

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

per il Programma operativo

“Investimenti a favore della crescita
e dell'occupazione” FESR 2014-2020

della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige

efre · fesr
Südtirol · Alto Adige

Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
Fondo europeo di sviluppo regionale



EUROPEAN UNION

AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE



INDICE

PREMESSA	3
1. ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE	5
2. APPROCCIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	7
2.1 Caratteristiche della strategia	7
2.2 Priorità della strategia	8
2.4 Destinatari	10
3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE	12
3.1 Azioni di comunicazione	12
3.2 Canali e strumenti per le attività di comunicazione	14
3.2.1 Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità	15
3.2.2 Strumenti più frequentemente utilizzati dal Programma per la comunicazione:	15
4. BUDGET	20
5. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE	22
6. VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA	25
7. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DA SVOLGERE NELL'ANNO SUCCESSIVO	27

Premessa

Per il successo degli interventi e per rendere i cittadini consapevoli e partecipi delle politiche dei programmi, l'Unione europea attribuisce grande valore strategico alla comunicazione delle opportunità offerte e dei risultati raggiunti dai fondi strutturali, sensibilizzando altresì in merito agli obiettivi della politica di coesione. In base all'articolo 115 del regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, recante disposizioni comuni sui fondi SIE (Fondi Strutturali e di Investimento Europei), le Autorità di gestione sono responsabili dell'elaborazione di una Strategia di comunicazione per ciascun Programma operativo. Tale strategia deve essere sottoposta all'approvazione del Comitato di sorveglianza entro i sei mesi successivi alla decisione della CE di adozione del programma interessato. Inoltre, ai sensi dell'articolo 116 l'Autorità di gestione informa il Comitato di sorveglianza almeno una volta all'anno in merito ai progressi nell'attuazione della Strategia di comunicazione e all'analisi dei risultati, nonché circa le informazioni pianificate e le attività di comunicazione da svolgersi nel corso dell'anno successivo. Il Comitato di sorveglianza, ove lo ritenga opportuno, esprime un parere in merito alle attività pianificate per l'anno successivo. Nelle relazioni di attuazione annuali da presentare nel 2017 e nel 2019 e nella relazione di attuazione finale un focus sarà dedicato ai risultati delle misure di informazione e comunicazione del fondo promosso nell'ambito della Strategia di comunicazione. Durante il periodo di programmazione, per rispondere efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti, l'Autorità di gestione può modificare tale strategia, previa approvazione del Comitato di sorveglianza, ai sensi dell'articolo 110 del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Il presente documento definisce, sulla base delle esperienze e dei risultati del precedente periodo di programmazione, le caratteristiche, le priorità, gli obiettivi e i destinatari della Strategia di comunicazione Programma operativo **"Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione" FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige (di seguito "PO FESR")** che l'Autorità di gestione intende adottare per il periodo 2014-2020, dettagliando le azioni e le relative modalità di realizzazione. Sono inoltre stabiliti il budget indicativo, la governance e la valutazione della strategia, nonché le modalità di pianificazione annuale delle attività di informazione e comunicazione. In linea con le nuove disposizioni normative, la Strategia di comunicazione

2014-2020 illustra anche le iniziative da attivare per supportare i beneficiari nell'adempimento degli obblighi di comunicazione previsti dai regolamenti, nonché le specifiche modalità di informazione da adottare al fine di renderla fruibile da parte delle persone con disabilità.

Nel presente documento si fa riferimento ai regolamenti UE nei quali viene utilizzato il termine collettivo "operazioni" che a livello di Programma è rappresentato dai progetti.

1. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione

L'esperienza maturata nel precedente periodo di programmazione ha consentito di valutare gli impatti e le percezioni che l'azione comunicativa ha prodotto sia sul grande pubblico che sui beneficiari, effettivi e potenziali, offrendo così elementi di supporto alla definizione della Strategia di comunicazione per il Programma FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige. L'attuazione del Piano di comunicazione 2007-2013 ha permesso di sperimentare con successo numerosi interventi informativi e pubblicitari capaci di rendere maggiormente consapevole l'opinione pubblica locale circa le opportunità offerte dal PO, i risultati raggiunti grazie al sostegno dei fondi strutturali nel territorio provinciale e il ruolo svolto dall'Unione europea.

