

## Indice

Premessa .....	3
I. Il P.O. Campania FSE 2007-2013 .....	4
2. Il contesto di riferimento .....	6
2.1 Il quadro normativo .....	6
2.2 L'insegnamento della precedente esperienza: comunicazione P.O. Campania 2000–2006.....	7
3. La strategia.....	10
3.1 Pubblici di riferimento.....	11
4. Il masterplan dei progetti.....	13
4.1 I progetti operativi .....	13
4.2 Tabella riassuntiva dei costi/budget .....	19
5. La struttura organizzativa .....	20
6. Monitoraggio e valutazione .....	20

## Premessa

Per la programmazione 2007-2013 la Regione Campania, così come previsto nel *Documento Strategico Regionale per la politica di coesione 2007/2013*, approvato con la Delibera n.1042 dell'01/08/2006, intende indirizzare le risorse disponibili in una strategia unitaria.

Nell'ottica della ottimizzazione degli interventi la Regione Campania intende, altresì, indirizzare ad obiettivi comuni le risorse che sono stanziate, a livello comunitario, nazionale e regionale, per lo sviluppo della comunicazione.

Le attività di comunicazione devono garantire visibilità, trasparenza e partecipazione sia a tutti coloro che direttamente possono beneficiare delle opportunità offerte sia, più in generale, ai cittadini campani. Deve essere sempre più evidente che le politiche regionali di sviluppo economico e sociale sostenibile apportano vantaggi diretti alle popolazioni interessate, partecipando allo stesso tempo al processo di crescita dell'Italia e dell'Europa.

La Regione Campania, seguendo gli orientamenti comunitari, intende continuare a ridurre il divario e la distanza tra istituzioni pubbliche e società civile. Per il raggiungimento di tale obiettivo diventa fondamentale alimentare un dialogo continuo ed effettivo tra le parti.

Il presente piano condivide i documenti chiave di politica comunitaria riguardanti l'iniziativa europea per la trasparenza, per rendere più aperte ed accessibili le istituzioni europee; il Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito; il Libro bianco su una politica europea di comunicazione; il Quadro Strategico Nazionale per la politica regionale di sviluppo 2007-2013. In tutti questi documenti si ribadisce il ruolo chiave della comunicazione per favorire il dialogo tra amministrazioni e cittadini e con questo creare luoghi, processi, sistemi dove si possa partecipare al difficile processo di coesione e di rafforzamento dei valori che caratterizzano l'Unione europea.

L'avvicinamento dei cittadini alle politiche europee è un tema complesso che interessa tutti gli Stati membri. Comunicare l'Europa non può e non deve passare soltanto attraverso dati finanziari e opportunità che interessano singoli gruppi della popolazione e specifici soggetti economici. La comunicazione deve sempre più prestare attenzione a mettere in primo piano i grandi temi dello sviluppo territoriale che, mirando ad accrescere la competitività, agisce contemporaneamente per la tutela e valorizzazione delle risorse naturali e paesaggistiche e per aumentare il benessere sociale. Nello specifico, il valore aggiunto della programmazione regionale si sostanzia per la sua capacità di svolgere un effetto leva nel promuovere l'attivazione di investimenti da parte dei privati, anche attraverso il sostegno diretto alla collaborazione tra soggetti privati e soggetti pubblici. La loro cooperazione produrrà effetti positivi nella ulteriore espansione del sistema economico e produttivo regionale.

Nel quadro di una strategia unitaria di ottimizzazione delle risorse, i piani di comunicazione dei diversi Programmi operativi della Regione Campania condividono pertanto i seguenti obiettivi:

1. trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile;
2. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del POR;
3. consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

## I. IL P.O. Campania FSE 2007-2013

Il programma di sviluppo regionale si basa sul principio che per attuare una moderna politica di riequilibrio locale sia necessario che la Regione, attivando interazioni su scala nazionale, comunitaria e internazionale, acquisisca il ruolo di punto di riferimento tanto in ambito locale quanto nel Mediterraneo, come sua naturale area di influenza e di scambio.

Per la Campania, come per tutte le Regioni meridionali con obiettivo convergenza, il processo di programmazione è stato interessato anche dalla definizione di esigenze e opportunità comuni a tutte o alcune delle otto regioni, con uno specifico documento ad hoc, il Documento Strategico Mezzogiorno - Linee per un nuovo programma Mezzogiorno 2007-2013. Il processo di programmazione regionale in Campania è stato pertanto guidato sia dagli orientamenti e dai principi comunitari e nazionali, sia dalle peculiarità e dagli obiettivi comuni al Mezzogiorno come individuati da tale documento strategico.

