



La valutazione dell'attività di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige

Versione definitiva

29 marzo 2019

INDICE

EXECUTIVE SUMMARY - ITALIANO.....	3
EXECUTIVE SUMMARY - DEUTSCH	4
INTRODUZIONE.....	6
1 LA VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE.....	7
1.1 Impostazione metodologica	7
1.2 La struttura e i contenuti.....	8
1.3 L'organizzazione e gestione	10
1.4 Il monitoraggio e la valutazione.....	11
1.5 Il quadro di sintesi della valutazione degli elementi della strategia di comunicazione	12
2 LA VALUTAZIONE DEL SITO WEB DEL PO FESR 2014-2020.....	13
2.1 Impostazione metodologica	13
2.2 La semplicità nell'individuazione del sito web.....	14
2.3 L'accessibilità del sito.....	17
2.4 Le informazioni sul programma e sugli uffici responsabili dell'attuazione del PO	18
3 L'EFFICACIA DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE.....	20
3.1 Attività e strumenti di comunicazione	20
3.2 I primi risultati prodotti dai canali digitali: il sito web.....	24
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	28

EXECUTIVE SUMMARY - ITALIANO

La valutazione della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano si sviluppa a partire dall'**analisi desk della strategia di comunicazione, dei piani di attività, delle Relazioni Annuali di Attuazione (RAA), delle informative ai Comitati di Sorveglianza (CdS) del programma** ed esamina:

- i **contenuti** della strategia di comunicazione per verificare la presenza **degli elementi** richiesti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 [*La strategia di comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità (DV1-1)*], la **pertinenza** delle finalità della strategia **con le azioni previste** [*Le finalità della strategia sono in linea con gli strumenti e le azioni previste dalla strategia di comunicazione (DV1-2)*] e **con i target** individuati [*I target individuati dalla strategia sono coerenti con le priorità di investimento del PO FESR (DV1-3)*];
- i **progressi** nell'attuazione della strategia attraverso gli strumenti individuati e i prodotti delle attività realizzate [*L'attuazione della strategia di comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti? (DV2-2)*], con particolare riferimento al canale digitale [*Il sito web è ideato e strutturato in modo tale da rappresentare uno strumento di comunicazione fondamentale per avere un'immediata visibilità, per divulgare le notizie in modo facile e diretto, per raggiungere facilmente gli inter-locutori e per consentire ai fruitori di reperire le informazioni? (DV2-1)*].

L'analisi mostra come, nella fase iniziale di implementazione del programma, **l'Autorità di Gestione abbia concentrato le proprie energie nella realizzazione dei presupposti necessari per l'attuazione di un'efficace attività di comunicazione**, che non si limitasse a fornire le informazioni sulle opportunità di finanziamento offerte, ma fosse in grado di comunicare come le risorse messe a disposizione dell'Unione Europea costituiscano delle reali opportunità per la qualificazione delle risorse umane e per l'occupazione sul territorio regionale.

Si rilevano inoltre che, per **semplificare l'attività di sorveglianza e di valutazione della strategia di comunicazione**, appare opportuno effettuare un monitoraggio quantitativo *in fieri* delle attività di comunicazione che consenta di disporre dei valori degli indicatori della strategia di comunicazione per le RAA, per i Rapporti di valutazione e, soprattutto, possa permettere aggiustamenti *on going* delle azioni. Con particolare riferimento al **sito web del PO FESR 2014-2020** si rilevano alcuni elementi di interesse:

- per migliorare la visibilità del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano - che non ha un URL appositamente dedicato, ma, così come accade per la maggior parte delle Amministrazioni regionali e delle provincie italiane, è **"ospitato" in una sezione del sito dell'Amministrazione** - si suggerisce di verificare la possibilità di potenziare l'indicizzazione del sito web e/o della sezione dedicata al programma;
- **sul sito web del PO FESR sono presenti tutte le informazioni sul programma**, con materiali che consentono ad un utente interessato di approfondire gli aspetti connessi alla programmazione e all'implementazione del programma e di potersi avvalere **anche di servizi interattivi** quali, ad esempio, la possibilità di scaricare la modulistica relativa alla partecipazione ai bandi di gara;
- il sito web della PA di Bolzano dedica una sezione apposita al tema dell'**accessibilità** (<http://www.provincia.bz.it/presidenza/service/accessibilita.asp>) che dimostra la conformità ai 22 requisiti della Legge Stanca;
- nell'analisi della **fruizione del portale del PO FESR 2014-2020** da parte degli utenti vengono esaminati i **principali indicatori utilizzati per il monitoraggio dei siti** – visualizzazioni di pagina, visualizzazioni di pagina uniche, accessi – rispetto al complesso delle pagine che compongono la sezione del sito della PA di Bolzano dedicata al PO FESR, alla pagina introduttiva del programma e alla sezione (e le relative sottosezioni) relativa alle news e gli eventi. Esaminando i tre indicatori, i dati mostrano come mentre ad inizio programmazione quasi un visitatore su cinque sia arrivato direttamente al sito, a distanza di quattro anni la percentuale aumenta a un utente su tre.

EXECUTIVE SUMMARY - DEUTSCH

Evaluierung der Kommunikationsmaßnahmen des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol

Die Evaluierung der Kommunikationsstrategie des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol beginnt mit der **Prüfung der Unterlagen der Kommunikationsstrategie, des Tätigkeitsprogramms, der jährlichen Durchführungsberichte (JDB) und der Informationsdokumente für die Treffen des Begleitausschusses (BA) des Programms**, wobei Folgendes bewertet wird:

- der **Inhalt** der Kommunikationsstrategie, um das Vorhandensein der von der (EU-)Verordnung Nr. 1303/2013 geforderten **Elemente** zu prüfen [Die Kommunikationsstrategie verfügt über die wesentlichen Merkmale zur Realisierung von effizienten Informations- und Werbemaßnahmen (BF1-1)]; die **Übereinstimmung** der Zielsetzungen der Strategie **mit den vorgesehenen Maßnahmen** [Die Zielsetzungen der Strategie entsprechen den von der Kommunikationsstrategie vorgesehenen Instrumenten und Maßnahmen (BF1-2)] **und die ermittelten Zielgruppen** [Die von der Strategie ermittelten Zielgruppen stimmen mit den Investitionsprioritäten des OP EFRE überein (BF1-3)];
- die **Fortschritte** in der Umsetzung der Kommunikationsstrategie durch die ermittelten Instrumente und die Ergebnisse der umgesetzten Maßnahmen [Werden die vorgesehenen Ziele durch die Umsetzung der Kommunikationsstrategie erreicht? (BF2-2)], mit spezieller Berücksichtigung des digitalen Kanals [Ist der Webauftritt so konzipiert und strukturiert, dass er ein grundlegendes Kommunikationsinstrument darstellt, um eine unmittelbare Sichtbarkeit zu erzielen, die Mitteilungen einfach und direkt zu verbreiten, die Ansprechpartner problemlos zu erreichen und den Nutzern das Auffinden von Informationen zu ermöglichen? (BF2-1)].

Die Analyse zeigt, dass in der Anfangsphase der Programmumsetzung, **die Verwaltungsbehörde sich darauf konzentriert hat, die für eine effiziente Kommunikationstätigkeit erforderlichen Voraussetzungen zu schaffen. Diese sollten sich** nicht darauf beschränken, lediglich Informationen zu den angebotenen Finanzierungsmöglichkeiten zu liefern, sondern auch zu vermitteln, dass die von der Europäischen Union zur Verfügung gestellten Mittel reelle Chancen zur Qualifizierung von Humanressourcen und die regionale Beschäftigung darstellen.

Es wird außerdem festgestellt, dass **zur Vereinfachung der Überwachung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie**, ein quantitatives Monitoring der *im Werden begriffenen* Kommunikationsmaßnahmen angebracht wäre, um Werte für die Indikatoren der Kommunikationsstrategie für die jährlichen Durchführungsberichte und für die Evaluierungsberichte bereitzustellen und, vor allem, eine *laufende* Anpassung der Maßnahmen zu ermöglichen. Mit besonderem Bezug auf die **Webseite des OP EFRE 2014-2020** werden einige wesentliche Elemente festgestellt:

- Um die Sichtbarkeit des OP EFRE 2014-2020 der Autonomen Provinz Bozen zu verbessern - welche über keine programmspezifische URL verfügt, sondern, wie es beim Großteil der regionalen Verwaltungen und Provinzen Italiens üblich ist, **in einer Rubrik der Website der Verwaltung „gehostet“ wird** - wird empfohlen, den möglichen Ausbau der Indexierung der Website bzw. der für das Programm vorgesehenen Rubriken zu prüfen.
- **Auf der Website des OP EFRE sind alle Informationen zum Programm verfügbar**, mit Unterlagen und Mitteln, die es dem interessierten Nutzer ermöglichen, die mit der Programmierung und Programmimplementierung verbundenen Aspekte zu vertiefen und **auch auf interaktive Dienstleistungen** zuzugreifen, wie z. B. die Möglichkeit, die Formulare zur Teilnahme an den Ausschreibungen herunterzuladen.
- Die Website der Autonomen Provinz Bozen widmet dem Thema der **Zugänglichkeit** eine eigene Rubrik (<http://www.provincia.bz.it/presidenza/service/accessibilita.asp>), wodurch die Konformität mit den 22 Erfordernissen des Stanca-Gesetzes sichergestellt wird.

- Bei der Analyse der **Nutzung des Portals des OP EFRE 2014-2020** durch die Besucher werden die **wichtigsten, für die Überwachung der Webseiten verwendeten Indikatoren** geprüft: Visualisierungen der Seite, einzelne Visualisierungen der Seite, Zugänge – im Vergleich zur Gesamtheit der Seiten, aus denen die Rubrik der Website der Autonomen Provinz Bozen für den OP EFRE besteht, zur Startseite des Programms und zur Rubrik (mit den entsprechenden Unterrubriken) der News und Events. Die Prüfung der drei Indikatoren ergibt, dass während am Anfang der Programmierung nur zirka einer von fünf Besuchern direkt zur Seite gelangte, nach vier Jahren nun der Prozentsatz auf einen von drei Nutzern angestiegen ist.

INTRODUZIONE

Il Rapporto di valutazione della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige si colloca in un momento in cui, sebbene il servizio di valutazione del programma sia partito da pochi mesi¹, appare opportuno presentare all'Autorità di Gestione un documento in grado di fornire i primi risultati dell'analisi valutativa sulla strategia di comunicazione e sulle azioni di informazione e pubblicità del FESR affinché i risultati possano essere valorizzati dall'Amministrazione provinciale per la Relazione Annuale di Attuazione (2018).