A titolo di esempio si elencano qui di seguito alcune iniziative di informazione intraprese dalla Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige nell'ambito del **Programma FESR 2007-2013**:

- costante aggiornamento dei contenuti della pagina web dedicata al Programma FESR (con restyling completo nel 2012);
- evento informativo di lancio del Programma;
- partecipazione alla Fiera d'Autunno di Bolzano (17-21/11/2010);
- pubblicazione (maggio 2010) sulla rivista dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI) di un'informativa sulle opportunità di finanziamento a valere sul PO FESR;
- realizzazione di materiale promozionale: borsa shopper in tessuto, lampadina a led, portachiavi con led, calendario, blocco note, apribottiglie, penne, memobox e chiavetta usb;
- partecipazione all' "Innovation Festival" dal 27 al 29 settembre 2012 con stand e workshop dal titolo "Stimolare un ecosistema per l'innovazione" e l'anno seguente dal 26 al 28 settembre 2013 con una mostra fotografica sui progetti attuati;
- in data 8 novembre 2012, organizzazione della visita in loco delle opere realizzate nell'ambito di interventi finanziati in parte anche dal PO FESR presso i siti della Val Pusteria, Valle Aurina e Alta Val d'Isarco in seguito al convegno "Riqualificazione fluviale e gestione del territorio";

- a gennaio 2012, la Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige ha firmato una convenzione con la RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A -Rai Sender Bozen – a diffusione provinciale per la realizzazione della trasmissione radiofonica intitolata “Thema Europa” di cui varie puntate sono state dedicate al FESR;
- produzione di un filmato (in DVD) intitolato “Regionale. Innovativo. Sostenibile.” dedicato al POR FESR.

Valutando tutta l’attività di comunicazione del passato periodo di programmazione si evincono vari **punti di forza** che sicuramente hanno contribuito nella buona riuscita del Programma. In primis, la cura riservata ai contenuti della pagina web che sono stati costantemente aggiornati e che ne fa sicuramente lo strumento di comunicazione più utilizzato (79.686 visite al 31/12/2014) dai beneficiari e interessati al Programma. Anche la forte collaborazione con Europe Direct ha portato buoni frutti informando soprattutto la popolazione residente in Provincia delle potenzialità e dei risultati ottenuti grazie al Programma. Collaborazione che si intende portare avanti e intensificare ulteriormente nel nuovo periodo di programmazione. Scorrendo la lista degli interventi realizzati è notevole la varietà degli strumenti di comunicazione utilizzati: comunicati stampa, workshop, convegni, trasmissioni radio, video, fiere, festival etc.

Si è però coscienti anche dei **punti di debolezza** emersi durante il passato periodo di programmazione, quale per esempio un logo e un immagine e identità di Programma poco riconoscibili dal largo pubblico.

2. Approccio della Strategia di comunicazione

2.1 Caratteristiche della strategia

Studiare una Strategia di comunicazione prima di muovere un qualsiasi passo è fondamentale se non si vuole correre il rischio di rendere vano un investimento, o rendersi conto a metà strada di dover pianificare nuovamente tutto daccapo. Lo scopo del presente documento è perciò quello di definire la Strategia di comunicazione, scegliere i responsabili dell'informazione, indicare gli obiettivi da raggiungere, stabilire le singole fasi della comunicazione e presentare i canali di comunicazione ipotizzati al fine di organizzare in modo sinergico le attività di promozione ed informazione per garantire la riconoscibilità e la massima visibilità degli interventi nell'ambito del PO FESR della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige.

La presente Strategia di comunicazione è di natura **monofondo**, nonostante riveli una forte **collaborazione** con il servizio Europe Direct di Bolzano e altri fondi strutturali presenti sul territorio della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige, ovvero situati proprio nella stessa struttura amministrativa, quali FSE e Interreg (Italia-Austria e Italia-Svizzera).

La Strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 prevede un **approccio integrato**:

- con il partenariato istituzionale a livello centrale e territoriale;
- con il partenariato economico-sociale, per aumentare la capacità di diagnosi dei bisogni informativi impliciti o espliciti dei soggetti target in modo da favorire e moltiplicare la diffusione delle informazioni;
- con le ulteriori azioni di informazione e comunicazione relative agli altri fondi strutturali, con l'obiettivo di realizzare una comunicazione omogenea (vedi Forum coesione, capitolo 5);
- con le attività di comunicazione istituzionale attraverso il costante raccordo con l'Ufficio Stampa della Provincia e la collaborazione con la RAI - Radiotelevisione Italiana S.p.A - Rai Alto Adige;
- sul piano degli strumenti e dei canali differenziando mezzi di comunicazione, toni e linguaggio a seconda dei gruppi di destinatari e degli obiettivi tematici.

La comunicazione sarà indirizzata a tutta la popolazione della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige per garantire un'efficiente cooperazione tra tutti i partner coinvolti e così contribuire ad una informazione il più possibile efficiente, coerente ed omogenea.

