REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 6 febbraio 2008 - Deliberazione N. 227 - Area Generale di Coordinamento N. 9 - Rapporti con gli Organi Nazionali ed Internazionali in Materia di Interesse Regionale – N. 1 - Gabinetto Presidente Giunta Regionale - **POR Campania FESR 2007-2013: Approvazione Proposta di Piano di Comunicazione.**

PREMESSO:

- che il Consiglio Europeo ha adottato il Regolamento (CE) n. 1083 dell'11 luglio 2006, recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e che abroga il regolamento (CE) n. 1260/1999;
- che il Parlamento ed il Consiglio Europeo hanno adottato il Regolamento (CE) n. 1080 del 5 luglio 2006, relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e recante abrogazione del Regolamento (CE) 1783/1999;
- che ai sensi dell'art. 32, comma 1, del Regolamento Generale n. 1083 del 11 luglio 2006 - "Le attività dei Fondi negli Stati membri sono svolte sotto forma di Programmi Operativi nell'ambito del Quadro di riferimento strategico nazionale";
- che la Regione Campania con Delibera di Giunta n. 842 del 7 luglio 2005 ha avviato il processo di programmazione delle politiche di coesione per il periodo 2007-2013 adottando le "Disposizioni relative alle modalità di partecipazione della Regione Campania al processo di elaborazione dei documenti di programmazione per il periodo 2007-2013 nel quadro delle Comunicazioni della CE del 14 luglio 2004 e dell'Intesa formulata in materia nella Conferenza Stato - Regioni - Autonomie Locali del 3 febbraio 2005", definendo altresì gli indirizzi programmatici per l'elaborazione del Documento Strategico Regionale preliminare della politica di coesione 2007-2013 per l'avvio della elaborazione degli strumenti di programmazione operativa per il periodo 2007-2013;
- che la Giunta Regionale, con deliberazione n. 1042 del 1 agosto 2006, ha pertanto adottato il "Documento Strategico Regionale per la politica di coesione 2007-2013", sulla base delle indicazioni del Consiglio Regionale espresse nella seduta del 18 luglio 2006 e degli indirizzi strategici di cui alla DGR 1809/05;
- che la Commissione Europea, con decisione n. C(2007) 4265 dell' 11 settembre 2007, ha adottato la proposta di Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007-2013;
- che la Giunta Regionale, con deliberazione n. 1921 del 9 novembre 2007, pubblicata sul BURC speciale del 23 novembre 2007, ha preso atto della Decisione della Commissione Europea di approvazione del Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007-2013.

RILEVATO

- che il Reg. (CE) n. 1083/06, , prevede all'art. 69 che lo Stato membro e l'Autorità di Gestione del Programma Operativo forniscono informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni e li pubblicizzano;
- che l'art. 3 del Reg. (CE) n. 1828/06 stabilisce che l'Autorità di Gestione presenta il Piano di Comunicazione alla Commissione Europea entro quattro mesi dalla data di adozione del Programma Operativo;
- che l'articolo 7 del Reg. (CE) n. 1828/06 stabilisce che "l'Autorità di Gestione assicura che gli interventi informativi e pubblicitari siano realizzati conformemente al piano di comunicazione che mira alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale";
- che lo stesso articolo precisa, tra l'altro, che l'Autorità di Gestione è responsabile dell'organizzazione di una serie di interventi informativi e pubblicitari, tra i quali la realizzazione di un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio di un Programma Operativo, anche in assenza della versione definitiva del Piano di Comunicazione;
- che il POR FESR, in attuazione del Reg. (CE) n. 1828/06, specifica ulteriormente i suddetti obblighi informativi e pubblicitari relativi alla preparazione di un Piano di Comunicazione, all'attuazione e sorveglianza dello stesso, agli interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari, alle responsabilità

dell'autorità e dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico, nonché allo scambio di esperienze.

CONSIDERATO

- che l'art. 3 del Reg. (CE) n. 1828/06 stabilisce che l'Autorità di Gestione presenta il Piano di Comunicazione alla Commissione Europea entro quattro mesi dalla data di adozione del Programma Operativo;
- che la proposta di Piano di comunicazione deve essere trasmessa, conseguentemente alla sua approvazione, per il caricamento sul sistema SFC2007, e per il successivo inoltro alla Commissione europea, al Ministero dello Sviluppo Economico, Direzione Generale delle Politiche dei Fondi Strutturali Comunitari;
- che, di concerto con il Settore 02 dell'AGC 01, è stata predisposta apposita proposta di Piano di Comunicazione.

