



OBIETTIVO COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE

PROGRAMMA OPERATIVO

**COFINANZIATO DAL F.E.S.R. – FONDO EUROPEO DI
SVILUPPO REGIONALE
2007-2013**

REGIONE LAZIO

PIANO DI COMUNICAZIONE

30 maggio 2008

Premessa

Il POR FESR Lazio - Programma Operativo Regionale Lazio (2007-2013) ha definito gli obiettivi e gli ambiti di intervento per ciascuna delle priorità tematiche previste a livello comunitario nel quadro della politica di coesione per l'obiettivo Competitività Regionale e Occupazione.

La strategia del POR si inquadra nella più ampia strategia di sviluppo della Regione, che persegue l'obiettivo globale di "*promuovere uno sviluppo ecologicamente compatibile, equo, inclusivo, rispettoso dei diritti della persona e delle pari opportunità, finalizzato a rafforzare la competitività del sistema Lazio*".

In questo quadro, la comunicazione e l'informazione ricoprono un ruolo fondamentale, in quanto sono finalizzate sia a rendere i cittadini consapevoli del ruolo svolto dall'Unione Europea nel finanziamento dei programmi destinati a potenziare la competitività economica, a creare posti di lavoro e a rafforzare la coesione interna, sia a renderli sempre più partecipi delle scelte programmatiche compiute dalla Regione.

Per altro verso, il POR indica nel miglioramento della comunicazione interna, vale a dire tra i soggetti direttamente coinvolti nella programmazione e nella gestione delle attività, una delle condizioni per una gestione efficace ed efficiente del Programma.

Sono questi i presupposti del *Piano di comunicazione*, che nel rispetto di quanto stabilito dal Regolamento n. 1828/2006 contiene gli interventi informativi e pubblicitari previsti, e indica ruoli e funzioni di ciascuna delle parti in causa.

Nel periodo 2007-2013 le azioni saranno perciò focalizzate sui seguenti aspetti:

- trasparenza: informazioni sulle possibilità di finanziamento, pubblicazione dei nomi dei beneficiari e delle operazioni, indicazione del finanziamento pubblico concesso
- diffusione dei risultati e valorizzazione dei progetti particolarmente significativi
- ruolo dell'Unione europea nelle politiche di coesione e sviluppo.

Analisi del contesto

Con il Piano d'informazione, comunicazione e pubblicità, inserito e attuato nell'ambito della Misura V.1 (Assistenza tecnica) del DOCUP Ob. 2 2000-2006, la Regione Lazio (attraverso Sviluppo Lazio) ha messo in campo un insieme articolato di azioni volte a far conoscere presso i potenziali beneficiari (e più in generale presso il grande pubblico) le opportunità offerte dal FESR, nonché il ruolo svolto dall'Unione nelle politiche di coesione.

Trattandosi della prima esperienza per il Lazio nel contesto del FESR, dai risultati ottenuti col Piano DOCUP è possibile trarre lezioni per progettare le attività di comunicazione relative alla programmazione 2007-2013, ad esempio ricavando suggerimenti sull'opportunità di rafforzare talune azioni, ritenute strategiche alla stregua dei nuovi regolamenti sui Fondi strutturali, o di ridimensionare (oppure articolare diversamente) le azioni dimostrate meno efficaci.

L'analisi tiene conto di dati e informazioni e frutto dell'esperienza diretta, di rilevazioni condotte sistematicamente nell'ambito del Piano DOCUP e delle indicazioni contenute nei Rapporti pubblicati periodicamente dal Valutatore indipendente nell'ambito della Misura V.I del DOCUP Ob. 2 2000-2006.

Di seguito vengono descritti i più rilevanti aspetti emersi dall'analisi delle attività svolte nell'ambito del Piano DOCUP, utili per identificare le aree sulle quali occorre rivolgere maggiore attenzione nel comunicare la politica di coesione e di sviluppo perseguita attraverso il POR.

L'analisi del contesto sarà ulteriormente approfondita all'avvio del Piano, con il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei partner economici e sociali e dei cittadini, secondo le modalità descritte più avanti.

Comunicazione interna e coordinamento

Si tratta di un aspetto che la regolamentazione più recente ritiene cruciale e di grande importanza per un buon funzionamento del POR nel suo insieme. Nella passata programmazione sono stati organizzati momenti informativi e di coordinamento, che hanno coinvolto le strutture regionali impegnate nell'attuazione del DOCUP Ob. 2. Nell'occasione, veniva anche prodotto e distribuito materiale informativo sugli strumenti di comunicazione attivabili attraverso il Piano, per sensibilizzare le strutture regionali sull'importanza di diffondere l'informazione. A tale attività, seppure apprezzata dai responsabili regionali, non è stata però data l'opportuna continuità durante lo svolgimento del programma.

Un altro strumento impiegato nell'ambito del Piano di comunicazione DOCUP era l'area riservata INFODOCUP, costruita all'interno del sito www.docup.lazio.it per facilitare lo scambio e la condivisione di documenti e atti normativi tra i referenti regionali. Dopo un iniziale interesse, l'area riservata è stata utilizzata in misura minore; per contro, la circolazione strutturata e regolare di documenti e informazioni rilevanti rappresenterebbe senz'altro un elemento di integrazione e condivisione di indicazioni, anche operative.

Reti e partenariato

Il coinvolgimento degli attori territoriali rappresenta una delle condizioni principali per assicurare che le attività di comunicazione e informazione siano adeguate e commisurate al fabbisogno informativo e all'appropriato livello territoriale e di rappresentanza, oltre che all'esigenza di far percepire l'Unione europea come partner attivo nelle politiche di coesione e non solo come mero erogatore di fondi.

E' una strada, questa, indicata dalla normativa comunitaria, ma è una scelta intrapresa e perseguita anche dalla Regione Lazio, che fin dal 2005 ha introdotto metodologie e prassi partecipative nelle scelte programmatiche e di bilancio, arrivando a coinvolgere non solo cittadini e associazioni, ma addirittura il 40% dei Comuni della nostra regione.

Iniziative del genere non erano mancate nella precedente programmazione. Ad esempio, la rete di sportelli help desk sul territorio si era estesa grazie ad accordi con associazioni di categoria rappresentative del mondo imprenditoriale. O ancora, si era avviata la prassi di incontri periodici con le parti sociali e imprenditoriali. Tuttavia, iniziative come quest'ultima non hanno avuto la necessaria continuità né il grado di coinvolgimento attivo che sarebbe stato auspicabile. Per contro, il contributo dei soggetti destinatari del POR può costituire un importante fattore di riuscita del Piano di comunicazione, in quanto permette di indirizzarne adeguatamente strategia e contenuti.

Infine, non va trascurata la rilevanza della partecipazione a scambi di esperienze tra regioni, anche a livello comunitario e in particolare nell'ambito di reti formali o informali dedicate (convegni, conferenze, lavori dello SFIT).

Rapporti coi mass-media

Il rapporto coi mass-media è importante in qualsiasi attività di comunicazione. Nella passata programmazione la stampa, le radio e le emittenti televisive locali erano regolarmente coinvolte in occasione del lancio di avvisi pubblici e di altre iniziative cofinanziate dal FESR.

Anche in questo caso si tratta di rafforzare i rapporti esistenti, rendendo maggiormente strutturata e continua nel tempo la prassi di utilizzare i media come veicolo e soprattutto come moltiplicatore delle informazioni e dei contenuti diffusi attraverso il Piano, con particolare riguardo all'avanzamento dei progetti cofinanziati dal POR e quindi all'impatto delle politiche strutturali comunitarie sul territorio e, in ultima analisi, sulla qualità della vita dei cittadini.

Pubblico di riferimento

Trattandosi della prima esperienza organica di comunicazione in ambito FESR, il Piano di comunicazione DOCUP si rivolgeva in primo luogo al *grande pubblico*, secondo la definizione del Reg. n. 1159/2000.

L'idea guida era avvicinare il cittadino alle istituzioni (europee e regionali) in modo da far conoscere le opportunità offerte dai Fondi strutturali da una parte, e rendere consapevole il grande pubblico del ruolo svolto dall'Unione nelle politiche di sviluppo territoriale dall'altra.

Tuttavia, oltre alle campagne d'informazione sulle agevolazioni e sui progetti, condotte utilizzando diversi strumenti, il Piano DOCUP comprendeva iniziative rivolte a particolari segmenti di pubblico come i ragazzi in età scolare, destinatari della guida 'Quanta Europa c'è nel Lazio'. La guida, scritta in un linguaggio assai semplice, oltre a spiegare il funzionamento dei Fondi strutturali e la loro ricaduta diretta sulla vita dei cittadini, si proponeva d'introdurre i più giovani alla conoscenza del funzionamento delle istituzioni comunitarie.