2.2 Priorità della strategia

Le priorità della presente Strategia di comunicazione sono:

- migliorare la visibilità e la conoscenza del Programma FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige tra i cittadini;
- rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea e della sua legittimità, attraverso una valorizzazione dell'immagine e del ruolo che l'UE riveste nelle politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società provinciale, in chiave di benefici tangibili che esse portano alla vita del cittadino stesso;
- migliorare la conoscenza dei cittadini sui risultati delle politiche UE e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i fondi strutturali con la finalità di agevolare/aumentare la partecipazione ai progetti;
- costruire reti partenariali, soprattutto con i media e il centro Europe Direct, per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio.

2.3 Obiettivi

La Strategia di comunicazione del Programma persegue l'obiettivo generale di promuovere l'informazione e la comunicazione del Programma e coinvolgere il più possibile il partenariato, al fine di incentivare e diffondere la conoscenza del PO FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige e dei suoi obiettivi e risultati raggiunti, evidenziando il ruolo dell'UE nel finanziamento del nuovo programma. L'altro obiettivo generale prevede che le attività devono garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal PO, mettendo a disposizione del pubblico, di tutti i potenziali beneficiari e dei beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti la possibilità di finanziamento offerte. L'Autorità di gestione informa i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell'ambito dei programmi operativi e pubblicizza presso i cittadini dell'Unione il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi mediante azioni di informazione e comunicazione sui risultati e sull'impatto dei programmi operativi e delle operazioni.

Alla luce della normativa di riferimento e in base all'analisi di contesto svolta sul territorio provinciale, per il raggiungimento delle finalità individuate la Strategia di comunicazione si sviluppa secondo i seguenti obiettivi generali, declinati a loro volta in obiettivi specifici:

Obiettivo generale 1:

Incentivare e diffondere la conoscenza del PO FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige e dei suoi obiettivi e risultati raggiunti, evidenziando il ruolo dell'UE nel finanziamento del nuovo programma.

Obiettivi specifici:

- diffondere la conoscenza degli obiettivi e dei risultati attesi del PO che la Provincia persegue per la ricerca e l'innovazione, il contesto digitale, l'ambiente sostenibile e il territorio sicuro;
- accrescere il grado di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dallo Stato italiano e dalla Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige nel cofinanziamento del PO, nell'ambito della strategia Europa 2020 e delle politiche europee e nazionali di riferimento;

- valorizzare i risultati raggiunti dal PO attraverso una diffusa informazione sui progetti realizzati e in corso di realizzazione;
- diffondere un'immagine coordinata che favorisca la facile riconoscibilità delle informazioni relative al PO;
- diffondere al pubblico le informazioni sulle operazioni sostenute dal PO, con particolare attenzione ai potenziali destinatari e ai moltiplicatori di informazione, attraverso la massima copertura mediatica.

Obiettivo generale 2:

Garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal PO, mettendo a disposizione del pubblico, di tutti i potenziali beneficiari e dei beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti la possibilità di finanziamento offerto.

Obiettivi specifici:

- mettere a disposizione dei potenziali beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerto dal PO;
- informare i beneficiari dei loro obblighi e delle loro responsabilità in termini di informazione e comunicazione;
- garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse del programma attraverso la pubblicazione online della lista delle operazioni.

2.4 Destinatari

I destinatari della Strategia di comunicazione, così come indicato nel regolamento (UE) n. 1303/2013, sono raggruppati in quattro differenti gruppi: pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e i soggetti definiti come "moltiplicatori dell'informazione".

Il **pubblico** è un gruppo target molto ampio ed eterogeneo che ricomprende tutta la popolazione altoatesina, tra cui i potenziali destinatari delle operazioni del PO. Nonostante molti interventi siano attuati dalle istituzioni competenti, rimangono i cittadini della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige i veri fruitori del finanziamento.

I **beneficiari potenziali** sono i soggetti del territorio della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige, individuati dai PO FESR per ciascun asse. Questo gruppo target deve essere informato in modo chiaro e preciso sugli interventi finanziabili e sulle modalità e procedure previste dal PO FESR per la presentazione delle domande di finanziamento.

Quando i beneficiari potenziali diventano **beneficiari effettivi**, cambiano ruolo, infatti i destinatari dell'informazione in questo caso diventano a loro volta comunicatori. Diventa così loro compito impegnarsi in attività di informazione, in particolare del proprio progetto e di conseguenza sul Programma e sul ruolo dell'Unione Europea, dello Stato e della Provincia. Questo tipo di attività viene facilitata dall'Autorità di gestione del Programma attraverso l'indicazione di linee guida per le attività di comunicazione e informazione.

