utilizzo dei fondi comunitari e degli interventi programmati con il POR FESR ⇒ Autorità di Gestione e Unità per l'attuazione del Piano di Comunicazione; Sportello informativo URP;
- informazioni dirette ai cittadini ⇒ Sportello informativo URP;
- diffusione dei bandi, delle successive relative graduatorie curando il loro inserimento nel sito informativo della Regione ⇒ Responsabili di Obiettivo Operativo e loro Team tramite portale FESR, Sportello URP (*on demand*);
- Monitoraggio e verifica del rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità per le azioni previste dal POR per i singoli Obiettivi Operativi ⇒ Responsabili di Obiettivo Operativo e loro Team, con il supporto dell'Unità per l'attuazione del Piano di Comunicazione.



6. Monitoraggio e valutazione

L'attuazione del Piano di Comunicazione non può prescindere dalla valutazione della sua efficacia in fase di realizzazione per la verifica dei risultati ottenuti in merito alla diffusione delle informazioni e alla partecipazione alle opportunità offerte dal POR Campania FESR, pertanto, saranno poste in essere attività di monitoraggio e valutazione.

Il sistema di monitoraggio, anche alla luce dell'esperienza relativa al periodo di programmazione 2000-2006, mira ad accompagnare la realizzazione del POR Campania FESR 2007-2013 attraverso:

1. la verifica continua dello stato di attuazione delle azioni di pubblicità e informazione programmate;
2. la verifica continua del rispetto delle regole imposte dal Regolamento (CE) n.1828/2006;
3. la verifica della coerenza delle azioni di informazione e pubblicità rispetto agli obiettivi del programma;
4. il monitoraggio delle criticità incontrate dall'organizzazione nel processo di attuazione;
5. l'individuazione di casi di successo, al fine di analizzare gli elementi positivi da replicare.

Il monitoraggio individua:

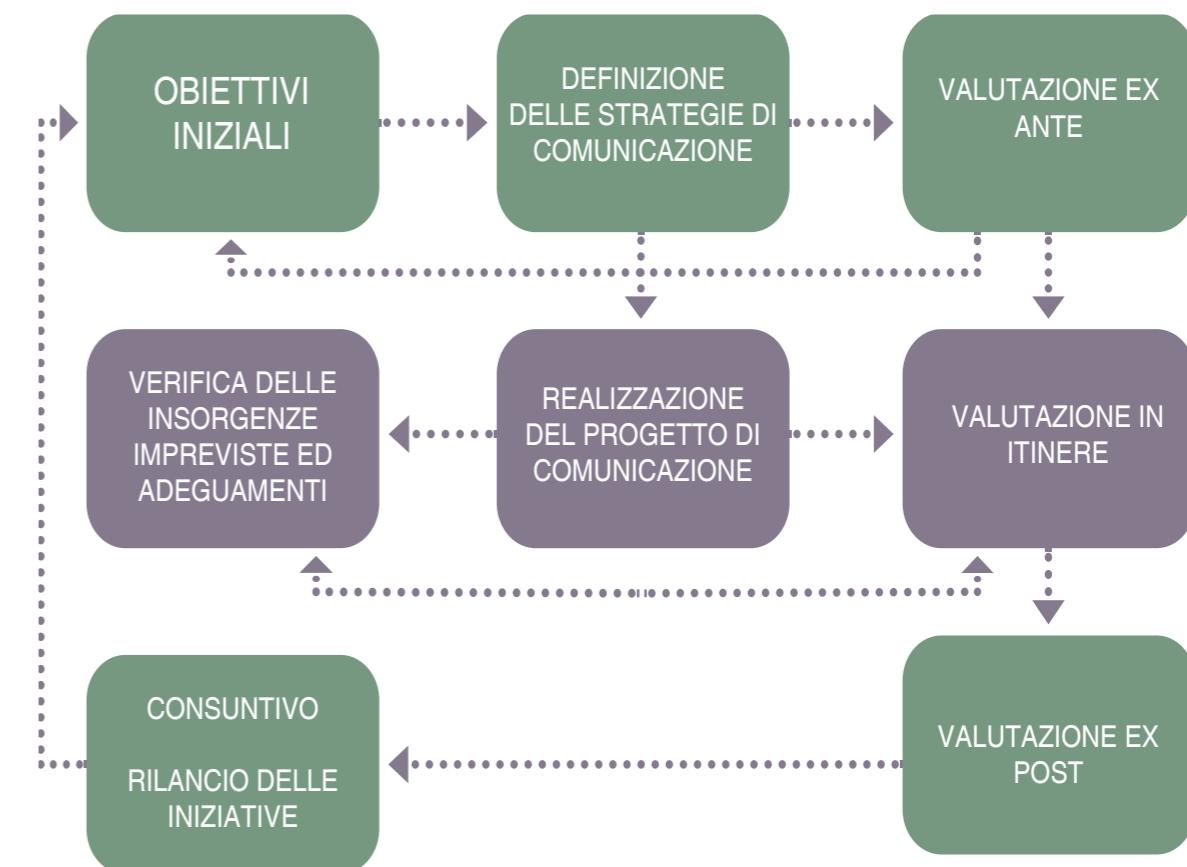
- i destinatari delle azioni informative;
- gli strumenti realizzati, la quantità e i contenuti principali;
- quantità e modalità della distribuzione degli strumenti/attività prodotte (spazi *media*, distribuzione a convegni, manifestazione, centri informativi, ecc.).