Il successo di iniziative del genere suggerisce l'opportunità di proporre iniziative mirate a segmenti di pubblico ben definiti, in modo da raggiungere le diverse categorie di beneficiari e portatori d'interesse attraverso strumenti e con modalità comunicative adeguati alle loro necessità.

Valutazione

Disporre di un adeguato sistema di valutazione, che copra l'intera vita del Piano (dunque *ex ante*, *in itinere* ed *ex post*), è un'esigenza imprescindibile. La valutazione in parola, naturalmente, ha carattere interno e ha il compito di verificare periodicamente l'andamento delle attività del Piano in termini di gradimento, qualità, efficacia ed efficienza.

In questo senso, si tratta di agganciare gli obiettivi del Piano agli strumenti da utilizzare e ai risultati (attesi e attuali), rafforzando quanto previsto già nel Piano di comunicazione DOCUP, che comprendeva una serie di attività mirate a rilevare la notorietà delle politiche strutturali, il gradimento delle attività di comunicazione e la percezione della loro efficacia. Si trattava in particolare di rilevazioni sia quantitative (somministrazioni di questionari in occasione di eventi pubblici) sia qualitative (interviste, focus group).

Inoltre, la valutazione interna si basava sulle informazioni e sui dati raccolti dalla rete di sportelli territoriali che faceva capo al servizio 'Informadocup', relativi a diverse variabili come tipologia di utenza, iniziative d'interesse, collocazione geografica.

Nell'ambito del POR si ritiene opportuno proseguire su questa strada, con novità rilevanti per quanto riguarda il coinvolgimento dei portatori d'interesse fin dalla fase di programmazione, come viene spiegato più avanti.

Analisi SWOT

Sulla base della diagnosi effettuata è possibile, attraverso un'analisi SWOT, evidenziare i fattori interni ed esterni che caratterizzano il Piano di comunicazione POR sotto il profilo dell'elaborazione di un'adeguata strategia.

A questo tipo di analisi, infatti, è assegnato un duplice compito: eliminare le "strozzature" e valorizzare le potenzialità che caratterizzano il funzionamento (verso l'interno e verso l'esterno) del Piano, e al tempo stesso, cogliere le opportunità e limitare i rischi che ne potrebbero limitare l'efficacia e la capacità di produrre i risultati desiderati.

A questo proposito l'analisi SWOT individua, per quanto riguarda i fattori interni, i punti di forza e di debolezza; e per quanto riguarda i fattori esterni, le opportunità e i rischi. La tabella che segue si riferisce dunque ai fattori interni e a quelli esterni che caratterizzano il Piano di comunicazione. I punti di forza e di debolezza s'intendono interni al sistema costituito dall'Ufficio responsabile e dalle Autorità di gestione interessate, nonché dai soggetti referenti per l'attuazione delle attività previste nell'ambito del POR.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none">• Esperienza nella gestione di attività di comunicazione da parte dell'Ufficio responsabile• Disponibilità di un ufficio stampa collaudato e con un'adeguata lista di contatti	<ul style="list-style-type: none">• Comunicazione e coordinamento interni• Relativa mancanza di abitudine della Pubblica amministrazione a "raccontarsi"
Opportunità	Rischi
<ul style="list-style-type: none">• Interesse mostrato in passato dai portatori d'interesse (in particolare dal partenariato economico-sociale) verso un più marcato coinvolgimento• Esperienze di partecipazione a livello regionale consolidate sebbene recenti	<ul style="list-style-type: none">• Possibile difficoltà da parte dei potenziali beneficiari nel comprendere procedure di accesso nuove e complesse• Rapporto con reti informative sul territorio da ricostruire

Obiettivi

Le attività di comunicazione, informazione e pubblicità fanno riferimento all'Obiettivo operativo 2 dell'Asse IV (Assistenza tecnica) del POR: migliorare e rafforzare il sistema di valutazione e, nel caso, la comunicazione interna ed esterna.

Gli interventi informativi e pubblicitari saranno realizzati mirando alla massima copertura mediatica e utilizzando forme e metodi di comunicazione al pertinente livello territoriale (art. 7 c. 1 Reg n. 1828/2006).

Il regolamento n. 1083/2006 (art. 69) si sofferma su due aspetti cruciali, che rappresentano altrettanti elementi generali e strategici per il Piano di comunicazione:

- La visibilità del POR presso il grande pubblico, con particolare riferimento al ruolo dell'Unione europea e al valore aggiunto portato dal suo contributo;
- La trasparenza delle operazioni nei confronti dei beneficiari e dei potenziali beneficiari, in particolare per quanto riguarda la chiarezza e l'efficacia nel comunicare le modalità di accesso al Programma, i criteri di selezione dei progetti e gli elenchi dei beneficiari.

Dall'accostamento tra queste indicazioni e i risultati dell'analisi di contesto, in particolare l'analisi SWOT, discendono i seguenti **obiettivi specifici**:

- Promuovere un'informazione ampia e trasparente sulle opportunità offerte dal POR, sulle modalità di accesso e sui suoi risultati
- Rafforzare la comunicazione e il coordinamento interni
- Favorire la partecipazione degli attori e dei portatori d'interesse

Strategia

La diffusione di informazioni sul POR ha l'obiettivo di informare sulle opportunità e sulle agevolazioni disponibili, e in senso più ampio di far conoscere il ruolo dell'Unione Europea e il valore aggiunto delle politiche di coesione per la crescita economica e sociale del Lazio.

In altre parole, si tratta di diffondere la consapevolezza che l'intervento dei Fondi Strutturali non si limita a una mera erogazione di risorse finanziarie, ma è parte di un'insieme di politiche (non a caso definite "strutturali") finalizzate allo sviluppo del territorio, nel più ampio quadro delle strategie comunitarie tese a coniugare crescita economica e occupazione da una parte, innovazione e tutela/valorizzazione dell'ambiente dall'altra.

Si tratta di un obiettivo ambizioso, per conseguire il quale sono necessari sia il coinvolgimento e la partecipazione sia la trasparenza; in modo da avvicinare i cittadini alle istituzioni favorendo la condivisione delle scelte, e in particolare le strategie per lo sviluppo territoriale concordate con l'Unione Europea.

Nell'attuazione del Piano si perseguirà una strategia di comunicazione integrata, intendendo con ciò:

- integrazione con i partner istituzionali ed economico-sociali, che fungono da "moltiplicatori" dei messaggi e sono in grado di rivolgersi ai potenziali beneficiari in modo diretto;
- integrazione e coordinamento tra le strutture regionali e i soggetti incaricati dell'attuazione delle azioni, per quanto riguarda la circolazione e la condivisione di informazioni utili (normativa di riferimento, circolari interne, appuntamenti, scadenze)
- integrazione tra più strumenti, in funzione delle caratteristiche e dei fabbisogni informativi dei destinatari, nonché dello stato di avanzamento del POR

Per quanto riguarda i contenuti e lo stile, si prevede di differenziare i messaggi in funzione della varietà dei gruppi destinatari e dell'obiettivo di comunicazione che s'intende raggiungere. E' chiaro, ad esempio, che le imprese interessate alle iniziative previste dall'Asse I (Ricerca, innovazione e rafforzamento della base produttiva) hanno esigenze diverse dai giovani in età scolare.

In ogni caso saranno privilegiate la chiarezza e la semplicità del linguaggio, anche in considerazione della complessità di alcune procedure di selezione dei progetti introdotte dal POR (è il caso delle PAI previste per l'Asse I), all'interno di una linea grafica coordinata che assicurerà insieme visibilità al cofinanziamento dell'Unione Europea e riconoscibilità del Programma.

Riguardo alla copertura territoriale delle attività, il Piano si rivolge a tutta la popolazione regionale, in quanto nella programmazione 2007-2013 viene meno il requisito della zonizzazione.

Due ulteriori elementi strategici caratterizzano il Piano: il coinvolgimento e la partecipazione dei beneficiari (sia potenziali sia attuali), che da una parte saranno interpellati per conoscerne motivazioni e fabbisogni, e dall'altra saranno stimolati a rendersi testimoni diretti dei benefici apportati alla collettività dalle politiche strutturali comunitarie, come previsto anche dalla regolamentazione comunitaria in tema di obblighi pubblicitari a carico dei beneficiari.