I beneficiari effettivi del finanziamento sono divisi per asse come segue:

- Asse 1 - Ricerca e Innovazione: Servizi provinciali, altri enti pubblici, organismi per la ricerca, enti pubblici e privati che svolgono attività di ricerca e innovazione;
- Asse 2 - Contesto digitale: Servizi provinciali, altri enti pubblici;
- Asse 3 - Ambiente sostenibile: Servizi provinciali, altri enti pubblici, STA (Strutture Trasporto Alto Adige SpA), Agenzia per la Mobilità, concessionari del servizio di trasporto pubblico locale;
- Asse 4 - Territorio sicuro: Servizi provinciali.

I **moltiplicatori dell'informazione** sono soggetti in grado di amplificare la trasmissione delle informazioni relative al PO. All'interno di questo gruppo si individuano tre categorie:

- il partenariato rappresentato nel Comitato di sorveglianza (autorità locali, ricerca e innovazione, sociale, economia, società civile/partner ambientali);
- il Forum coesione (vedi capitolo 5);
- i mass media, in quanto intermediari e target dell'attività di comunicazione (stampa, televisione, radio, web e social media), al fine di raggiungere in modo efficiente e durevole altri target e diffondere ampiamente le informazioni.

3. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione

La presente Strategia di comunicazione della programmazione intende attuare una molteplicità di azioni, utilizzando in maniera integrata diversi canali e strumenti, per raggiungere i propri obiettivi.

3.1 Azioni di comunicazione

Le principali azioni previste dalla presente Strategia di comunicazione sono di seguito elencate in funzione del gruppo target e nel rispetto delle previsioni del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Azioni dirette al pubblico

Tenendo in considerazione il regolamento (UE) n. 1303/2013 e in particolare quanto previsto nell'Allegato XII, l'Autorità di gestione prevede di svolgere le seguenti azioni:

- realizzazione di un evento di lancio per presentare i contenuti del PO FESR 2014-2020;
- organizzazione di un'attività informativa principale all'anno per promuovere le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite, nonché per presentare i risultati del PO;
- esposizione dell'emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di gestione;
- pubblicazione sul sito web di programma:
 - dell'elenco delle operazioni finanziate nell'ambito del PO,
 - di esempi di operazioni e le principali realizzazioni sia in lingua italiana che tedesca,
 - di informazioni aggiornate in merito all'attuazione del PO e
 - i risultati delle eventuali valutazioni;
- la realizzazione di eventi al fine di informare e sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo a temi specifici o ritenuti strategici per il territorio provinciale;
- la realizzazione di attività promozionali rivolte al pubblico;
- diffusione di comunicati stampa attraverso l'ufficio stampa della provincia (vedi capitolo 5) e il sito web di Programma.

Azioni dirette ai beneficiari potenziali

In conformità all'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di gestione in collaborazione con le altre strutture provinciali coinvolte nell'attuazione del PO assicura che la strategia, gli obiettivi e le opportunità offerte del Programma operativo vengano ampiamente divulgati ai potenziali beneficiari e a tutte le parti interessate, con l'indicazione del sostegno finanziario del FESR.

Al fine di garantire la più ampia diffusione delle informazioni ai potenziali beneficiari, sono previste le seguenti azioni:

- pubblicazione sulla pagina web del Programma delle informazioni relative alle opportunità di finanziamento con relativa documentazione e modulistica di riferimento, i contatti delle persone per richiedere informazioni o chiarimenti;
- realizzazione di convegni, seminari, workshop e altre iniziative rivolti a potenziali beneficiari per far conoscere le finalità specifiche del PO e dei singoli assi.

Azioni dirette ai beneficiari effettivi

Le azioni ai beneficiari sono di due tipi:

- quelle a sostegno delle procedure amministrative richieste per dare attuazione agli interventi e
- quelle a supporto alla realizzazione delle attività di informazione e comunicazione.

Nel PO FESR 2014-2020 entrambe saranno concretizzate attraverso un documento di attuazione e le linee guida per le attività di informazione e comunicazione. I contenuti di entrambi i documenti saranno pubblicati sulla pagina web di Programma e spiegati ai beneficiari una volta approvati i progetti. I principali doveri dei beneficiari in materia di informazione e comunicazione vengono esplicitati anche nella Convenzione di finanziamento.

