



Piano di Comunicazione annualità 2026

1. AMBITO DI APPLICAZIONE

La Strategia di Comunicazione del PR Campania FESR 21-27, intesa come documento cardine che delinea l'approccio adottato dall'Autorità di Gestione nell'attuazione delle azioni di informazione, comunicazione e visibilità, è declinata in Piani annuali che, in coerenza con tale approccio, attualizzano e adeguano le azioni alle priorità, alle evoluzioni attuative e alle contingenze che caratterizzano il periodo di riferimento.

Il Piano di Comunicazione 2026 è pertanto volto a dare attuazione, per l'annualità di riferimento, agli indirizzi della Strategia, assicurando al contempo il rispetto delle disposizioni regolamentari in materia di visibilità, trasparenza e comunicazione dei Programmi cofinanziati dai fondi della politica di coesione, ai sensi del Regolamento (UE) 2021/1060 (in particolare, CAPO III *Visibilità, trasparenza e comunicazione*).

Nel 2026 la pianificazione delle attività di comunicazione assume una particolare rilevanza in considerazione della fase di razionalizzazione e assestamento della programmazione e delle prospettive di avanzamento della sua attuazione, nonché dell'esigenza di accompagnarne e raccontarne con tempestività, chiarezza e coerenza le principali evoluzioni, sia sotto il profilo delle opportunità offerte sia sotto quello dei risultati progressivamente conseguiti. In tale contesto, il Piano è orientato non solo ad assolvere agli obblighi informativi e di pubblicità previsti dalla normativa europea, ma anche a qualificare la comunicazione come leva strategica a supporto dell'attuazione del Programma, della partecipazione dei destinatari e della comprensione, da parte del pubblico, del valore generato dagli interventi finanziati.

Il Piano 2026 mira nel contempo ad accogliere e rappresentare in maniera organica e flessibile le evoluzioni del Programma, con particolare riguardo agli ambiti che assumono maggiore rilievo nell'annualità di riferimento, tra i quali la valorizzazione delle nuove priorità introdotte dalla Rimodulazione di Medio Termine (accesso all'acqua, innovazione tecnologica e gestionale del ciclo integrato delle acque e resilienza idrica, alloggi sostenibili a prezzi accessibili, interconnettori dell'energia, protezione delle infrastrutture energetiche critiche e realizzazione delle infrastrutture di ricarica, alloggi accessibili e sostenibili in ambito urbano), lo sviluppo delle azioni connesse alla Piattaforma STEP, l'attenzione alle Operazioni di Importanza Strategica ed equiparate e, più in generale, il rafforzamento della comunicazione dei risultati, dell'impatto territoriale degli interventi e del contributo offerto dal Programma agli obiettivi di innovazione, sostenibilità e coesione.

In tale prospettiva, il Piano pone al centro una comunicazione sempre più integrata tra dimensione istituzionale, informativa e narrativa: da un lato, garantendo la disponibilità di informazioni corrette, accessibili, aggiornate e coerenti con gli obblighi regolamentari; dall'altro, favorendo una restituzione più chiara e riconoscibile del ruolo del Programma e del contributo dell'Unione europea nella vita dei territori, delle comunità e dei cittadini campani. Le attività sono realizzate, sotto il coordinamento del Responsabile della Comunicazione del PR FESR, attraverso gli uffici del Settore Pianificazione, Programmazione e Attuazione del PR FESR e dei Programmi di competenza dell'Ufficio Speciale AdG FESR, per il tramite e con il supporto della Società *in house* affidataria del servizio.

1.1. Obiettivi

Assicurare la diffusione della conoscenza del PR e delle sue opportunità di sviluppo

- ✓ Portare a conoscenza del maggior numero possibile di potenziali beneficiari, in modo tempestivo, chiaro, accessibile e completo, gli avvisi e i bandi emanati nell'ambito dell'attuazione del Programma, favorendo una partecipazione ampia e consapevole.

Raccontare i risultati del Programma

- ✓ Raggiungere il grande pubblico con messaggi e contenuti capaci di rappresentare in modo comprensibile l'impatto positivo del Programma sulla vita dei cittadini, sullo sviluppo dei territori e sulla crescita del sistema regionale.

Coadiuvare il perseguimento degli obiettivi del Programma

- ✓ Utilizzare la comunicazione non come attività ancillare, ma come leva strategica a supporto dell'attuazione del Programma, in grado di accompagnarne le priorità, rafforzarne la riconoscibilità e favorire il conseguimento dei risultati attesi.