Infine, si prevede di rafforzare il rapporto con i mass-media, che garantiscono un forte effetto moltiplicatore delle informazioni, con particolare attenzione a stampa, radio ed emittenti televisive locali, in quanto più vicine ai beneficiari.

Destinatari

Secondo la regolamentazione vigente l'informazione e la comunicazione devono essere dirette verso tre principali gruppi bersaglio: i potenziali beneficiari, i beneficiari e il grande pubblico.

Il POR Lazio elenca puntualmente i potenziali beneficiari delle azioni, che rappresentano i destinatari delle informazioni sulle opportunità disponibili e sulle modalità di accesso ad esse, in particolare:

- Asse I (*Innovazione e rafforzamento della base produttiva*): sistema pubblico e privato dell'offerta e sue aggregazioni, imprese (singole e associate, in rete o consorziate o in filiera), centri di ricerca
- Asse II (*Ambiente e prevenzione dei rischi*): sistema pubblico e privato, Pmi singole e associate
- Asse III (*Accessibilità*): Regione Lazio, altri soggetti pubblici e privati, sistema pubblico e privato e sue aggregazioni, centri di ricerca, poli e parchi tecnologici

Rispetto alla programmazione del passato, il POR Lazio 2007-2013 punta in maggiore misura al sostegno di progetti complessi, che mettono in relazione più soggetti (pubblici e privati, o entrambi) allo scopo di valorizzare e mettere a sistema risorse, conoscenze e competenze diffuse nella nostra regione.

In considerazione di ciò, è opportuno coinvolgere nelle attività di informazione e comunicazione il partenariato istituzionale ed economico-sociale, che comprende e rappresenta l'insieme delle categorie di beneficiari.

I beneficiari, ossia i soggetti che hanno avuto accesso ai benefici del POR, coincidono con le tipologie sopra elencate; naturalmente con differenti bisogni in termini di informazione e supporto; si tratta in pratica di accompagnarli durante la vita dei progetti, in particolare per quanto riguarda procedure amministrative e scadenze, e non ultimi gli obblighi di pubblicità (ove richiesto).

L'ultima categoria di destinatari è il grande pubblico. I cittadini del Lazio saranno informati sul programma, sul suo avanzamento e sui risultati, dai quali emergerà il valore aggiunto delle politiche di coesione e di sviluppo regionale. Nei loro confronti si tenderà in particolare a evidenziare il ruolo dell'Unione europea, a garantire la trasparenza e a favorire la partecipazione, con il risultato ulteriore di avvicinarli alle istituzioni locali e comunitarie.

Fermo restando che a una definizione più dettagliata dei gruppi target di destinatari si potrà giungere in seguito ai risultati della prima fase di analisi partecipata, all'interno di questa categoria è possibile distinguere fin da ora i seguenti gruppi:

- opinione pubblica;
- giovani, con riferimento alla scuola, all'università e in generale al sistema formativo. Si tratta di un gruppo con un grande potenziale moltiplicatore, nonché i nuovi cittadini di un'Europa in continua trasformazione;
- donne, nel rispetto del principio delle pari opportunità;
- fruitori dei poli d'attrazione culturale;
- gruppi che a causa della loro localizzazione geografica rischiano di rimanere ai margini dei processi di innovazione (in particolare connettività).

Inoltre, per garantire la massima diffusione delle informazioni e in coerenza con quanto dispone l'art. 5 comma 3 del Reg. n. 1828/2006, il Piano di comunicazione intende associare alle attività altri soggetti e organizzazioni, anche al di là del requisito minimo regolamentare (che prescrive l'obbligo di associare "almeno uno" degli organismi elencati).

Ancora una volta, ciò risponde all'esigenza di promuovere l'effetto moltiplicatore della diffusione di informazioni e perseguire l'integrazione (o almeno la collaborazione) con i

soggetti che, a vario titolo, sono coinvolti nella programmazione FESR e più in generale nelle politiche strutturali comunitarie. Di seguito l'elenco dei soggetti che saranno coinvolti nelle attività informative e di comunicazione previste dal Piano:

- autorità nazionali, regionali e locali e agenzie per lo sviluppo;
- associazioni di categoria;
- sistema camerale;
- organizzazioni non governative;
- agenzie educative (scuola, università, sistema della formazione professionale).

Infine, destinatari indiretti delle attività di comunicazione saranno anche altre regioni italiane ed europee, con le quali si riterrà di partecipare a network e scambi di esperienze e good/best practice, anche nel quadro di programmi e iniziative comunitari, in coerenza con l'obiettivo 'cooperazione'.

Metodologia

Le azioni previste dal Piano sono ideate per innescare un meccanismo circolare e virtuoso, nel quale sono coinvolte le parti sociali, economiche e istituzionali: amministrazioni pubbliche, imprese, parti sociali, associazioni, nonché i cittadini e i mass-media. L'intento è favorire la più ampia partecipazione dei portatori d'interesse nell'attuazione del Programma, ciascuno secondo i suoi ruoli, i suoi bisogni e le sue attese.

In altri termini, nella programmazione e nell'eventuale revisione delle azioni di comunicazione e informazione sarà adottato un approccio partecipativo, coinvolgendo gli stessi destinatari delle attività, vale a dire i portatori d'interesse, al livello territoriale appropriato.

Il processo di comunicazione parte dalla diffusione delle informazioni sulle opportunità offerte dai Fondi e sui criteri di accesso al POR, quindi accompagna il beneficiario nella gestione e nell'attuazione dei progetti e infine pubblicizza i risultati dei progetti realizzati grazie al cofinanziamento; mostrando alla platea dei portatori d'interesse, e più in generale ai cittadini, come l'azione del FESR contribuisca direttamente a raggiungere l'obiettivo di uno sviluppo economico sostenibile, rispettoso dell'ambiente e inclusivo.

Nel contesto del Piano saranno utilizzate prassi e metodologie mutuata dal Project Cycle Management - PCM (Gestione del Ciclo del Progetto - GCP)¹, introdotto dalla Commissione Europea all'inizio degli anni '90 e sviluppato nel quadro dei programmi di cooperazione esterna (EuropeAid) per migliorare la qualità della progettazione e della gestione dei progetti. Tale approccio è stato diffuso in Italia dal Formez attraverso specifiche iniziative e quindi adottato da diverse Pubbliche Amministrazioni italiane.

La GCP prevede la strutturazione in fasi della preparazione e della realizzazione dei progetti e dei programmi, definendo per ogni fase il ruolo dei diversi attori interessati e le decisioni da prendere.

Tre sono le caratteristiche principali della GCP:

1. Il ciclo definisce in ogni fase le decisioni chiave, le esigenze informative e le responsabilità specifiche;
2. Le fasi del ciclo sono progressive (ciascuna deve essere completata perché la successiva sia svolta con successo);
3. Eventuali adattamenti e revisioni in corso d'opera si basano sui risultati del monitoraggio e della valutazione

La GCP, inoltre, assicura che tutti gli attori coinvolti nel processo siano consultati e tutte le informazioni pertinenti siano rese disponibili, in modo da consentire decisioni fondate in ciascuna fase della vita di un progetto, in questo caso del Piano di comunicazione.

Di conseguenza il Piano è incardinato sui destinatari e sui loro bisogni, cosa che ne garantisce fattibilità e sostenibilità. Adattati al contesto del Piano di comunicazione POR, questi principi portano a identificare una sequenza ciclica di attività (Fig. 1), che può essere descritta come segue:

1. Analisi partecipata

L'analisi del contesto, effettuata dall'Ufficio responsabile e delineata nelle pagine precedenti, necessita di verifiche che possono essere ottenute attraverso la partecipazione e il coinvolgimento dei portatori d'interesse.

Le considerazioni alla base dell'analisi SWOT, dunque, devono essere integrate in fase di avvio del Piano con il contributo delle parti istituzionali, economiche e sociali e dei cittadini, che saranno consultati utilizzando strumenti diversi. In particolare, per i membri del

¹ Project Cycle Management Guidelines, European Commission – EuropeAid Cooperation Office, Brussels, 2004; Project Cycle Management – Manuale per la formazione, FORMEZ e Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica, Roma, 2002

partenariato economico-sociale e istituzionale si prevede di raccogliere informazioni, istanze ed esigenze direttamente dai destinatari delle attività di comunicazione, attraverso interviste, attività seminariali o focus group.

Quanto ai cittadini, sulla falsariga di quanto realizzato dalla Regione Lazio con il 'Sondaggio informato e partecipato', si prevede di organizzare un evento secondo la metodologia del 'deliberative poll': discussioni in piccoli gruppi selezionati casualmente, con l'obiettivo di disporre di una base di informazioni sull'opinione pubblica (grado di conoscenza e consapevolezza, attese, bisogni). In entrambi i casi i risultati della rilevazione saranno utilizzati anche per valutare i fabbisogni informativi dei soggetti e dei gruppi coinvolti, in modo da fornire indirizzi sul contenuto e sullo stile dei messaggi.