Per quanto riguarda le informazioni a sostegno delle procedure amministrative richieste per dare attuazione agli interventi va inoltre ricordato che ai sensi dell'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di gestione informa per iscritto i beneficiari riguardo alla concessione dei finanziamenti. I beneficiari effettivi:

- accettando il finanziamento nel contempo accettano di venire inclusi nell'elenco delle operazioni pubblicato ai sensi dell'articolo 115 sul sito dell'Autorità di gestione e sul sito web unico nazionale, contenente le informazioni di cui all'Allegato XII (nominativo del

beneficiario, denominazione e sintesi dell'operazione, data di inizio e di fine, spesa totale ammissibile e tasso di cofinanziamento, codice postale dell'operazione, paese, denominazione della categoria di operazioni);

- devono adempiere agli obblighi previsti dal paragrafo 2.2 dell'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Il principale strumento a sostegno dei beneficiari effettivi in questo senso è il sistema di monitoraggio **coheMON** del PO FESR. Attraverso questa piattaforma unica i beneficiari saranno informati riguardo alla pubblicazione di nuovi bandi, scadenze varie (ad esempio di rendicontazioni, etc.), documentazione aggiuntiva da consegnare etc.

Nelle linee guida per le attività di comunicazione e informazione che verranno pubblicate sulla pagina web di Programma e che sono a supporto dei beneficiari vengono definite tutte le responsabilità in capo ai beneficiari. L'Autorità di gestione provvede inoltre a definire un'immagine grafica coordinata da utilizzare nei vari strumenti di informazione e comunicazione in modo da garantire un'immagine omogenea e riconoscibile per qualsiasi prodotto realizzato grazie all'intervento del PO FESR (vedi capitolo 3.2 – sezione "Immagine e identità di Programma").

3.2 Canali e strumenti per le attività di comunicazione

Per la realizzazione delle azioni di comunicazione si prevede di utilizzare in maniera integrata diversi canali e strumenti di comunicazione a seconda della tipologia di gruppo target e dall'obiettivo da raggiungere, nonché del contenuto della comunicazione stessa. Si riportano di seguito i principali canali e strumenti che verranno utilizzati:

Canali digitali:

- i siti internet istituzionali della Provincia (<http://www.provinz.bz.it> e www.retecivica.bz.it);
- la pagina web del Programma (<http://www.provincia.bz.it/fesr>);
- una sezione costantemente aggiornata dedicata alle novità e le comunicazioni del PO FESR (sulla pagina web del Programma);
- newsletter in collaborazione con Europe Direct;
- OpenCoesione (vedi capitolo 5).

Social media:

- Facebook in collaborazione con Europe Direct;
- pubblicazione di video su YouTube in collaborazione con Europe Direct.

Stampa e media:

- conferenze e comunicati stampa;
- pubblicazione di articoli sulla stampa locale e di settore;
- interventi e trasmissioni radiofoniche locali.

Eventi:

- organizzazione di convegni, seminari e workshop;
- partecipazione a manifestazioni e altri tipi di eventi sul territorio.

Pubblicazioni e materiale informativo:

- flyer, depliant e/o brochure informative;
- factsheet sui contenuti del PO (esempio: "Il Programma in pillole");
- roll up e manifesti.

Materiale promozionale:

- blocchi;
- penne;
- chiavette usb;
- cartoline;
- etc.

3.2.1 Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità

- Sito web di Programma consultabile da non vedenti e ipovedenti;
- organizzazione di eventi e workshop che prevedano l'accesso a portatori di disabilità.

3.2.2 Strumenti più frequentemente utilizzati dal Programma per la comunicazione:

Pagina web di Programma:

La pagina web (<http://www.provincia.bz.it/fesr>) è lo strumento centrale di comunicazione del Programma, infatti rappresenta il primo punto di contatto e successivamente il principale punto di riferimento per reperire tutte le informazioni rilevanti per i destinatari. Questo canale digitale viene inoltre usato come piattaforma per altre attività di comunicazione quali eventi e pubblicazioni. Alla luce delle novità introdotte dalla nuova programmazione e della nuova immagine e identità del Programma, si intende rielaborare e sviluppare ulteriormente il sito dedicato al Programma già in uso. Per conformarsi a quanto richiesto nel regolamento (UE) n. 1303/2013 (Allegato XII) sul sito verrà pubblicato l'elenco delle operazioni con rispettivi esempi di operazioni del programma, informazioni aggiornate in merito all'attuazione del PO, comprese le sue principali realizzazioni, nonché tutte le informazioni, i contatti, le attività e i documenti rilevanti per il programma. Oltre a ciò, un'apposita sezione sarà riservata alle attività di informazione e comunicazione, in cui saranno esplicitati gli obblighi in capo ai beneficiari e le caratteristiche tecniche dei relativi interventi. Tutte le informazioni sono pubblicate in italiano e in tedesco.