Rendere più forte e diffusa l'immagine positiva dell'Europa

- ✓ Rafforzare la consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e il sentimento di appartenenza ad una comune cittadinanza europea, valorizzando il contributo offerto dalla politica di coesione allo sviluppo della Campania.

Promuovere strategie tematiche e misure specifiche

- ✓ Raccogliere e valorizzare gli stimoli e le esigenze comunicative specifiche che emergono nell'attuazione del Programma, nonché dagli stakeholder e dalla collettività, traducendoli in azioni di comunicazione coerenti con le priorità dell'annualità.

Informare e supportare i beneficiari sugli obblighi di comunicazione

- ✓ Affiancare i beneficiari del PR nella corretta interpretazione e nel puntuale adempimento degli obblighi di informazione, comunicazione e visibilità previsti dagli articoli 47 e 50 del Regolamento (UE) 2021/1060.

Rafforzare l'integrazione tra comunicazione istituzionale, informativa e di racconto

- ✓ Promuovere una comunicazione coordinata e riconoscibile, capace di coniugare trasparenza, chiarezza amministrativa e valorizzazione narrativa delle opportunità, dei processi e dei risultati del Programma.

1.2. Gruppi Target

Le azioni di comunicazione previste dal presente Piano sono rivolte, con modalità, linguaggi e strumenti differenziati in relazione agli obiettivi perseguiti, ai seguenti gruppi target:

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

2. AZIONI E CONTENUTI

2.1. Azioni inerenti al web

Il lavoro prende le mosse dagli esiti della razionalizzazione e dell'implementazione del sito istituzionale del Programma, condotte in prima istanza per garantire il pieno rispetto degli obblighi regolamentari, alcuni dei quali innovativi rispetto al precedente ciclo di programmazione.

All'esito delle attività già avviate, anche nel corso dell'annualità in essere, il 2026 segna l'entrata a regime della nuova versione del sito web del Programma, prfesr2127.regione.campania.it, che costituisce l'interfaccia istituzionale deputata ad accogliere la pubblicazione dei documenti, delle informazioni e dei dati di cui al Capo III "Visibilità, Trasparenza e Comunicazione" del Regolamento (UE) 2021/1060.

In tale contesto, l'obiettivo è assicurare il miglioramento continuo dello spazio di comunicazione web del Programma, attraverso l'implementazione progressiva delle funzioni del sito, in coerenza con un'impostazione orientata alla chiarezza, alla fruibilità dei contenuti, all'accessibilità e alla tempestività dell'aggiornamento.

La nuova versione del sito prevede sezioni ben strutturate, basate su un'architettura informativa semplice e flessibile, tale da favorire un accesso rapido ai contenuti più rilevanti e una loro agevole rimodulazione in relazione alle esigenze informative che emergeranno nel corso dell'attuazione del Programma. In tale prospettiva, la navigazione è supportata da un menu intuitivo, da collegamenti chiari e da una organizzazione razionale dei percorsi di accesso, così da limitare i passaggi necessari e rendere più immediata la consultazione. Anche la scelta di colori, font e icone risponde a criteri di uniformità e riconoscibilità, concorrendo a rendere l'esperienza d'uso più semplice, coerente ed efficace.

Per quanto attiene ai contenuti diffusi, sarà garantito il costante aggiornamento:

- dei documenti e delle informazioni su obiettivi, attività, opportunità di finanziamento e risultati del Programma, ai sensi dell'art. 49, paragrafo 1, del Regolamento (UE) 2021/1060;
- del calendario degli inviti, aggiornato, secondo quanto previsto dall'art. 49, paragrafo 2, del medesimo Regolamento, "almeno tre volte l'anno";
- della sezione contenente l'elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno dai fondi, pubblicato in formato aperto e aggiornato secondo quanto previsto dall'art. 49, paragrafo 3, del Regolamento (UE) 2021/1060.

Il sito non si limiterà a veicolare informazioni relative alle opportunità di finanziamento né a dare evidenza ai risultati e agli impatti generati sui cittadini e sui territori, ma si configurerà come una piattaforma dinamica capace di rappresentare in modo organico e continuativo l'insieme delle attività e delle iniziative promosse dal Programma, compresi profili tematici e tecnici di particolare rilievo, quali, a titolo esemplificativo, la Strategia di Specializzazione Intelligente, le Opzioni Semplificate in materia di Costo, il DNSH e il Climate Proofing.

