



Piano di Comunicazione annualità 2024

1. AMBITO DI APPLICAZIONE

Il presente Piano di Comunicazione costituisce lo strumento di declinazione della Strategia di Comunicazione del PR Campania FESR 21-27, dettagliando le principali azioni di informazione, comunicazione e visibilità da attuare nel corso del 2024 riferite agli appuntamenti -consueti e non- ed alle specifiche misure definite sulla scorta delle evidenze e dei fabbisogni ad oggi noti.

I Piani annuali sono funzionali ad una logica di miglioramento continuo delle attività di comunicazione poste in essere nell'ambito dell'attuazione della Strategia. A tal proposito si precisa che, in sede di esame dell'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità di cui all'art.40, comma 1 lettera f, del Reg (UE) 2021/1060, l'Autorità di Gestione fornisce al Comitato di Sorveglianza specifiche informazioni sulle azioni svolte e sul dettaglio delle attività a farsi, declinate nei singoli piani annuali, onde recepire in questi ultimi eventuali elementi migliorativi e correttivi emersi.

Al fine di garantire la massima flessibilità in termini operativi, il presente documento lascia aperta la possibilità di vedere integrati azioni e contenuti in risposta alle ulteriori esigenze che dovessero emergere nel corso dell'attuazione del Programma.

In tal senso, in uno alla individuazione degli interventi all'atto puntualmente pianificati, si è ritenuto opportuno riportare e meglio specificare gli obiettivi da perseguire nell'anno 2024 e i gruppi target di riferimento, quali parametri per la tempestiva implementazione delle ulteriori attività ancorché non espressamente declinate.

1.1. Obiettivi

- **Aumentare il grado di conoscenza delle opportunità di finanziamento offerte nell'ambito del Programma**
 - Agevolare la partecipazione del maggior numero possibile di potenziali beneficiari agli inviti a presentare proposte offerti nell'ambito del PR, diffondendo informazioni complete, tempestive, trasparenti, chiare ed aggiornate.
- **Migliorare e favorire la comprensione dell'impatto positivo che gli interventi realizzati hanno sui cittadini, sull'ambiente e sullo sviluppo socio-economico dei territori**
 - Narrare al grande pubblico - attraverso tecniche di *storytelling* e di *engagement marketing* - le realizzazioni e gli impatti dei progetti finanziati sulla vita quotidiana di ciascuno.
- **Contribuire all'attuazione del Programma e al perseguimento dei suoi obiettivi**

- Utilizzare la “comunicazione” quale leva strategica, con un ruolo più incisivo del semplice accompagnamento all’attuazione del Programma, fruendo delle occasioni di incontro istituzionale quale strumento per la costruzione e validazione delle scelte dell’Amministrazione.
- **Rafforzare la percezione positiva dell’idea di “Europa”**
 - Accrescere il senso di cittadinanza e identità europea e di appartenenza alla comunità europea.
- **Promuovere strategie tematiche e misure specifiche**
 - Dare visibilità presso il grande pubblico e *stakeholder* (moltiplicatori, attori istituzionali, partenariato) a peculiari aspetti del PR, in coerenza con le direttrici strategiche regionali evidenziate nella Strategia di Comunicazione (quali a titolo esemplificativo le strategie territoriali), nonché inerenti, tra l’altro, alla valutazione del Programma e agli istituti innovativi previsti dai Regolamenti comunitari.
- **Informare e supportare i beneficiari nell’assolvimento dei propri obblighi di comunicazione**
 - Assicurare attività di affiancamento e consulenza ai beneficiari del PR per favorire una comunicazione che risponda pienamente agli obblighi regolamentari e sia qualificata opportunità di promozione e visibilità.

1.2. Gruppi Target

- Grande pubblico
- Beneficiari
- Potenziali beneficiari
- Moltiplicatori
- Partenariato economico e sociale
- Attori istituzionali nazionali e comunitari
- Sistemi regionali, nazionali e internazionali

2. AZIONI PREVISTE

2.1. Azioni inerenti al web

- Ottimizzazione e aggiornamento degli spazi di comunicazione web del Programma, con particolare riferimento a:
 - pubblicazione di documenti e aggiornamento delle informazioni sugli obiettivi, le attività, le opportunità di finanziamento e i risultati del programma (*obbligo regolamentare - art. 49 comma 1 Reg. UE 2021/1060*);
 - pubblicazione di un calendario degli inviti aggiornato, se del caso, con cadenza almeno mensile (*obbligo regolamentare “almeno tre volte l’anno” - art. 49 comma 2 Reg. UE 2021/1060*);
 - pubblicazione di una sezione contenente l’elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno dai fondi pubblicato, in formato aperto, e aggiornato, se del caso, con cadenza trimestrale (*obbligo regolamentare - art. 49 comma 3 Reg. UE 2021/1060*).