L'Autorità di gestione garantisce che i potenziali beneficiari abbiano accesso alle seguenti informazioni che saranno debitamente aggiornate e pubblicate sulla pagina web di Programma:

- le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare domande;
- le condizioni di ammissibilità delle spese da soddisfare per poter beneficiare di un sostegno nell'ambito di un programma operativo;
- una descrizione delle procedure di esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- i criteri di selezione delle operazioni da sostenere;
- i contatti a livello provinciale che sono in grado di fornire informazioni sul Programma operativo;
- la responsabilità dei beneficiari effettivi che devono informare il pubblico circa lo scopo dell'operazione e il sostegno all'operazione da parte dei fondi.

Immagine e identità di Programma

La creazione di un'immagine facilmente riconoscibile, unitaria e coordinata ha l'obiettivo di facilitare la comunicazione e la divulgazione di informazioni non solo per le autorità di Programma ma anche per i beneficiari stessi.

Il primo passo verso la creazione di un'identità di Programma è rappresentato dal restyling del **logo**, al fine di rendere il programma distinguibile e identificabile dal pubblico. Il seguente logo di Programma dovrà essere utilizzato secondo quanto riportato nelle linee guida di comunicazione e informazione del Programma. Il logo del PO FESR è reperibile e scaricabile in vari formati e versioni dalla pagina web di Programma:

<http://www.provincia.bz.it/europa/it/finanziamenti-ue/logodiprogramma.asp>



Con l'intento di creare sinergie con altri programmi presenti sul territorio altoatesino si è cercato di allineare l'aspetto del logo del PO FESR e delle icone degli assi prioritari a quelli degli altri programmi. Le seguenti quattro icone sono quindi utilizzate per gli assi del PO FESR ove possa essere utile una rappresentazione grafica:



L'Autorità di gestione intende adottare un'immagine coordinata per quanto riguarda la documentazione distribuita e pubblicata (Programma operativo, documenti, presentazioni, moduli in distribuzione, etc.) che riprenderà i toni del verde e richiama il logo di Programma.

Per motivi di comunicazione l'Autorità di gestione ha elaborato anche uno slogan di programma che può essere utilizzato opzionalmente:

regional. innovativ. nachhaltig.
regionale. innovativo. sostenibile.

3.2.3 Prospetto di raccordo tra strumenti e canali di informazione e gruppi target.

Dalla seguente tabella si evincono i principali strumenti e canali di comunicazione adottati dal Programma e i destinatari che ne vengono prevalentemente colpiti:

DESTINATARI STRUMENTI E CANALI	PUBBLICO	BENEFICIARI POTENZIALI	BENEFICIARI EFFETTIVI	MOLTIPLICATORI DELL'INFORMAZIONE
eventi informativi sul Programma	✕	✕	✕	✕
aggiornamento pagina web dedicata	✕	✕	✕	✕
aggiornamento sezione news / newsletter / social media	✕	✕	✕	✕
conferenze e comunicati stampa	✕	✕	✕	✕
articoli sulla stampa locale e di settore	✕	✕	✕	✕
servizi su emittenti radio locali	✕	✕	✕	✕
seminari e workshop specifici		✕	✕	
materiale informativo	✕	✕	✕	✕
materiale promozionale	✕	✕	✕	✕

4. Budget

Per l'attuazione della Strategia di comunicazione è previsto per l'intera programmazione un importo complessivo di risorse pari a **Euro 382.540,00**.

Le spese per l'attuazione della strategia sono sostenute a partire dall'anno 2015. Le prime attività preparatorie di informazione e comunicazione attuate nel 2014 e inizio 2015 per il periodo di programmazione 2014-2020 sono state finanziate dall'assistenza tecnica destinata al programma per il periodo 2007-2013 (in linea con quanto previsto all'articolo 46 della Decisione della Commissione del 20/03/2013 sull'approvazione degli orientamenti sulla chiusura dei programmi operativi 2007-2013).

Nella seguente tabella viene riportata la ripartizione annuale delle risorse disponibili per le attività di informazione e comunicazione come indicata nel piano finanziario. I dati riportati sono indicativi e possono essere adattati secondo le necessità incontrate nel corso dell'attuazione del Programma.

