

**PROGRAMMA OPERATIVO  
FESR BASILICATA 2014/2020**

2014IT16RF0P022 – Adottato con Decisione C(2020) 5747 - Agosto 2020

**PIANO DI COMUNICAZIONE  
ANNUALE 2022**

(Allegato XII – Regolamento (UE) n. 1303/2013)

## Indice

1. Piano di comunicazione annuale 2022.....	3
2. Obiettivi generali.....	3
3. Obiettivi di comunicazione .....	4
4. Pubblici di riferimento.....	4
5. Azioni .....	4
6. Budget .....	6
7. Risorse umane e organizzative .....	6
8. Attività di monitoraggio e valutazione.....	6

## 1. Piano di comunicazione annuale 2022

Il documento descrive il Piano Annuale di comunicazione relativo al 2022 del PO FESR Basilicata 2014-2020, redatto sulla base di quanto definito nel paragrafo 7.1 della Strategia di comunicazione del PO FESR Basilicata 2014-2020, così come previsto dagli artt. 115-117 del Regolamento (UE) n. 1303/2013.

Obiettivo delle attività di comunicazione sarà quello di raggiungere agevolmente i diversi pubblici di riferimento con uno stimolo verso l'accountability attraverso azioni informative che permettano di analizzare i punti di forza e di debolezza delle azioni poste in essere.

La congiuntura pandemica riduce di molto la possibilità di realizzare attività in presenza spingendo fortemente verso azioni digitali attraverso un massiccio utilizzo di strumenti web-based. Sarà recepito l'invito del Regolamento COM/2018/375 che chiede una transizione verso una maggiore semplificazione del linguaggio e una alleggerita visual identity, con logo unico senza richiami ai singoli fondi, dalla quale far emergere chiaramente il riferimento alle politiche e risorse europee con una narrazione fluida dei risultati attesi e raggiunti.

L'emergenza socio-sanitaria da Covid-19 ha acceso una luce sulle politiche comunitarie e sugli strumenti resi disponibili dall'Unione europea per il superamento dell'emergenza e per la risposta alla crisi conseguente. Il Piano di comunicazione 2022 pertanto, terrà conto degli indirizzi della nuova programmazione 2021-2027 che valorizzano ulteriormente il ruolo dell'Unione europea. Tutte le attività saranno realizzate in un contesto di integrazione e raccordo con tutte le politiche europee che impatteranno sul territorio e orientate verso una costruzione condivisa del quadro di programmazione 2021-27.

## 2. Obiettivi generali

Gli obiettivi generali sui quali s'incentrerà l'attività di comunicazione per l'anno 2022, in coerenza con quanto indicato nella Strategia di comunicazione del Programma saranno i seguenti:

- Assicurare la diffusione della conoscenza del Programma Operativo Regionale, dei ruoli degli attori istituzionali, delle tempistiche della programmazione, della dotazione finanziaria, degli Assi e dei principali Obiettivi, anche in un'ottica di strategia unitaria
- Sviluppare la notorietà del ruolo e delle realizzazioni della Politica di Coesione presso i cittadini
- Favorire la massima promozione dell'attuazione anche attraverso la realizzazione di sintesi tematiche
- Promuovere strategie tematiche e misure specifiche
- Informare i potenziali beneficiari sulle opportunità offerte dal programma
- Informare e supportare i beneficiari sugli obblighi di comunicazione

- Definire un contesto comunicativo organico, riconoscibile e declinabile

### 3. Obiettivi di comunicazione

La scelta degli obiettivi di comunicazione, così come previsto per gli obiettivi generali, durante il 2022, sarà focalizzata principalmente sull'incremento della **conoscenza** e del Programma e della Politica di Coesione ampliando il livello di trasparenza dei progetti finanziati, anche con una forte attenzione all'inclusività, sul miglioramento della soddisfazione sull'informazione disponibile, della fiducia nei confronti del FESR e dei fondi europei in generale. Inoltre si farà leva sull'attivazione immediata del livello di **partecipazione** soprattutto per quanto riguarda l'opinione pubblica, il partenariato e gli *influencer* favorendo il massimo livello di accessibilità, diffusione e adeguatezza dell'informazione e delle opportunità offerte dal Programma operativo. Attenzione particolare sarà poi dedicata alla comunicazione interna, al fine di condividere gli standard comunicativi sia in entrata che in uscita.