In tale contesto, il punto di partenza della valutazione consiste nel **verificare se sussistono i presupposti per realizzare attività di informazione e comunicazioni efficaci**. A tal fine, a partire dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (cfr. artt. 115-117 e Allegato XII), la valutazione indaga la struttura, i contenuti, l'organizzazione e la gestione della strategia di comunicazione per rispondere alle seguenti domande di valutazione: *La strategia di comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità (DV1-1)? Le finalità della strategia sono in linea con gli strumenti e le azioni previste dalla strategia di comunicazione (DV1-2)? I target individuati dalla strategia sono coerenti con le priorità di investimento del PO FESR (DV1-3)?*

Pertanto, a partire dall'**analisi desk della strategia di comunicazione del PO FESR** la valutazione ha esaminato nel dettaglio i **contenuti** della strategia di comunicazione per verificare la presenza **degli elementi della strategia di comunicazione** richiesti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (DV1-1) e la pertinenza delle finalità della strategia con le azioni previste (DV1-2) e con i target individuati (DV1-3).

Nel contempo, considerata l'importanza attribuita all'utilizzo del web per veicolare i contenuti del PO FESR, è dedicata particolare attenzione al sito web per **valutare l'efficacia delle azioni di comunicazione del PO FESR con riferimento alla sezione del sito web della Provincia Autonoma di Bolzano dedicata al programma** <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp>.

Nello specifico, la valutazione del sito web è volta a rispondere alla domanda di valutazione che si interroga se: *Il sito web è ideato e strutturato in modo tale da rappresentare uno strumento di comunicazione fondamentale per avere un'immediata visibilità, per divulgare le notizie in modo facile e diretto, per raggiungere facilmente gli interlocutori e per consentire ai fruitori di reperire le informazioni? (DV2-1)*. A tal fine, il valutatore ha analizzato il sito web in termini di **semplicità nell'individuazione del sito internet, accessibilità del sito internet, esistenza sul sito di informazioni generali sul PO (e interattività dei servizi offerti dal PO attraverso il web) e indicazione puntuale degli uffici e delle persone responsabili dell'attuazione dei PO**, accertando che il sito fornisca in modo preciso e rigoroso le informazioni relative agli uffici/settori responsabili dell'attuazione del PO, indicando chiaramente le modalità (telefono, e-mail, fax) per contattare direttamente gli uffici provinciali.

In aggiunta, la valutazione ha indagato gli strumenti individuati e i prodotti delle attività realizzate², distinte in base alle tipologie identificate per rispondere alla seguente domanda di valutazione *"L'attuazione della strategia di comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti?" (DV2-2)*.

Il documento è completato dal **Capitolo 4. Considerazioni conclusive** che sintetizza i principali risultati dell'analisi svolta, con particolare attenzione nel fare emergere i suggerimenti e le raccomandazioni.

¹ Il contratto del servizio di valutazione del POR FESR 2014-2020 è stato firmato il 6 giugno 2018.

² Il Capitolo 3. Efficacia delle azioni di comunicazione è stato elaborato in un secondo momento (gennaio/febbraio 2019) in modo da poter esaminare l'attuazione delle azioni al 31 dicembre 2018.

1 La valutazione della strategia di comunicazione

1.1 Impostazione metodologica

L'Articolo 116 "Strategia di comunicazione" del Regolamento (UE) n. 1303/2013 stabilisce che «Lo Stato membro o le autorità di gestione elaborano una strategia di comunicazione (...) [che] tiene conto dell'entità del programma o dei programmi operativi pertinenti conformemente al principio di proporzionalità» nella convinzione che la definizione di una **strategia di comunicazione** possa contribuire a:

- migliorare l'accessibilità e la trasparenza delle novità relative alle opportunità di finanziamento per i potenziali beneficiari;
- assicurare un'ampia diffusione delle informazioni sull'attuazione dei Fondi Strutturali e di Investimento Europei (SIE);
- far conoscere al pubblico i risultati raggiunti dai Fondi SIE;
- valorizzare il ruolo dell'Unione Europea nel favorire le politiche per la competitività e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

In tale contesto, il **Capitolo 1** si prefigge di valutare la strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, al fine di fornire all'Autorità di Gestione (AdG) *feedback* utili alla gestione del programma. Secondo quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, infatti, l'AdG si è dotata di una strategia di comunicazione³ affinché le attività di informazione e comunicazione possano assurgere effettivamente a fattore determinante per:

«migliorare la visibilità e la conoscenza del Programma FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige tra i cittadini e 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» (Strategia di Comunicazione per il PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, p.8).

D'altronde nella programmazione 2014-2020 della politica di coesione, il tema della comunicazione assume un rilievo notevole, giustificato dalla debole consapevolezza dei cittadini europei in merito all'azione condotta dall'Unione Europea (UE) per ridurre le disuguaglianze.

Pertanto, al fine di aumentare il livello di informazione e consapevolezza, la UE incoraggia l'utilizzo, a livello nazionale e locale, di un approccio deciso e sistematico ai temi della comunicazione e della pubblicità.

In tale contesto, la valutazione di prefigge di esaminare:

- la **struttura** e i **contenuti** della strategia di comunicazione, nell'ottica di verificare che il documento elaborato presenti tutti gli elementi richiesti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013⁴;

³ Approvata nel corso della prima seduta del Comitato di Sorveglianza (27 maggio 2015).

⁴ a) una descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che lo Stato membro o l'autorità di gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico, tenuto conto delle finalità di cui all'articolo 115; b) una descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità; c) una descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione; d) il bilancio indicativo per l'attuazione della strategia; e) una descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione; f) le modalità per le misure di informazione e comunicazione di cui al punto 2, compreso il sito web o portale web in cui tali dati possono essere reperiti; g) l'indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti; h) ove pertinente, una descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo; i) un aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

- l'**organizzazione** e la **gestione** sottese alla strategia di comunicazione, dedicando apposito spazio alla presentazione delle risorse destinate all'attuazione della strategia, con particolare riferimento ai responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione;
- il **monitoraggio** e la **valutazione**, appurando che siano stati individuati gli appositi strumenti per consentire, nel percorso di attuazione del PO FESR, la valutazione delle iniziative di comunicazione previste dalla strategia.

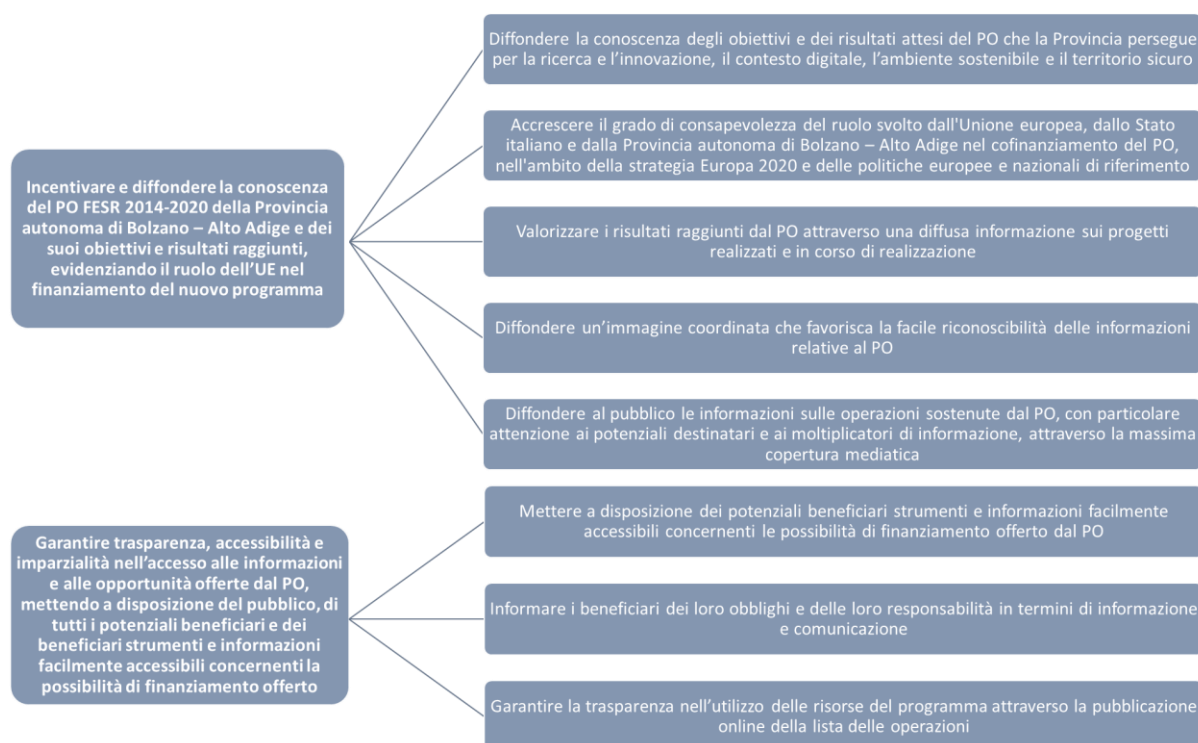
Inoltre, poiché dall'approvazione della strategia di comunicazione sono trascorsi più di tre anni, si ritiene di interesse presentare fin d'ora l'esito di alcune attività realizzate in modo da dare un riscontro rispetto alla concreta attuazione della strategia di comunicazione.

Infine, il capitolo si conclude con la Tabella 1.2 che offre **un quadro di sintesi degli elementi della strategia di comunicazione** richiesti dal Regolamento UE n. 1303/2013 alla luce del documento elaborato per il PO FESR 2014-2020.

1.2 La struttura e i contenuti

Rispetto alla **struttura** e ai **contenuti** della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020, appare opportuno dedicare particolare attenzione agli **obiettivi**, ai **target**. Nello specifico, nell'intento di incentivare e diffondere la conoscenza del PO FESR 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige (in seguito, PA di Bolzano) e garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal programma, la strategia ha precisato gli **obiettivi specifici** perseguiti, vale a dire la diffusione della conoscenza degli obiettivi del programma, del ruolo della UE, dallo Stato italiano e dalla PA di Bolzano, la valorizzazione dei risultati raggiunti, la diffusione dell'immagine coordinata e delle informazioni sulle operazioni, la messa a disposizione dei potenziali beneficiari delle informazioni relative alle opportunità di finanziamento, la divulgazione degli obblighi di comunicazione per i beneficiari (e la contestuale disponibilità di strumenti affinché ciò sia agevole) e, infine, la garanzia di trasparenza nell'utilizzo delle risorse del programma.

Figura 1.1 – La struttura degli obiettivi della strategia di comunicazione



Fonte: ns. elaborazione su *Strategia di comunicazione* (2015, pp. 9-10).