RITENUTO

- di dover approvare la Proposta di Piano di Comunicazione del POR Campania FESR 2007/2013, allegata al presente atto (All. A);
- di dover demandare all'Autorità di gestione del POR Campania FESR 2007/2013 l'adozione dei consequenziali provvedimenti di natura amministrativa.

VISTI

- la L.R. n. 7/02;
- le LL.RR. nn. 1/07 e 2/07;
- la L.R. n. 3/07;
- il Reg.(CE) n. 1083/06;
- il Reg (CE) n. 1828/06;
- il D.Lgs. n. 163/06;
- la DGR n. 2374 del 31/12/2007;
- la DGR n. 58/08;

PROPONE e la Giunta in conformità e a voto unanime

DELIBERA

per i motivi ed i riferimenti espressi in narrativa, che qui si intendono integralmente riportati,

- di approvare l'allegata Proposta di Piano di Comunicazione del POR Campania FESR 2007/2013 (allegato A);
- di rinviare a successivi atti dell'Autorità di gestione del POR Campania FESR 2007/2013 l'adozione dei consequenziali provvedimenti di natura amministrativa;

di trasmettere il presente atto: alle AAGGCC 01, 03, 05, 06, 08, 09, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 99; al Settore Stampa, documentazione, informazione per la pubblicazione sul BURC e per l'immissione sul sito www.regione.campania.it.

Il Segretario
D'Elia

Il Presidente
Bassolino

Allegato A

Alla proposta di delibera ad oggetto:
POR Campania FESR 2007-2013:
Approvazione proposta di Piano di comunicazione

Programmazione 2007-2013

P.O.R. Campania FESR 2007-2013

Proposta di

Piano di Comunicazione

31 Gennaio 2008

Indice

Premessa 2

1. Il P.O.R. Campania FESR 2007-2013 3

2. Il contesto di riferimento 5
   - 2.1 Il quadro normativo 5
   - 2.2 L'insegnamento della precedente esperienza, la comunicazione del POR Campania 2000 – 2006 6
   - 2.3 Caratteristiche ed esigenze dei beneficiari, alla luce dei risultati dell'indagine "Imprese, enti locali e partenariato del POR Campania 2000-2006" 8

3. La strategia 12
   - 3.1 I pubblici di riferimento 13

4. Il Masterplan dei progetti 15
   - 4.1 I progetti: obiettivi, pubblici, tempistica, modalità di realizzazione, di valutazione, budget 16
     1. Cartellonistica e targhe 16
     2. Animazione 17
     3. Campagne di comunicazione 18
     4. Festival dell'Europa 19
     5. Regione aperta: elenco progetti e beneficiati online 20
     6. Campania Europa news 21
     7. Infopor 21
     8. Sistema comunicazione imprese, enti locali, partenariato 22
     9. Coordinamento altre regioni d'Europa 23
     10. Manuale d'uso d'immagine coordinata 24
     11. Data base per il monitoraggio della comunicazione 25
     12. Assistenza tecnica all'attuazione del Piano 26
   - 4.2 Tabella riassuntiva dei costi/budget 27

5. La struttura organizzativa 28

6. Monitoraggio e valutazione 29

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 indirizzare le risorse disponibili in una strategia unitaria.

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 agli atti pubblici diventi più facile;
2. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR;
3. consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

1. Il P.O.R. Campania FESR 2007-2013

Il programma di sviluppo regionale 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 P.O.R. 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

La finalità del P.O.R. FESR Campania 2007 - 2013 è quello 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 perseguimento 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 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.

2. Il contesto di riferimento

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.

Il piano di comunicazione del P.O.R. Campania FESR 2007-2013 si propone di supportare il programma nel perseguimento 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 P.O.R. FESR 2007-2013, ovvero quale strumento per:

- garantire a tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma informazione e pubblicità legale;
- 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 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[1], 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 P.O.R. 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 predente 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

[1] 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

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 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 1 mostra in un quadro sinottico l'evoluzione del ruolo della comunicazione, sulla base delle istanze comunitarie e negli intenti dell'amministrazione regionale.