Contestualmente, sarà ulteriormente sviluppato e implementato, anche in una logica di comunicazione unitaria, il magazine della coesione europea europa.regione.campania.it, sezione integrante del portale regionale regione.campania.it, ove, tramite appositi collegamenti al sito istituzionale, potranno essere realizzati report, approfondimenti e contenuti in chiave divulgativa e giornalistica rivolti al grande pubblico, con particolare riferimento ai risultati conseguiti e alle notizie di maggiore rilievo afferenti al PR FESR.

2.2. Azioni inerenti ai social network

Le azioni sui social media rappresentano un pilastro strategico del piano di comunicazione, in quanto funzionali a rafforzare la visibilità del Programma, ad amplificare la diffusione di opportunità, risultati e contenuti di interesse e a consolidare una presenza digitale riconoscibile, coerente e misurabile.

Un'analisi approfondita dei profili esistenti e delle loro performance è in corso d'opera. Gli esiti di tale analisi saranno utilizzati ai fini dell'ottimizzazione dei canali social, quale primo passaggio per garantirne coerenza, riconoscibilità ed efficacia.

L'attività sui social si svilupperà secondo una logica di miglioramento continuo, nella quale l'attività editoriale sui profili istituzionali si accompagnerà all'analisi delle performance dei canali, alla valutazione dell'efficacia delle attività realizzate, alla predisposizione della reportistica periodica, al confronto con i referenti istituzionali e al conseguente affinamento delle scelte editoriali e di presidio dei canali.

Ogni iniziativa sarà monitorata attraverso strumenti di analisi dedicati. La reportistica periodica, attraverso l'indicatore ISOCOM 1IT e altri file di monitoraggio interni, consentirà di valutare l'efficacia delle attività. Indicatori quali reach, impression e tasso di interazione orienteranno le scelte successive e i dati raccolti saranno tradotti in elementi utili a ottimizzare le strategie.

La trasparenza dei risultati sarà condivisa con i referenti istituzionali. In questo modo i social media potranno consolidarsi come asset di comunicazione integrata, con l'obiettivo di costruire una presenza digitale solida, credibile e misurabile. Tale impostazione garantirà continuità, impatto concreto e capacità di adattamento rispetto alle audience di riferimento.

I profili istituzionali saranno trattati come spazi di informazione e dialogo con le community target di riferimento. Particolare attenzione sarà data alla qualità dei testi, alla chiarezza dei messaggi e alla capacità dei contenuti di restituire in modo accessibile opportunità, risultati e temi di interesse del Programma. Commenti, risposte e interazioni dirette contribuiranno a rafforzare la relazione con gli utenti. Le campagne social saranno coordinate con le altre azioni di comunicazione.

In sintesi:

- attività editoriale sui profili istituzionali;
- analisi delle performance dei canali social;
- valutazione dell'efficacia delle attività;
- reportistica periodica;
- confronto con i referenti istituzionali;
- ottimizzazione dei canali e delle scelte editoriali.

2.3. Azioni inerenti alle campagne di comunicazione

Le azioni di comunicazione integrata hanno lo scopo di migliorare il grado di conoscenza della Politica di Coesione in Campania. La realizzazione di specifiche iniziative dedicate ai singoli obiettivi di policy è volta sia a facilitare e promuovere la partecipazione alle opportunità offerte, sia a informare il grande pubblico e gli stakeholder sui risultati delle operazioni e sugli impatti generati dal Programma.

Le campagne di comunicazione - a seguito di opportuna verifica con i competenti uffici dell'Amministrazione sia in merito alla coerenza dell'iniziativa con l'identità visiva e le strategie di comunicazione dell'Ente sia con riferimento agli adempimenti ai sensi dell'articolo 49 del D.lgs. n. 208/2021 - saranno, ove opportuno, utilizzate come strumento cardine per comunicare gli aspetti più rilevanti del Programma.

In tale prospettiva, le campagne potranno accompagnare, con linguaggi e strumenti differenziati in relazione ai target di riferimento, i principali ambiti di attenzione dell'annualità 2026.

A titolo esemplificativo, una campagna potrà riguardare il percorso di riprogrammazione del PR FESR, dando evidenza, in una chiave unitaria e accessibile, sia agli esiti della revisione di metà periodo, con le nuove priorità e i conseguenti ambiti di intervento introdotti, sia ai successivi sviluppi programmatori volti a rafforzare, in coerenza con gli indirizzi condivisi in sede istituzionale, taluni assi strategici del Programma, tra i quali assume particolare rilievo la priorità Housing, anche in relazione alle ulteriori opportunità e ricadute attese per i territori e per i destinatari degli interventi. Una specifica campagna potrà inoltre essere dedicata al rafforzamento del contributo del Programma alla Piattaforma europea delle tecnologie strategiche per l'Europa (STEP), anche con riferimento agli ulteriori Avvisi Pubblici emanati e alla partecipazione alle iniziative organizzate in ambito nazionale ed europeo con il supporto delle reti della comunicazione.

