

PROGRAMMA OPERATIVO FESR BASILICATA 2014/2020

2014IT16RF0P022 – Adottato con Decisione C(2015) 5901 – 17 agosto 2015

RELAZIONE DI ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

(Articoli 115-117 – Regolamento (UE) n. 1303/2013)

INDICE

| | |
|--|-----------|
| Introduzione..... | 3 |
| 1. ATTIVITÀ, AZIONI E STRUMENTI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE | 4 |
| 1.1 AZIONI PER L'OPINIONE PUBBLICA..... | 5 |
| 1.2 AZIONI PER I BENEFICIARI POTENZIALI | 7 |
| 1.3 AZIONI PER GLI INFLUENCER | 8 |
| 1.4 AZIONI PER I BENEFICIARI EFFETTIVI..... | 8 |
| 1.5 AZIONI PER LA RETE PARTENARIALE E I PUBBLICI INTERNI | 8 |
| 2. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE | 11 |
| 3. PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALE 2017 | 13 |
| 3.1. OBIETTIVI GENERALI..... | 13 |
| 3.2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE | 13 |
| 3.3. PUBBLICI DI RIFERIMENTO | 13 |
| 3.4. AZIONI | 13 |
| 3.5. BUDGET | 14 |
| 3.6. RISORSE UMANE E ORGANIZZATIVE | 15 |
| 3.7. ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE | 15 |

Introduzione

Nel corso del 2016, in concomitanza con le iniziative di divulgazione dei risultati conseguiti dal PO FESR Basilicata 2007/2013, le attività di informazione e comunicazione del PO FESR Basilicata 2014/2020 sono state improntate, in coerenza con quanto indicato nella Strategia di comunicazione del Programma approvata dal Comitato di Sorveglianza nella riunione del 22 marzo 2016 (con D.G.R. n. 360 del 12 aprile 2016 la Giunta regionale ne ha preso atto), al coinvolgimento attivo dei destinatari, degli *influencer*, degli stakeholder e della rete partenariale del Programma. Tale approccio nasce dalla considerazione del ruolo che tali target rivestono nel sistema comunicazionale lucano caratterizzato da scarsa domanda informativa, bassa permeabilità della qualità informativa ed elevata presenza di filiere corte.

Va precisato che alcuni interventi di comunicazione e informazione sul PO erano già stati avviati a partire dall'adozione del Programma Operativo. Si pensi all'aggiornamento del sito Web, ad un centinaio tra comunicati stampa e articoli pubblicati sulla stampa locale per la presentazione del Programma Operativo e all'evento di lancio svoltosi, con una folta partecipazione pubblica, il 5 novembre 2015 a Matera.

Si ritiene, inoltre, utile anticipare, nella presente informativa, alcune delle attività svolte nel primo semestre 2017, in coerenza con il Piano annuale di comunicazione 2017 adottato con atto dirigenziale, in vigore dal 1 gennaio 2017.

1. ATTIVITÀ, AZIONI E STRUMENTI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

In linea con gli obiettivi e i pubblici di riferimento della tabella sotto riportata e descritta nella Strategia di Comunicazione del PO FESR Basilicata 2014-2020, le attività attuate al 2016 si sono concentrate per lo più sulla sensibilizzazione dell'opinione pubblica, sul coinvolgimento del partenariato e sull'informazione orientata ai potenziali beneficiari.

Tabella 1 – Matrice azione/strumenti, ripartita per pubblici, obiettivi di comunicazione, attività e approccio

| Approccio | Obiettivi di comunicazione | Pubblici | Macro-attività | Azioni e strumenti strategico |
|--|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • INTEGRATO • PERVASIVO | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza</i> • <i>Reputazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • OPINIONE PUBBLICA • TUTTI I PUBBLICI | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sensibilizzazione</i> • <i>Comunicazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Identità visiva • Mass campaign • Eventi e roadshow • #EUDays • Web & Social Media • #OpenFESR • Produzioni editoriali, informative e promozionali • Elementi simbolici • Produzioni audio-video e multimediali • Relazioni con i media |
| <ul style="list-style-type: none"> • DIFFERENZIATO • PERVASIVO | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza</i> • <i>Reputazione</i> • <i>Partecipazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • BENEFICIARI POTENZIALI • DESTINATARI FINALI • INFLUENCER | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Informazione</i> • <i>Supporto</i> • <i>Comunicazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Eventi, seminari e incontri mirati • Campagne mirate • Engagement campaign • Press kit • Storytelling • Newsletter • Workshop e case-study tour |
| <ul style="list-style-type: none"> • PARTECIPATO • PERVASIVO | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza</i> • <i>Reputazione</i> • <i>Partecipazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • BENEFICIARI EFFETTIVI • RETE PARTENARIALE • INFLUENCER INTERNI | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Informazione</i> • <i>Supporto</i> • <i>Comunicazione</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter • Manuali, vademecum e linee guida, circolari e regolamenti • Modulistica e kit informativi • Comunicazione interna e a cascata • Targhe, poster e cartellonistica 2.0 • Cloud & WikiFESR |

Nella seconda parte dell'anno l'attività si è invece concentrata sull'apertura dei primi bandi e/o procedure attuative e sulle conseguenti e relative attività di informazione e promozione, come l'organizzazione degli eventi di presentazione.