Tali momenti di 'valutazione' saranno ripetuti a metà del periodo di programmazione (2010) e alla conclusione del Programma, in corrispondenza con le principali attività di valutazione previste dal Regolamento n. 1828/2006.

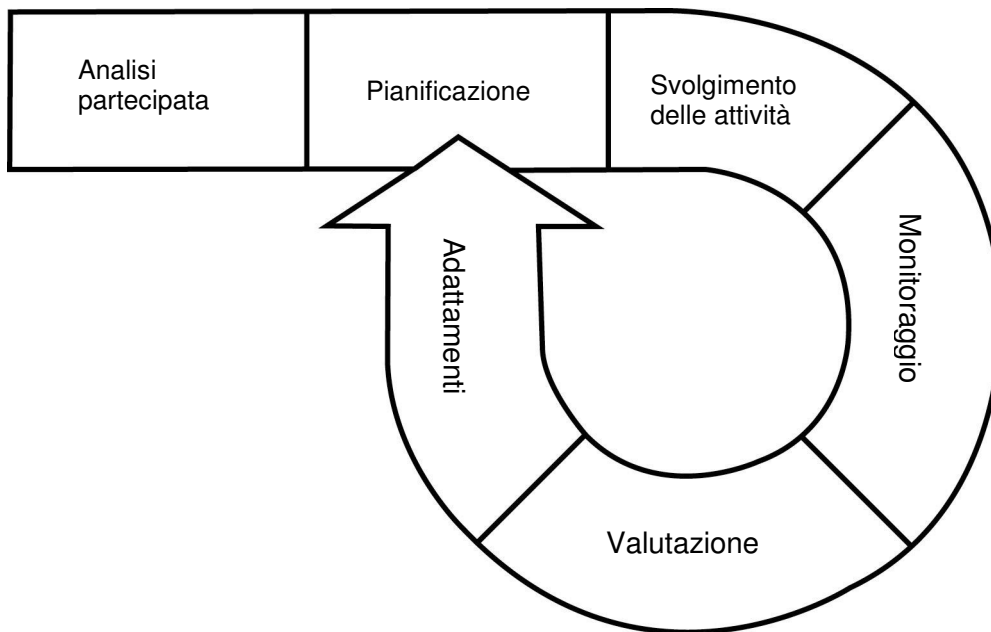


Fig. 1 – La Gestione del Ciclo del Progetto

2. Pianificazione

Il Piano di comunicazione è definito in fase progettuale, e contiene gli elementi essenziali: obiettivi, strumenti, metodologia, calendario di massima delle attività, budget, strumenti per la valutazione interna e il monitoraggio.

Tuttavia, la programmazione dettagliata delle attività non può essere anticipata in questa fase, in primo luogo perché occorre tenere conto dei risultati dell'analisi partecipata descritta al punto precedente, che permetteranno di adeguare strategia e strumenti di comunicazione all'effettivo fabbisogno rilevato presso i destinatari delle attività di comunicazione.

In secondo luogo, le campagne e le azioni informative sono programmate in funzione dell'avanzamento del POR, sicché (ad esempio) seminari ed eventi informativi sono realizzati in occasione dell'apertura di avvisi pubblici.

In considerazione di ciò, i risultati della prima fase (analisi partecipata) saranno utilizzati per prendere decisioni in merito alle priorità nella scelta degli strumenti, alla scelta dello stile e delle modalità di comunicazione (fermo restando che saranno in ogni caso privilegiate la

semplicità, la chiarezza e l'immediatezza dei messaggi), alla diversa allocazione delle risorse finanziarie.

Nella programmazione e nello svolgimento delle attività si terrà conto anche delle indicazioni formulate dalla Conferenza delle Autorità di Gestione, istituita per garantire l'integrazione e la concentrazione tra i Fondi e i Programmi comunitari che interessano il Lazio, in modo da massimizzarne l'impatto sul territorio. Pertanto, subito dopo la prima sessione di 'analisi partecipata', e per gli anni a seguire in ogni caso entro il mese di gennaio, si terrà una riunione di pianificazione e coordinamento alla quale parteciperanno almeno le Autorità di Gestione e l'Ufficio responsabile del Piano, e nella quale sarà formulata una pianificazione di massima delle iniziative e degli eventi per l'anno in corso. Ulteriori incontri potranno essere convocati per assicurare il coordinamento tra le strutture regionali coinvolte nell'attuazione di azioni che interessano più Assessorati o Autorità.

3. Svolgimento delle attività

L'esecuzione del Piano segue e rispecchia l'avanzamento del POR. Di conseguenza le attività di comunicazione/informazione e i rapporti coi beneficiari si pongono in diretta relazione anche con i risultati, la cui diffusione e valorizzazione costituisce una delle priorità del Piano. Va comunque sottolineato che le attività descritte più avanti saranno svolte per tutta la durata del Piano; mentre il loro contenuto dovrà adattarsi alle esigenze del momento. Le attività del Piano possono essere divise in tre macro-fasi in ragione dell'avanzamento del Programma, al quale corrispondono diverse esigenze di informazione e comunicazione:

1. pubblicità e promozione: questa prima fase comprende l'analisi del fabbisogno informativo con il coinvolgimento attivo dei potenziali beneficiari e del partenariato, la creazione di reti e collaborazioni con soggetti attivi sul territorio per moltiplicare i canali di comunicazione, la diffusione di informazioni sulle opportunità offerte dal POR, e in particolare sulle modalità di accesso e sui risultati attesi;
2. pubblicità e accompagnamento dei beneficiari: mentre si continua a promuovere le opportunità disponibili come nella fase iniziale, il focus si sposta sull'informazione ai beneficiari, per metterli in grado di adempiere a regole e scadenze fissate dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale, compresi gli obblighi di pubblicità e visibilità del finanziamento ricevuto;
3. diffusione dei risultati e prospettive: i progetti finanziati si avviano alla conclusione, permettendo di valutare l'impatto delle azioni cofinanziate sul territorio, in particolare dei progetti più significativi, nonché di avviare con i partner istituzionali e socio-economici la discussione sulle prospettive delle politiche per lo sviluppo regionale.

4. Monitoraggio e valutazione

Come già accennato, le attività del Piano saranno oggetto di valutazione ex ante, in itinere ed ex post. La valutazione è finalizzata a verificare l'efficacia, l'efficienza e la pertinenza delle attività del Piano. In altri termini, è mirata a misurare periodicamente l'avanzamento del Piano, in particolare per quanto riguarda il raggiungimento degli obiettivi. Il monitoraggio, invece, consiste nella raccolta sistematica e nell'analisi di informazioni utili alla gestione e per eventuali revisioni o aggiustamenti all'interno del Piano.

Il regolamento n. 1828/2006 (art. 4) fissa alcuni obblighi per l'Autorità di Gestione in merito alla valutazione. In particolare, l'Autorità di gestione è tenuta a informare il Comitato di Sorveglianza riguardo ai progressi nell'attuazione del Piano, fornendo nei Rapporti annuali e nel Rapporto finale di esecuzione esempi degli interventi informativi e pubblicitari, le misure prese per garantire la pubblicazione degli elenchi dei beneficiari e il contenuto delle principali modifiche apportate al Piano.

Inoltre, nel Rapporto annuale relativo al 2010 e nel Rapporto finale di esecuzione dovrà figurare un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in

termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità.

Di seguito due liste di indicatori da utilizzare per la stesura dei rapporti. L'esperienza potrebbe suggerire di modificarle o integrarle in corso d'opera.