Campagne di comunicazione integrata potranno altresì essere realizzate in occasione di particolari eventi, iniziative o opportunità derivanti dall'attuazione del Programma. Ciascuna campagna sarà definita attraverso un "media mix" dedicato, calibrato in funzione degli obiettivi perseguiti, dei contenuti da valorizzare e dei destinatari da raggiungere.

Le campagne di comunicazione potranno essere integrate e/o completate da eventi organizzati sul territorio regionale, nazionale e internazionale.

2.4. Azioni di partecipazione a iniziative e manifestazioni

Le azioni di partecipazione a iniziative e manifestazioni, insieme all'organizzazione di eventi, rappresentano strumenti rilevanti per far conoscere le opportunità e i risultati del Programma. La partecipazione a eventi esterni, quali fiere, conferenze e incontri tematici, consente infatti di promuovere il Programma e di creare occasioni di dialogo e confronto con cittadini, associazioni e altri enti pubblici e privati, a livello locale, nazionale e comunitario.

La partecipazione alle iniziative prevede, di norma, il supporto organizzativo, multimediale e logistico *in loco*, assicurando la visibilità del Programma nel corso dell'evento e garantendo la presenza di rappresentanti istituzionali dell'Ente. Ciò potrà avvenire attraverso la brandizzazione di spazi fisici e/o la realizzazione di materiali informativi e *gadget*, anche all'interno di manifestazioni organizzate in contesti nei quali sia presente la Regione Campania.

In tale ambito, le richieste o proposte di partecipazione a iniziative e manifestazioni riconducibili all'attuazione del Programma saranno rappresentate dalle strutture competenti agli uffici preposti alla comunicazione, ai fini della relativa istruttoria, della valutazione circa l'effettiva necessità dell'iniziativa e della definizione, in coerenza con gli obiettivi e i target del Piano, delle modalità organizzative e attuative della partecipazione.

Nel corso dell'anno, le iniziative cui assicurare la presenza del Programma saranno selezionate tenendo conto della loro effettiva utilità rispetto alle finalità di comunicazione perseguite, delle caratteristiche dei pubblici da raggiungere, nonché delle evidenze maturate nei precedenti esercizi in termini di impatti attesi e misurati.

Si riportano, a titolo esemplificativo, alcune manifestazioni che, anche in una logica di continuità con i contesti già presidiati nelle precedenti annualità, potranno essere prese in considerazione ai fini della partecipazione regionale, o rispetto alle quali risultano già in corso specifiche attività di programmazione, tenendo conto, di volta in volta, della coerenza dei luoghi, dei pubblici e dei messaggi da veicolare: European Week of Regions and Cities, Forum PA, Festival delle Regioni, Assemblea annuale ANCI, Comicon, Giffoni Film Festival, Campania Libri Festival.

Con specifico riguardo al Forum PA, risultano già avviate le attività volte a organizzare e qualificare la presenza regionale all'edizione 2026. In particolare, è in programma il Forum PA Camp, format che prevede tre talk dedicati all'innovazione, nonché il Forum PA Play, videopodcast di restituzione dell'evento. A giugno si terrà poi la manifestazione finale presso il Convention Center "La Nuvola" di Roma, con stand istituzionali e convegni.

2.5. Azioni di comunicazione Istituzionale e inerenti alla realizzazione di eventi e convegni

La comunicazione istituzionale è intesa, nell'ambito dell'attuazione del presente Piano, non solo come elemento volto a rendere più efficiente ed efficace l'interscambio informativo tra i soggetti a vario titolo coinvolti, ma anche quale strumento strategico finalizzato ad ottimizzare le attività di gestione, monitoraggio, controllo, sorveglianza e auditing del Programma. In tale ottica, la comunicazione funge da *driver* della corretta ed efficace gestione delle relazioni istituzionali degli uffici dell'Autorità di Gestione del Programma e di quelli coinvolti nella sua attuazione.