Precipua attenzione è dedicata al tempestivo aggiornamento del *calendario degli inviti a presentare proposte*, intendendo assicurare nelle modalità attuative il pieno soddisfacimento della *ratio* della norma, volta a garantire la possibilità per gli *stakeholder* di conoscere con congruo anticipo le informazioni essenziali sulle opportunità di finanziamento che sono offerte nell’ambito del Programma così favorendo la più ampia e qualificata partecipazione dei soggetti interessati.

Si ritiene opportuno, anche all’esito della riunione di monitoraggio rafforzato con i rappresentanti della Commissione Europea tenutasi nel novembre 2023, includere nel calendario degli inviti (“*call for*

proposal” nel testo del RDC in lingua inglese) oltre agli avvisi e alle manifestazioni di interesse, anche i bandi di gara per contratti di lavori, servizi e forniture.

Si richiama, a tal proposito, la nota circolare AdG FESR prot. n. 576542 del 28/11/2023 che sollecita le Direzioni Generali proponenti le delibere di programmazione delle risorse FESR a comunicare, in sede di richiesta di parere all’Autorità di Gestione sulle proposte in parola, le informazioni da far confluire nel calendario degli inviti.

- Analisi e reportistica delle attività implementate negli spazi web anche ai fini di un’adeguata rappresentazione nei Comitati di Sorveglianza.

2.2. Azioni inerenti ai social network

- Ottimizzazione dei canali social
- Attività editoriale sui profili istituzionali
- Analisi e reportistica

2.3 Azioni inerenti alle campagne di comunicazione

Saranno realizzate azioni di comunicazione integrata, con lo scopo di migliorare il grado di conoscenza della Politica di Coesione in Campania, e di lancio di specifiche iniziative, sia per facilitare e promuovere la partecipazione alle opportunità offerte, sia per informare i pubblici di riferimento dei risultati delle operazioni:

- Diffusione del programma PR FESR 21/27
- Diffusione dei risultati e delle valutazioni inerenti alla Programmazione 14/20
- Europedays
- #EUinmyRegion
- 100 modi di dire Europa

Inoltre, per quanto ad oggi noto, e ferma la possibilità di individuare ulteriori *items* nel solco dei principi evidenziati nel paragrafo introduttivo, sulla scorta dei confronti con le strutture regionali competenti *ratione materiae*, potranno essere realizzate campagne inerenti a:

- RIS3 Campania Strategia di Specializzazione Intelligente, in coerenza con il Piano di Azione della RIS3 Campania 2023-2024
- Transizione digitale
- Transizione green ed energetica
- Supporto alle imprese e Strumenti finanziari
- Internazionalizzazione e Attrazione degli investimenti
- Azioni di capacità amministrativa per gli enti territoriali, in coerenza con il Par e le relative schede di azione

Nello specifico, le attività di comunicazione della Strategia RIS3 saranno pianificate valorizzando gli elementi di sinergia con le altre Strutture regionali interessate dall’attuazione della Strategia medesima, secondo le direttrici definite dal Piano d’Azione RIS3.

Il relativo contributo, alla luce dei criteri della condizione abilitante “Buona governance della strategia di specializzazione intelligente”, riporta, a titolo esemplificativo e non esaustivo, ad azioni di comunicazione anche territoriale (animazione, produzioni editoriali, video, comunicazione *online*, comunicazione social) ma anche ai processi di Open Innovation, a supporto dell’Ufficio RIS3 incardinato nella Direzione Generale

Autorità di gestione FESR come pure delle Direzioni Generali interessate dall'attuazione della Strategia RIS3, per promuoverla evidenziandone priorità, driver strategici e finalità.

2.4 Azioni di partecipazione a iniziative e manifestazioni

Nel corso del 2024 verrà organizzata la partecipazione attraverso, esemplificativamente, *stand* e/o piattaforme *web based*, a eventi - in Italia e all'estero - che abbiano tra i pubblici interessati potenziali beneficiari o *stakeholder*.

La partecipazione sarà garantita sia fornendo supporto organizzativo, multimediale e logistico *in loco* a rappresentanti istituzionali dell'Ente, sia assicurando la visibilità del Programma nel corso dell'evento. Ciò avverrà attraverso la brandizzazione di spazi fisici e/o la realizzazione di materiale informativo e gadget, anche all'interno di manifestazioni organizzate dove è presente la Regione Campania.

Tra questi si evidenziano: gli Incontri annuali di Riesame, la *Regions Week*, *l'European Summit of Regions and Cities*, *l'Europe_Com*, *l'European Open Doors*, il Forum PA, *l'Innovation Village*, Giffoni Film Festival, Festival delle Regioni, Festival dello Sviluppo Sostenibile, SMAU, il Napoli *Comicon*, il Campania Libri Festival.