Indicatori di risultato e d'impatto

Strumento	Output	Indicatori di risultato	Indicatori d'impatto
Sito web	N° di pagine pubblicate N° Data base e record DB N° di documenti scambiati nell'area riservata N° di sondaggi on line N° di FAQ pubblicate	N° di utenti/visitatori N° di utenti registrati N° di pagine visitate N° di utenti area riservata N° di partecipanti ai sondaggi on line	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico; Cambiamenti nella percezione da parte del pubblico; Miglioramento nella comunicazione interna
Call Center	N° giornate/uomo (front office) N° giornate/uomo (back office) N° di caselle e-mail dedicate	N° domande e richieste di documenti (totale/giornaliero) N° di e-mail ricevute	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico; Cambiamenti nella percezione da parte del pubblico.
Poster e pieghevoli (campagne promozionali)	N° di poster stampati N° di pieghevoli stampati N° di poster e pieghevoli distribuiti	Incremento nelle richieste al call center	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico;
Rapporti coi mass media	N° di conferenze stampa N° di seminari/eventi pubblici informativi	N° di interviste stampa N° di interviste TV N° di interviste radio N° di comunicati stampa diffusi	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico; Cambiamenti nella percezione da parte del pubblico.
Newsletter	N° di newsletter pubblicate	N° di iscritti	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico;
Pubblicazioni	N° di copie stampate	N° di copie distribuite N° di copie scaricate dal sito	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico
Audiovisivi	N° di CD	N° di copie distribuite N° di copie richieste	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico
Seminari	N° di eventi	N° di risposte agli inviti N° di partecipanti (attesi ed effettivi) N° di richieste di ulteriori informazioni	Cambiamenti nella consapevolezza da parte del pubblico

Indicatori di qualità

Strumenti	Gruppi target	Indicatori	Fonti di informazione
Sito web	Tutti (Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari, portatori d'interesse)	Accessibilità Facilità di uso Completezza dell'informazione Chiarezza dell'informazione Utilità della documentazione condivisa (area riservata)	Sondaggi tra gli utenti Sondaggi di opinione Questionari E-mail ricevute
Analisi partecipata	Tutti	Qualità dei contributi Qualità della documentazione presentata Qualità degli strumenti di rilevazione	Interviste Focus group Seminari Sondaggi
Eventi (conferenze, seminari, workshop)	Tutti	Qualità dell'organizzazione (luogo, orario, catering, attrezzature) Qualità dei contenuti (completezza degli interventi; importanza dei relatori; rilevanza dell'informazione fornita; chiarezza degli interventi; qualità della documentazione distribuita)	Questionari di gradimento riempiti dai partecipanti
Comunicazione diretta	Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari	Qualità e completezza dell'informazione fornita	Sondaggio
Pubblicazioni (poster, pieghevoli, brochure)	Tutti	Rilevanza per i diversi gruppi target Chiarezza Utilità dell'informazione Completezza dell'informazione Attrattività, equilibrio tra testo e illustrazioni	Sondaggio (anche on line)
Newsletter	Grande pubblico, potenziali beneficiari, beneficiari	Completezza delle informazioni Attrattività e chiarezza Aspetto (equilibrio tra testo e illustrazioni) Rilevanza per i gruppi target Utilità dell'informazione	Sondaggio (anche on line)
Audiovisivi (spot radio e TV)	Tutti	Qualità dei materiali – attrattività, chiarezza Adeguatezza timing per la diffusione Identificazione dei media più adatti per la diffusione	Sondaggio
Ufficio stampa (Conferenze stampa, interviste, comunicati, articoli, lista di contatti, rassegne stampa)	Tutti	Equilibrio tra copertura media e consapevolezza sul POR da parte dei gruppi target Utilità dell'informazione per i media Corrispondenza tra comunicati stampa e articoli pubblicati Completezza e chiarezza dell'informazione diffusa	Rassegne stampa

Reporting

In conformità a quanto previsto dal Regolamento n. 1828/2006 e nel rispetto dell'art 67 del regolamento CE 1083/2006, i rapporti annuali e il rapporto finale di esecuzione conterranno un capitolo sulle azioni informative e pubblicitarie realizzate nel corso dell'attuazione del programma, esplicitando i criteri di valutazione in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione. Tali rapporti saranno sottoposti all'esame e all'approvazione del Comitato di Sorveglianza, e trasmessi in seguito alla Commissione Europea.

L'Ufficio responsabile curerà il capitolo relativo al Piano di comunicazione, da integrare nei rapporti annuali sull'esecuzione del POR nel suo insieme. Di seguito lo schema dell'indice che sarà utilizzato per la preparazione di questi documenti:

Rapporto annuale di esecuzione	
<i>Indice</i>	
1. Introduzione	1. Informazioni generali sullo stato di avanzamento del Piano (dati, obiettivi, risultati)
2. Executive summary, raccomandazioni	2. Principali problemi segnalati all'attenzione dei referenti istituzionali
3. Stato di avanzamento in rapporto a quanto previsto dal Piano (efficacia ed efficienza)	3. Avanzamento verso gli obiettivi fissati i termini di risultati, attività svolte, risorse utilizzate, informazioni, gestione e coordinamento
4. Risultati e programma di lavoro per l'anno seguente	4. Risultati attesi – quantità, qualità, rispetto dei tempi, attività da svolgere e compiti, impiego delle risorse
5. Allegati	5. Esempi degli interventi e dei prodotti realizzati

Strumenti di comunicazione

Numero verde e sportelli informativi (informazione, consulenza e orientamento)

Sulla base dell'esperienza accumulata nella precedente programmazione, si prevede di attivare un sistema di informazione, consulenza e orientamento, innanzitutto attraverso una linea telefonica dedicata. Tale numero verde fornirà sia informazioni di carattere generale, per orientare l'utenza sulle opportunità disponibili nell'ambito dei Fondi strutturali (primo livello), sia mirata e specifica (secondo livello), eventualmente riferendo l'utente alle strutture direttamente coinvolte.

Ugualmente, il Piano punta a rendere disponibili sportelli informativi sul territorio, presso i quali sarà possibile ottenere informazioni per accedere alle opportunità offerte dal POR, e materiali (brochure, vademecum, guide, formulari e modulistica).

Pertanto, allo scopo di rendere capillare la diffusione delle informazioni sul territorio regionale, si prevede di attivare collaborazioni e sinergie con soggetti, enti locali e reti già esistenti e dedicate all'informazione sulle opportunità offerte dall'Unione Europea. In particolare, senza escludere ulteriori collaborazioni, si prevede di coinvolgere:

- Sportelli URP regionali nelle province del Lazio
- Rete regionale Europe Direct
- Rappresentanza della Commissione europea in Italia
- Centro di informazione e documentazione europea (Cide)

Inoltre, si ricercheranno sinergie con analoghi strumenti d'informazione al pubblico, già attivati dalla Regione in collaborazione con Sviluppo Lazio o altre società regionali, come lo **Sportello Kyoto** (che assiste privati ed enti locali sui temi connessi alla riduzione delle emissioni inquinanti) e **SprintLazio**, lo sportello regionale per l'internazionalizzazione delle Pmi della nostra regione.

Descrizione delle attività

Pubblicità dell'iniziativa

Si prevede di effettuare una campagna pubblicitaria per il lancio del numero verde e dei servizi offerti, attraverso più strumenti: innanzitutto una conferenza stampa ma anche spot pubblicitari su emittenti radio e televisive locali, inserzioni sui quotidiani e giornali locali e nazionali, siti web istituzionali.

Call Center

Il numero verde offrirà un contatto immediato con personale esperto, qualificato e formato sulle agevolazioni e sulle procedure del POR, che svolgerà anche un lavoro di accoglienza "face to face" presso la sede di Sviluppo Lazio. Si prevede di integrare il servizio con un motore di ricerca web per facilitare l'utente nella ricerca delle opportunità disponibili, sull'esempio di quanto realizzato nella precedente programmazione.

Sportelli informativi territoriali

Si prevede di attivare contatti con enti locali, organismi, reti e istituzioni sul territorio, con l'obiettivo di disporre di una rete di punti informativi distribuiti nelle cinque province del Lazio. Gli sportelli territoriali, oltre a fungere da punti per la distribuzione di materiale informativo, saranno collegati con il sistema informativo e gestionale per la raccolta dei dati, utilizzato nella sedi centrali.

Gestione ed elaborazione dati

Il servizio utilizzerà un sistema informatico per la raccolta sistematica di informazioni e la gestione dei contatti. Tale sistema permette di ottimizzare tempi e metodi di lavoro del front desk attraverso l'archiviazione delle informazioni ricavate dai contatti (diretti o telefonici) con l'utenza, nonché la produzione di dati in grado di esprimere dettagliatamente le caratteristiche del servizio erogato e le aree di maggiore interesse per gli utenti.

Caselle di posta elettronica dedicate

Per offrire al pubblico un ulteriore canale informativo, si prevede come nella passata programmazione di aprire alcune caselle di posta elettronica, attraverso le quali beneficiari e potenziali beneficiari potranno ricevere risposte a quesiti puntuali (ad es. sulla modalità di presentazione delle domande o sull'avanzamento delle pratiche).

Le risposte alle domande più frequenti (FAQ), di maggiore interesse per i beneficiari e i potenziali beneficiari, saranno raccolte e pubblicate sul sito internet dedicato al POR.