Il sistema di monitoraggio poggia su alcuni strumenti:

- un gruppo di lavoro interno dell'Unità per l'attuazione del Piano di Comunicazione, supportato dalle necessarie professionalità esterne, che svolge anche funzioni di assistenza tecnica sui temi della comunicazione;
- un modello di rilevazione standardizzato che si basa su una scheda informatizzata e su interviste dirette a chi ha la responsabilità di realizzare le azioni;
- un *data base* che raccoglie e archivia azioni e strumenti di comunicazione

- realizzati;
- un rapporto annuale che rappresenta un momento di condivisione sul percorso svolto.

I dati raccolti dal monitoraggio rappresentano la base per svolgere un'azione di autovalutazione rispetto a quanto realizzato e di valutazione dei risultati ottenuti. Tale valutazione sarà svolta *ex ante*, in *itinere*, *ex post*.



Sul fronte della valutazione si intende, pertanto, misurare l'efficacia della comunicazione prevedendo e programmando per le principali azioni di comunicazione realizzate un mix di strumenti per la verifica dei risultati presso i pubblici di riferimento. Risulta, infatti, indispensabile che accanto ad un monitoraggio continuo interno che tende a rimuovere eventuali problematiche organizzative che possano ostacolare la realizzazione, si faccia il punto sui risultati, che laddove risultino negativi, richiedono un intervento che ne valuti le cause, indicando possibili soluzioni.

Nelle azioni di valutazione che verranno effettuate si dovrà stabilire se e in che misura si è ottenuto il risultato di aumentare la visibilità del POR Campania FESR tra i gruppi di destinatari, nonché di sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo svolto dall'Unione Europea.

Le attività di valutazione verranno affidate ad un soggetto non impegnato nell'attuazione del Piano, per una garanzia di imparzialità. Si stabiliranno inoltre attività e azioni idonee ad una valutazione dell'efficacia e dell'efficienza del piano di comunicazione. Si prevederanno anche strumenti di verifica della soddisfazione del pubblico e della rispondenza alle sue esigenze in occasione degli eventi e delle campagne di maggiore rilevanza, nonché rispetto al sito, anche utilizzando questionari *on line*.

Per la valutazione è stato evidenziato che sarà effettuata con una duplice prospettiva: da un lato analizzare la coerenza del Piano di comunicazione rispetto al Regolamento CE n. 1828/06, dall'altro verificare l'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate in termini di visibilità del programma operativo e di consapevolezza del ruolo svolto dall'Europa.

I metodi di rilevazione individuati per la realizzazione della valutazione sono:

- o Indagini a campione su *target* intermedi e finali
- o questionari rivolti ai beneficiari finali
- o indici di ascolto delle trasmissioni radiotelevisive
- o indice di diffusione delle pubblicazioni realizzate
- o rilevazione dei presenti alle manifestazioni organizzate
- o analisi dei *feed-back* forniti dai servizi interattivi

Tra gli strumenti individuati per verificare la realizzazione delle attività previste nel Piano, e che saranno adottati, si possono citare a titolo esemplificativo, la rilevazione di:

- o numero di partecipanti agli incontri ed alle manifestazioni
- o numero di strumenti di comunicazione prodotti (pubblicazioni, *gadgets*, ecc.)
- o numero di accessi alle aree web dedicate
- o numero di passaggi pubblicitari (per le campagne mediatiche)
- o comunicati stampa effettuati

- o eventi organizzati
- o copie distribuite (per materiale informativo/promozionale)
- o numero di abbonamenti alla *newsletter*
- o numero di richieste a INFOPOR
- o percentuale di accessi al sito del Programma e tempi di permanenza rispetto al primo mese di messa *on line*

Inoltre, a completamento della valutazione, saranno rilevate le attività svolte per facilitare la comunicazione interna e, pertanto, rivolte ai Centri di Responsabilità regionali, attraverso:

- o numero di incontri con i referenti URP
- o numero di schede prodotte per il *data base* interno

Nelle tabelle successive sono riportati gli **indicatori di realizzazione e di risultato** che saranno utilizzati per monitorare e valutare le azioni di comunicazione durante l'attuazione del piano di comunicazione.