Di seguito si dettagliano gli elementi qualificanti di due manifestazioni di rilievo che costituiscono esempi eterogenei per modalità organizzative e target.

L'European Summit of Regions and Cities è un appuntamento dei rappresentanti a livello locale e regionale che, in tale sede, condividono esperienze e si confrontano sugli accadimenti nell'Unione europea e sul suo futuro. Per questa edizione, che coincide con il 30° anniversario della nascita del Comitato europeo delle Regioni, il vertice affronterà temi quali la democrazia, lo sviluppo sostenibile, il futuro dell'Ue e il suo allargamento, la necessità di garantire la coesione sociale, economica e territoriale e le conseguenze della guerra russo-ucraina.

In tale contesto che intercetta un target istituzionale, ma anche moltiplicatori e grande pubblico internazionale, saranno organizzati incontri bilaterali dedicati e tavole rotonde.

Nell'ambito del *Giffoni Film Festival 2024* saranno, invece, garantite attività quali:

- ideazione concept visivo, allestimento e personalizzazione di uno stand;
- distribuzione di prodotti/supporti informativi progettati e realizzati per informare i visitatori (flyer, brochure, clip video, ecc.);
- distribuzione di *gadget*;
- attività di animazione dello stand;
- eventuale organizzazione di eventi, convegni, masterclass, workshop.

2.5 Azioni inerenti alla realizzazione di eventi e convegni

Nel corso del 2024 verranno organizzati eventi e convegni, anche in forma di workshop e seminari, su temi di principale attualità direttamente collegati all'attuazione del Programma, su azioni, strategie e piani ad esso afferenti, anche nella forma di bilancio sociale, tra cui, a titolo esemplificativo:

- Organizzazione di comitati di sorveglianza
- Incontri bilaterali e trilaterali con gli attori istituzionali
- Promozione Obiettivi Policy 2021-2027
- Animazione ecosistemi innovazione RIS3 Campania Strategia di Specializzazione intelligente
- #EUinmyRegion - Festa dell'Europa di concerto con la Commissione Europea DG Regio, accompagnata da eventi di avvicinamento tematici
- Presentazione del PR alla platea di studenti ASOC 2023/2024.

2.6 Azioni inerenti all'assistenza ai beneficiari

Supporto ai beneficiari nell'assolvimento dei loro obblighi di comunicazione attraverso, in prima istanza:

- Emanazione e diffusione di apposite linee guida che orientino le diverse tipologie di beneficiari all'assolvimento di tali obblighi
- Pubblicazione *online* di format e stringhe di loghi.

Sarà, inoltre, fornito supporto sugli obblighi di comunicazione sia attraverso email che attraverso una linea telefonica dedicata.

2.7 Azioni inerenti all'animazione territoriale/monitoraggio civico

Nell'ambito delle azioni di comunicazione verranno realizzate attività di animazione territoriale e di monitoraggio civico. L'azione, nel suo complesso, è rivolta principalmente agli studenti delle scuole secondarie e si sostanzia precipuamente, per il 2024, nella prosecuzione della *partnership* con il progetto A Scuola di Open Coesione (ASOC). Trattasi del supporto ai *team* campani, coinvolti nel percorso didattico, con riguardo all'individuazione e all'interlocuzione con gli attori, soprattutto istituzionali, del progetto scelto, al coinvolgimento in iniziative formativo-informative sulle politiche di coesione e all'offerta di premi e riconoscimenti per i gruppi che si distingueranno nello svolgimento del percorso didattico. Tra i premi, come di consueto, l'organizzazione di un viaggio alla scoperta delle istituzioni europee per il miglior team campano ASOC A.S. 23/24.

Nel perseguire un maggior coinvolgimento dei giovani campani sulle tematiche del Programma e dei progetti a esso collegati, si prevede di organizzare iniziative a loro favore anche in occasione dell'EU Open Day di Bruxelles di maggio 2024, con l'intento di promuovere lo spirito della cittadinanza europea nella Giornata dell'Europa che cade il 9 maggio.

2.8 Azioni inerenti alle Operazioni di Importanza Strategica

Le operazioni, identificate come di importanza strategica ivi comprese tutte quelle che superano i 10 milioni di euro, in coerenza con le previsioni del Reg. UE 2021/1060, saranno oggetto di azioni di comunicazione specifiche. In particolare, si procederà alla individuazione delle modalità, personalizzate in base alle specificità del progetto, del contesto e del territorio nel quale è inserito, nonché dei relativi stakeholder e pubblici di riferimento, e alla relativa calendarizzazione.