Campagne pubblicitarie e media

Le campagne pubblicitarie seguono la vita del Programma, e saranno pertanto programmate in determinati momenti della fase di attuazione quali: l'avvio del POR, la creazione di servizi, l'organizzazione di eventi, la pubblicazione di bandi, la diffusione di informazioni inerenti notizie, indirizzi e numeri utili, la diffusione di dati relativi all'attuazione e ai risultati conseguiti.

Per la realizzazione della campagna pubblicitaria si prevede di utilizzare spot su emittenti radio e televisive locali, cartellonistica su strada, manifesti su autobus e uffici pubblici, realizzazione di targhe permanenti (in ossequio alla normativa regolamentare), inserzioni su giornali, redazionali.

Descrizione delle attività

Comunicazioni tramite stampa, Tv e radio, circuiti cinematografici

Come già accennato, la costruzione di un rapporto stabile e continuo con i mezzi di comunicazione permette di diffondere una grande quantità di informazioni sul Programma, nonché di rafforzare la percezione del ruolo e dell'importanza delle politiche strutturali per lo sviluppo del territorio.

Pertanto le interviste, i comunicati stampa e le conferenze stampa saranno utilizzati per promuovere bandi aperti, incontri pubblici e altre iniziative. Tra gli eventi promossi attraverso la partecipazione dei mass-media: il lancio del Programma, la fase di analisi partecipata, l'evento annuale previsto dal Regolamento n. 1828/2006, l'apertura di bandi, le riunioni del Comitato di Sorveglianza, la presentazione di grandi progetti o progetti particolarmente significativi (per quanto riguarda sia l'avanzamento sia la conclusione).

Informazioni su appuntamenti, eventi, scadenze di avvisi pubblici saranno diffuse anche attraverso rubriche settimanali e spot trasmesse da emittenti radio e televisive, ed eventualmente nei circuiti cinematografici.

Annunci stampa e diffusione di guide

In concomitanza di eventi di rilievo, legati all'attuazione di una misura e/o all'organizzazione di manifestazioni, seminari e convegni tematici sulle opportunità offerte dal POR, si prevede di acquisire spazi sui giornali, a tiratura nazionale e locale. I moduli prevedono anche la promozione dei siti, dei numeri verdi e degli sportelli informativi e la diffusione di guide informative.

Ideazione e realizzazione spot

Gli spot via radio e televisione saranno caratterizzati dall'immediatezza del messaggio e dalla completezza dell'informazione. Gli spot potranno anche essere rivolti a particolari gruppi, in modo da avvicinarli al funzionamento delle istituzioni comunitarie e dei Fondi strutturali, e alle opportunità di loro immediato interesse.

Si prevede infine di realizzare uno spot di grande impatto, che evidenzia i cambiamenti avvenuti sul territorio regionale grazie al cofinanziamento comunitario attraverso casi di eccellenza, progetti e opere, e come questi interventi contribuiscono a migliorare la qualità della vita dei cittadini del Lazio. Lo spot è destinato alla messa in onda sulle reti tv regionali e nazionali e, in una versione più lunga, nei circuiti cinematografici.

Televideo Rai regionale

Si prevede di giungere a un accordo con la Rai-Radiotelevisione Italiana per l'inserimento di notizie e avvisi nelle pagine dedicate al Lazio sul Televideo regionale. Tale strumento permette di diffondere messaggi concisi e di informare periodicamente il pubblico sulle opportunità e le relative scadenze, sulla programmazione di eventi, sulla disponibilità del numero verde, degli sportelli sul territorio e dei siti web dove acquisire informazioni.

Materiali promozionali

A supporto della campagna pubblicitaria dedicata al POR saranno ideati gadget e articoli promozionali, come ad esempio: penne, ombrelli, porta CD-ROM, shopper.

Assistenza missioni all'estero

In occasione di eventi di rilievo internazionale il Piano di comunicazione fornirà assistenza e supporto nelle missioni all'estero, al cui interno potranno essere programmati eventi promozionali.

Internet

Si prevede di creare un sito dedicato al POR, che rappresenterà non solo un contenitore di documenti e informazioni ma anche uno strumento di dialogo e partecipazione aperto a tutti gli attori coinvolti nell'attuazione del Programma, o anche semplicemente interessati all'argomento.

In questo senso, il sito si propone come strumento di comunicazione a più livelli, dal cittadino ai referenti istituzionali (Autorità di gestione, partenariato). Per questi ultimi, direttamente coinvolti nell'attuazione del Programma si prevede la creazione di aree riservate, destinate a facilitare la comunicazione interna e la condivisione immediata di documenti, aspetto quest'ultimo cruciale per una gestione efficiente.

Per quanto riguarda i destinatari delle attività di comunicazione si ipotizza di utilizzare il sito come piattaforma per favorirne il più ampio coinvolgimento, anche in analogia con quanto avviene da tempo per le consultazioni pubbliche lanciate dalla Commissione europea e nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento n. 4 del 28.06.2006 (*"Disciplina del processo di partecipazione alla formazione delle decisioni in materia di programmazione economico-finanziaria e di bilancio della Regione Lazio"*).

Attraverso il sito potranno anche essere lanciati sondaggi su vari argomenti relativi alla politica di coesione e ai benefici che questa arreca allo sviluppo socio-economico del territorio, alla tutela dell'ambiente e all'inclusione. Va sottolineato che tali attività permettono di raccogliere una messe di dati e informazioni utili anche per la valutazione e il monitoraggio.

Il sito conterrà informazioni e materiali (anche multimediali) sulle opportunità offerte dal POR, sulle modalità di accesso al Programma stesso e sul suo avanzamento in termini fisici e procedurali, nonché sugli obblighi di pubblicità per i beneficiari. In particolare, sarà possibile consultare le normative di riferimento e scaricare la modulistica relativa ai bandi aperti e naturalmente gli elenchi dei beneficiari, le denominazioni delle operazioni e l'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.

E' prevista peraltro una sezione dedicata agli interventi e alle opere realizzate o in corso di realizzazione con il contributo del POR, che presenterà schede descrittive e immagini dei progetti, e seguirà nel tempo l'evoluzione e la realizzazione degli interventi.

Nell'ambito della comunicazione via web si cercheranno collaborazioni e sinergie con altri siti dedicati ai temi dello sviluppo regionale e delle politiche strutturali, come ad esempio:

- <http://www.strategiadilisbonalazio.it/>, che offre informazioni sui presupposti e sull'evoluzione della Strategia di Lisbona;
- <http://www.sprintlazio.it>, il sito dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione;
- <http://www.sportellokyotolazio.it>, un riferimento per cittadini, imprese ed enti locali sui temi connessi alla riduzione delle emissioni inquinanti;
- <http://www.investinlazio.it>, finestra virtuale sulle opportunità d'investimento nella nostra regione, a disposizione degli investitori esterni.

Analoghi rapporti di collaborazione potranno essere stabiliti con i siti delle società regionali coinvolte nell'attuazione del POR.

Infine, il sito dedicato al POR rispetterà le disposizioni vigenti in materia di privacy e accessibilità, e disporrà delle più aggiornate funzionalità come i feed RSS (Really Simple Syndication), che permettono all'utente di ricevere in ogni momento aggiornamenti sulle novità presenti sul sito stesso.

Newsletter telematica

La redazione e la diffusione di una newsletter, spedita per via telematica, permette di informare in modo mirato sull'avanzamento del Programma (pubblicazione di bandi, eventi, seminari rivolti ai potenziali beneficiari, pubblicazione di graduatorie, informazioni sulle riunioni del Comitato di sorveglianza e sulla pubblicazione dei Rapporti annuali di esecuzione), di aggiornare su nuove leggi o disposizioni normative anche di carattere comunitario, e in generale sulle attività nell'ambito del POR, costituendo un utile punto di riferimento per cittadini, operatori economici e amministratori locali.

In occasione di eventi di particolare rilievo (convegni, presentazioni di nuove iniziative, seminari) saranno inoltre realizzate edizioni speciali. La newsletter, inviata con cadenza mensile, sarà pubblicata anche sul sito dedicato al POR.

Attività editoriale e stampa

Per offrire al pubblico un riferimento univoco riguardo al Programma e alle opportunità da questo offerte, si prevede di realizzare una linea editoriale dedicata al "POR Lazio", in cui trattare specificatamente il ruolo dell'Unione Europea, gli aggiornamenti normativi, la pubblicazione dei risultati di analisi statistiche, riflessioni e opinioni degli operatori del settore, analisi tematiche, interazione e confronti con altre iniziative, sintesi di ricerche, recensioni.