Il P.O. Campania FSE 2007-2013 costituisce il quadro di riferimento per l'utilizzo delle risorse del Fondo Sociale Europeo. Più di 1 miliardo di euro da investire nella nostra regione per migliorare le competenze degli occupati, per garantire la qualità e la competitività del sistema produttivo e delle imprese, per potenziare ed innovare le politiche del lavoro, con attenzione particolare alle politiche di pari opportunità, per migliorare la coesione sociale, attraverso un più ampio intervento di carattere culturale con attenzione alle politiche per la sicurezza e per la legalità, per innalzare gli standard scolastici e formativi e rafforzare e integrare i sistemi, per sostenere la creazione di patti e poli formativi, per sviluppare i processi di internazionalizzazione ed, infine, per innovare la Pubblica Amministrazione per il rafforzamento dell'azione pubblica e della governance.

Un'opportunità da non perdere per incidere in maniera significativa sulla crescita del nostro territorio. Un'occasione importante, da condividere con il partenariato, gli enti locali, le imprese e i cittadini campani, e che si declina nella individuazione specifica – nel POR FSE - di obiettivi operativi raccolti in 7 assi di intervento:

Asse I – Adattabilità

Asse II – Occupabilità

Asse III – Inclusione Sociale

Asse IV – Capitale Umano

Asse V – Trasnazionalità ed interregionalità

Asse VI – Assistenza Tecnica

Asse VII – Capacità Istituzionale

La finalità del POR FSE Campania 2007-2013 è quella del sostegno alla riduzione, al 2013, del tasso di disoccupazione, anche mettendo a sistema gli interventi cofinanziati dai differenti fondi strutturali. Per attuare questo obiettivo strategico, sono state individuate le strategie sopra descritte.

Un'efficace strategia di intervento per il periodo 2007-2013 che possa portare al conseguimento degli obiettivi strategici, non può che essere concepita a partire dai risultati dell'analisi socio-economica regionale e, soprattutto, dalle lezioni apprese dal precedente ciclo di programmazione.

Dalla combinazione di questi due processi analitici e dagli insegnamenti che ne scaturiscono, derivano i seguenti orientamenti che guidano la filosofia di attuazione del programma e ne determinano le scelte attuative:

- la concentrazione degli interventi e dei soggetti della programmazione;
- la programmazione partecipata e lo sviluppo locale;
- l'integrazione programmatica e finanziaria;
- la concertazione.

È evidente che per poter attuare pienamente tali scelte, occorrerà porre enfasi sul ruolo dei cittadini, degli enti locali, delle imprese e del partenariato, quindi, delle collettività territoriali per poter conseguire i singoli obiettivi operativi del programma e, conseguentemente, il

raggiungimento delle variabili di rottura. È indispensabile infatti che vi sia la collaborazione della cittadinanza nell'adozione di comportamenti virtuosi che possano accelerare il processo di convergenza rispetto ad alcune variabili. Per fare questo il Programma operativo prevede una programmazione più partecipata a livello locale e una concertazione più presente in tutte le fasi del processo di attuazione. Il partenariato diventa un elemento indispensabile per un coinvolgimento costante di tutti i soggetti interessati a vario titolo dal Programma.

E', infine, fondamentale che il Piano di Comunicazione del FSE rientri in una strategia di programmazione e comunicazione unitaria che, come si vedrà in seguito, sarà di supporto ad una integrazione programmatica e finanziaria quale tema portante dell'intero impianto strategico della Regione e attraverso l'integrazione delle varie fonti di finanziamento concentrate su chiare e condivise linee strategiche.

## 2. Il contesto di riferimento

### 2.1 Il quadro normativo

L'esperienza maturata nell'ultimo ciclo di programmazione mostra in quale misura gli stati membri abbiano, a vario titolo, saputo trarre profitto dall'utilizzo dei fondi strutturali per la creazione di valore aggiunto a livello comunitario e per l'elaborazione di nuove strategie al servizio della politica regionale.

In questo contesto l'informazione rappresenta un nodo centrale della programmazione; alla comunicazione è deputato un ruolo di attivatore di buone prassi nei processi di attuazione degli stessi programmi.

La comunicazione può, cioè, facilitare l'adozione di comportamenti innovativi tanto da parte della pubblica amministrazione regionale quanto da parte degli EE.LL., del partenariato e delle imprese.

Il piano di comunicazione del P.O. Campania FSE 2007-2013 si propone di supportare il programma nel perseguitamento degli obiettivi strategici definiti, assolvendo ad un ruolo di accelerazione e sostegno ai processi di attuazione.

Lo stesso dettato normativo di indirizzo europeo è quindi l'occasione per interpretare secondo due chiavi di lettura la comunicazione del P.O. FSE 2007-2013, ovvero quale strumento per:

- garantire a tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma informazione e pubblicità legale;
- promuovere l'adozione di comportamenti virtuosi a tutti i livelli, necessari ad una più efficace attuazione del Programma.