3. STRUMENTI E CONTENUTI

Contribuiscono trasversalmente alla realizzazione delle azioni esposte nella sezione 2, i seguenti strumenti:

3.1 Presidio operativo presso gli uffici interessati dall'attuazione del Programma

Ferma restando la prevista attivazione, a cura dei Responsabili di Obiettivo Specifico (ROS) ovvero delle Strutture regionali competenti *ratione materiae*, di azioni ed operazioni di comunicazione relative a *focus* tematici/settoriali, sarà garantito un supporto specialistico ai summenzionati Uffici, volto alla pubblicazione delle informative, al lancio degli avvisi prodotti, alla definizione della reportistica relativamente alle operazioni a valere sul PR FESR.

In costanza dei maggiori compiti demandati ai ROS nell'ambito del settennio 2021-2027, sarà apprestato, per le Strutture regionali maggiormente interessate dall'attuazione del Programma un presidio operativo

in loco che assicuri un affiancamento concomitante per la tempestiva e corretta gestione dei flussi di comunicazione nonché per l'elaborazione di specifici contenuti. Si fa riferimento a titolo esemplificativo alla comunicazione al territorio delle opportunità di finanziamento e dei risultati del Programma, al *calendario degli inviti a presentare proposte che sono stati pianificati*, all'elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno (art.49, commi 1, 2, 3 del Reg UE 2021/1060).

3.2 Inserzioni, pubblicazioni e redazionali

- Attività di sponsorizzazione delle pagine digitali e dei social collegati al PR Campania FESR 21-27 e alla Politica di Coesione della Regione Campania
- Acquisto di spazi informativi e *brand positioning* all'interno di contenitori informativi e/o di intrattenimento per comunicare le opportunità e i risultati della Politica di Coesione e dei progetti ad essa collegati, anche in riferimento alla Strategia di Specializzazione Intelligente RIS3 Campania, dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, delle Strategie Territoriali, della Strategia Aree Interne e dei *Masterplan*.

3.3 Pubblicazioni, materiale editoriale e audiovisivo

- Organizzazione e produzione dei materiali informativi per i Comitati di Sorveglianza
- Redazione, stampa e diffusione di contenuti relativi ai Programmi 14-20 e 21-27
- Produzioni audiovisive
- Opuscoli dedicati a promuovere opportunità e risultati del PR
- Valorizzazione degli esiti del lavoro del Nucleo di Valutazione e dei documenti prodotti
- Realizzazione di *gadget* informativi per il grande pubblico e per i progetti speciali
- Realizzazione di immagine coordinata e materiali a supporto di eventi e convegni
- Realizzazioni di opuscoli e *brochure* per eventi e convegni

Le produzioni editoriali e multimediali, distribuite attraverso i canali social e web, sono nativamente accessibili alle odierne tecnologie per la lettura digitale. Prodotti specifici verranno realizzati anche in lingua inglese.

3.4 Relazioni con i moltiplicatori

- **Comunicati stampa principali azioni e risultati del Programma**
 - Collaborazione e supporto anche multimediale all'ufficio stampa centrale della Regione Campania.
 - Attività di media relation per favorire la conoscenza delle realizzazioni del Programma 14-20 e la Programmazione 21-27.
- **Interventi formativi per gli operatori del mondo dei media e della rete del partenariato**
 - Organizzazione, in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti, di Corsi di formazione per gli operatori dell'informazione sulle politiche di coesione.
- **Collaborazione con i Programmi nazionali**
 - Collaborazione con i programmi nazionali e diretti per attività di disseminazione e informazione in relazione ai temi della coesione.
- **Animazione del partenariato**
 - Partecipazione propositiva alla rete italiana dei comunicatori e quella della DG REGIO (INFORM) aderendo fattivamente agli appuntamenti in ambito comunitario per un continuo confronto, sullo scambio di buone prassi.

- Collaborazione con le reti italiane dei Comunicatori Pubblici, partecipazione agli incontri, partenariato attivo con le altre AdG anche attraverso co-azioni territoriali su interessi specifici con le AdG dei Programmi nazionali.
- Animazione interna all'amministrazione al fine di sensibilizzare agli obblighi di informazione e comunicazione.
- Incontri con referenti territoriali.

4. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Nel corso del 2024 saranno selezionati gli operatori ai quali demandare l'attività di monitoraggio e valutazione, attraverso l'utilizzo degli indicatori, di output e di risultato, definiti a livello nazionale e inseriti nella Strategia di Comunicazione del PR Campania FESR 2021-2027:

- L'indicatore di output (ISOCOM 1IT), che valuta il numero di iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati.
- L'indicatore di risultato (ISRCOM 2IT), che valuta il grado di conoscenza della Politica di Coesione.