L'organizzazione di eventi, quali seminari informativi, workshop tematici e incontri pubblici, costituirà ulteriore modalità per avvicinare i cittadini e illustrare i benefici concreti del Programma. Gli eventi potranno essere organizzati con riguardo ai temi di principale attualità identificati e costruiti, in stretto collegamento con lo stato di attuazione del Programma, al fine di rappresentare efficacemente le strategie, i piani e le azioni implementati, e potranno costituire complemento di una campagna di comunicazione integrata (cfr. paragrafo 2.3). Detti eventi offriranno spazi di partecipazione attiva, favorendo il coinvolgimento diretto di cittadini e stakeholder: ne sarà data comunicazione tramite i canali ufficiali dell'Ente, come il sito web e i social media, con l'obiettivo di raggiungere il pubblico in modo capillare e tempestivo. In tali ambiti possono essere, tra l'altro, organizzati:

- Comitati di sorveglianza
- Incontri bilaterali e trilaterali con gli attori istituzionali
- Confronti tematici con altre Regioni
- Iniziative volte alla valorizzazione della cooperazione tra AdG e Partenariato Economico e Sociale.

2.6. Azioni inerenti all'assistenza ai beneficiari

Tutti i beneficiari, indipendentemente dal costo e dalle caratteristiche del progetto, sono tenuti a garantire l'identità visiva del progetto e a rispettare gli obblighi di comunicazione di cui agli articoli 47 e 50 del Regolamento (UE) n. 1060/2021 (RDC), richiamati anche nel Manuale di Attuazione e nelle *Linee guida per le azioni di Comunicazione dei Beneficiari del PR Campania FESR 2021-2027*, che costituiscono strumento di supporto nell'assolvimento degli obblighi regolamentari. Ai fini del corretto adempimento di tali obblighi, è assicurata ai beneficiari un'attività di affiancamento e supporto attraverso l'email dedicata (comunicazionefesr@regione.campania.it) nonché, con il supporto dell'Assistenza Tecnica, tramite una linea telefonica dedicata operante dal lunedì al venerdì, dalle ore 10:00 alle ore 13:00 e dalle ore 14:00 alle ore 15:00 (tel. 0817961234).

2.7. Azioni di animazione territoriale/monitoraggio civico

Le azioni di animazione territoriale e monitoraggio civico sono finalizzate a rafforzare la trasparenza e la partecipazione attiva dei cittadini, favorendo una maggiore conoscenza del Programma e dei risultati conseguiti, nonché una più ampia diffusione delle informazioni relative agli interventi finanziati.

Tale attività, condotta di concerto, per competenza, con gli altri uffici della Regione Campania, si sostanzia nell'organizzazione di iniziative che consentono il coinvolgimento della società civile, degli enti, delle istituzioni

e delle imprese, al fine di raggiungere il grande pubblico con messaggi su tematiche portanti del Programma. Si richiama, quale esempio di rilievo, la partnership con A Scuola di OpenCoesione (ASOC), percorso educativo interdisciplinare rivolto alle scuole secondarie di primo e secondo grado, con l'obiettivo di avvicinare gli studenti al monitoraggio civico delle politiche pubbliche e al loro impatto sul contesto locale: le classi partecipanti realizzano una ricerca avente ad oggetto interventi finanziati dalle politiche di coesione, utilizzando all'uopo anche i dati pubblici disponibili sul portale OpenCoesione. Trattasi di un concorso annuale con commissione nominata su base nazionale. Come nelle decorse annualità, sono pianificate azioni a supporto dei team campani, tra cui l'individuazione e l'interlocuzione con gli attori, soprattutto istituzionali, del progetto scelto, il coinvolgimento in iniziative formativo-informative sulle politiche di coesione, nonché l'offerta di premi e riconoscimenti per i gruppi che si siano distinti nello svolgimento del percorso didattico. Per il team delle scuole secondarie di secondo grado che si qualifichi primo in graduatoria regionale è prevista un'esperienza presso le istituzioni europee per approfondirne la conoscenza; per gli ulteriori studenti meritevoli è prevista un'esperienza alla scoperta di un progetto realizzato con il supporto delle politiche di coesione.

In tale contesto rientrano, altresì, le attività di valorizzazione e diffusione dei contenuti e dei risultati dei progetti attuati per il rafforzamento delle capacità del Partenariato Economico e Sociale, anche al fine di restituire in forma accessibile gli esiti delle analisi, degli approfondimenti e dei prodotti realizzati e di promuoverne la più ampia conoscenza presso i soggetti interessati e il pubblico di riferimento.

Saranno più in generale promosse azioni volte a favorire il coinvolgimento e il monitoraggio da parte dei cittadini o di gruppi specifici rispetto ad interventi realizzati sul territorio.

2.8 Azioni inerenti alle Operazioni di Importanza Strategica

L'annualità 2026 vedrà l'aggiornamento delle Operazioni di Importanza Strategica (OIS) del Programma, che sarà accompagnato da specifiche attività di comunicazione e visibilità.