Assistenza Tecnica Informazione e comunicazione		
ANNO		TOTALE
2014	13,45%	51.454 €
2015	13,72%	52.484 €
2016	13,99%	53.534 €
2017	14,27%	54.606 €
2018	14,56%	55.699 €
2019	14,85%	56.814 €
2020	15,15%	57.949 €
TOTALE	100,00%	382.540 €

Segue la ripartizione delle risorse indicativa prevista per gli strumenti e i canali di informazione e comunicazione sotto riportati:

STRUMENTI E CANALI	Spesa prevista in Euro	Percentuale sull'importo complessivo %
eventi informativi sul Programma	76.500	20
aggiornamento pagina web dedicata	11.400	3
aggiornamento sezione news / newsletter / social media	19.100	5
conferenze e comunicati stampa	19.100	5
articoli sulla stampa locale e di settore	30.600	8
servizi su emittenti radio locali	38.200	10
seminari e workshop specifici	45.900	12
materiale informativo	76.500	20
materiale promozionale	65.000	17

5. Organizzazione e governance della comunicazione

L'**organismo responsabile** dell'attuazione della presente strategia è l'Autorità di gestione del Programma Operativo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione" FESR 2014-2020:

Dott. Peter Gamper
Ufficio per l'integrazione europea
Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige
via Conciapelli 69
I-39100 Bolzano

Conformemente all'articolo 117 del regolamento (UE) n. 1303/2013 viene nominata come **referente** per il Programma e responsabile del coordinamento delle attività di informazione e comunicazione a livello del programma operativo:

Dott.ssa Kathrin Oberrauch
Ufficio per l'integrazione europea
Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige
tel. 0471 413160
fax 0471 413189
e-mail: fesr@provincia.bz.it

Alla referente compete il coordinamento generale delle azioni di informazione e comunicazione previste dalla presente strategia e la supervisione dell'adempimento dei seguenti ulteriori obblighi previsti dal regolamento (UE) n. 1303/2013 (articoli 111, 115, 116 e Allegato XII):

- presentare la Strategia di comunicazione al Comitato di sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dall'adozione dei PO;
- proporre nel corso della programmazione eventuali modifiche della Strategia di comunicazione al Comitato di sorveglianza per l'approvazione;
- informare annualmente il Comitato di sorveglianza in relazione ai progressi dell'attuazione della Strategia di comunicazione, predisponendo apposite informative

che diano conto dello stato di avanzamento, delle azioni realizzate, dei mezzi di comunicazione utilizzati, dei risultati raggiunti, nonché delle attività pianificate per l'anno successivo;

- informare in merito ai risultati delle attività di valutazione della Strategia di comunicazione;
- inserire nelle relazioni di attuazione annuali presentate nel 2017 e nel 2019; nonché
- nella relazione di attuazione finale i risultati delle misure di informazione e comunicazione promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione.

L'ufficio stampa della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige supporta l'Autorità di gestione per quel che riguarda la comunicazione del PO FESR, soprattutto per le iniziative di interesse pubblico. Inoltre, ha il compito di informare - in modo continuato, puntuale e trasparente - sull'attività della Giunta provinciale e dell'amministrazione provinciale e per farlo utilizza vari canali, non ultimo le pagine Internet. Attraverso il proprio sito Internet l'ufficio stampa informa oltre 200 redazioni - di stampa, TV, radio, agenzie o online - in Alto Adige e fuori dai confini provinciali. I comunicati sono redatti in italiano e tedesco e ove opportuno anche in ladino.

Sul piano della **governance** sono previste azioni di comunicazione comuni sul territorio provinciale:

- Il centro **Europe Direct** di Bolzano collabora a stretto contatto con il PO FESR, informando i cittadini sull'andamento e le novità del Programma. Si serve di diversi canali quali il profilo facebook (<https://www.facebook.com/edsouthtyrol>) e le sue newsletter, inoltre collabora nell'organizzazione di eventi, workshop e seminari nei quali il largo pubblico viene informato sulle attività dei finanziamenti europei a livello locale, come ad esempio la giornata del 9 maggio Festa dell'Europa. Questa collaborazione è sicuramente facilitata dalla vicinanza logistica, poiché sia il centro Europe Direct sia l'Autorità di gestione del PO FESR sono situati nella stessa struttura dell'amministrazione pubblica.
- Per garantire, in aggiunta al Comitato di sorveglianza, un coinvolgimento appropriato del partenariato nell'ambito dei fondi strutturali e d'investimento europei (relativamente ai programmi del Fondo europeo di sviluppo regionale, del Fondo sociale europeo e della Cooperazione territoriale europea), viene istituita una rete aperta "**Forum**

coesione” per tutti gli attori interessati attraverso la quale sarà possibile informare continuamente i membri e ricevere da questi ultimi impulsi sulla realizzazione dei programmi.