1.1 AZIONI PER L'OPINIONE PUBBLICA

Le azioni dirette all'opinione pubblica sono prevalentemente orientate ad un'attività di sensibilizzazione e comunicazione e mirano soprattutto ad obiettivi di conoscenza e reputazione. In particolare, in coerenza con quanto previsto dalla sezione 2 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013, tali azioni si sostanziano soprattutto nella realizzazione di attività e strumenti trasversali così come descritti di seguito.

In relazione alla necessità di attribuire alla comunicazione della programmazione 2014-2020 un ruolo strategico in sinergia con gli altri Programmi comunitari e con la comunicazione istituzionale della Regione, l'Autorità di Gestione ha avviato le attività di divulgazione nel rispetto della D.G.R. n. 621/2015 di approvazione dell'Identità visiva unitaria "Basilicata Europa" e conformemente al Manuale d'uso "Linea grafica POR FESR Basilicata 2014/2020", adottato con la D.G.R. 1260 del 8 novembre 2016. In particolare quest'ultimo prevede una sezione dedicata alle applicazioni istituzionali e destinata prevalentemente agli operatori e ai fornitori diretti dell'Autorità di Gestione e della Regione Basilicata per le cosiddette operazioni a titolarità (font, impostazione grafica e simboli, modelli di copertine, presentazione slide, cartelline, etc.) e una sezione destinata alle applicazioni per i beneficiari effettivi di contributi a valere sul PO FESR Basilicata 2014/2020 (a seguito di formale procedura di ammissione a finanziamento), contenente tutte le modalità e le regole di utilizzo del marchio e degli adempimenti obbligatori per i beneficiari previsti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) 1303/2013 (cartelli, targhe, manifesti, etc).

Figura 1 – Alcuni esempi tratti dalla "Linea grafica POR FESR Basilicata 2014/2020"



MATERIALI INFORMATIVI E PROMOZIONALI

In linea con la suddetta linea grafica, sono state realizzate e diffuse le seguenti pubblicazioni di carattere informativo, nonché esplicativo, utili alla presentazione del PO:

- Programma operativo FESR Basilicata 2014/2020 – 650 copie;
- Strategia regionale per l'innovazione e la Specializzazione intelligente 2014/2020 – 365 copie;
- Guida rapida "La nuova Politica di Coesione e il POR FESR Basilicata 2014/2020" e Pieghevole "S3 - Una strategia per la specializzazione intelligente della Basilicata", per un totale di 1.000 copie;
- Piano di rafforzamento amministrativo 2015/2016 – 230 copie.

- Strategia di comunicazione – 80 copie.

PARTECIPAZIONE REGIONE BASILICATA AL "PROGETTO MULTIREGIONALE SMAU 2016- FIERA DELL'INNOVAZIONE DELLE REGIONI, RICERCA E IMPRESA"

L'evento SMAU è il principale roadshow nazionale di eventi di riferimento nei settori innovazione e digitale e da oltre 50 anni rappresenta il momento scelto da imprenditori, manager, imprese e pubbliche amministrazioni per crescere e aggiornarsi su temi quali innovazione, tecnologia e ICT e ad oggi è anche una piattaforma di business matching per tutte le imprese e gli attori pubblici che desiderano cogliere le opportunità offerte dalle nuove tecnologie, dal mondo digital e dalle start-up più promettenti. Con tale partecipazione si è realizzata anche attività di comunicazione, marketing e media relation per favorire la diffusione della strategia regionale sull'innovazione presso il pubblico di operatori, i giornalisti e gli operatori media partecipanti alla fiera.

RELAZIONI CON I MEDIA

Riguardo alle relazioni con i media, nel corso del 2016 sono stati diffusi, di concerto con l'ufficio stampa regionale, n. 9 comunicati stampa in concomitanza dei principali eventi e opportunità del PO FESR 2014-2020 e sono stati inoltre pubblicati n. 50 articoli sulla stampa locale e nazionale, tra cui la pubblicazione editoriale di una doppia pagina illustrativa sul settimanale Eventi de Il Sole 24ore (quarto quotidiano italiano per diffusione cartacea e digitale).

Figura 2 – Pagina illustrativa sul settimanale Eventi de Il Sole 24ore

12 Programmi & Progetti

Lunedì 8 novembre 2016

Venerdì 11 novembre 2016

Programmi & Progetti 13

REGIONE BASILICATA / Tutti i progetti in alle per una regione sempre più attrattiva competitiva. Coiworth i settori della ricerca, il tema dello sviluppo delle imprese, sia

secondo le start-up che favorendo l'assetto dimensionale delle Pmi, e del rafforzamento delle Information and Communication Technology

I fondi strutturali: dalla programmazione 2007-2013 a quella 2014-2020

Focus sull'innovazione, gli interventi finanziati dalla Ue a favore delle imprese e delle infrastrutture necessarie per

promuovere lo sviluppo della regione. Dal settore automobilistico alle produzioni audiovisive

Programma Operativo Fesr Basilicata 2007-2013

Sono 2.380 i progetti finanziati, per una spesa complessiva pari a 665 milioni di euro, nell'ambito delle infrastrutture e opere pubbliche, acquisizioni beni e servizi, aiuti alle imprese

Il primo Programma Operativo Fesr Basilicata 2007-2013, si è basato su tre assi strategici: innovativa, sviluppo e competitività. Il 31 dicembre 2013, data ultima obbligatoria per la presentazione dei progetti, sono stati finanziati 2.380 progetti per un importo complessivo di 665 milioni di euro, con un costo medio di circa 282 mila euro per progetto.