Tabella 1 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.	Il regolamento individua tre categorie di destinatari ai quali sono dirette le azioni di informazione e pubblicità: 1. potenziali beneficiari e promotori di progetti pubblici/privati 2. opinione pubblica 3. operatori socioeconomici e organizzazioni non governative. Si comincia ad avere percezione dell'esigenza di targettizzare i "clienti finali" affinchè gli obiettivi di comunicazione sulla programmazione dei fondi siano incisivi.	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 programmatorio 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 P.O.R. 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.

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 P.O.R. 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.

2.3 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 P.O.R. 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 tuttii soggetti coinvolti nell'attuazione.

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 P.O.R. 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 informazione 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 cui è emerso che 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 news letter 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 news letter 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 P.O.R. 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 P.O.R. 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 quale 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 P.O.R. 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 P.O.R., 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 1

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.

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.

Alla base della strategia di comunicazione per la programmazione 2007-2013 della Regione Campania si pongono 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. Al fine di instaurare un dialogo con i cittadini, basato sulla fiducia e sulla condivisione delle scelte, è infatti fondamentale porsi obiettivi di trasparenza per la partecipazione effettiva della società civile e per un'attuazione dei Programmi che risulti efficiente ed efficace. Si vuole in questo modo dare avvio ad una nuova fase in cui la comunicazione dovrà intervenire direttamente anche sui processi di attuazione.

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.

Si tratta, allora, di insistere su questa strada prevedendo per la nuova programmazione progetti trasversali che pongano al centro dell'attenzione il cittadino, gli enti locali, il partenariato, sia come destinatari finali che come soggetto attuatori, spingendo al tempo stesso l'organizzazione regionale ad un cambiamento culturale più orientato al risultato. Nella strategia di comunicazione rientrerà anche l'allargamento nella diffusione dei risultati e delle buone pratiche a livello nazionale ed europeo.

Nella definizione degli obiettivi che il Piano dovrà perseguire, si intende rivolgere l'attenzione agli attori dello sviluppo sociale ed economico, ulteriormente declinati nel successivo par. 3.1, quali pubblici di riferimento, e che fanno riferimento a:

- la società civile, mirando al coinvolgimento dei cittadini attraverso l'adozione da parte degli stessi di comportamenti di cittadinanza attiva in linea con il modello europeo;
- 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;
- il partenariato, lavorando al processo di concertazione in tutte le fasi di 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 maggiore partecipazione al processo attuativo, ma anche la responsabilità di adottare comportamenti più coerenti con i valori sociali ed economici europei.

In questo contesto, l'e-democracy, diventa uno strumento utile non solo per 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. In particolare si intende intervenire:

1. sui flussi informativi, affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile;
2. sulla chiarezza dei contenuti, agendo sulla semplificazione del linguaggio;
3. sull'animazione territoriale affinché sia massima la partecipazione delle associazioni e dei cittadini;
4. sulla qualità degli strumenti di comunicazione digitale per veicolare l'informazione.

Per l'attuazione del piano si individua una strategia di comunicazione integrata, che consentirà di interagire anche 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.

È importante 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.

Inoltre, 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 la massima visibilità e riconoscibilità alle campagne e alle iniziative condotte per promuovere i Programmi.

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.

In tale quadro, il piano intende raggiungere i seguenti obiettivi generali:

1. trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile;
2. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del P.O.R.;
3. consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

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

1. garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari;
2. fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi;
3. 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.

Tali obiettivi saranno raggiunti con le principali linee d'intervento sottese ai progetti nell'ottica di una strategia di comunicazione integrata:

1. progetti destinati alla cittadinanza attiva, finalizzati a migliorare il rapporto fra Regione ed altri soggetti attuatori e destinatari finali, affinché si promuova lo sviluppo dell'e-democracy e quindi una maggior partecipazione dei cittadini al processo attuativo;
2. progetti che rendano più snelli ed immediati i modelli di comunicazione fra Regione ed Enti Locali, affinchè gli strumenti che assicurano la realizzazione del Programma Operativo siano unici e protesi verso il conseguimento degli obiettivi previsti in modo efficiente ed efficace;
3. progetti che rendano più semplici e trasparenti i modelli di interazione fra Regione e sistema delle imprese.