Con particolare riferimento ai **target** individuati nell'ambito della strategia di comunicazione sono identificate quattro tipologie di destinatari delle attività di comunicazione, ossia:

- il **grande pubblico**, vale a dire la popolazione altoatesina. Al riguardo, il documento prevede di svolgere differenti azioni: dall'organizzazione di eventi (di lancio, annuali o tematici per sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo a temi ritenuti strategici per il territorio provinciale) per promuovere le opportunità di finanziamento, le strategie perseguite e i risultati del PO all'esposizione dell'emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di gestione; dalla pubblicazione di informazioni aggiornate sul sito web di programma alla realizzazione di attività promozionali rivolte al pubblico, alla diffusione di comunicati stampa attraverso l'ufficio stampa della provincia al sito web di programma;
- i **potenziali beneficiari** rispetto ai quali, soprattutto nella fase di avvio della programmazione, appare opportuno mettere a disposizione strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerte dal PO. Nell'ottica di garantire la più ampia diffusione delle informazioni ai potenziali beneficiari la strategia prevede la pubblicazione sulla pagina web del PO FESR delle informazioni relative alle opportunità di finanziamento e l'organizzazione di convegni, seminari, workshop per far conoscere le finalità specifiche del PO e dei singoli Assi. Con particolare riferimento al supporto informativo per i potenziali, si ritiene di interesse segnalare fin d'ora come la PA di Bolzano abbia appositamente predisposto un Manuale per i potenziali beneficiari che fornisce loro le indicazioni principali per la presentazione di domande di finanziamento per progetti (http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/downloads/Manuale_Beneficiari_v2.pdf);
- i **beneficiari effettivi**, vale a dire coloro ai quali sono erogati i finanziamenti offerti dal programma, rispetto ai quali è necessario definire azioni mirate e costanti per il supporto relativo alle procedure di attuazione e nel rispetto degli obblighi e delle responsabilità in capo proprio al beneficiario in materia di comunicazione. Al riguardo si segnala che, nell'ottica di **sostenere i beneficiari nelle loro attività di comunicazione**, il documento stabilisce che:

«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» (Strategia di Comunicazione per il PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, p.14)

e, infatti, al fine di assicurare la coerenza grafica delle azioni informative delle iniziative cofinanziate dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, nella sezione del sito web del PO FESR 2014-2020 dedicata alle attività di informazione e comunicazione (<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/informazione-comunicazione-fesr.asp>) è fornito ai beneficiari un pratico supporto operativo - le *“Linee guida per le misure di informazione e comunicazione e l'utilizzo del logo”*⁵ – i loghi istituzionali del programma e quelli specifici degli Assi.

- i **potenziatori dell'informazione** vale a dire tutti quei soggetti che, per differenti ragioni, sono in grado di veicolare le informazioni in modo da raggiungere in modo efficiente e durevole altri target e, così, diffonderle ampiamente ad altri soggetti. Nello specifico, la strategia ha identificato tre categorie:
 - i potenziatori dell'informazione in senso stretto, vale a dire i mass media tradizionali e innovativi: stampa, televisione, radio, web e social media;
 - il partenariato economico, istituzionale e sociale rappresentato nel Comitato di sorveglianza;
 - il Forum coesione.

⁵ http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/downloads/Linee_guida_InfoComm_v2.pdf

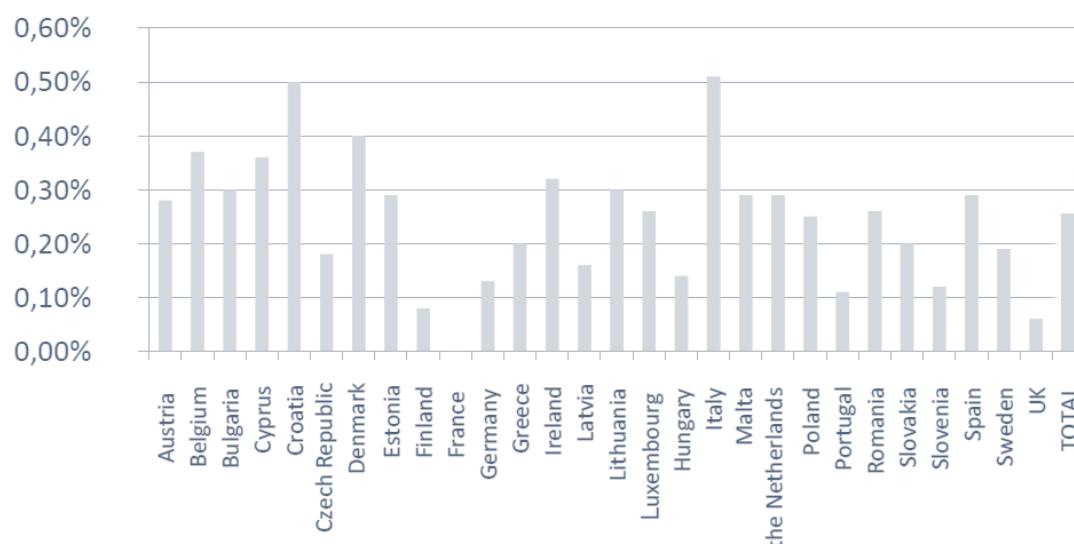
In aggiunta, la strategia di comunicazione dedica particolare attenzione a descrivere i materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle **persone con disabilità** stabilendo che il sito web di programma possa essere consultabile da non vedenti e ipovedenti e che l'organizzazione di eventi e workshop preveda l'accesso a portatori di disabilità.

1.3 L'organizzazione e gestione

Per l'attuazione della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano l'Autorità di Gestione ha scelto di dedicare un importo complessivo di risorse pari a **382.540 €** per l'intero periodo di programmazione 2014-2020 che corrispondono al 7% della dotazione dell'Asse 5. Assistenza tecnica e allo 0,3% del PO.

L'importo stimato per il PO FESR dall'Amministrazione provinciale è in linea con la media UE (0,26%), sebbene in media i programmi italiani hanno scelto di destinare lo 0,5% della dotazione complessiva alle azioni di informazione e comunicazione.

Figura 1.2 - Il budget per le attività di comunicazione nella programmazione 2014-2020 nella UE (28)



Fonte: European Commission (2017) http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/informing/events/3005-pamhagen/communication_budget.pdf.

Il documento provinciale ha inoltre definito puntualmente l'organizzazione e la *governance* della comunicazione individuando sia l'organismo responsabile dell'attuazione della strategia di comunicazione – l'Autorità di Gestione del PO – sia il referente, responsabile del coordinamento delle attività di informazione e comunicazione del programma operativo.

Oltre a ciò, è contemplato un supporto all'AdG da parte dell'Ufficio stampa della PA di Bolzano per comunicare con oltre 200 redazioni di stampa, TV, radio, agenzie o online (in Alto Adige e fuori dai confini provinciali) rispetto alle attività realizzate, *in primis* le iniziative di interesse pubblico.

Infine, sono previste delle azioni comuni con il centro Europe Direct di Bolzano e con la rete aperta Forum Coesione istituita per coinvolgere al meglio il partenariato.

1.4 Il monitoraggio e la valutazione

L'ultima sezione del documento sulla strategia di comunicazione del PO FESR è volta a definire come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti.

Nello specifico sono presentati gli indicatori di output e gli indicatori di risultato identificati per monitorare l'attuazione delle azioni di informazione e comunicazione nel corso del ciclo di programmazione 2014-2020 (cfr. p. 25).

Tabella 1.1 – Gli indicatori di output e di risultato della strategia di comunicazione

Denominazione	Unità di misura	Baseline	Target
Indicatori di output			
Eventi informativi sul programma realizzati	Numero		
Comunicati stampa rilasciati	Numero		
Articoli sulla stampa locale e di settore	Numero		
Servizi su emittenti radio locali	Numero		
Seminari e workshop specifici	Numero		
Partecipanti a eventi, seminari e workshop	Numero		
Materiale informativo realizzato	Numero		
Prodotti promozionali realizzati	Numero		
Indicatori di risultato			
Visite alla pagina web	Numero		100.000
Tasso di conoscenza della popolazione altoatesina sull'esistenza del PO FESR	Percentuale	37% ⁶	45%

Fonte: ns. elaborazione su Strategia di comunicazione (2015, pp. 25-26).

Infine, rispetto all'elaborazione degli **aggiornamenti annuali della strategia di comunicazione** per presentare le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo, si ritiene di interesse evidenziare come la Provincia Autonoma di Bolzano abbia elaborato i Piani annuali di comunicazione nel 2015 e 2016.

⁶ La Strategia di comunicazione del PO FESR precisa che a fine maggio 2015 si è conclusa un'indagine sul grado di conoscenza dei fondi strutturali attivi sul territorio (incaricata dal FSE della Provincia Autonoma di Bolzano – Alto Adige) che ha consentito di rilevare che il 37% degli intervistati (questionario somministrato a un campione di 1.000 maggiorenne rappresentativo della popolazione residente nella Provincia Autonoma di Bolzano) conosce il "Fondo Europeo di sviluppo regionale – FESR".

1.5 Il quadro di sintesi della valutazione degli elementi della strategia di comunicazione

Come anticipato, la Tabella 1.2 offre **un quadro di sintesi degli elementi della strategia di comunicazione** richiesti dal Regolamento alla luce del documento elaborato nel PO FESR 2014-2020 e mostra che:

- la **struttura** del documento è chiara e ben definita rispetto a tutti gli elementi principali;
- i **contenuti** proposti contengono informazioni puntuali sui beneficiari, sugli obiettivi e sulle iniziative previste che sono effettivamente correlate alla strategia di comunicazione e la sostengono;
- le sezioni dedicate all'**organizzazione** e alla **gestione**, riservano uno spazio apposito per la presentazione delle risorse umane e delle risorse destinate all'attuazione della strategia;
- sono stati individuati gli appositi strumenti per consentire, nel percorso di attuazione del programma, il **monitoraggio** e la **valutazione** delle iniziative di comunicazione previste dalla strategia.

Tabella 1.2 – Check list degli elementi della strategia di comunicazione ai sensi dell'Allegato XII del Reg. UE n. 1303/2013

	SI	NO
a) Descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'Autorità di gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico	✓	
b) Descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità	✓	
c) Descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione	✓	
d) Bilancio indicativo per l'attuazione della strategia	✓	
e) Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione	✓	
f) Modalità per le misure di informazione e comunicazione per il grande pubblico	✓	
g) Indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti	✓	
h) Descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo	✓	
i) Aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.	✓	

2 La valutazione del sito web del PO FESR 2014-2020

2.1 Impostazione metodologica

Il sito web istituzionale del PO FESR rappresenta uno strumento di comunicazione fondamentale per avere un'immediata visibilità, per divulgare le notizie in modo facile e diretto, per raggiungere facilmente interlocutori "lontani", per consentire ai fruitori di reperire le informazioni 24 ore su 24, ecc...