Banda Ultra Large Basilicata

Banda ultra larga

Internet a 30 Mbps o 100 Mbps in tutti i Comuni, la fibra ottica per i cittadini e le aziende

Il primo dicembre 2016 è stata la data di partenza per il completamento dell'opera di infrastrutturazione della Banda Ultra Large Basilicata. Il progetto, finanziato con i fondi strutturali dell'Unione Europea, ha come obiettivo principale quello di garantire a tutti i cittadini e alle imprese della Basilicata un servizio di banda ultra larga (30 Mbps o 100 Mbps) a tariffe competitive.

Programma Operativo Fesr Basilicata 2014-2020

Cinque aree di specializzazione beneficeranno di un contributo di circa 272 milioni di euro. Si tratta delle eccellenze agroalimentari, automotive, bio economia, energia e industria culturale e creativa

La dotazione finanziaria per il Programma Operativo Fesr 2014-2020 è pari a 826 milioni di euro. Di questi, circa 512 milioni sono destinati ai progetti di innovazione e competitività, mentre il restante ammonta a 314 milioni di euro per i progetti di infrastrutturazione e servizi pubblici.

Il 50% delle risorse destinate a ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione, compatibilmente con gli obiettivi del Piano Strategico Regionale 2014-2020.

Aiuti alle imprese

Benefici per 68 milioni di euro rivolti alle Pmi, dal settore turistico alla ricerca e innovazione

Per quanto riguarda gli aiuti alle imprese sono stati finanziati 68 milioni di euro di cui 60 milioni di euro di cui sono stati finanziati i progetti di ricerca e innovazione, e gli altri 8 milioni di euro di cui sono stati finanziati i progetti di sviluppo e competitività.

Il progetto di ricerca e innovazione è finanziato con il 70% del costo del progetto, mentre lo sviluppo e competitività è finanziato con il 50% del costo del progetto.

Dalla ricerca alle aziende

Supporto al trasferimento tecnologico per le Pmi, con 10 voucher per lo sviluppo competitivo

A partire dal 2015 la Regione Basilicata ha attivato un servizio di trasferimento tecnologico per le Pmi, attraverso il rilascio di 10 voucher per lo sviluppo competitivo.

Il Fondo Sociale Europeo in Basilicata

Rivitalizzare il mercato del lavoro. Ecco le iniziative finanziate con 322 milioni di euro. Coinvolti i giovani, le Pmi, le nuove imprese. Microcrediti per i soggetti non bancariabili

Il Fondo Sociale Europeo (FSE) in Basilicata è stato utilizzato per finanziare una serie di progetti mirati a creare opportunità lavorative e migliorare le condizioni di vita della popolazione.

Le iniziative finanziate con il FSE in Basilicata comprendono: microcrediti per i soggetti non bancariabili, corsi di formazione professionale, progetti di inserimento lavorativo, ecc.



Jobbing Fest Potenza 2013, incontro con le scuole superiori

Campus per l'innovazione del manufacturing di Melfi

Il nuovo polo polipredicativo supporta il settore automotive presso lo stabilimento Fiat Sata di Melfi. Integro 4 laboratori di ricerca e ha richiesto un investimento pari a 13,6 milioni di euro

Il Campus per l'innovazione del manufacturing di Melfi (CFI), ha come obiettivo principale quello di favorire la crescita delle imprese del settore automotive e delle altre industrie del territorio.

Il progetto è finanziato con i fondi strutturali dell'Unione Europea e ha come obiettivo principale quello di creare un polo di eccellenza nel settore del manufacturing.

di tutti, soprattutto giovanile, nel mondo culturale e creativo e della ricerca, nonché l'innovazione tecnologica legata al design, all'artigianato, all'artigianato di qualità e "valori made" legati all'industria cinematografica, del mobile moderno e dell'arredoclassico.



La nuova programmazione del Fesr 2014-2020 è stata approvata dal Parlamento Europeo il 17 dicembre 2013 e rappresenta un'occasione di sviluppo per la Basilicata e per le altre regioni della Unione Europea.

WEB & SOCIAL MEDIA

Le attività di trasparenza si sono incentrate particolarmente sulla comunicazione digitale attraverso l'utilizzo del sito web istituzionale. I dati di navigazione evidenziano il grado di riscontro in termini di informazione veicolata e livello di trasparenza e apertura verso il grande pubblico con un numero di visitatori unici pari a circa 5.000 a tutto il 2016. Il sito web raggiungibile dal portale unico regionale all'indirizzo www.europa.basilicata.it è in continua e costante ottimizzazione, così come la riqualificazione nella gestione dei profili social istituzionali attivati, Twitter, Flickr e You Tube.

Nel corso del 2017 andrà a regime l'account istituzionale di Facebook appena attivato, che risulta essere il social network più usato anche dai lucani.