3.1 Pubblici di riferimento

I pubblici di riferimento individuati sono stati suddivisi in:

A. Istituzioni
- Unione Europea
- Istituzioni e organi internazionali
- Istituzioni e organi nazionali

- Amministrazioni statali centrali e periferiche
- Regioni e 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. Operatori dei media

E. Imprese

F. Pubblico interno all'amministrazione regionale

G. Organismi di controllo.

All'interno della macrocategoria dell'opinione pubblica la Regione ha svolto un'ulteriore segmentazione della popolazione con riferimento alla variabile età. Tale scelta trova giustificazione nella considerazione che tanto gli obiettivi della comunicazione, quanto i messaggi, gli strumenti e i media adottati devono differenziarsi per essere più efficaci sulla base dei diversi target.

4. Il Masterplan dei progetti

Il masterplan delle azioni di comunicazione deve assicurare la completa attuazione della strategia. Si sviluppa in 12 progetti la cui durata sarà continua nel periodo di riferimento 2007-2013 e si articolano in tre tipologie di seguito descritte.

1. progetti rivolti alla costruzione della cittadinanza attiva, finalizzati a favorire presso il grande pubblico l'adozione di comportamenti più vicini al concetto di cittadino europeo.
2. interventi di assistenza tecnica, volti a migliorare la trasparenza amministrativa, a semplificare il linguaggio e a promuovere la cultura della comunicazione istituzionale;
3. progetti che contribuiscono alla costruzione di un sistema più efficiente di interazione fra Regione e beneficiari, Partenariato e EE.LL., onde favorire una efficiente ed efficace realizzazione del programma. La comunicazione viene intesa in questo senso, quale supporto al processo di attuazione.

Progetti	Opinione Pubblica	Beneficiari	Enti locali	Partenariato	Pubblico interno
1. Cartellonistica e targhe					
2. Animazione					
3. Campagne di comunicazione					
4. Festival dell'Europa					
5. Regione aperta: elenco progetti e beneficiari online					
6. Campania Europa news					
7. Infopor					
8. Sistema comunicazione beneficiari, EE.LL., 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					

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

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	Cittadini campani, italiani e stranieri.
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.
Periodo di realizzazione	Tutto il periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	• creazione immagine coordinata; • realizzazione cartellonistica vario formato; • realizzazione targhe commemorative; • messa in opera delle stesse.
Modalità di valutazione	Rilevamento attraverso fotografie delle messe in opera e reportistica annuale.
Budget	Euro 2 ml

2. ANIMAZIONE	
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; 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; fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi; 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	Cittadini campani, italiani. Berneficiari, Enti locali, Partenariato.
Contenuto	Il progetto prevede la organizzazione e la partecipazione alle manifestazioni locali e nazionali più importanti per condividere con i diversi attori il processo di attuazione del programma, nonché l'organizzazione di eventi per divulgare le opportunità e i risultati del P.O.R. La Regione intende realizzare un proprio stand istituzionale per partecipare annualmente alle diverse manifestazioni di rilevanza nazionale per promuovere presso il grande pubblico la conoscenza del Programma e per sostenerne l'attuazione.
Organizzazione	L'Autorità di gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione delle azioni di animazione.
Periodo di realizzazione	Durante tutto il periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	• creazione immagine coordinata; • realizzazione dello stand; • materiale informativo cartaceo; • pagine web dedicate; • cartellonistica e locandine; • inserzioni su media locali e nazionali; • partecipazione a manifestazioni nazionali e locali.
Modalità di valutazione	Questionari da somministrare ai pubblici che partecipano agli eventi ed alle manifestazioni.
Budget	Euro 1 ml

3. CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	
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	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	Cittadini campani, italiani, europei. Beneficiari, Enti locali, Partenariato.
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 claim "la tua Campania cresce in Europa".
Organizzazione	L'Autorità di gestione si avvarrà di servizi esterni per la realizzazione delle diverse azioni di comunicazione.
Periodo di realizzazione	Ciascun anno del periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • creazione immagine coordinata dell'iniziativa; • cartellonistica, manifesti e locandine; • spot per il circuito televisivo, cinematografico e radiofonico; • inserti nei quotidiani e periodici locali e nelle edizioni locali dei quotidiani nazionali; • materiale informativo destinato a diversi pubblici, fra cui le istituzioni scolastiche; • pagine web da pubblicare sul portale della Regione Campania e/o ospitate presso altri siti istituzionali; • gadget; • organizzazione di convegni e forum; • realizzazione di video.
Modalità di valutazione	Sondaggi presso il pubblico campano
Budget	Euro 4,2 ml (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 rif.	Giovani cittadini campani.
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.
Periodo di realizzazione	La prima edizione è prevista nell'anno scolastico 2009-2010 e fino a completamento del programma
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • creazione immagine coordinata dell'iniziativa; • materiale informativo cartaceo; • sito internet; • seminari e incontri nelle scuole con la partecipazione di tutor di eccezione registi e storici; • manifestazione annuale per l'assegnazione dei premi.
Modalità di valutazione	Questionari da somministrare durante la manifestazione
Budget	Euro 1,4 ml (200 mila annui)

5. REGIONE APERTA: ELENCO PROGETTI E 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 rif.	Cittadini campani, italiani, europei. Beneficiari, Enti locali, Partenariato.
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
Periodo di realizzazione	Durante tutto il periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • progettazione piattaforma informatica • diffusione attraverso i media delle pagine web • pubblicazione online nelle pagine del portale regionale
Modalità di valutazione	Questionario online 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; conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR.
Obiettivo operativo	garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari;
Pubblico di rifer.	Cittadini campani, italiani, europei
Contenuto	Il progetto Campania Europa News è una newsletter 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 per la realizzazione delle azioni di comunicazione, associando servizi esterni per la progettazione e upgrade della piattaforma informatica.
Periodo di realizzazione	Ciascun anno del periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • creazione immagine coordinata della news letter; • 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 online presso gli iscritti alla news letter
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	Cittadini campani, italiani, europei. Beneficiari, Enti locali, Partenariato.
Contenuto	Il progetto consiste in un'attività di informazione denominata contact center per un'azione continua di diffusione delle opportunità offerte da Programma. Il servizio prevede l'utilizzo di numero verde, mail, news letter 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.
Periodo di realizzazione	Ciascun anno del periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • Contact center; numero verde, mail, news letter
Modalità di valutazione	Questionari di customer presso il pubblico che contatterà il servizio
Budget	Euro 350 mila (50 mila annui)

8. SISTEMA COMUNICAZIONE IMPRESE, ENTI LOCALI, 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 riferim.	EE.LL, partenariato e beneficiari
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 e negli strumenti di realizzazione. Si tratta di verificare ogni fase del processo e di sviluppare delle soluzioni web che possano rendere più semplice la partecipazione dei diversi attori e più visibile l'attuazione del programma. 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 target, potenziando i servizi web, si deve mirare a rendere più accessibile il contatto diretto fra beneficiari potenziali e Regione.
Organizzazione	L'Autorità di gestione attraverso un coordinamento fra le diverse aree progetterà e coordinerà la realizzazione del sistema. Si avvarrà di servizi esterni necessari alla realizzazione del sistema.
Periodo di realizzazione	2007-2013
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • la creazione di una piattaforma informatica e la realizzazione di servizi on line attraverso il potenziamento del portale regionale; • coordinamento e creazione di un gruppo di lavoro tra i diversi attori istituzionali per la gestione del sistema; • seminari e incontri di divulgazione del sistema al pubblico interno ed ai beneficiari.
Modalità di valutazione	Questionari di customer – Accessi ai servizi – partecipazione ai seminari
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 riferim.	Pubblico interno, istituzioni italiane, 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.
Periodo di realiz.	Ciascun anno del periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • 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 dai POR; • Condivisione di azioni di comunicazione innovative per pubblici privilegiati; • Scambi di buone pratiche.
Modalità di valutazione	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 riferim.	Beneficiari, enti locali, Partenariato, Pubblico interno.
Contenuto	La funzione di un manuale di immagine è definire e codificare gli elementi base della comunicazione, indispensabili per conferire alla Campania un'immagine uniforme, connotata e coerente. Gli strumenti di comunicazione: gli stampati, le pagine web e ogni altra forma, dovranno essere declinati allo stesso modo per riflettere l'identità, ciò è possibile se marchio, logotipo, colori, caratteri istituzionali, ecc. vengono sempre applicati correttamente su tutti i materiali prodotti.
Organizzazione	L'Autorità di gestione sis servirà di servizi esterni per la realizzazione del manuale.
Periodo di realiz.	2008
Modalità di realizzazione	• produzione cartacea e online del manuale d'uso • diffusione presso i pubblici interni.
Modalità di valutazione	Unitarietà dell'immagine diffusa – diffusione del manuale
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 rifer.	Pubblico interno
Contenuto	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. Le schede progetto conterranno anche link ipertestuali per il collegamento a fonti telematiche idonee all'approfondimento delle singole schede progettuali, nonché PDF dei materiali prodotti. La raccolta della documentazione sarà di supporto al monitoraggio ed alla valutazione dell'attuazione del Piano.
Organizzazione	L'Autorità di gestione si servirà di servizi interni ed esterni per la realizzazione del data base.
Periodo di realiz.	2008
Modalità di realizzazione	Si prevedono: • implementazione piattaforma informatica • pubblicazione nelle pagine web portale regionale • diffusione presso i pubblici interni attraverso seminari formativi per la compilazione delle schede
Modalità di valutazione	Accessi al DB – schede prodotte
Budget	Euro 40mila