Proprio per l'importanza attribuita al sito web dalla strategia di comunicazione del programma all'attività di informazione e di comunicazione delle opportunità offerte e dei principali risultati conseguiti dal PO FESR:

«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» (Strategia di Comunicazione per il PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, p.6)

è parso opportuno avviare già nella fase iniziale del servizio la valutazione del sito web in modo da poter dare all'Autorità di gestione suggerimenti volti a migliorare la concezione del sito, la sua accessibilità, la sua conoscenza e visibilità fra il pubblico destinatario.

Nello specifico, il valutatore analizza⁷ il sito web <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp> in termini di:

- **semplicità nell'individuazione del sito internet**, verificando in che posizione si colloca il sito nei principali motori di ricerca (www.google.it, www.bing.it, www.yahoo.it) cercando come parole chiave "PO FESR" e "PO Competitività"; confrontando il risultato regionale con quello delle altre Regioni Italiane;
- **accessibilità del sito internet**, controllando che il sito sia accessibile alle persone diversamente abili;
- **esistenza sul sito di informazioni generali sui PO**, presenza di documenti e atti fondamentali (PO, Verbalì del Comitato di Sorveglianza, Relazione Annuale di Attuazione, Rapporti di Valutazione, ecc.) e **interattività dei servizi offerti dai PO attraverso il web**, come ad esempio, la possibilità (o meno) di scaricare la modulistica relativa alla partecipazione ai bandi di gara;
- **indicazione puntuale degli uffici e delle persone responsabili dell'attuazione del PO**, accertando che il sito fornisca in modo preciso e rigoroso le informazioni relative agli uffici/settori responsabili dell'attuazione del PO, indicando chiaramente le modalità (telefono, e-mail, fax) per contattare direttamente gli uffici provinciali.

⁷ L'analisi è stata realizzata nei giorni del 5, 6 e 7 settembre 2018.

2.2 La semplicità nell'individuazione del sito web

Per quale ragione è opportuno valutare la semplicità di individuazione del sito web?

Le norme in materia di informazione e comunicazione contenute nel Regolamento (UE) n. 1303/2013 mirano a informare i potenziali beneficiari delle opportunità di finanziamento e mostrare ai cittadini i risultati degli investimenti effettuati.

In tale ottica, la semplicità di individuazione del sito web del *Programma Operativo Investimenti per la crescita e l'occupazione FESR 2014 – 2020* contribuisce a migliorare la visibilità del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano e, più in generale, della politica di coesione della UE.

Attività valutative realizzate per esaminare la semplicità di individuazione

In tale contesto, il valutatore ritiene di interesse:

- verificare che il sito web del PO FESR sia di facile individuazione;
- (eventualmente) fornire suggerimenti utili e utilizzabili per migliorarne la visibilità.

Pertanto, è parso opportuno procedere *in primis* con la **ricostruzione del percorso che un utente** (sia esso un potenziale beneficiario del programma o un cittadino altoatesino) **deve compiere per navigare sul sito del PO e disporre delle informazioni da lui cercate**.

I principali risultati dell'attività valutativa

Il sito web del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano

<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp>

non ha un URL appositamente dedicato, ma - così come accade per la maggior parte delle Amministrazioni regionali e delle province italiane - è **“ospitato” in una sezione del sito dell’Amministrazione**. Nel caso specifico della PA di Bolzano, il sito del PO FESR si colloca **nella sezione dedicata ai Finanziamenti UE**, suddivisa a sua volta in specifiche sezioni relative ai singoli programmi.

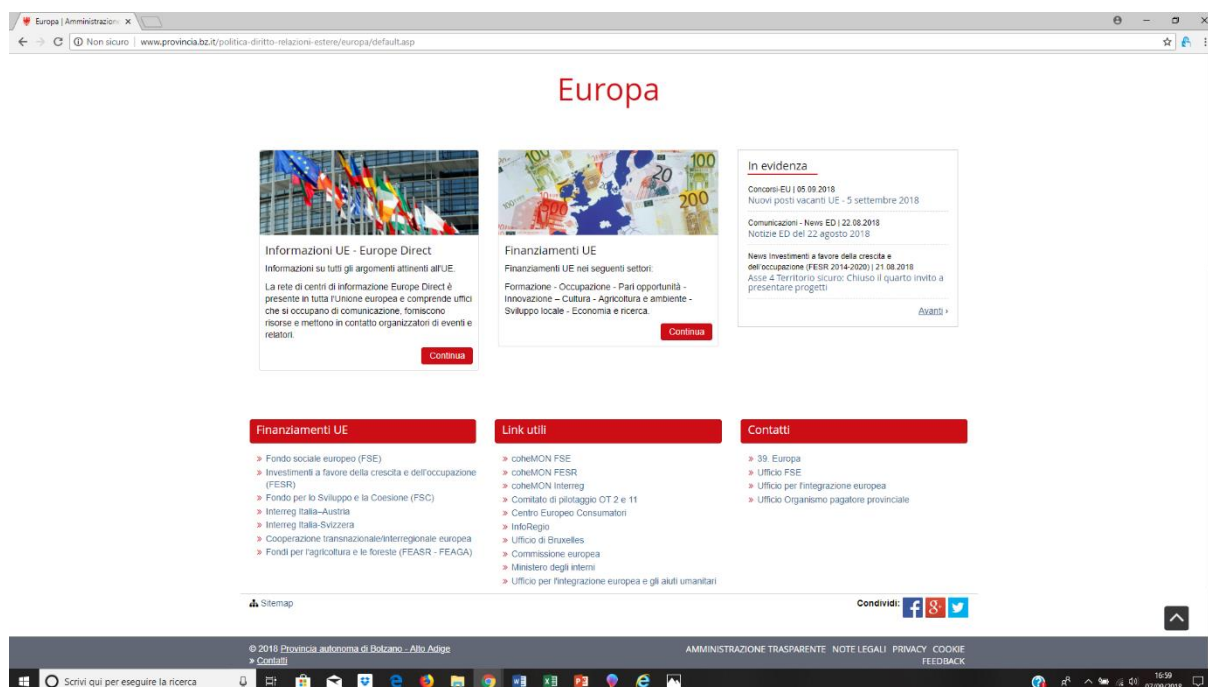
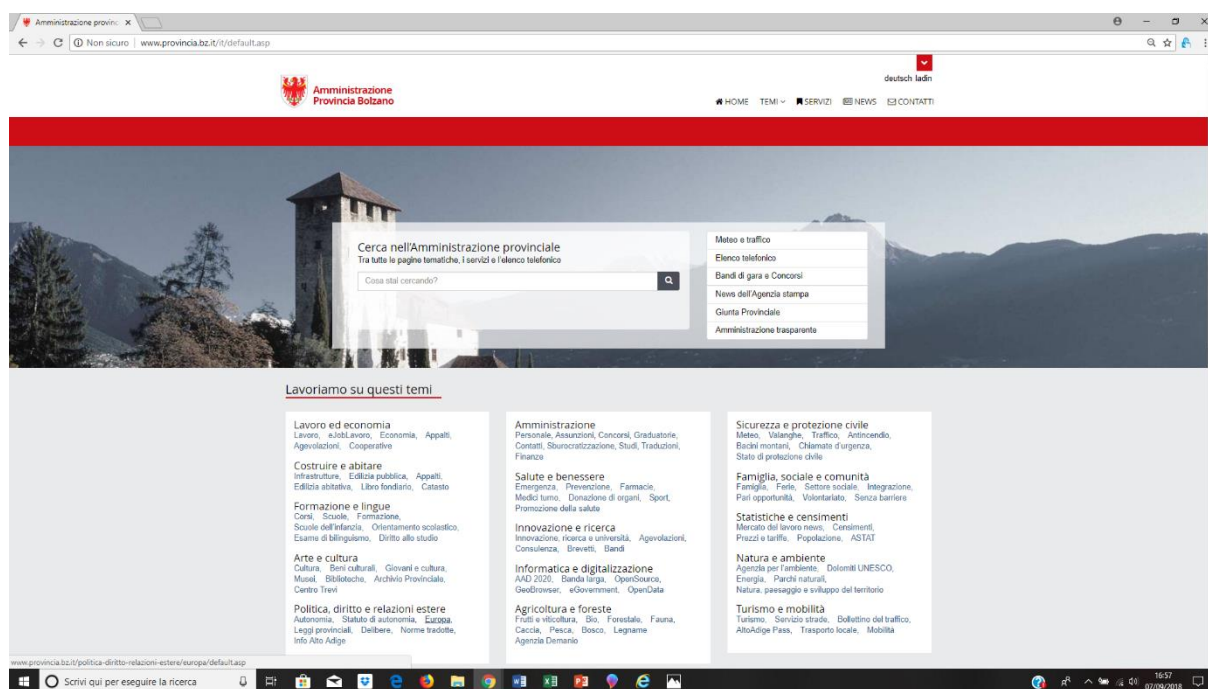
Tale scelta risulta sicuramente premiante in termini di ritorno di immagine per la Provincia Autonoma di Bolzano e di rafforzamento della percezione di uno sviluppo organico ed integrato delle sue diverse linee di programmazione.