Figura 3 – Home page Sito web www.pofesr.basilicata.it



#EUDays 2017

In occasione della giornata dell'Europa del 9 maggio 2017, sono state svolte due attività informative:

- 1) Festa dell'Europa: insieme costruiamo futuro in Europa - A cura della Regione Basilicata - Autorità di Gestione dei Fondi FSE – FESR PSR e PAR Garanzia Giovani Basilicata (2014-2020)
- 2) Incontro al Teatro Stabile, in occasione del quale è stato distribuito un pieghevole di 6 pagine di sintesi del PO FESR Basilicata 2014-2020.

1.2 AZIONI PER I BENEFICIARI POTENZIALI

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, in coerenza con quanto previsto dalla sezione 3 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013.

Nell'ambito delle azioni d'informazione mirate sono state condotte numerose attività di animazione partenariale e territoriale per la diffusione dei nuovi obiettivi, temi, priorità e strumenti della programmazione, ivi compresa l'azione di coinvolgimento del mondo associativo e imprenditoriale.

Nell'ambito delle azioni di comunicazione delle opportunità di finanziamento del Programma Operativo si riporta il *roadshow* "La sfida possibile" a partire da novembre 2016 e tuttora in corso, relativo, tra le altre cose, alla presentazione del pacchetto agevolativo 'CreOpportunità' e dei relativi tre avvisi Start and Go', 'Go and

Grow', 'Liberi professionisti start and grow' a potenziali beneficiari e partenariato economico sociale. Nel 2016 sono stati raggiunti 11 Comuni, Genzano (26 febbraio), Tolve (24 marzo), Salandra (15 aprile), Trivigno (6 maggio), Grottole (13 luglio), Marconia di Pisticci (7 ottobre), Scanzano Jonico (25 novembre), Venosa (7 novembre), Tito (30 novembre), Bernalda (2 dicembre), San Paolo Albanese (16 dicembre), con la presenza di oltre 1.200 persone.

Nel primo semestre 2017 è proseguita tale attività in 8 comuni, con alcune sessioni di approfondimento circa le modalità di partecipazione ai bandi: Brienza (12 gennaio), Scanzano Jonico (31 gennaio, incontro di approfondimento), Irsina (3 febbraio), Calciano (16 febbraio), Accettura (17 febbraio), Ferrandina (24 marzo), Sasso di Castalda (31 marzo), Ferrandina (1 giugno, incontro di approfondimento).

1.3 AZIONI PER GLI INFLUENCER

Le azioni dirette agli influencer sono prevalentemente orientate ad un'attività di supporto e comunicazione, mirando ad obiettivi sia di conoscenza che di reputazione, in coerenza con quanto previsto dalla sezione 3.2 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013.

Tutte le azioni illustrate, in particolare quelle rivolte all'opinione pubblica, hanno contribuito al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione relativi ai c.d. influencer.

1.4 AZIONI PER I BENEFICIARI EFFETTIVI

Le azioni dirette ai beneficiari effettivi sono soprattutto orientate ad attività di supporto e accompagnamento e di informazione, mirando più in generale ad obiettivi sia di conoscenza che, soprattutto, di reputazione, in coerenza con quanto previsto dalla sezione 3.2 dell'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013.

La necessità di supportare i beneficiari effettivi di un intervento muove soprattutto nella direzione di supportarli in materia di procedure, attuazione e corretta diffusione delle attività realizzate.

Per tale motivo sarà cura dell'Autorità di Gestione, in fase di attivazione degli interventi ammessi a finanziamento sul PO Fesr Basilicata, supportare i beneficiari mediante la predisposizione di manuali, vademecum, linee guida per la gestione e la rendicontazione dei progetti, anche mediante lo sviluppo di funzioni di help-desk e di format sul sistema di scambio elettronico delle informazioni SiFesr14-20.

In relazione agli obblighi di informazione e pubblicità a carico dei beneficiari, sarà implementata una sezione nel sito web istituzionale da cui poter scaricare i format obbligatori (e web tools per la generazione automatica delle targhe e della cartellonistica), secondo la linea grafica di cui sopra.

In data 22 febbraio 2016, si è tenuto l'incontro volto a presentare il Programma Basilicata 30Mega - Interventi per la diffusione della Banda Ultra Larga nella Regione Basilicata (Secondo Lotto) e relative modalità attuative ai Comuni, destinatari finali del progetto.

1.5 AZIONI PER LA RETE PARTENARIALE E I PUBBLICI INTERNI

Premesso che tutti gli strumenti illustrati fino a questo momento potranno essere aperti e/o profilati anche su azioni di comunicazione diretta alla rete partenariale e ai pubblici interni all'Amministrazione regionale e ai soggetti attuatori istituzionali (Comuni, Agenzie e Aziende regionali, etc.), le azioni specifiche prospettate per tali pubblici sono prevalentemente di due tipi: da un lato azioni di comunicazione, dall'altro azioni di supporto e accompagnamento. Ciò sia per qualificare la filiera di attuazione, sia per trasformarla in uno dei migliori strumenti di costruzione della reputazione del Programma Operativo.

Nel corso del 2015-2016, in continuità con il metodo adottato nella fase di definizione del PO, si è consolidato il coinvolgimento del partenariato.