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 riferim.	Addetti all'attuazione del programma, interno ed esterno.
Contenuto	Il progetto prevede la strutturazione di procedure e modalità per garantire agli addetti l'attuazione del P.O.R 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.
Periodo di realiz.	Durante tutta la programmazione
Modalità di realizzazione	• piattaforma informatica in modalità intranet per fornire supporto di assistenza tecnica alla comunicazione; • diffusione presso i pubblici interni di tutti i materiali per la ideazione e produzione di azioni di comunicazione (manuale d'uso, data base monitoraggio etc.) • acquisizione di competenze ad hoc anche con incontri di formazione ed autoformazione
Modalità di valutazione	Materiali diffusi – incontri
Budget	Euro 3 ml

4.2 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 online	€ 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 interventi previsti	**€** 13.120.000

5. La struttura organizzativa

La gestione e il coordinamento del Piano di comunicazione del P.O.R. Campania FESR è di responsabilità dell'Autorità di gestione, presso l'Area di Coordinamento 09 della Regione Campania.

Per l'attuazione del Piano di Comunicazione sarà individuata una struttura ad hoc, con una unità operativa posta alle dipendenze della Autorità di gestione, e di volta in volta integrata dalle competenze utili all'attuazione dei singoli progetti (URP, Unità per l'informazione, ecc.), nonché dalle eventuali competenze esterne che sarà opportuno acquisire.

Le azioni di comunicazione di ciascun Asse, in merito alle competenze tematiche dell'Asse stesso, saranno di responsabilità dei Comitati di Coordinamento e dei Responsabili degli obiettivi operativi, 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 centralizzato da parte del Responsabile del Piano di comunicazione del P.O.R. Campania FESR 2007-2013, anche in coerenza alle attività di comunicazione della Programmazione unitaria.

Tenuto conto della complessità della struttura organizzativa della Regione, presso ciascun Area generale di Coordinamento saranno individuati Responsabili per il coordinamento delle attività relative al Piano di Comunicazione.

Gli oneri di funzionamento dell'unità operativa, compresi quelli delle eventuali competenze esterne da acquisire, adeguate all'entità dei compiti da assolvere, saranno posti a carico delle risorse dell'Asse 7 Assistenza Tecnica del P.O.R. FESR 2007-2013.

6. 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 P.O.R. 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.).

Si intende inoltre valutare l'efficacia della comunicazione prevedendo e programmando per le principali azioni di comunicazione realizzate un'indagine che ne verifichi i risultati presso i pubblici di riferimento. Risulta, infatti, indispensabile cha 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.

Il sistema di monitoraggio poggia su alcuni strumenti:

- un gruppo di lavoro 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;
- una 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.

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. I rapporti annuali e il rapporto finale di esecuzione del POR conterranno una sezione specifica sull'attuazione del piano di comunicazione. 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.