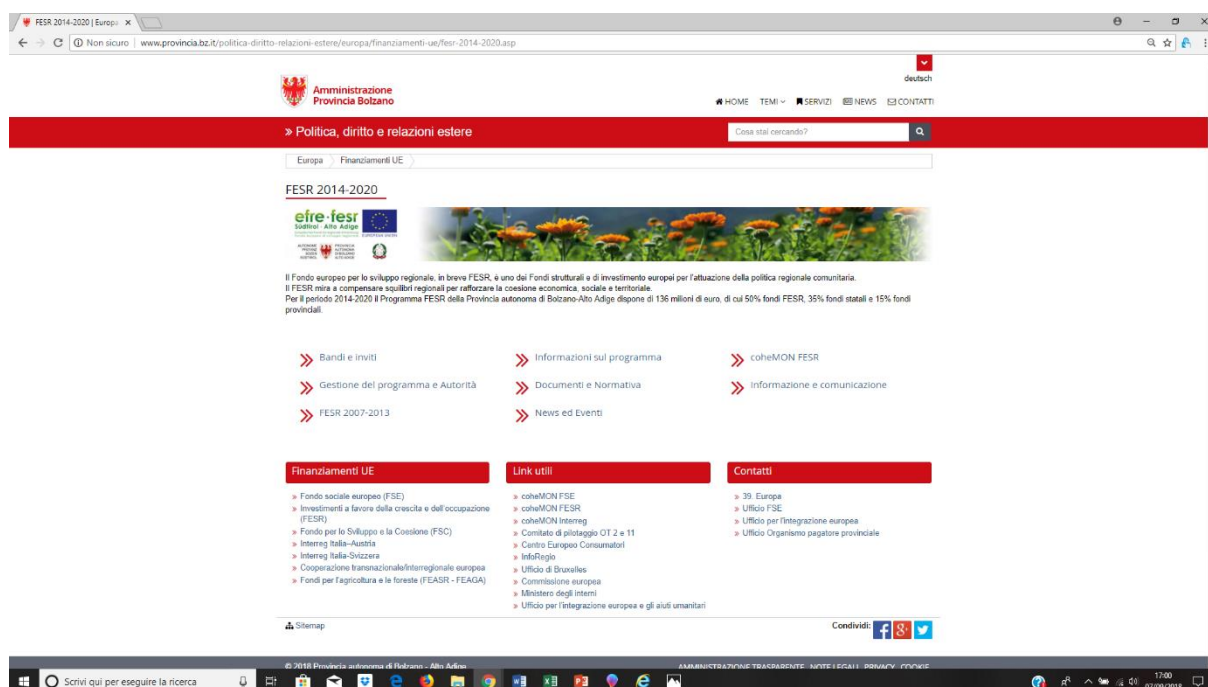
Per contro, non avere un URL dedicato comporta un impegno maggiore per l'utente che sicuramente non sarà in grado di memorizzare l'indirizzo URL troppo complesso e, partendo dall'home page, potrà arrivare sulla sezione dedicata al programma operativo dopo svariati passaggi:

Home page ► Europa ► Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione (FESR)

così come rappresentato nella Figura 2.1.

Figura 2.1 – I passaggi necessari per navigare sul sito web del PO FESR





Fonte: <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp> (7 settembre 2018).

Il secondo aspetto esaminato per valutare il livello di semplicità nell'individuazione del sito internet riguarda la posizione in cui si colloca il sito del programma nei principali motori di ricerca (www.google.it, www.bing.it, www.yahoo.it) cercando le parole chiave "PO FESR" e "PO Competitività".

Com'era logico attendersi, il sito web del PO FESR della PA di Bolzano non si colloca tra i primi siti che vengono proposti dai principali motori di ricerca in risposta alle ricerche effettuate con le parole chiave "PO FESR" e "PO Competitività"⁸.

D'altronde, se è vero che tra i primi siti suggeriti in risposta alla ricerca si collocano programmi di Amministrazioni regionali di proporzioni ben differenti in termini sia di risorse dedicate sia di popolazione, molti dei siti che compaiono prima di quello provinciale sono di programmi con una dotazione di risorse analoga a quella altoatesina (ad esempio, il PO FESR della Provincia Autonoma di Trento e il PO FESR della Regione Autonoma Valle d'Aosta) oppure di beneficiari dei finanziamenti dei programmi di altre Amministrazioni.

Per migliorare la visibilità del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano, pertanto, si suggerisce di verificare la possibilità di potenziare l'indicizzazione del sito web e/o della sezione dedicata al programma.

⁸ Nello specifico, eccetto il caso della ricerca con parole chiave "PO FESR" con Google (37^{esima} posizione) il sito della PA di Bolzano non compare mai nelle prime 50 posizioni.

2.3 L'accessibilità del sito

Per quale ragione è opportuno valutare l'accessibilità del sito web?

Il Quadro Strategico Comune 2014-2020, così come richiamato nel Regolamento (UE) n. 1303/2013, stabilisce tra i principi orizzontali l'accessibilità per le persone con disabilità sottolineando che le Autorità di gestione debbano garantire, agendo durante l'intero ciclo di vita del programma, che tutti i prodotti, i beni, i servizi e le infrastrutture aperti o forniti al pubblico e cofinanziati dai fondi SIE siano accessibili a tutti i cittadini, compresi i cittadini con disabilità. E, infatti, tra le azioni di comunicazione previste dalla strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 sono previsti *Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità* (cfr. p. 15) tra i quali è espressamente richiamato il sito web del programma.

Le attività valutative realizzate

Il valutatore ha verificato la conformità del sito del PO FESR ai requisiti tecnici che la cosiddetta *Legge Stanca*⁹ identifica che un sito web deve soddisfare per essere considerato accessibile. Nello specifico, l'attenzione si è concentrata sul primo dei due livelli di accessibilità previsti basato sull'applicazione di 22 requisiti di tipo oggettivo ed è obbligatorio per le Pubbliche Amministrazioni e per i siti di pubblica utilità o le aziende che ricevono finanziamenti pubblici.

I principali risultati dell'attività valutativa

Il sito web della Provincia Autonoma di Bolzano dedica una sezione apposita al tema dell'accessibilità: <http://www.provincia.bz.it/presidenza/service/accessibilita.asp>

che dimostra la conformità ai 22 requisiti della Legge Stanca.

In questa sede si ritiene di interesse segnalare il rispetto dei criteri ritenuti maggiormente pertinenti e significativi per garantire livelli minimali di **accessibilità**, ossia:

- **assenza di frames o presenza di un sito alternativo (2)**: il sito si caratterizza per l'assenza di riquadri che potrebbe penalizzare la lettura da parte delle persone ipovedenti che preferiscono poter utilizzare tutta la larghezza dello schermo per la lettura con caratteri ingranditi;
- **fornire alternative equivalenti per il contenuto visivo e audio (3)**;
- **non fare affidamento unicamente sul colore (4)**: il testo e la parte grafica del sito risultano pienamente comprensibili, anche se consultati senza il colore;
- **fornire meccanismi di navigazione chiari (19)**: il sito si caratterizza per una chiarezza e consistenza dei meccanismi di navigazione. Infatti, per i menu laterali sono stati scelti titoli chiari per l'utente, mentre i link contenuti nel corpo della pagina contengono testi esplicativi;
- **prevedere shortcut per la navigazione senza mouse (21)**: i punti principali del sito sono raggiungibili via tastiera.

⁹ La Legge 9 gennaio 2004, n. 4 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici" (pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 13 del 17 gennaio 2004) regola la materia che definisce come «la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistite o configurazioni particolari».

2.4 Le informazioni sul programma e sugli uffici responsabili dell'attuazione del PO

Per quale ragione è opportuno valutare la disponibilità di informazioni sul programma e sugli uffici responsabili dell'attuazione del PO?

L'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 indica le misure necessarie per comunicare ai potenziali beneficiari, ai beneficiari e al pubblico le informazioni aggiornate in merito all'attuazione del programma operativo, alle opportunità di finanziamento, alle realizzazioni e ai primi risultati, ai contatti a livello nazionale, regionale e locale, ...

Le attività valutative realizzate

Il valutatore ritiene di interesse verificare che sul sito siano presenti:

- **le informazioni generali sul PO, i documenti e gli atti fondamentali** (dal documento di programma alle Relazione Annuale di Attuazione, dalle sintesi dei RAA, ai bandi attuativi, alla documentazione del Comitato di Sorveglianza, ai Rapporti di Valutazione, ecc., ...);
- **l'indicazione puntuale degli uffici e delle persone responsabili dell'attuazione del PO**, accertando che il sito fornisca in modo preciso e rigoroso le informazioni relative agli uffici/settori responsabili dell'attuazione del programma, indicando chiaramente le modalità (telefono, e-mail, fax) per contattare direttamente gli uffici provinciali;

e, pertanto, ha esaminato nel dettaglio le otto sezioni (Bandi e inviti, Informazioni sul programma, coheMON FESR, Gestione del programma e Autorità, Documenti e Normativa, Informazione e comunicazione, FAQ, FESR 2007-2013, News ed Eventi) di cui si compone il sito web del programma.

Inoltre, è parso opportuno analizzare **l'interattività dei servizi offerti dai PO attraverso il web**, verificando, ad esempio, la possibilità (o meno) di scaricare la modulistica relativa alla partecipazione ai bandi di gara.

I principali risultati dell'attività valutativa

Dalla ricognizione sull'esistenza di documenti fondamentali si evidenzia che **sul sito web del PO FESR sono presenti tutte le informazioni sul programma, con materiali che consentono ad un utente interessato di approfondire gli aspetti connessi alla programmazione e all'implementazione del programma in modo dettagliato.**

Nello specifico risulta la disponibilità sul sito web di **informazioni**:

- **sul programma** presenti nella sezione **Documenti e Normativa** (<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/documenti-normativa-fesr.asp>) (*Il Programma in Pillole* e *Il Programma Operativo*, ivi comprese informazioni di sintesi proposte dalla sezione **Informazioni sul programma** <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/informazioni-programma-fesr.asp>), con indicazione di informazioni relative ai beneficiari e/o ai potenziali beneficiari come i *Criteri di selezione delle operazioni*, gli *Indicatori*, le *Regole ammissibilità della spesa*, i *Manuali per beneficiari* e i *CUP* e con elementi di dettaglio quali le *FAQ - Chiarimenti dell'Autorità di gestione* oppure documenti sinergici e collegati al Programma Operativo quali il *Piano di rafforzamento amministrativo* (PRA) e la *Strategia "Smart Specialisation in Alto Adige"* oppure propedeutici alla sua elaborazione come l'*Accordo di Partenariato* e i *Regolamenti comunitari sul Fondo europeo di sviluppo regionale*;
- **sui bandi attuativi** (sezione **Bandi e Inviti** <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/bandi-e-inviti.asp>) con la suddivisione tra *Bandi e inviti aperti* e *Bandi e inviti chiusi con risultati*. I contenuti sono presentati attraverso l'utilizzo di due criteri che

sembrano essere l'appartenenza ad un Asse e l'organizzazione cronologica. inoltre, per ciascun bando sono scaricabili le delibere provinciali da cui origina, il testo pubblicato nel Bollettino Ufficiale, i criteri di selezione delle operazioni e il decreto d'approvazione dei progetti;

- **sulla gestione del programma**, con la presentazione degli strumenti individuati dall'Autorità di Gestione per la sorveglianza del programma - il *Comitato di Sorveglianza*, il *Comitato di Pilotaggio*, la *Valutazione*, i *Rapporti annuali* (sezione **Gestione del programma e Autorità** <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/gestione-del-programma-e-autorita-fesr.asp>) - e la strategia e gli strumenti per l'informazione e la comunicazione (sezione **Informazione e comunicazione** <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/informazione-comunicazione-fesr.asp>). Entrambe le sezioni propongono non solo i materiali ritenuti "essenziali", ma tutti i documenti che possono contribuire ad una maggiore trasparenza e una conoscenza approfondita del programma, dai verbali e le presentazioni fatte in sede di Comitato di Sorveglianza, ai Rapporti Annuali di Attuazione, al Rapporto finale della valutazione *ex ante* e non solo le sintesi per il pubblico.