Numerosi sono stati gli incontri organizzati sulle opportunità offerte dal PO FESR Basilicata 2014-2020 tra cui:

- Matera (15 gennaio 2015) – Incontro con Legacoop sulle opportunità offerte dalla nuova programmazione 2014-2020;
- Matera (16 maggio 2015) - "Gimatera 2015: meeting dei giovani industriali di Confindustria", in cui l'Autorità di Gestione del PO FESR Basilicata ha illustrato l'allocatione delle risorse pari al 60% della dotazione del PO Fesr 2014-2020 della Regione Basilicata nei settori della ricerca e dell'innovazione, della competitività produttiva, dell'energia e dell'agenda digitale;

- Potenza (14 Ottobre 2015) - Seminario Partenariato Impact Investing per lo sviluppo regionale e la Programmazione 2014-2020;
- Melfi (23 febbraio 2016) - Incontro con Confindustria sulle opportunità offerte dalla nuova programmazione 2014-2020;
- Policoro (29 febbraio 2016) – “La grande occasione”: incontro del Presidente della Regione Basilicata, Marcello Pittella con gli operatori turistici del Metapontino, Basso Sinni e Collina Materana in cui l’Autorità di Gestione del PO FESR Basilicata ha illustrato le opportunità ed azioni contenute nella nuova programmazione FESR 2014-2020;
- Potenza (3 marzo 2016) - Iniziative con gli ordini professionali sulle “Opportunità agevolative in relazione alla nuova Programmazione FESR 2014-2020” all’interno dell’evento organizzato da ADC - Associazione dei Dottori Commercialisti degli Esperti Contabili Sindacato Nazionale Unitari - Sezione di Potenza, ordine degli architetti;
- Potenza (23 marzo 2016) - l’Autorità di Gestione ha tenuto un incontro con gli ordini, i collegi e le associazioni professionali aderenti al Partenariato del Programma, a conclusione del quale sono stati individuati n. 3 effettivi e n. 3 supplenti rappresentanti in seno al Comitato di Sorveglianza;
- Potenza (19 novembre 2016) - incontro informativo con la partecipazione del presidente della Commissione regionale ABI sul ruolo delle banche per promuovere le imprese e per illustrate il Pacchetto CreOpportunità;

Nel corso del primo semestre 2017 sono stati organizzati i seguenti incontri:

- Potenza (24 gennaio 2017) - incontro con Confederazione Italiana Agricoltori (CIA) di approfondimento del pacchetto CreOpportunità;
- Matera (2 marzo 2017) - Incontro con ODEC Matera per parlare degli strumenti di agevolazione per le PMI;
- Tito (28 marzo 2017) - incontro 'Focus Imprese Basilicata: incentivi nazionali e regionali a favore delle imprese' presso il CNR di Tito Scalo con Invitalia, Regione Basilicata e ODEC di Potenza e Matera;
- Potenza (19 aprile 2017) incontro: Verso una Strategia Unitaria per la “Digital Transformation” (azione informativa del PO FESR Basilicata 2014-2020) che si svilupperà attraverso incontri con il Partenariato e con alcuni stakeholder volta a promuovere le opportunità di finanziamento in materia di agenda digitale;
- Potenza (17 maggio 2017) - incontro tra i rappresentanti delle organizzazioni e delle imprese aderenti a Confindustria Basilicata e al manifesto Pensiamo Basilicata, con il Presidente della Giunta regionale Marcello Pittella, i Direttori Generali e le Autorità di Gestione della Regione Basilicata sui temi della programmazione regionale;
- Potenza (16 giugno 2017) - convegno in relazione alle opportunità del bando a valere sull’Azione 4B.4.2.1 del Programma a favore delle PMI lucane;
- Potenza (19 giugno 2017) - presentazione dei bandi riguardanti il pacchetto “CreOpportunità”, riservati alla Città di Potenza.

Attivo è stato inoltre il coinvolgimento del partenariato in fase di definizione delle procedure attuative, come per esempio nella definizione del pacchetto di agevolazioni “CreOpportunità” e per la definizione dell’iniziativa progettuale “One Class! Open Network for Education”.

Nell’ambito della definizione della Strategia regionale per l’innovazione e la specializzazione intelligente 2014-2020, sono stati organizzati numerosi appuntamenti finalizzati anche alla costituzione dei cluster regionali relativi alle 5 aree di specializzazione regionali (Bioeconomia, Automotive, Aerospazio, Energia, Industria Culturale e Creativa). In particolare nei mesi di marzo e di giugno 2015 si sono svolti 5 Focus group e 5 Tavoli tematici, uno per ciascuna area di specializzazione sulla Strategia S3.

Il processo di scoperta imprenditoriale è continuato anche dopo l’approvazione della S3 regionale, in particolare il partenariato è stato coinvolto nella fase della ricognizione delle infrastrutture di ricerca, laboratori e facilities operanti sul territorio regionale mediante l’invio del questionario a tutti i componenti nel periodo compreso tra marzo e aprile 2016.

L’11 marzo 2016 è stato fatto inoltre un incontro con i centri di ricerca, le imprese e la parti datoriali durante il quale sono stati illustrati i risultati dell’attività, condotta dall’Università della Basilicata, di animazione del

territorio allo scopo di mappare le imprese e gli enti di ricerca regionali più idonei alla definizione e attuazione di ciascuna area di specializzazione.