In particolare, saranno assicurate:

- **la Comunicazione alla Commissione europea, entro un mese dalla selezione dell'operazione.**
In fase di comunicazione dell'OIS tramite il modulo dedicato di SFC2021, l'Autorità di Gestione trasmetterà alla Commissione europea tutte le informazioni minime pertinenti previste ai sensi dell'articolo 49, paragrafo 3 del Regolamento UE 2021/1060;
- **l'implementazione della sezione del sito web del Programma afferente alle OIS**, arricchita con contributi testuali e audio-video, al fine di dare evidenza alle operazioni che contribuiscono in modo significativo alla realizzazione degli obiettivi del Programma e di seguirne l'evoluzione nel tempo;
- **il supporto ai beneficiari e agli organismi che attuano strumenti finanziari, che siano titolari di OIS o comunque di operazioni il cui costo totale supera i 10 milioni di euro**, nell'organizzazione dell'evento e/o delle attività di comunicazione di cui all'art. 50, lettera e), del Regolamento (UE) 2021/1060.

Detto supporto avverrà:

- mediante gli strumenti già messi a disposizione nell'ambito delle azioni di assistenza ai beneficiari, quali linee guida, consulenza tramite numero telefonico e indirizzo email dedicati;
- ove nasca l'esigenza, mediante confronto e assistenza specifica alla produzione di materiali o all'organizzazione delle attività, in particolar modo per le operazioni a titolarità regionale;
- assicurando, ove necessario, il raccordo con la Commissione europea ai fini del relativo tempestivo coinvolgimento.

L'Autorità di Gestione ricopre, inoltre, un ruolo rilevante nel sostenere e amplificare le azioni di comunicazione dedicate ad una o più Operazioni di Importanza Strategica. In tale prospettiva, potrà essere valutata la realizzazione di campagne organiche e/o tematiche, nonché il coinvolgimento dei beneficiari in eventi o attività di comunicazione promossi direttamente dall'Autorità di Gestione, valorizzando al contempo le OIS nella comunicazione quotidiana dei canali digitali del Programma.

Per le operazioni il cui costo totale supera i 10 milioni di euro, sarà svolta un'attività di ricognizione, analisi e clusterizzazione, finalizzata a valutare l'opportunità di coinvolgere i beneficiari nell'organizzazione di eventi tematici in grado di evidenziare l'approccio e la dimensione sistemica di operazioni afferenti a specifici ambiti di attuazione del Programma.

2.9 Azioni inerenti alla Strategia di Sviluppo Territoriale Integrato

Potranno essere realizzate azioni di comunicazione specifiche, quali spazi dedicati sul sito web del Programma, eventi e campagne, finalizzate a valorizzare il ruolo del PR Campania FESR 2021-2027 e a informare i gruppi target ricadenti nell'attuazione della Strategia di Sviluppo territoriale integrato del Programma (PRIUS, PIV, Aree Interne). Potranno essere oggetto di attività di comunicazione *ad hoc* le sette aree interne (Alta Irpinia, Alto Matese, Cilento Interno, Comunità Montana Fortore, Sele-Tanagro-Alburni, Tammaro-Titerno, Vallo di Diano) sulle quali sono concentrate risorse per contrastare lo spopolamento, promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza.

In particolare, sono in programma momenti pubblici di ascolto in ciascuno dei Comuni capofila delle aree interne. Le azioni di comunicazione potranno anche riguardare le 23 città ricomprese nei Programmi di Rigenerazione Integrata Urbana Sostenibile (PRIUS), così suddivise:

- 13 aree urbane rientranti nel perimetro dell'Area metropolitana di Napoli (Acerra, Afragola, Casalnuovo di Napoli, Casoria, Castellammare di Stabia, Ercolano, Giugliano in Campania, Marano di Napoli, Nola, Portici, Pozzuoli, Torre Annunziata, Torre del Greco);
- 10 "Aree urbane medie e altri sistemi territoriali": 4 Comuni Capoluogo (Avellino, Benevento, Caserta e Salerno), 6 città classificate come Polo e Polo Intermedio (Aversa, Battipaglia, Cava de' Tirreni, Eboli, Nocera Inferiore, Scafati).

Attività di comunicazione potranno essere svolte per dare visibilità agli interventi previsti nell'ambito dei Programmi Integrati di Valorizzazione (Masterplan):

- Litorale Domitio-Flegreo
- Salerno-Sud
- Cilento Sud
- Agro Nocerino-Sarnese.