Si segnala, inoltre, l'indicazione puntuale degli uffici e delle persone responsabili dell'attuazione del PO nella sezione **Gestione del programma e Autorità** in cui sono forniti in modo preciso e rigoroso i riferimenti degli uffici/settori responsabili dell'attuazione del PO, indicando chiaramente le modalità (telefono, e-mail) per contattare direttamente gli uffici provinciali incaricati.

Infine, il sito provinciale dedicato al PO FESR è completata da tre ulteriori sezioni:

- **coheMON FESR** che presenta il sistema informativo unificato di cui si è dotata la Provincia Autonoma di Bolzano;
- **News ed Eventi** che propone tempestivamente notizie e aggiornamenti sul programma;
- **FAQ** che dovrebbe raccogliere le "*Frequently Asked Questions*", vale a dire le domande poste con maggiore frequenza dagli utenti;
- **FESR 2007-2013** che raccoglie una sintesi delle pagine dedicate al PO FESR del precedente periodo di programmazione.

3 L'Efficacia delle azioni di comunicazione

A oltre tre anni di distanza dal recepimento della Strategia di comunicazione del PO FESR dal Comitato di Sorveglianza del 27 maggio 2015, il valutatore esamina i progressi nell'attuazione della Strategia di comunicazione a partire dagli strumenti individuati e dai prodotti delle attività realizzate, distinte in base alle tipologie identificate (pp. 12-18) per rispondere alla seguente domanda di valutazione *“L'attuazione della strategia di comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti?”* (DV2-2).

Nello specifico, a partire da:

- i **Piani delle attività di comunicazione** (2015, 2016, 2017, 2018);
- le **Relazioni Annuali di Attuazione** (2015, 2016 e 2017);
- le **informative** sull'attività di informazione e comunicazione presentate ai **Comitati di Sorveglianza** del 25 maggio 2016, 25 maggio 2017 e 24 maggio 2018;
- i **dati di Google Analytics** forniti dall'AdG per esaminare la capacità del sito web di intercettare i potenziali beneficiari, i beneficiari e la cittadinanza;

il Valutatore ha esaminato quanto è stato prodotto dalla strategia di comunicazione al 31 dicembre 2018. Rimandando alla lettura della Tabella 3.1 per disporre del quadro di sintesi delle azioni di comunicazione realizzate, si ritiene di interesse presentare le iniziative realizzate per ciascuna tipologia di attività.

Rispetto agli strumenti e ai prodotti delle attività di comunicazione implementati, per **semplificare l'attività di sorveglianza e di valutazione della strategia di comunicazione** appare opportuno effettuare sistematicamente un monitoraggio *in fieri* delle attività di comunicazione che consenta di disporre dei valori degli indicatori della strategia di comunicazione per la RAA - così come vengono rilevati gli indicatori di realizzazione, risultato e impatto dello stato di attuazione del programma - o per i Rapporti di valutazione, e, soprattutto, possa permettere aggiustamenti *on going* delle azioni. A tal fine, al valutatore è parso opportuno suggerire alcuni indicatori aggiuntivi¹⁰ rispetto a quelli individuati nella strategia di comunicazione del programma, per poter monitorare al meglio l'implementazione della stessa attraverso i canali maggiormente indirizzati al target “grande pubblico”.

3.1 Attività e strumenti di comunicazione

Immagine coordinata

Il punto di partenza dell'implementazione della strategia di comunicazione del PO FESR è rappresentato dalla creazione della linea grafica comunicativa del programma. Nello specifico, sono stati creati **il logo e l'immagine coordinata per le azioni di comunicazione del PO** e, contestualmente, sono state predisposte le Linee guida per le misure di informazione e comunicazione e l'utilizzo del logo (Versione 1.0 del 22.01.2016), cui i beneficiari dei finanziamenti devono fare riferimento per le attività di informazione e comunicazione.

¹⁰ Indicati in corsivo e con un asterisco nella Tabella 3.1.

Figura 3.1 – Il logo del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano



Fonte: <http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/informazione-comunicazione-fesr.asp>.

Pubblicazioni, materiale informativo e promozionale

A partire dall'immagine coordinata del programma, nella fase iniziale di implementazione del PO, l'attività di comunicazione si è concretizzata nella predisposizione del materiale informativo (*flyer* e materiale a stampa come il PO nella versione grafica e PO in Pillole) e promozionale realizzato prevalentemente in occasione di eventi (roll-up, chiavette usb, blocco con penna).

Successivamente, il materiale promozionale del programma si è ulteriormente arricchito con la produzione di 500 borracce in alluminio e 500 set di luci per biciclette con lampadine LED.

Figura 3.2 – Il materiale promozionale prodotto



Fonte: Informative sull'attività di informazione e comunicazione presentate ai CdS del 25/05/2016 e 24 /05/2018.

Eventi informativi, seminari e workshop specifici

Per quanto riguarda l'organizzazione di **eventi informativi, seminari e workshop specifici** nell'ambito degli **eventi** nel 2015 è stato organizzato l'evento di lancio del PO FESR (il 27 maggio 2015). Nell'ambito delle attività di partecipazione a iniziative predisposte da altri soggetti, sempre nel 2015 la PA di Bolzano ha allestito uno spazio di presentazione del PO FESR a Dobbiaco in occasione della Festa dell'Europa (12 maggio 2015).

Durante tutto il corso di attuazione del programma sono stati organizzati diversi momenti informativi: dalla presentazione del FESR alle organizzazioni associate alla Federazione per il Sociale e la Sanità, alla discussione sull'approccio della Provincia alla strategia RIS3, dalla presentazione dei bandi Ricerca e Innovazione, Risanamento energetico a quella degli interventi UE (e anche FESR) a favore del sociale.

Canali digitali

A partire dal 2015, l'Autorità di Gestione ha avuto cura di aggiornare in modo continuo la pagina web del programma, attività che, come si avrà modo di approfondire nel paragrafo **3.2 I primi risultati prodotti dai canali digitali: il sito web**, si è tradotta in un incremento deciso del numero delle visualizzazioni di pagina e degli accessi nel corso del tempo.

Inoltre, a partire dal 2015 è proseguita in modo regolare nel tempo la collaborazione con Europe direct in relazione all'elaborazione di notizie *ad hoc* sul programma da veicolare attraverso la *newsletter*.

Al riguardo si ritiene di interesse segnalare fin d'ora che, considerata l'importanza attribuita alla newsletter quale strumento per informare i cittadini sull'andamento e le novità del programma, varrebbe la pena monitorare il numero di **Newsletter con articoli relativi al PO FESR prodotti in collaborazione con Europe Direct** e, soprattutto, la capacità delle newsletter di incidere (ad esempio, attraverso indicatori relativi al numero di newsletter distribuite e/o effettivamente aperte).

Social media

All'interno della strategia di comunicazione del POR FSE 2014-2020 assume particolare rilevanza l'attenzione dedicata ai social media per rafforzare l'interazione con il grande pubblico proprio attraverso quegli strumenti e quelle modalità di comunicazione che utilizzano quotidianamente, al fine di attivare una modalità proattiva di "conversazione" con i cittadini.

Come già rilevato per le newsletter, a partire dal 2015 si è concretizzata la collaborazione con Europe direct per assicurare la presenza sui social media tramite la pagina Facebook (e il canale di *Youtube*). Anche in questo caso, si pone l'attenzione sul fatto che, data la rilevanza dei social media per intercettare la popolazione, potrebbe essere opportuno monitorare il numero di **post sul tema del PO FESR pubblicati sulla pagina Facebook** (e, parallelamente, di video sul canale di *Youtube*) **della Provincia Autonoma di Bolzano** e la risposta degli utenti (ad esempio, attraverso la numerosità dei "Mi piace" e delle visualizzazioni).

Stampa e media

Dall'avvio dell'implementazione della strategia di comunicazione del PO FESR sono cominciati i contatti con i media locali, sia stampa che radio. Al riguardo sono stati sistematicamente elaborati comunicati stampa relativi alla programmazione e attuazione del programma. Inoltre, l'impegno profuso ha consentito di partecipare ripetutamente alla trasmissione radiofonica "Thema Europa" sulla Radio RAI Alto Adige con puntate dedicate ai contenuti del Programma Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione FESR 2014-2020 e di realizzare articoli sulla stampa (quotidiani "Alto Adige" e "Dolomiten") per la pubblicazione dei bandi aperti.

Tabella 3.1 – Il sistema di indicatori di realizzazione e di risultato della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020

Denominazione indicatore	Unità di misura	Tipologia di indicatore	Valore al 31/12/2015	Valore al 31/12/2016	Valore al 31/12/2017	Valore al 31/12/2018
Canali digitali						
<i>Newsletter con articoli relativi al PO FESR (in collaborazione con Europe Direct)*</i>	<i>numero</i>	<i>output</i>				
<i>Pagine del sito create*</i>	<i>numero</i>	<i>output</i>				
Visualizzazioni uniche al sito web	numero	risultato	3.637	8.765	12.978	20.485
Social media						
<i>Post su Facebook relativi al PO FESR (in collaborazione con Europe Direct)*</i>	<i>numero</i>	<i>output</i>				
<i>Pubblicazione di video su Youtube relativi al PO FESR (in collaborazione con Europe Direct)*</i>	<i>numero</i>	<i>output</i>				
<i>“Mi piace” su Facebook relativi al PO FESR (in collaborazione con Europe Direct)*</i>	<i>numero</i>	<i>risultato</i>				
<i>Visualizzazioni dei video su Youtube relativi al PO FESR (in collaborazione con Europe Direct)*</i>	<i>numero</i>	<i>risultato</i>				
Stampa e media						
Comunicati stampa	numero	output	12	23	50	71
Articoli sulla stampa locale e di settore	numero	output	17	20	25	33
Servizi su emittenti radio locali	numero	output	2	5	5	5
Eventi						
Eventi informativi sul programma	numero	output	6	9	11	12
Seminari e workshop specifici	numero	output	1	2	4	4
Partecipanti a eventi informativi, seminari e workshop specifici	numero	risultato	329	1.895	2.274	2.274
Pubblicazioni e materiale informativo						
Flyer, dépliant e brochure informative	numero	output	2.500	3.300	3.301	3.301
Materiale promozionale						
Gadget realizzati	numero	output	4.000	4.000	4.500	5.498

** in corsivo gli indicatori aggiuntivi proposti dal valutatore per il monitoraggio della strategia di comunicazione.*

Fonte: ns. elaborazione su dati gentilmente concessi dall'Autorità di Gestione del PO.