E' prevista la realizzazione di un logo e di una linea grafica omogenea e immediatamente riconoscibile, allo scopo di suggerire un'immediata visibilità e riconducibilità di un dato intervento al Programma. Logo e immagine coordinata contraddistinguono pubblicazioni e materiali informativi: guide, brochure contenenti indicazioni relative a numeri utili, soggetti responsabili, attività svolte, opportunità offerte, vademecum. Il materiale informativo avrà quindi le seguenti caratteristiche:

- logo e stile grafico omogeneo;
- messaggio relativo alla missione del POR: "promuovere uno sviluppo ecologicamente compatibile, equo, inclusivo e rispettoso dei diritti della persona e delle pari opportunità, finalizzato a rafforzare la competitività del sistema Lazio";
- indicazione su targhe e cartelloni: "Progetto cofinanziato dall'Unione Europea".

Per selezionare il logo e la linea grafica del POR si bandirà un concorso, organizzato dalla Regione Lazio e dall'Ufficio responsabile per l'attuazione del Piano di comunicazione POR. Il concorso sarà aperto agli studenti di scuole d'arte, disegno grafico, design della comunicazione, comunicazione visiva, design per i media o discipline correlate, residenti nel Lazio, nonché designer professionisti laureatisi presso un'università o un istituto universitario. L'obiettivo del concorso è selezionare un logo, accompagnato da uno slogan, sul POR Lazio e sulla politica di coesione e di sviluppo regionale.

La selezione avverrà in due fasi. Nella prima, una giuria composta da esperti di arte e design prenderà visione delle proposte pervenute, scegliendo le dieci più convincenti; una successiva commissione sarà incaricata di scegliere il vincitore, che sarà proclamato in un evento pubblico.

Descrizione delle attività

I materiali informativi prodotti nell'ambito del Piano si riferiscono alle opportunità offerte da bandi POR, e saranno disponibili in diversi formati e supporti: guide cartacee, pieghevoli, il periodico Focus con una rubrica dedicata al POR (disponibile anche sul web), brochure, CD ROM e DVD. Tali materiali saranno distribuiti in occasione di manifestazioni ed eventi pubblici, e presso la rete di sportelli sul territorio regionale.

Logo e immagine grafica coordinata

Nella corrispondenza relativa agli interventi cofinanziati dal POR le strutture regionali competenti utilizzeranno carta intestata, biglietti da visita e buste che riporteranno il logo POR e gli elementi della linea grafica coordinata, individuati attraverso la procedura sopra descritta.

Guide e pieghevoli informativi

Per fornire un'informazione sempre più chiara, approfondita e accessibile sulle opportunità offerte dal POR, sarà realizzata una collana editoriale di guide, contraddistinte da una linea grafica comune e rivolte a una vasta platea di beneficiari: cittadini, operatori economici e amministratori locali, ma anche giovani, fruitori di zone di pregio, cittadini di piccoli Comuni o residenti in aree interessate da interventi sulle infrastrutture, sia materiali sia immateriali. Stile e contenuti si dovranno adattare ai diversi destinatari. Così, ad esempio, nel caso si

tratti di materiali divulgativi per un pubblico giovane e poco interessato agli aspetti 'tecnici' delle agevolazioni e dei bandi, lo stile sarà semplice e immediato, mentre il contenuto sarà centrato sull'Unione Europea e sui benefici delle politiche comunitarie per i cittadini del Lazio. Mentre le guide per i potenziali beneficiari tenderanno a illustrare le modalità di partecipazione alle azioni cofinanziate dal POR, con particolare riferimento alle modalità di presentazione delle domande di agevolazione o dei progetti. Per la distribuzione al grande pubblico l'informazione è sintetizzata in pieghevoli a due ante e in folly promozionali.

Distribuzione

La linea di prodotti editoriali contrassegnati dal logo sarà distribuita dal servizio di help desk, presso gli sportelli informativi sul territorio regionale, presso le sedi di organismi rappresentativi, associazioni, scuole etc. Per rafforzare l'impatto sul pubblico, le guide, in particolare quelle di carattere generale, potranno essere diffuse anche in allegato a quotidiani nazionali.

Obblighi informativi per i beneficiari

I beneficiari del cofinanziamento saranno direttamente informati degli obblighi di cui all'art. 8 del Reg. 1828/2006; per garantire che i beneficiari si attengano a modelli conformi alle disposizioni regolamentari, si prevede di produrre una guida informativa, che sarà resa pubblica anche attraverso internet.

Eventi e seminari

Gli eventi rappresentano un'ottima opportunità per promuovere opportunità, distribuire materiale informativo scambiare esperienze, instaurare contatti con altre amministrazioni e organizzazioni, raccogliere osservazioni, esporre e divulgare progetti e novità.

I seminari e i convegni rappresentano momenti di informazione e dialogo tra gli addetti ai lavori e i beneficiari delle azioni, attraverso i quali possono essere affrontati gli aspetti relativi all'utilizzo dei Fondi e all'attuazione del programma, ed è possibile avvicinare i potenziali beneficiari alle opportunità offerte dal POR.

In occasione dell'apertura di avvisi pubblici saranno organizzati seminari informativi in tutto il territorio regionale, in collaborazione con la Regione (in particolare con gli Assessorati e le Direzioni regionali competenti per materia) e le società regionali, per illustrare i contenuti delle misure stesse e le modalità di presentazione delle domande, con la partecipazione degli assessori regionali competenti, dei referenti regionali e dei rappresentanti delle società regionali coinvolte. Naturalmente, il partenariato economico-sociale e istituzionale sarà direttamente coinvolto nell'organizzazione degli eventi.

Inoltre, va sottolineato che le sinergie con altri fondi e strumenti comunitari, previste dal POR, saranno utilizzate per promuovere iniziative di concerto con le Autorità di Gestione referenti.

In generale, nella programmazione di eventi si terrà conto di quanto disposto dall'art. 7 c. 2 del Reg. 1828/2006, che prevede l'organizzazione di alcune attività, compresa l'esposizione della bandiera dell'Unione Europea per una settimana a partire dal 9 maggio di ciascun anno davanti alla sede dell'Autorità di gestione.

Descrizione delle attività

Evento di lancio del Programma

Coincide con l'indizione dell'analisi partecipata, e comprende una conferenza stampa e un convegno, nel quale saranno illustrate le azioni previste dal POR nel quadro della politica di coesione, nonché le ricadute attese. All'evento parteciperanno gli Assessori competenti, le Autorità di Gestione e rappresentanti del partenariato economico-sociale e istituzionale. Sarà invitato anche un rappresentante della Commissione Europea – DG Regio.

Comitati di Sorveglianza

Il Comitato di Sorveglianza, incaricato di accertare l'efficacia e la qualità dell'attuazione del POR, rappresenta un'ulteriore opportunità per promuovere i risultati delle azioni cofinanziate dal FESR nel Lazio. Infatti, il regolamento del Comitato di Sorveglianza, approvato nella prima riunione dell'11 dicembre 2007, attribuisce grande importanza alla trasparenza e alla pubblicità sui lavori del Comitato stesso.

In questo senso, il Comitato s'impegna a garantire un'adeguata informazione sui propri lavori, in particolare attraverso conferenze stampa e la diffusione di comunicati che sintetizzano le principali decisioni assunte (art. 13).

Inoltre, per dare adeguata pubblicità ai lavori del Comitato i verbali delle riunioni, una volta approvati, saranno resi disponibili sul sito della Regione (www.regione.lazio.it) nonché nel sito dedicato al POR, a cura dell'Autorità di Gestione e del responsabile del Piano di comunicazione.

I contatti con la stampa avvengono sotto la responsabilità del Presidente del Comitato e con l'eventuale coinvolgimento della Commissione, nel rispetto del Regolamento (CE) della Commissione n. 1828/2006.

Infine, in coerenza con le disposizioni regolamentari, l'Autorità di Gestione del POR sottopone periodicamente al Comitato di Sorveglianza una comunicazione sulla qualità e l'efficienza delle azioni informative e pubblicitarie, eventualmente corredata da prodotti dimostrativi.

Seminari, convegni e workshop

Tenendo conto della complessità di alcune procedure di selezione, gli eventi informativi sulle modalità di accesso alle agevolazioni e ai benefici offerti dal Programma saranno svolti con modalità innovative rispetto al passato.