Inoltre s'intendono attivare azioni di formazione/informazione interna ed esterna sulla comunicazione pubblica, per quanto attiene la Politica di Coesione 14-20 e 21-27, con Università, associazioni/soggetti specializzati e/o riconosciuti dalla normativa in materia; azioni di disseminazione regionali ed extra-regionali delle attività e dei risultati principali della Politica di Coesione e avviare interventi e attività per la discussione e la promozione del nuovo ciclo di programmazione della politica di coesione 2021/2027.

### 4. Pubblici di riferimento

I principali pubblici coinvolti saranno: **opinione pubblica, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, influencer e rete partenariale.**

### 5. Azioni

Le principali iniziative previste per l'anno 2022 sono:

a. le azioni dirette all'opinione pubblica e agli *influencer* mirano a diffondere la conoscenza delle opportunità offerte dal Programma Operativo. Considerato che l'incremento della visibilità dei fondi SIE può contribuire a modificare la percezione relativa all'efficacia della politica di coesione e a ripristinare la fiducia e l'interesse dei cittadini nel progetto europeo, nelle attività comunicative si evidenzierà l'impatto sia sull'economia che sulle vite dei cittadini.

Al fine di accrescere il potenziale comunicativo delle azioni indirizzate a tutti i pubblici di riferimento si continuerà, anche se non in maniera esclusiva, con il potenziamento continuo della comunicazione digitale (sito web e social media, attraverso il profilo twitter e la pagina Facebook). Il potenziamento dell'attività web sarà implementata alimentando

continuamente il sito web con le opportunità, i risultati e le iniziative in corso di svolgimento.

In continuità con le esperienze passate, si amplierà la collaborazione interistituzionale con l'Agazia per la Coesione Territoriale, il Portale unico dell'informazione e della comunicazione 2014-2020 "OpenCoesione" e la rete di comunicatori nazionale ed europea. Saranno, inoltre, intensificate le attività divulgative in varie forme (Web&Social media, materiali promozionali e pubblicazioni redazionali, produzioni audio-video) mirate a stimolare la conoscenza, la partecipazione e la rendicontazione sociale e narrativa (storytelling) degli interventi intrapresi e delle opportunità offerte dal Programma. In particolare si prevede un progetto di comunicazione integrata e multimediale per informare i cittadini, le imprese, le istituzioni sulle opportunità offerte dal Programma Operativo, sui risultati raggiunti e sugli obiettivi della politica di coesione.

Si intende infine favorire la partecipazione a grandi eventi con la finalità di "incontrare" gli *influencer*, moltiplicatori di informazione, conoscenza, reputazione e stimolo alla partecipazione, di volta in volta individuati sulla base degli interventi specifici al fine di promuovere e veicolare le informazioni verso gli altri pubblici di riferimento.

b. le azioni dirette ai beneficiari potenziali sono prevalentemente orientate ad un'attività informativa e di comunicazione, mirando più in generale ad obiettivi sia di conoscenza che di attivazione della partecipazione, attraverso l'organizzazione di eventi, seminari e incontri mirati e diffusione di materiale informativo dedicato;

c. le azioni rivolte ai beneficiari effettivi, in coerenza con quanto previsto dalla sezione 3.2 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013, muoveranno nella direzione di supportarli in materia di attuazione e rendicontazione degli investimenti ammessi a finanziamento e di corretta diffusione delle attività realizzate, anche attraverso la messa a disposizione di kit in formato digitale;

d. le azioni rivolte alla rete partenariale saranno rivolte, in continuità con quanto già fatto negli anni precedenti, al coinvolgimento della stessa in linea con il "Codice europeo di condotta sul partenariato nell'ambito dei fondi strutturali e d'investimento europei" (Regolamento Delegato (UE) n. 240/2014).

e. le azioni di comunicazione rivolte al pubblico interno saranno orientate al supporto e alla semplificazione delle procedure attuative del programma operativo, tramite la diffusione di linee guida e/o circolari operative e incontri mirati su specifici temi. Si intende inoltre realizzare una stretta concertazione per individuare gli strumenti di comunicazione e d'informazione che consentano un sviluppo sinergico dell'intera filiera comunicativa ed informativa, in particolare rispetto alle azioni da attivare ogniqualvolta verrà pubblicato un singolo bando o avviso.

Riguardo all'**attività informativa nel corso del 2022** si prevede di realizzare almeno **un evento tematico per ciascun trimestre** per la divulgazione, attraverso la partecipazione diretta e il racconto dei beneficiari, dello stato di attuazione e/o dei risultati di operazioni di importanza strategica finanziati dal Programma Operativo.