In data 16 giugno 2017 è stato organizzato un incontro con il partenariato al fine di condividere una proposta di associazione dei settori di attività di cui ai codici ATECO 2007 alle aree di specializzazione della Strategia Regionale per l'Innovazione e la Specializzazione Intelligente 2014-2020 (S3). Tale proposta fungerà da allegato a tutti i Bandi di aiuti alle imprese in materia di S3 che saranno emanati dalla Regione.

È stata condotta ed è tuttora in corso l'attività di animazione e promozione del territorio finalizzato alla costituzione dei cluster regionali relativi alle 5 aree di specializzazione: aerospazio, automotive, energia, bioeconomia (agrifood e chimica verde) e industria culturale e creativa.

Risultano già costituiti i cluster regionali dell'aerospazio e della bioeconomia mentre è stato approvato lo statuto del cluster dell'automotive, a breve si procederà ad ufficializzare la sua costituzione.

La Regione Basilicata, su richiesta del partenariato regionale della ricerca e delle imprese, ha altresì aderito ai seguenti cluster nazionali:

- chimica verde, di cui la Regione Basilicata coordina il gruppo nazionale per la predisposizione dei progetti di ricerca e sviluppo di interesse multiregionale;
- energia,
- cultural heritage.

Numerosi incontri territoriali (circa 15 dal 2015 al 2016), con un alto numero di partecipanti (circa 500) tra rappresentanti delle istituzioni locali, della società civile e del tessuto imprenditoriale, sono stati svolti per l'illustrazione delle procedure ITI "Investimenti Territoriali Integrati" e la successiva definizione delle strategie delle due aree interne "Montagna materana" e "Mercurio Alto Sinni Val Sarmento".

Per il pubblico interno all'Amministrazione regionale, l'Autorità di Gestione ha promosso una serie di incontri con gli uffici Responsabili di Azione, finalizzati allo scambio di competenze e soluzioni funzionali alla semplificazione e alla definizione delle procedure attuative, nonché alla condivisione di documenti e informazioni rilevanti anche allo sviluppo sinergico dell'intera filiera comunicativa ed informativa.

Nel corso del 2017 sono state già diffuse due circolari: una esplicativa della procedura da utilizzare per la richiesta dei pareri sugli atti di ammissione a finanziamento a cura degli RdA e l'altra recante i format da usare per la predisposizione degli atti relativi all'attivazione di una procedura negoziata.

2. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Si riportano i risultati raggiunti tramite le azioni di comunicazione messe in campo al 2016.

Tabella 2 – Indicatori di realizzazione

| Azioni/strumenti | Indicatore | Modalità di rilevazione | Valore atteso al 2023 | Valore al 2016 |
|--|---|---------------------------|-----------------------|----------------|
| Campagne di comunicazione | | | | |
| Campagne realizzate | n. soggetti creati | Sistema di monitoraggio | 15 | - |
| Campagne televisive | n. passaggi tv | Sistema di monitoraggio | 100 | - |
| Campagne radiofoniche | n. passaggi radio | Sistema di monitoraggio | 2.250 | - |
| Campagne stampa | n. uscite tabellari/publireddazionali | Sistema di monitoraggio | 54 | - |
| Affissioni, campagne outdoor e dinamiche | n. spazi coperti | Sistema di monitoraggio | 150 | - |
| Engagement Campain | n. di campagne attivate | Sistema di monitoraggio | 4 | - |
| Eventi e roadshow | | | | |
| Eventi | n. partecipanti | Sistema di monitoraggio | 4.500 | 441 |
| Seminari e workshop | n. partecipanti | Sistema di monitoraggio | 1.800 | 498 |
| Roadshow | n. di comuni raggiunti | Sistema di monitoraggio | 40 | 11 |
| Attività informativa annuale | n. di iniziative realizzate | Sistema di monitoraggio | 4 | - |
| #OpenFESR | | | | |
| Elenco delle operazioni | n. di dataset rilasciati (.csv o xml) | Sistema di monitoraggio | 24 | - |
| Elenco delle operazioni | n. di variabili ETI rispettate | Sistema di monitoraggio | 20 | - |
| Elenco delle operazioni | n. di lingue utilizzate (oltre ITA) | Sistema di monitoraggio | 1 | - |
| Monitoraggio civico | n. di iniziative stimulate | Sistema di monitoraggio | 3 | - |
| Web & Social Media | | | | |
| Sito web | n. di accessi unici | Statistiche degli accessi | 90.000 | 5000 |
| Sito web | n. di pagine indicizzate nei primi 10 posti sui motori di ricerca | Google | 20 | - |
| Social media | n. di account attivi e operanti | Social Analytics | 3 | 3 |
| Social media | n. di interazioni (like/RT/commenti/Share) | Social Analytics | 10.000 | 1.156 |