E' il caso della PAI (Procedura di Accesso Integrato) prevista dall'Asse I (Innovazione e rafforzamento della base produttiva) del POR. In questo caso gli interventi informativi (workshop, produzione e diffusione di materiali informativi) coinvolgeranno le organizzazioni rappresentative dei potenziali beneficiari e tutto il sistema (pubblico e privato) che fa capo alla ricerca e all'innovazione, anche orientata all'adozione di tecnologie rispettose dell'ambiente, al trasferimento tecnologico, alla consulenza e al tutoraggio: poli tecnologici, centri di ricerca, università, incubatori, società regionali impegnate nella creazione d'impresa, nell'innovazione e nel supporto alle imprese per l'accesso al credito, sportelli regionali (Kyoto, SprintLazio).

Trattandosi della preparazione e della selezione di progetti complessi, che richiedono contributi e conoscenze multidisciplinari, i workshop relativi all'Asse I tratteranno distintamente e analiticamente le possibili opportunità da una parte, e gli aspetti procedurali dall'altra. In questo quadro, la novità consiste nell'accompagnamento ai potenziali beneficiari, che riguarderà tutte le fasi della procedura.

Per quanto riguarda l'Asse II (Ambiente e prevenzione dei rischi), le attività di comunicazione e informazione presenteranno elementi di forte integrazione con quanto già realizzato dalla Regione, in particolare nell'ambito della campagna "Lazio rinnovabile" e attraverso lo Sportello Kyoto.

Nell'ambito dell'altro grande filone di attività di questo Asse (vale a dire la valorizzazione delle aree di pregio ai fini della fruizione sostenibile) si prevede di indirizzare l'informazione su due direttrici.

Da una parte i potenziali beneficiari, per i quali si prevedono seminari informativi e altre iniziative sulle modalità di accesso e sulle prescrizioni normative. Al grande pubblico (in particolare utenti e fruitori dei beni culturali e ambientali) e ai mass-media saranno rivolte iniziative di taglio più informativo e divulgativo (ad esempio, presentazioni pubbliche in occasione del termine dei lavori di ristrutturazione).

Analogamente si procederà per le attività previste dall'Asse III (Accessibilità), con la differenza che i Comuni, in particolare quelli con meno di 40.000 abitanti, saranno destinatari diretti di attività di informazione e comunicazione, mentre (ancora una volta) ai cittadini saranno illustrate le opportunità (ad esempio per la mobilità sostenibile e per i servizi sanitari telematici) e le realizzazioni cofinanziate grazie al Programma.

Evento informativo annuale

In corrispondenza con la presentazione dei Rapporti annuali sull'attuazione, si prevede di organizzare un evento con l'obiettivo di informare l'opinione pubblica sull'avanzamento del Programma, con particolare riguardo ai progetti più significativi. In particolare, si prevede di organizzare una conferenza stampa, con visite ai cantieri dei progetti più significativi (qualora l'avanzamento lo permetta).

Evento di chiusura del Programma

A chiusura del Programma, sarà organizzato un convegno per discutere i risultati del Programma, in termini di spesa ma soprattutto di realizzazioni fisiche. L'evento rappresenterà un'occasione per esaminare il valore aggiunto apportato dalle politiche di coesione allo sviluppo economico-sociale e infrastrutturale della nostra regione, con la partecipazione e il contributo della Commissione Europea - DG Regio, delle Autorità di Gestione, dei partner istituzionali e socio-economici, delle associazioni e dei cittadini, e alla presenza dei mass-media.

Workshop e seminari informativi interni

Per migliorare la comunicazione interna, rafforzare il coordinamento tra i soggetti impegnati nell'attuazione del POR e condividere indicazioni normative e organizzative, si prevede di organizzare - in collaborazione con gli Assessorati e le Direzioni di riferimento, nonché con i soggetti incaricati dell'attuazione delle misure - workshop e seminari tematici, con la partecipazione dei principali referenti per l'attuazione del POR, in rappresentanza della Regione e delle società regionali. In queste occasioni, si produce e distribuisce materiale informativo.

Fiere e mostre

In occasione della partecipazione a eventi di rilevanza locale, nazionale e internazionale (tra i più noti Forum PA di Roma, COMPA di Bologna), si prevede di allestire stand con spazi dedicati al servizio di informazione e orientamento che fa capo al numero verde. Presso tali spazi saranno posti in distribuzione materiali informativi, sia cartacei sia multimediali.

Assemblee e incontri pubblici

In considerazione della natura e delle caratteristiche del Programma, e dell'orientamento partecipativo assunto dalla Regione, si prevede di organizzare eventi aperti ai cittadini, a tutti i portatori d'interesse o ad alcuni gruppi specifici.

Anche sulla base delle esperienze già avviate dalla Regione nell'ambito del bilancio partecipativo, si prevede di organizzare eventi pubblici nelle province del Lazio, che potranno essere rivolti all'intera cittadinanza oppure a gruppi particolari (scuole, associazioni), con l'obiettivo non solo di informare i soggetti coinvolti, ma anche di raccoglierne idee, sollecitazioni, proposte.

Incontri nelle scuole e nelle università

Modalità organizzative e contenuti saranno adattati alle diverse esigenze delle popolazioni scolastiche, secondo le rispettive fasce di età. Per gli studenti più giovani (scuole elementari e medie) si prevedono azioni di informazione e sensibilizzazione sul funzionamento delle istituzioni comunitarie, sui valori e sulla cittadinanza europea e sull'importanza dell'appartenenza all'Unione per i cittadini degli Stati membri.

Per le scuole superiori e le università si punterà invece a un'azione informativa sulle opportunità, anche formative e professionalizzanti, offerte dal POR e dai Programmi cofinanziati dai Fondi strutturali nel Lazio (il POR FSE innanzitutto), con l'obiettivo di amplificarne il potenziale di integrazione. Gli eventi organizzati nelle scuole e nelle università, in collaborazione con le istituzioni competenti, rappresenteranno comunque un'opportunità per sensibilizzare le giovani generazioni sulle sfide cui le strategie comunitarie (Lisbona in primis) sono tese a dare risposte.

Cronogramma

Di seguito il diagramma temporale delle attività, che sottolinea come alcune attività siano legate a momenti particolari nella vita del Programma (lancio, immagine coordinata, analisi partecipata), mentre altre ne coprono l'intera durata.

Cronogramma delle attività

	Pubblicità e promozione				Pubblicità e accompagnamento dei beneficiari				Diffusione dei risultati e prospettive					
	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014	
Analisi partecipata														
Numeri verdi e sportelli informativi														
Campagna pubblicitaria e media Internet														
Newsletter														
Logo e immagine coordinata														
Rapporti con i media														
Eventi annuali														
Materiali promozionali														
Materiali informativi														
Eventi pubblici														
Lancio del POR														
Evento di chiusura del POR														
Reporting														
Materiali audiovisivi														
E-mail														
Monitoraggio e valutazione														

Budget

Il piano di comunicazione è inserito nell'Asse IV (Assistenza Tecnica) del POR. Le risorse disponibili per la realizzazione delle azioni ammontano a Euro 5.900.000.

Ripartizione finanziaria indicativa

Azioni	Budget per azione (in €)	% sul totale
Numeri verdi e sportelli informativi	150.000	2,54%
Campagna pubblicitaria e Media	2.000.000	33,90%
Attività editoriale e stampa	1.000.000	16,95%
Eventi e seminari	1.000.000	16,95%
Analisi partecipata, monitoraggio	1.000.000	16,95%
Collaborazioni e consulenze	550.000	9,32%
Partecipazione a reti e scambi di esperienze	200.000	3,39%
	5.900.000	100,00%

Ufficio responsabile e staff

L'Autorità di gestione è responsabile dell'attività di informazione e pubblicità, come previsto dal Programma Operativo FESR 2007/2013 (cap. 5.3.7) e ai sensi dell'art. 69 del Regolamento (CE) n. 1083/2006 e del Regolamento (CE) n. 1828/2006.

Nell'esercizio di tale funzione l'AdG opera in raccordo con la struttura "Comunicazione e relazioni esterne" del Segretariato Generale della Giunta regionale e con l'Area "Partecipazione, bilancio sociale, bilancio di genere, valutazione dell'impatto sociale" della Direzione Economia e Finanza, anche avvalendosi di Sviluppo Lazio.

Riferimenti:

Autorità di Gestione
Rosanna Bellotti
Direzione regionale Programmazione Economica
Tel: +3906.51683510
Fax: +3906.51686806
e-mail: adgcomp@regione.lazio.it

Referente operativo
Massimo Americola
Area Supporto gestione programmi FESR
Tel: +39 06.51684623
Fax: +39 06.51684471
e-mail: mamericola@regione.lazio.it