La prima delle tabelle fa riferimento ad indicatori quantitativi ed immediatamente rilevabili - in relazione ai progetti da realizzare - ed è riferita ai prodotti dei singoli progetti nel corso dell'attuazione del Piano, in coerenza con il cronoprogramma di cui al punto 4.2. Rappresenta quindi gli **indicatori di realizzazione**, in quanto volti a valutare l'attuazione fisica e materiale del Piano di Comunicazione.

La seconda Tabella fa invece riferimento a **indicatori di risultato**, volti a valutare gli effetti immediatamente prodotti dalla realizzazione del Piano. Tali effetti saranno valutati a fine attuazione del Piano e fanno riferimento a valori attesi per il 2015. I valori di partenza sono invece dati dall'indagine effettuata tra settembre e dicembre 2007 su un campione, estrapolato dall'universo dei beneficiari del POR Campania 2000-2006, di circa 45.000 unità.

L'indagine è stata svolta con interviste *face to face* su un campione di 455 imprese, 120 Enti locali; con l'invio di un questionario ad hoc ai 7.000 iscritti alla *newsletter* Campania Europa News; con interviste approfondite al Tavolo del Partenariato economico sociale del POR che conta circa 40 componenti.

Inoltre, nei mesi di aprile, luglio, settembre e novembre 2007 sono stati effettuati sondaggi in modalità CATI ad un campione di 1.500 cittadini campani su un universo di circa 5.6 milioni di abitanti. Il campione tiene conto di tutte le province, delle varie tipologie professionali, ed un'età che va dai 18 agli oltre 60 anni.

Tabella 7- Indicatori di realizzazione

PROGETTO	INDICATORI DI REALIZZAZIONE	QUANTITA'
Animazione	<ul style="list-style-type: none"> • partecipazione a manifestazioni nazionali e locali • informative sull'attuazione del Programma • materiale informativo prodotto • inserzioni e informazioni su media locali e nazionali • pubblicazione delle informazioni e dei prodotti sulle pagine web del FESR 	<p>Almeno 14 manifestazioni nazionali (due per anno)</p> <p>Almeno 7 (annuali)</p> <p>Almeno 7 fra manuali, CD illustrativi e pubblicazioni specifiche sul POR FESR</p> <p>Almeno 10 aggiornamenti mensili delle pagine web</p>
Campagne di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • materiale informativo prodotto • inserzioni e informazioni su media locali e nazionali 	Almeno 7 campagne informative tematiche sul FESR
Festival dell'Europa	<ul style="list-style-type: none"> • Manifestazione ad hoc 	5 manifestazioni
Regione aperta, elenco beneficiari e progetti	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazione degli elenchi 	Almeno 12 aggiornamenti annuali
Campania Europa News (newsletter e sito)	<ul style="list-style-type: none"> • Newsletter pubblicate 	Almeno 2 newsletter al mese (quindicinali)
Infopor	<ul style="list-style-type: none"> • numero di schede informative prodotte per il servizio INFOPOR 	Almeno 52 schede informative annue sul POR FESR
Sistema comunicazione beneficiari, Enti pubblici, partenariato	<ul style="list-style-type: none"> • beneficiari, partner componenti gruppo di lavoro trasversale tra i diversi attori • seminari e incontri di divulgazione del sistema al pubblico interno e ai potenziali beneficiari 	<p>Almeno 1 componente per tipologie di beneficiari</p> <p>Almeno n.5 seminari divulgativi</p>
Coordinamento con altre regioni d'Europa	<ul style="list-style-type: none"> • numero di incontri a livello europeo 	Partecipazione ad almeno un incontro/anno nazionale o internazionale e presso le altre regioni
Manuale d'uso di immagine coordinata	<ul style="list-style-type: none"> • numero versioni del Manuale prodotte 	N. 1 Manuale con aggiornamenti annuali