| Azioni/strumenti | Indicatore | Modalità di rilevazione | Valore atteso al 2023 | Valore al 2016 |
|--|--|-------------------------|-----------------------|----------------|
| Prodotti editoriali, informativi e promozionali | | | | |
| Materiali informativi e promozionali | n. di prodotti realizzati | Sistema di monitoraggio | 24 | 7 |
| Materiali informativi e promozionali | n. copie/unità diffuse | Sistema di monitoraggio | 50.000 | 2.325 |
| Pubblicazioni e materiali editoriali | n. di prodotti realizzati | Sistema di monitoraggio | 4 | 1 |
| Pubblicazioni e materiali editoriali | n. di copie diffuse | Sistema di monitoraggio | 5.000 | 150 |
| Pubblicazioni e materiali editoriali | n. di e-book realizzati | Sistema di monitoraggio | 2 | - |
| Strumenti audio-video | n. di spot, video-tutorial e prodotti audio-video realizzati | Sistema di monitoraggio | 3 | - |
| Strumenti audio-video | n. di streaming e/o podcast realizzati | Sistema di monitoraggio | 3 | - |
| Newsletter | n. di persone raggiunte | Sistema di monitoraggio | 1.500 | 349 |
| Media relations | | | | |
| Comunicati e conferenze stampa | n. di comunicati diffusi e conferenze stampa | Sistema di monitoraggio | 200 | 19 |
| Copertura stampa | n. di articoli pubblicati | Sistema di monitoraggio | 200 | 138 |
| Press kit | n. di kit diffusi o scaricati | Sistema di monitoraggio | 100 | - |
| Altri strumenti di integrazione e supporto | | | | |
| Identità visiva, coordinato immagine e modulistica (cartacea) | n. di tools realizzati | Sistema di monitoraggio | 30 | 2 |
| Manuali, vademecum, linee guida | n. di prodotti realizzati | Sistema di monitoraggio | 10 | - |
| Kit informativi | n. di kit distribuiti | Sistema di monitoraggio | 1.000 | - |
| Modulistica telematica, targhe e cartellonistica | n. di utenti | Sistema di monitoraggio | 500 | - |
| Seminari interni e incontri mirati | n. di partecipanti | Sistema di monitoraggio | 200 | 498 |
| Sostenibilità ed inclusività | | | | |
| Materiali per non vedenti o ipovedenti | n. di prodotti realizzati | Sistema di monitoraggio | 4 | - |
| Sito web | n. di variabili di accessibilità rispettate | Sistema di monitoraggio | 11 | - |
| Strumenti di accessibilità per i non udenti | n. di eventi e/o video sottotitolati o tradotti in LIS | Sistema di monitoraggio | 6 | - |
| Materiali informativi in almeno una lingua diversa dall'italiano | n. di prodotti realizzati | Sistema di monitoraggio | 4 | - |
| Eventi, servizi e prodotti GPP | n. di prodotti/servizi pienamente rispondenti ai CAM | Sistema di monitoraggio | 15 | - |

Nel rispetto dei criteri ambientali, dal punto di vista della sostenibilità si è scelto di realizzare delle pubblicazioni rispondenti ai CAM attraverso l'utilizzo di carta riciclata o certificata. Tale attività dovrà essere sviluppata nel corso delle prossime annualità così quelle relative all'inclusività e agli open data.

3. PIANO DI COMUNICAZIONE ANNUALE 2017

Il documento descrive il Piano Annuale di comunicazione relativo al 2017 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. 155-117 del Regolamento (UE) n. 1303/2013. Il Piano concorre al raggiungimento delle priorità e degli obiettivi definiti dalla Strategia di comunicazione.

3.1. OBIETTIVI GENERALI

Gli obiettivi generali sui quali s'incentrerà l'attività di comunicazione per l'anno 2017, in coerenza con quanto indicato nella Strategia di comunicazione del Programma saranno i seguenti:

- **far crescere il livello di fiducia e di conoscenza** della Politica di Coesione in generale e del Programma in particolare innescando una comunicazione tesa a diffondere la conoscenza dei progetti realizzati con il contributo dei Fondi SIE, garantendo trasparenza ed imparzialità di accesso, rendendo disponibili strumenti e informazioni facilmente accessibili (anche a persone con limitazioni funzionali), mirando a modificare atteggiamenti e opinioni negative e a rafforzare quelle positive;
- **far agire**, cioè stimolare i diversi pubblici di riferimento (partenariato incluso) ad assumere un ruolo attivo e proattivo rispetto al Programma.

3.2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

La scelta degli obiettivi di comunicazione, così come previsto per gli obiettivi generali, durante il 2017, 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.

3.3. PUBBLICI DI RIFERIMENTO

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

3.4. AZIONI

Le principali iniziative previste per l'anno 2017 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 anche attraverso iniziative collegate ai *60 anni dei trattati di Roma*, nelle quali si metteranno in evidenza i progetti realizzati nello scorso periodo di programmazione, e si provvederà all'attivazione del collegamento al progetto *EUInvest*: progetti finanziati dalla politica regionale, attivato dalla Commissione Europea.