Nel mese di **febbraio** è programmato un **evento annuale ex art. 2 lett. b, dell'Allegato XII del Reg. UE 1303/2013** sui temi della ricerca e della cooperazione interregionale incentrato sulle esperienze sul campo di interventi finanziati dal PO, con un *focus* sulle medesime tematiche nella programmazione 21-27.

Oltre agli incontri sulla programmazione 2014/2020, nel corso del 2022 si svolgeranno anche **incontri partenariali e/o attività informative connesse alla programmazione FESR 2021/2027**.

## 6. Budget

Il budget per la realizzazione delle attività del piano annuale è fissato in almeno € 50.000,00, cui si aggiungono le eventuali risorse assegnate e non spese per le annualità precedenti, secondo quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013.

## 7. Risorse umane e organizzative

Oltre al responsabile delle misure di informazione e comunicazione, l'attuazione del piano annuale si avvarrà di personale interno, personale dell'Assistenza Tecnica e di servizi professionali e tecnici acquisiti sul mercato mediante procedure di evidenza pubblica, anche in accordo con le attività degli altri Programmi comunitari regionali.

## 8. Attività di monitoraggio e valutazione

Nel corso del 2022 saranno attivate azioni di monitoraggio potenziando gli strumenti di raccolta feedback e valutazione connesse agli indicatori di realizzazione, in riferimento alle azioni e agli strumenti attivati. L'obiettivo di tale azione è predisporre, un report delle attività svolte con la valorizzazione dei principali indicatori pertinenti.

Le successive *tabelle 1 e 2* riportano rispettivamente la pianificazione temporale (*timing*) e il dettaglio delle azioni pianificate per l'anno 2022.

Tabella 1 – Timing annuale 2022

Azioni e strumenti	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic
<b>Azioni trasversali</b>												
Elaborazione e approvazione pianificazione annuale												
Kit informativi di base												
Sviluppo comunicazione inclusiva												
<b>Eventi e campagne</b>												
Attività informativa annuale												
Engagement Campaign												
Seminari												
<b>Media relations</b>												
Comunicati e conferenze stampa												
Press kit												
<b>Web, Social Media e #OpenFESR</b>												
Potenziamento sito web e attivazione social												
Social media policy												
Sviluppo #OpenFESR e dialogo con OpenCoesione												
Follow-up sito web e social media account												
Follow-up e attività #OpenFESR												
<b>Prodotti editoriali, informativi, promozionali</b>												
Materiali informativi e promozionali												
Spot audio-video di lancio												
<b>Monitoraggio e valutazione</b>												
Smart Report annuale												
Survey												

Tabella 2 – Pianificazione annuale 2022

Approccio strategico	Obiettivi di comunicazione	Macro-attività	Pubblici /segmenti	Azioni	Incidenza costo	Costo previsionale (in euro)	Modalità di misurazione
<b>INTEGRATO PERVASIVO</b>	<i>Conoscenza Reputazione</i>	<i>Sensibilizzazione e Comunicazione</i>	<b>OPINIONE PUBBLICA TUTTI I PUBBLICI</b>	#EUDays Web & Social Media #OpenFESR Produzioni editoriali, informative e promozionali Elementi simbolici Produzioni audio-video e multimediali Relazioni con i media	40%	20.000,00	Strumenti di monitoraggio e tracking online Indagine qualitativa
<b>DIFFERENZIATO PERVASIVO</b>	<i>Conoscenza Reputazione Partecipazione</i>	<i>Informazione Supporto Comunicazione</i>	<b>BENEFICIARI POTENZIALI DESTINATARI FINALI INFLUENCER</b>	Eventi, seminari e incontri mirati Campagne mirate Engagement campaign Press kit Storytelling Workshop e case-study tour	40%	20.000,00	Strumenti di monitoraggio e tracking online
<b>PARTECIPATO PERVASIVO</b>	<i>Conoscenza Reputazione Partecipazione</i>	<i>Informazione Supporto Comunicazione</i>	<b>BENEFICIARI EFFETTIVI RETE PARTENARIALE INFLUENCER INTERNI</b>	Manuali, vademecum e linee guida, circolari e regolamenti Modulistica e kit informativi Comunicazione interna e a cascata Targhe, poster e cartellonistica 2.0	20%	10.000,00	Strumenti di monitoraggio e tracking online