68

Tabella 8 - Indicatori di risultato

OBIETTIVI OPERATIVI	PROGETTO	INDICATORE DI RISULTATO	METODO DI RILEVAZIONE	UNITA' DI MIS.	VAL. DI PART. (*)	VALORE ATTESO AL 2015
Obiettivo 3B e obiettivo 4B	Animazione	Conoscenza delle opportunità offerte dal POR e dall'UE da parte dei potenziali beneficiari	Indagine attraverso questionari	%	20%	50%
	Festival dell'Europa			%	64%	75%
	Campania Europa News (newsletter e sito)			%	18%	50%
	Infopor			%	46%	60%
	Sistema comunicazione beneficiari, Enti pubblici, partenariato			%	--	50%
	Assistenza Tecnica agli assi in materia di comunicazione			%	70%	80%
Obiettivo 3B e obiettivo 4B	Animazione	Valutazione rispetto agli strumenti e alle informazioni fornite	Indagine attraverso questionari in modalità CATI o face to face	%	nd%	70%
	Campania Europa News			%	18%	50%
	Infopor			%	46%	60%
	Manuale d'uso di immagine coordinata			%	--	50%
	Data base monitoraggio della comunicazione			%	20%	80%
	Assistenza Tecnica agli assi in materia di comunicazione			%	10%	30%
Obiettivo 1A e obiettivo 2A	Cartellonistica e targhe	Conoscenza del POR e del ruolo dell'Unione Europea da stampa, media, incontri, web	Indagine attraverso questionari	%	70%	80%
	Animazione			%	90%	95%
	Campagne di comunicazione			%	10%	30%
	Festival dell'Europa			%	64%	75%
	Regione aperta, elenco beneficiari e progetti			%	64%	75%
				%	--	70%

(*)Valori degli indicatori rilevati attraverso le indagini 2007 di cui sopra. I valori si riferiscono, per i singoli progetti, alle % di risultato raggiunto nel 2007 ed alla soglia target da raggiungere entro il 2015.

69

6.1 Reportistica

La realizzazione del piano sarà accompagnata da attività di informazione nei confronti del Comitato di Sorveglianza, relative ai progressi nella sua attuazione, agli interventi informativi e pubblicitari realizzati e agli strumenti di comunicazione utilizzati, fornendo esempi e materiali prodotti. Per la comunicazione ai cittadini circa l'esito degli incontri del CdS, verrà diffuso un comunicato stampa dove saranno indicate le principali decisioni adottate.

I rapporti annuali e il rapporto finale di esecuzione del POR conterranno una sezione specifica sull'attuazione del piano di comunicazione e sui risultati della realizzazione. Nel rapporto annuale del 2010 e in quello finale si darà inoltre conto della valutazione del piano in termini di visibilità del POR e consapevolezza sul ruolo svolto dall'Unione europea, in conformità all'articolo 4 del Regolamento (CE) n.1828/2006.

7. Attuazione del Reg. (CE) n. 1828/2006 e attuazione del piano

70

Di seguito vengono riportati gli articoli della Sezione 1, Capo II del Regolamento comunitario (CE) n. 1828/2006, e come vengono recepiti nel piano, con l'indicazione dei principali capitoli di riferimento.

Articoli del Regolamento

Attuazione del piano

Punto 4 - delle premesse del Regolamento: pubblicazione elenco beneficiari, progetto e finanziamento	Strategia Masterplan dei progetti Scheda progetto n. 5
Articolo 2 - Preparazione del piano di comunicazione	Strategia Materplan dei progetti Struttura organizzativa Monitoraggio e valutazione

Articoli del Regolamento

Attuazione del piano

Articolo 3 - Esame della compatibilità del piano di comunicazione	Masterplan dei progetti Cronogramma
Articolo 4 - Attuazione e sorveglianza del piano di comunicazione	Struttura organizzativa Monitoraggio e valutazione Reportistica
Articolo 5 - Interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari	Masterplan dei progetti: schede progetto n. 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Articolo 6 - Interventi informativi relativi ai beneficiari	Masterplan dei progetti: schede progetto n. 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 12
Articolo 7 - Interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico	Masterplan dei progetti Schede progetto: n. 1, 2, 3, 4, 5
Articolo 8 - Responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico	Masterplan dei progetti Schede progetto: n. 1, 8
Articolo 9 - Caratteristiche tecniche degli interventi informativi e pubblicitari relativi all'operazione	Caratteristiche della comunicazione Scheda progetto n. 10
Articolo 10 - Rete e scambio di esperienze	Masterplan dei progetti Scheda progetto n. 9 Struttura organizzativa

71