Al fine di accrescere il potenziale comunicativo delle azioni indirizzate a tutti i pubblici di riferimento si punterà, anche se non in maniera esclusiva, sul potenziamento continuo della comunicazione digitale (sito web e social media, con l'attivazione del canale Facebook). Il potenziamento dell'attività web sarà implementata nel rispetto degli standard di usabilità ed accessibilità anche in un'ottica di inclusività e organizzato in modo da consentire una navigazione semplice e veloce, con linguaggio immediato. Inoltre, in coerenza con quanto previsto in materia di raccordo con le funzionalità del portale unico nazionale OpenCoesione, si prevede la pubblicazione elettronica dell'elenco delle operazioni. Tale divulgazione sarà realizzata in modalità aperta e in piena aderenza ai principi dell'European Transparency Initiative, nel quadro normativo e regolamentare in materia di opendata. Sarà, inoltre, potenziata la newsletter informativa mirata a stimolare la conoscenza, la partecipazione e la rendicontazione sociale e narrativa (storytelling) degli interventi intrapresi e delle opportunità offerte dal Programma. Al fine di dare evidenza delle attività realizzate sarà progettata una sezione fotografica denominata "before – after PO FESR Basilicata 2014-2020" nella quale sarà possibile scoprire o riscoprire i mutamenti del territorio grazie agli interventi realizzati con i fondi messi a disposizione dal Programma;

- 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 al 2016, 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 ogniquale volta verrà pubblicato un singolo bando o avviso.

Riguardo all'attività informativa annuale si prevede di realizzare un evento tematico, sulla materia della "digital transformation" che impatta, di fatto, su tutte le aree di specializzazione della Strategia di Specializzazione Intelligente della Regione Basilicata (automotive, aerospazio, bio-economia, energia, industria culturale e creativa; agenzia digitale), nonché sul settore dell'istruzione (scuola 2.0 e smart school nell'ambito dell'OT10) e, più in generale, sul tema delle start-up innovative e dell'introduzione di nuove soluzioni produttive, organizzative o commerciali per le PMI, anche ricorrendo ad applicazioni e strumenti ICT (OT3), a valere sul PO FESR 2014/2020.

3.5. BUDGET

Il budget per la realizzazione delle attività del piano annuale è fissato in **€ 500.000,00**, cui si aggiungono le eventuali risorse assegnate e non spese per le annualità precedenti, secondo quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013.

3.6. 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, nonché della collaborazione dell'Ufficio Stampa regionale e del Dipartimento Programmazione e Finanze della Regione Basilicata.

3.7. ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Nel corso del 2017 saranno attivate azioni di monitoraggio 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 2017.

Tabella 1 – Timing annuale 2017

| Azioni e strumenti | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | set | ott | nov | dic |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Azioni trasversali | | | | | | | | | | | | |
| Elaborazione e approvazione pianificazione annuale | | | | | | | | | | | | |
| Kit informativi di base | | | | | | | | | | | | |
| Sviluppo comunicazione inclusiva | | | | | | | | | | | | |
| Eventi e campagne | | | | | | | | | | | | |
| Attività informativa annuale | | | | | | | | | | | | |
| Engagement Campaign | | | | | | | | | | | | |
| Seminari | | | | | | | | | | | | |
| Media relations | | | | | | | | | | | | |
| Comunicati e conferenze stampa | | | | | | | | | | | | |
| Press kit | | | | | | | | | | | | |
| Web, Social Media e #OpenFESR | | | | | | | | | | | | |
| 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 | | | | | | | | | | | | |
| Prodotti editoriali, informativi, promozionali | | | | | | | | | | | | |
| Materiali informativi e promozionali | | | | | | | | | | | | |
| Lancio Web Newsletter | | | | | | | | | | | | |
| Spot audio-video di lancio | | | | | | | | | | | | |
| Monitoraggio e valutazione | | | | | | | | | | | | |
| Smart Report annuale | | | | | | | | | | | | |
| Survey | | | | | | | | | | | | |

Tabella 2 – Pianificazione annuale 2017

| Approccio strategico | Obiettivi di comunicazione | Macro-attività | Pubblici /segmenti | Azioni | Incidenza costo | Costo previsionale (in euro) | Modalità di misurazione |
|---------------------------------|--|--|---|--|-----------------|------------------------------|--|
| INTEGRATO PERVASIVO | <i>Conoscenza Reputazione</i> | <i>Sensibilizzazione e Comunicazione</i> | OPINIONE PUBBLICA TUTTI I PUBBLICI | Eventi e roadshow #EUDays Web & Social Media #OpenFESR Produzioni editoriali, informative e promozionali Elementi simbolici Produzioni audio-video e multimediali Relazioni con i media | 50% | 250.000,00 | Strumenti di monitoraggio e tracking on line Indagine qualitativa |
| DIFFERENZIA TO PERVASIVO | <i>Conoscenza Reputazione Partecipazione</i> | <i>Informazione Supporto Comunicazione</i> | BENEFICIARI POTENZIALI DESTINATARI FINALI INFLUENCER | Eventi, seminari e incontri mirati Campagne mirate Engagement campaign Press kit Storytelling Newsletter Workshop e case-study tour | 40% | 200.000,00 | Strumenti di monitoraggio e tracking on line |
| PARTECIPATO PERVASIVO | <i>Conoscenza Reputazione Partecipazione</i> | <i>Informazione Supporto Comunicazione</i> | BENEFICIARI EFFETTIVI RETE PARTENARIALE INFLUENCER INTERNI | Newsletter Manuali, vademecum e linee guida, circolari e regolamenti Modulistica e kit informativi Comunicazione interna e a cascata Targhe, poster e cartellonistica 2.0 | 10% | 50.000,00 | Strumenti di monitoraggio e tracking on line |