- **OpenCoesione** (<http://www.opencoesione.gov.it/>) è il portale sull'attuazione dei progetti finanziati dalle politiche di coesione in Italia. Questo portale offre la possibilità ai cittadini di valutare come le risorse sono utilizzate rispetto ai bisogni dei territori. Attraverso il sito si accede facilmente ai dati riguardanti risorse assegnate e spese, localizzazioni, ambiti tematici, soggetti programmatori e attuatori, tempi di realizzazione e pagamenti dei singoli progetti.

6. Valutazione della strategia

È prevista un'attività di monitoraggio e di valutazione della Strategia di comunicazione, al fine di misurare la visibilità del Programma tra i gruppi destinatari e la consapevolezza presso il grande pubblico. In base a quanto previsto dal regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII, la Strategia di comunicazione è oggetto di valutazione al fine di verificare:

- il livello di raggiungimento degli obiettivi fissati nella strategia in termini di visibilità e consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e delle sue implicazioni nella vita dei cittadini, nonché di qualità e fruibilità delle informazioni fornite sul PO FESR 2014-2020;
- il livello di impatto delle azioni di comunicazione realizzate sui gruppi target individuati.

Per il monitoraggio e la valutazione della Strategia di comunicazione del PO FESR vengono utilizzati i seguenti indicatori di risultato e di output.

Gli indicatori di risultato:

- Numero visite alla pagina web: questo indicatore è contenuto nel Programma operativo secondo il quale è stato fissato il target finale di 100.000 visite entro il 2023;
- Tasso di conoscenza della popolazione altoatesina circa l'esistenza del Programma operativo FESR: a fine maggio 2015 è stata terminata un'indagine sul grado di conoscenza dei fondi strutturali attivi sul territorio (incaricata dal FSE della Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige) che rileva che il 37% degli intervistati (questionario somministrato a un campione di 1.000 maggiorenni rappresentativo della popolazione residente nella Provincia Autonoma di Bolzano) conosce il finanziamento UE "Fondo Europeo di sviluppo regionale – FESR." Partendo da questo dato è stato fissato il target finale, in base al quale entro il 2023 il 45% della popolazione altoatesina sarà a conoscenza del PO FESR.

Gli indicatori di output:

- Numero di eventi informativi sul Programma organizzati;
- Numero di comunicati stampa rilasciati sul Programma;
- Numero di articoli sulla stampa locale e di settore;
- Numero di servizi su emittenti radio locali;

- Numero di seminari e workshop specifici;
- Numero dei partecipanti (a eventi, seminari, workshop, etc.);
- Numero di materiale informativo realizzato (flyer, depliant, brochure, pubblicazioni, etc.);
- Numero di prodotti promozionali realizzati;

Come previsto dall'articolo 111 del regolamento (UE) n. 1303/2013 le relazioni di attuazione annuali presentate nel 2017 e nel 2019 e la relazione di attuazione finale contengono la valutazione dei risultati delle misure di informazione e comunicazione attuate nell'ambito della Strategia di comunicazione.

I risultati ottenuti dalle valutazioni sulle attività realizzate saranno utilizzati per apportare eventuali modifiche alla Strategia di comunicazione iniziale e agli interventi previsti in questo documento. Gli esiti delle valutazioni verranno regolarmente pubblicati sulla pagina web del programma.

7. Attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo

Come previsto dal regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII paragrafo 4 la Strategia di comunicazione prevede un aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

Sulla base dell'attuazione della programmazione 2014-2020 e dei risultati ottenuti, l'Autorità di gestione predispone apposite informative annuali da presentare al Comitato di sorveglianza contenenti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

Ai sensi dell'articolo 116 del regolamento (UE) n. 1303/2013 tali informative sono presentate annualmente al Comitato di sorveglianza che, ove lo ritenga opportuno, può esprimere un parere in merito.

Di seguito si presenta il **cronoprogramma** delle attività di informazione e comunicazione che il Programma intende realizzare.

ATTIVITÀ	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
evento informativo di lancio del Programma		x						
eventi annuali del Programma			x	x	x	x	x	x
evento a conclusione del Programma								x
aggiornamento pagina web dedicata	x	x	x	x	x	x	x	x
aggiornamento sezione news / newsletter / social media	x	x	x	x	x	x	x	x
conferenze e comunicati stampa	x	x	x	x	x	x	x	x
articoli sulla stampa locale e di settore	x	x	x	x	x	x	x	x
servizi su emittenti radio locali	x	x	x	x	x	x	x	x
seminari e workshop specifici		x	x	x	x	x	x	

ATTIVITÀ	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
materiale informativo sul Programma		x	x			x		x
materiale promozionale sul Programma		x	x	x	x	x	x	