3.2 I primi risultati prodotti dai canali digitali: il sito web

A completamento della valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione del PO FESR della PA di Bolzano 2014-2020, si ritiene di interesse **presentare l'analisi dei dati relativi alla fruizione del sito web del programma FESR da parte degli utenti**, in ragione dell'importanza attribuita ai canali digitali nell'ambito della strategia del PO che afferma come la pagina web (<http://www.provincia.bz.it/fesr>) rappresenti *“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”* (p. 16).

Come già evidenziato, il portale del PO FESR non dispone di un URL appositamente dedicato, ma è ospitato nel sito della PA di Bolzano, in particolare nella sezione dedicata ai Finanziamenti UE che, a sua volta, è suddivisa in specifiche sezioni relative ai singoli programmi.

Nell'analisi della fruizione del portale del PO FESR 2014-2020 da parte degli utenti vengono esaminati i principali indicatori utilizzati per il monitoraggio dei siti – visualizzazioni di pagina, visualizzazioni di pagina uniche e accessi – rispetto:

- al complesso delle pagine che compongono la sezione del sito della PA di Bolzano dedicata al PO FESR 2014-2020;
- alla pagina introduttiva alla presentazione del portale del programma (<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp>);
- alla sezione (e le relative sottosezioni) relativa alle news e gli eventi (<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/news-ed-eventi.asp>).

I dati analizzati sono relativi al periodo 1 gennaio 2015 – 31 dicembre 2018 e permettono quindi di valutare la fruizione del portale con particolare riferimento al periodo di programmazione 2014-2020 del PO FESR. Il punto di partenza è rappresentato dalla panoramica dei tre indicatori - visualizzazioni di pagina, visualizzazioni di pagina uniche e accessi – per il **complesso delle pagine del sito web dedicato al programma**.

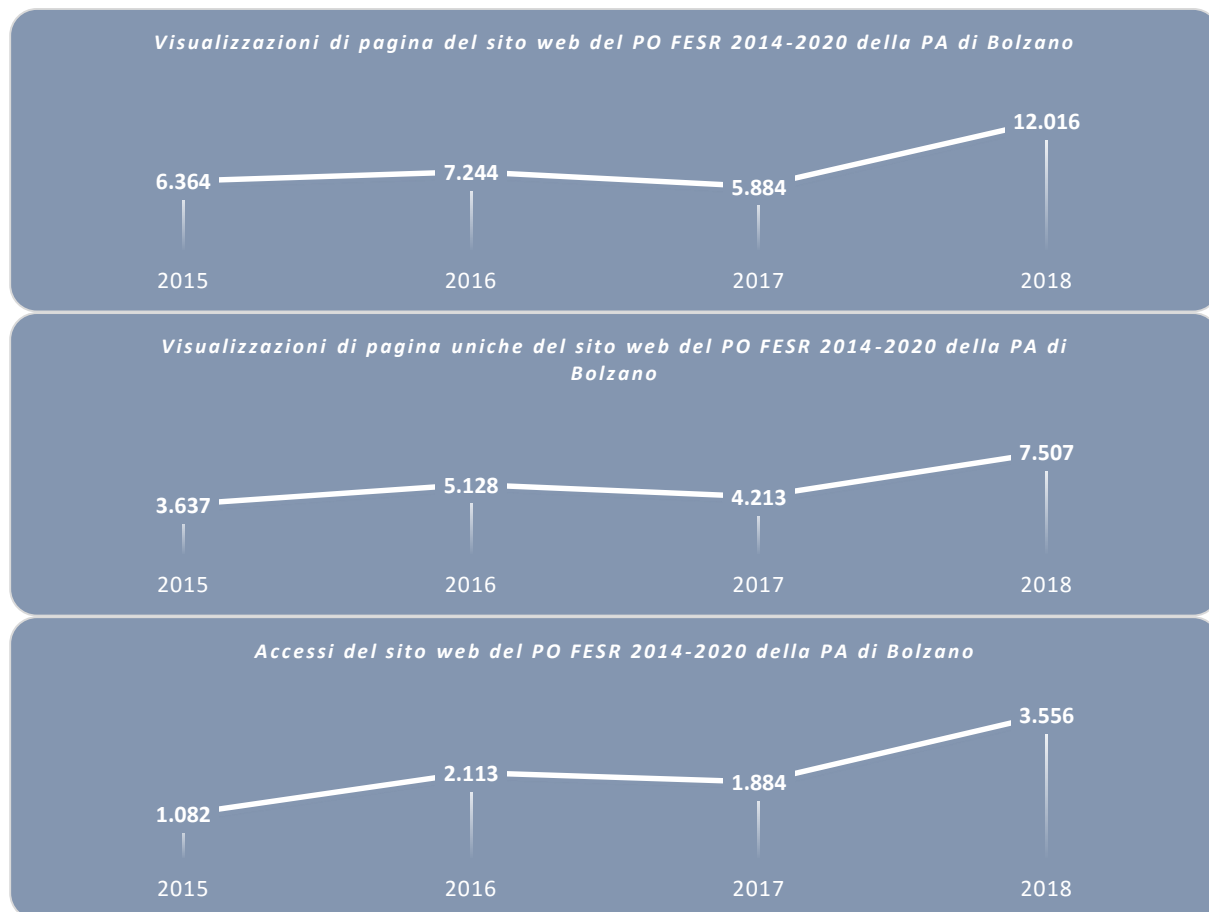
Nell'arco del periodo di rilevazione delle informazioni sono state registrate **31.508 visualizzazioni di pagina**, vale a dire il numero totale di pagine visitate da un utente nell'ambito di una singola sessione, corrispondenti ad una media giornaliera di 22 visualizzazioni. Con riferimento alle **visualizzazioni di pagina unica**¹¹, che aggregano le visualizzazioni di pagina generate dallo stesso utente durante la stessa sessione, il valore complessivo è pari a **20.485** (con una media giornaliera di 14 visualizzazioni di pagina unica). Infine l'ultimo elemento di interesse è rappresentato dagli **8.635 accessi**¹², con una media di 6 accessi al giorno. Si tratta di un'informazione importante soprattutto se collegata al dato delle visualizzazioni di pagina. Infatti, gli accessi rappresentano il 27,4% delle visualizzazioni realizzate: il dato indica come i visitatori del sito web navighino in esso in quanto traggattati o da altre pagine o da “eventi” quali *link* esterni al sito.

¹¹ La visualizzazione di pagina unica indica il numero di visite in cui quella pagina è stata visualizzata almeno una volta.

¹² Gli accessi vengono incrementati con il primo hit di visualizzazione di pagina o visualizzazione di schermata relativi a una sessione. Per tale ragione nei casi in cui si arrivi ad una pagina A da un link oppure da un'altra pagina, tale processo verrà conteggiato nella visualizzazione di pagina, ma non negli accessi.

Esaminando l'andamento nel corso del tempo, si osserva una crescita nel valore dei tre indicatori (Figura 3.3). Confrontando i tre indicatori, i dati mostrano come mentre ad inizio programmazione quasi un visitatore su cinque sia arrivato direttamente al sito, a distanza di quattro anni la percentuale aumenta a un utente su tre.

Figura 3.3 – Visualizzazioni di pagina e accessi del sito web del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano

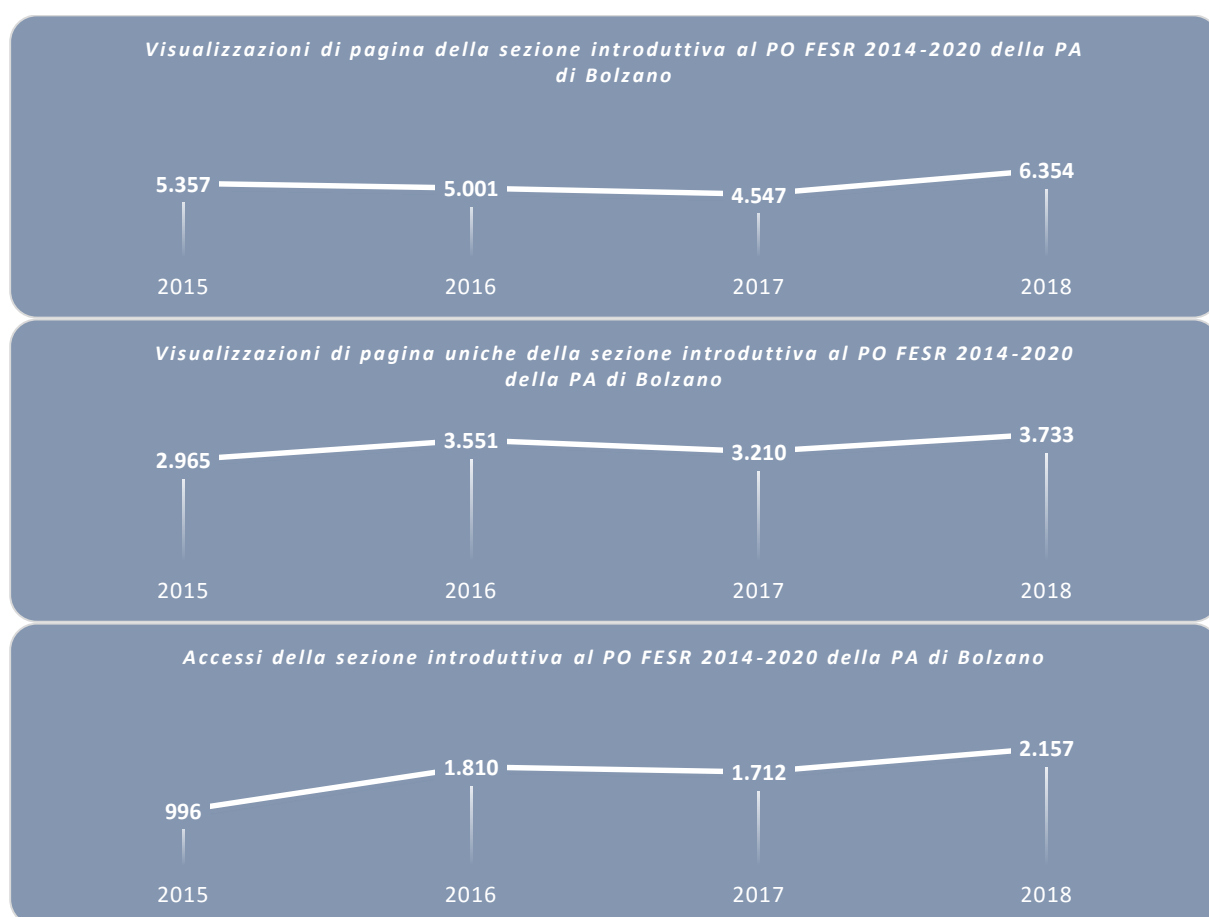


Fonte: ns. elaborazione su dati di Google Analytics gentilmente concessi dall'Autorità di Gestione del PO.