2.10 Azioni inerenti alla Piattaforma STEP

La Regione Campania ha aderito alla Piattaforma per le Tecnologie Strategiche per l'Europa (Strategic Technologies for Europe Platform - STEP), introdotta dalla Commissione europea. Nel 2026 proseguiranno le attività di comunicazione dedicate, con l'obiettivo di promuovere, presso il sistema economico e gli stakeholder, la Piattaforma e gli interventi messi in campo.

Proseguirà altresì la collaborazione con il Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud della Presidenza del Consiglio dei Ministri, attraverso le reti Inform Ita e Inform EU per la comunicazione a livello nazionale della Piattaforma STEP – anche attraverso la campagna "Uno STEP oltre / A STEP forward".

Saranno realizzate specifiche attività di promozione volte a favorire l'adesione alle opportunità di finanziamento offerte sul territorio campano nonché la conoscenza e la promozione delle tecnologie sviluppate e finanziate con le risorse STEP del PR Campania FESR 2021-2027, anche attraverso la partecipazione a eventi a carattere internazionale onde favorire il matching con potenziali partner.

2.11 Azioni inerenti ad ulteriori ambiti

Ulteriori azioni di comunicazione potranno essere dedicate ad ambiti che, nel corso dell'annualità 2026, dovessero emergere come meritevoli di specifica valorizzazione, in ragione della loro rilevanza rispetto agli obiettivi del Programma, allo stato della sua attuazione o all'evoluzione delle priorità comunicative. Tra questi si richiamano, a titolo esemplificativo, la Strategia di Specializzazione Intelligente RIS3 Campania, in coerenza con la relativa pianificazione in tema di valorizzazione, e l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

3. STRUMENTI

Nel presente paragrafo sono richiamate, in continuità con il Piano 2025, le modalità operative e le principali linee di utilizzo degli strumenti attraverso cui si attuano le azioni di comunicazione sopra descritte. La relativa attualizzazione tiene conto delle attività già realizzate, dei progressi compiuti nella fase attuativa e delle ulteriori esigenze emerse nel corso dell'annualità.

I paragrafi che seguono recano, pertanto, una più puntuale descrizione degli strumenti di comunicazione previsti per il 2026.

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

Le azioni e le operazioni di comunicazione concernono i *focus* tematici e settoriali riportati alla sezione 2 nonché gli ulteriori ambiti che dovessero emergere come prioritari nell'annualità di riferimento. Laddove l'iniziativa non promani direttamente dall'Autorità di Gestione FESR, ma dai Responsabili di Obiettivo Specifico (ROS) o dalle Strutture regionali competenti *ratione materiae*, il relativo percorso dovrà essere ricondotto all'opportuna attivazione degli Uffici del Settore "Pianificazione, Programmazione e Attuazione del PR FESR e dei Programmi di competenza dell'Ufficio Speciale AdG FESR". A detti ROS sarà garantito un supporto specialistico finalizzato alla definizione delle modalità e dei contenuti della comunicazione, alla pubblicazione delle informative, al lancio degli avvisi prodotti e alla predisposizione della reportistica relativa alle operazioni a valere sul PR FESR.

In tale prospettiva, è garantito dunque un presidio operativo, anche *in loco*, volto ad assicurare l'affiancamento necessario per la corretta gestione dei flussi di comunicazione: si fa riferimento a titolo esemplificativo alla rappresentazione, secondo le più idonee forme, delle opportunità di finanziamento e dei risultati ottenuti. Analogo supporto sarà altresì fornito per l'implementazione del calendario degli inviti a presentare proposte che sono stati pianificati e dell'elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno (art.49, commi 1, 2, 3 del Reg UE 2021/1060).

3.2 Inserzioni, pubblicazioni e redazionali

Al fine di raggiungere il maggior numero possibile di destinatari, intercettandone i target specifici attraverso strumenti e linguaggi differenziati, potranno essere realizzate azioni di comunicazione mediante inserzioni, pubblicazioni e redazionali, coerenti con gli obiettivi del Piano e con i contenuti di volta in volta da valorizzare.

In tale ambito si prevede, in particolare, di operare attraverso:

- 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 attività di brand positioning all'interno di contenitori informativi e/o di intrattenimento, finalizzati a comunicare opportunità, risultati e contenuti di rilievo afferenti alla Politica di Coesione e ai progetti ad essa collegati.

3.3 Pubblicazioni, materiale editoriale e audiovisivo

La produzione editoriale e multimediale costituisce un asse centrale del piano di comunicazione. In tale ambito saranno organizzati e realizzati materiali informativi finalizzati a rafforzare la trasparenza, la diffusione delle opportunità e la condivisione dei risultati e delle attività del Programma. La produzione audiovisiva consentirà di utilizzare linguaggi immediati e coinvolgenti, attraverso video e clip tematici idonei a raccontare opportunità, processi e risultati del PR.