L'analisi dell'andamento delle visite della pagina introduttiva alla presentazione del portale del programma (<http://www.provincia.bz.it/politica-diritto-relazioni-estere/europa/finanziamenti-ue/fesr-2014-2020.asp>) mostra una crescita dei valori dei tre indicatori, sebbene l'incremento dal 2015 al 2018 abbia una proporzione differente rispetto al complesso del sito web. D'altronde, mentre dal 2015 al 2018 il sito web è cresciuto anche in termini di numerosità di pagine in cui vengono articolate e diffuse le informazioni, l'incremento delle visualizzazioni e degli accessi della pagina introduttiva è un dato "puro" che confronta l'incremento degli utenti e delle visualizzazioni rispetto ad una pagina specifica. Al riguardo, si ritiene di interesse concentrarsi sull'andamento degli accessi che cresce considerevolmente nel tempo. Se nel 2015 gli accessi rappresentano il 18,6% delle visualizzazioni realizzate, nel 2018 tale quota cresce fino al 34% (con una punta del 38% nel 2017): nel corso del quadriennio, i visitatori che navigano sul sito web perché accedendo alle sue pagine in modo diretto sono quasi raddoppiati.

La Figura 3.4 mostra l'incremento nel corso del tempo delle visualizzazioni di pagina (con una media giornaliera che passa da 15 a 17 visualizzazioni), delle visualizzazioni di pagina unica (con una media giornaliera che aumenta da 9 a 10) e degli accessi (con una media che raddoppia nel tempo fino a 6 accessi al giorno).

Figura 3.4 – Visualizzazioni di pagina e accessi della sezione introduttiva del sito web del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano

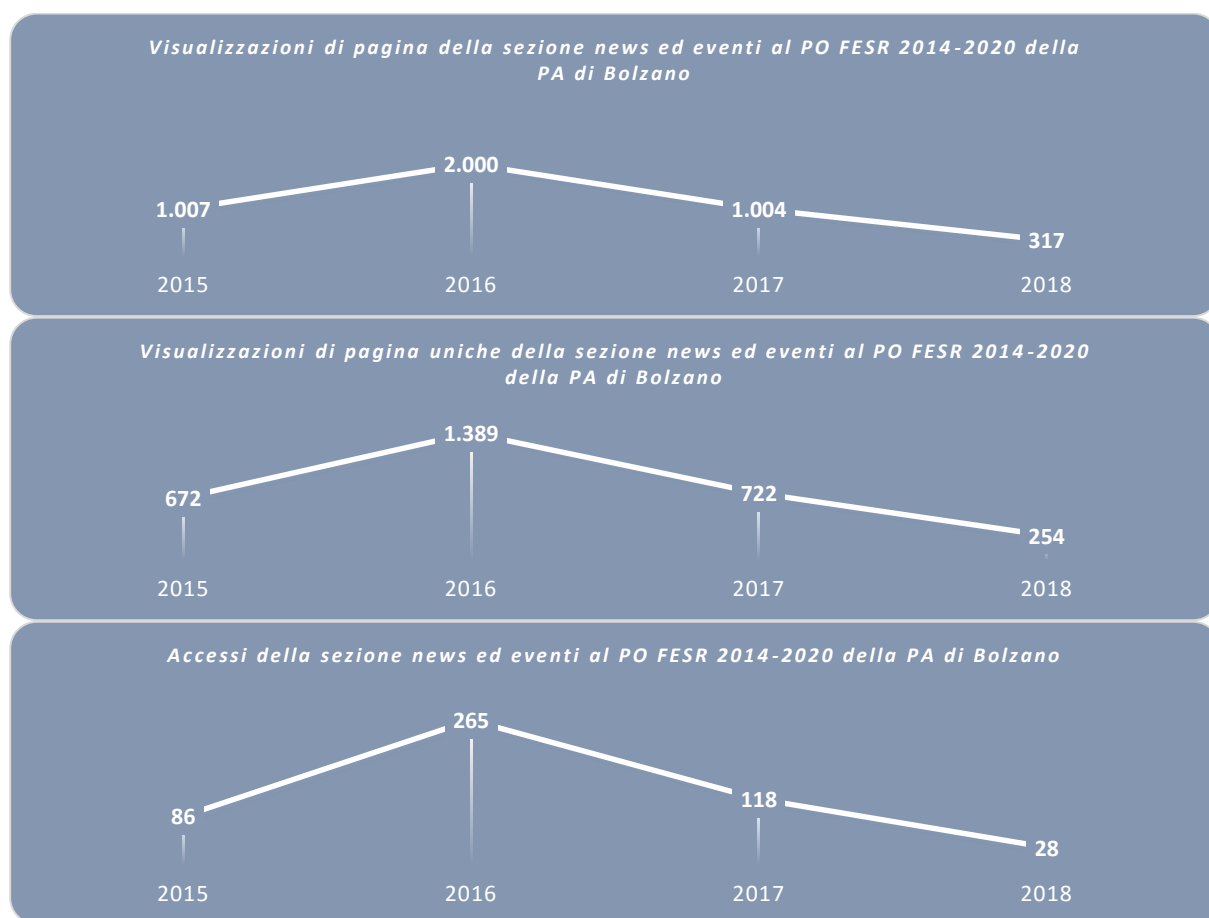


Fonte: ns. elaborazione su dati di Google Analytics gentilmente concessi dall'Autorità di Gestione del PO.

Infine, la valutazione considera le visualizzazioni di pagina e gli accessi relativi alla sezione “News ed eventi” del sito web. A differenza di quanto osservato per il complesso delle pagine che compongono la sezione del sito della PA di Bolzano dedicata al PO FESR 2014-2020 e la pagina introduttiva del sito, le visualizzazioni e gli accessi alle news e agli eventi calano nel corso del tempo.

Se è vero che il decremento è in parte fisiologico – nella fase iniziale di attuazione del programma le news veicolano le informazioni relative all’apertura di procedura ad evidenza pubblica e intercettano l’interesse dei potenziali beneficiari – un calo così consistente è indicativo dell’esigenza di cominciare a diffondere attraverso la sezione dedicata alle novità anche informazioni relative all’andamento degli interventi finanziati in modo da cogliere l’attenzione anche dei beneficiari e del grande pubblico.

Figura 3.5 – Visualizzazioni di pagina e accessi delle sezione “News ed eventi” del sito web del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano



Fonte: ns. elaborazione su dati di Google Analytics gentilmente concessi dall’Autorità di Gestione del PO.

Considerazioni conclusive

La valutazione della strategia di comunicazione del PO FESR 2014-2020 della Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige ha evidenziato come, nella fase iniziale di implementazione del programma, **l'Autorità di Gestione abbia concentrato le proprie energie nella realizzazione dei presupposti necessari per l'attuazione di un'efficace attività di comunicazione**, che non si limitasse a fornire le informazioni sulle opportunità di finanziamento offerte, ma fosse in grado di comunicare come le risorse messe a disposizione dell'Unione Europea costituiscano delle reali opportunità per la qualificazione delle risorse umane e per l'occupazione sul territorio regionale.

In tale contesto, il primo passaggio per porre le basi per la realizzazione di un'efficace attività di comunicazione si è concretizzato nell'**elaborazione della strategia di comunicazione** [prevista dall'articolo 16 del Regolamento (UE) n. 1303/2013] che, come evidenziato nell'ambito del Capitolo 1, contempla tutti gli elementi prescritti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013.

Nel corso dell'attuazione del programma, l'AdG ha elaborato, e presentato in sede di Comitato di Sorveglianza, i Piani annuali di comunicazione (2015 e 2016) volti a fornire una visione di sintesi delle attività realizzate e di quelle da realizzare.

Per **semplificare l'attività di sorveglianza e di valutazione della strategia di comunicazione** appare opportuno che, così come vengono rilevati gli indicatori di realizzazione e risultato dello stato di attuazione del programma, a partire dal sistema di indicatori proposto dalla PA di Bolzano nella Strategia di comunicazione, venga effettuato un monitoraggio *in fieri* delle attività di comunicazione che consenta non solo di disporre dei valori degli indicatori della strategia di comunicazione per la RAA o per i Rapporti di valutazione, ma, soprattutto, possa permettere aggiustamenti *on going* delle azioni.

D'altronde, considerato che l'articolo 111, comma 4, b) "Relazioni di attuazione per l'obiettivo Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione" del Regolamento (UE) n. 1303/2013 stabilisce che la RAA (2018) debba presentare i risultati delle misure di informazione e pubblicità dei fondi promosse nell'ambito della strategia di comunicazione si suggerisce all'AdG di **attivarsi in modo da monitorare in modo sistematico l'andamento degli indicatori di realizzazione e di risultato** previsti dalla strategia di comunicazione.

Infine, rispetto agli strumenti dell'attività di comunicazione implementati finora, **la valutazione ha focalizzato l'attenzione sul sito web del PO FESR 2014-2020** rispetto al quale meritano di essere segnalati alcuni elementi di interesse:

- il sito web del PO FESR 2014-2020 della PA di Bolzano non ha un URL appositamente dedicato, ma - così come accade per la maggior parte delle Amministrazioni regionali e delle province italiane - **è "ospitato" in una sezione del sito dell'Amministrazione**. Tale scelta risulta sicuramente premiante in termini di ritorno di immagine per la Provincia Autonoma di Bolzano, ma comporta un impegno maggiore per l'utente che potrà arrivare sulla sezione dedicata al programma operativo dopo svariati passaggi;
- **sul sito web del PO FESR sono presenti tutte le informazioni sul programma**, con materiali che consentono ad un utente interessato di approfondire gli aspetti connessi alla programmazione e all'implementazione del programma e di potersi avvalere **anche di servizi interattivi** quali, ad esempio, la possibilità di scaricare la modulistica relativa alla partecipazione ai bandi di gara;
- nell'analisi della **fruizione del portale del PO FESR 2014-2020** da parte degli utenti vengono esaminati i **principali indicatori utilizzati per il monitoraggio dei siti** – visualizzazioni di pagina, visualizzazioni di pagina uniche, accessi – rispetto al complesso delle pagine che compongono la sezione del sito della PA di Bolzano dedicata al PO FESR, alla pagina introduttiva del programma e alla sezione (e le relative sottosezioni) relativa alle news e gli eventi. Esaminando i tre indicatori, i dati mostrano come mentre ad inizio programmazione quasi un visitatore su cinque sia arrivato direttamente al sito, a distanza di quattro anni la percentuale aumenta a un utente su tre.