Opuscoli, brochure, *leaflet* e ulteriori materiali editoriali potranno essere predisposti sia per la promozione delle opportunità disponibili sia a supporto di eventi, convegni e iniziative istituzionali. Ogni pubblicazione sarà curata in coerenza con l'immagine coordinata del Programma e orientata alla fruizione digitale. I principali contenuti saranno realizzati, oltre che in italiano, anche in lingua inglese, al fine di favorirne una più ampia diffusione anche attraverso le reti informali.

Saranno inoltre previsti gadget informativi destinati al grande pubblico, agli stakeholder e ai soggetti coinvolti nei progetti speciali, con l'obiettivo di rendere più accessibile e riconoscibile la comunicazione istituzionale, anche in occasione di eventi e convegni.

Potranno essere realizzati:

- Organizzazione e produzione dei materiali informativi per i Comitati di Sorveglianza
- Redazione, stampa e diffusione di contenuti relativi al PR
- Produzioni audiovisive
- Opuscoli dedicati a promuovere opportunità e risultati del PR
- Opuscoli e brochure per eventi e convegni
- Valorizzazione degli esiti del lavoro di Valutazione e dei documenti prodotti
- Gadget informativi per il grande pubblico e per i progetti speciali
- Immagine coordinata e materiali a supporto di eventi e convegni

Le produzioni editoriali e multimediali distribuite attraverso i canali social e web sono nativamente accessibili in coerenza con le odierne tecnologie per la lettura digitale.

3.4 Relazioni con i moltiplicatori

Le relazioni con i moltiplicatori costituiscono un ambito rilevante della comunicazione del Programma, in quanto funzionali ad amplificare la diffusione delle informazioni, a favorire la conoscenza delle opportunità e dei risultati del PR e a rafforzare il confronto con i soggetti che, a diverso titolo, concorrono alla circolazione dei contenuti presso i pubblici di riferimento.

In tale ambito rilevano:

3.4.1 i comunicati stampa inerenti alle principali azioni e ai risultati del Programma:

- la collaborazione e supporto anche multimediale all'ufficio stampa centrale;
- le attività di *media relation*;

3.4.2 la condivisione delle buone pratiche, l'animazione del partenariato e gli interventi formativi per gli operatori del mondo dei media:

- la partecipazione propositiva alla rete italiana dei comunicatori (INFORM ITA) e quella della DG REGIO (INFORM EU), aderendo attivamente agli appuntamenti in ambito comunitario per un continuo confronto sullo scambio di buone prassi;
- il partenariato attivo con le altre autorità di Gestione, anche attraverso co-azioni territoriali su interessi specifici;
- l'animazione interna all'amministrazione ai fini della sensibilizzazione agli obblighi di informazione e comunicazione;
- gli incontri con i referenti territoriali;
- l'organizzazione, anche in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti, di momenti formativi sulle politiche di coesione rivolti agli operatori dell'informazione.

4. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Gli indicatori, di output e di risultato, per il monitoraggio e la valutazione delle attività di comunicazione, prescelti nell'ambito del set definito a livello nazionale, sono riportati nel paragrafo del PR FESR 2021-2027 intestato alla Strategia di Comunicazione del Programma:

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

Con riferimento all'indicatore di output ISOCOM 1IT, saranno periodicamente aggiornate le tabelle di riferimento. Almeno in occasione dei Comitati di Sorveglianza, sarà predisposta una relazione descrittiva unitamente al file .xls recante il dettaglio delle attività svolte, che tiene traccia dei link alle *news* e ai video pubblicati, con i rispettivi titoli e le date di pubblicazione, onde facilitare le operazioni di ricerca dei contenuti e le attività di analisi delle comunicazioni interne.

Con riguardo all'indicatore di risultato ISRCOM 2IT, che misura il livello di conoscenza della politica di coesione, si prevede di realizzare l'indagine demoscopica, condotta da una primaria azienda del settore, atta a valutare il grado di conoscenza e percezione della Politica di Coesione in Campania presso i cittadini.

Ove disponibili, si terrà conto anche dell'indagine unitaria nazionale sul grado di conoscenza della Politica di Coesione, che consentirà di contestualizzare le informazioni per la regione Campania nell'ambito del più ampio spaccato generale.

Le evidenze emergenti dalle attività di monitoraggio e valutazione contribuiranno a orientare l'attualizzazione delle scelte comunicative e il progressivo affinamento degli strumenti adottati.