Il quadro di riferimento normativo comunitario è il seguente:

- Regolamento(CE) n.1083/2006, recante disposizioni generali sui Fondi Strutturali;
- Titolo III, Capo II, Sezione 5 Assistenza Tecnica – Assistenza tecnica su iniziativa della Commissione, Art 45 paragrafo I lettera c), d), e), f), g).
- Titolo VI, Capo III, Informazione e Pubblicità, art. 69
- Regolamento (CE) n. 1828/2006 sulle modalità di applicazione del Reg (CE) n. 1083/2006, Capo II, Sezione I “Informazione e pubblicità”, articoli dal 2 al 10.

Le risorse assegnate all'assistenza tecnica consentono di finanziare attraverso i Fondi, le azioni a supporto dell'attuazione del regolamento. Tra le azioni, più propriamente, la preoccupazione del legislatore circa l'assolvimento di doveri di informazione e pubblicità è ravvisabile da Reg.(CE)n.1083/2006 all'art. 45, alla lettera d) e alla lettera e):

d) azioni destinate ai partner, ai beneficiari dell'intervento dei Fondi e al grande pubblico, incluse le azioni informative;

e) azioni di divulgazione delle informazioni, creazione di reti e sensibilizzazione e azioni destinate a promuovere la cooperazione e lo scambio di esperienze in tutta la Comunità.

Risulta, invece, interessante come il dato normativo possa essere interpretabile alla luce degli intenti della programmazione regionale, e quindi il ruolo della comunicazione possa essere reso funzionale alle esigenze di attuazione del programma stesso. Questi aspetti sono individuabili se la comunicazione viene resa nella sua accezione più ampia, come humus per lo sviluppo di soluzioni innovative di dialogo ed interazione con i soggetti coinvolti nell'attuazione del programma operativo, entrando nei processi attraverso i sistemi informativi, la valutazione, lo scambio di informazioni:

c) valutazioni, rapporti di esperti, statistiche e studi, compresi quelli di natura generale, sul funzionamento dei Fondi, che possono essere effettuati se del caso dalla BEI o dal FEI tramite una sovvenzione o altre forme di cooperazione;

f) installazione, funzionamento e interconnessione di sistemi informatizzati per la gestione, la sorveglianza, il controllo e la valutazione;

g) miglioramento dei metodi di valutazione e scambio di informazioni sulle prassi vigenti in questo settore.

All'art 69 del Regolamento 1083/2006: le informazioni sono destinate ai cittadini dell'Unione europea e ai beneficiari allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi. E ne affida all'Autorità di Gestione il compito di fornire informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni che li pubblicizzano.

Negli intenti dell'amministrazione regionale, ai fini della programmazione 2007 – 2013, l'obiettivo della comunicazione deve spingersi fino a promuovere la "cittadinanza europea". L'Autorità di Gestione è orientata ad obiettivi che muovono dalle lezioni della precedente programmazione - raccontare l'Europa - fino ad intervenire sull'agire europeo, favorendo la partecipazione nel processo di attuazione del programma operativo.

In un contesto in cui è prioritario stimolare il contributo dei cittadini in termini di idee, il loro controllo sui risultati conseguiti e la promozione di comportamenti virtuosi, l'e-democracy diventa quindi uno strumento per favorire nuovi modelli di comportamento; lo sforzo è di abbandonare il concetto di informazione statica per giungere ad un processo interattivo in cui la comunicazione permea tutte le fasi del processo di attuazione.

Come viene inoltre messo in evidenza nel preambolo del Regolamento (CE) n. 1828/2006<sup>1</sup>, i cittadini dell'Unione non sono ancora sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dalla Comunità europea rispetto ai programmi destinati a potenziare la competitività economica e a rafforzare la coesione interna.

Il Piano di Comunicazione del POR Campania FSE 2007-2013 intende colmare questa lacuna nella comunicazione e nell'informazione. Esso deve essere, dunque, lo strumento per programmare organicamente ed ottimizzare le scelte di comunicazione, identificando nel dettaglio le misure di informazione e pubblicità necessarie a colmare il gap comunicativo, bensì la leva strategica dell'Ente per definire precise responsabilità e ruoli degli attori coinvolti nel processo. Il Piano di Comunicazione diventa, così, esso stesso strumento per razionalizzare una nuova fase di programmazione in cui la comunicazione interviene direttamente sull'efficienza dei processi di attuazione.

## **2.2 L'insegnamento della precedente esperienza: comunicazione P.O. Campania 2000–2006**

Nel periodo di programmazione 2000-2006 in Regione Campania è stata attribuita una maggiore importanza alla pubblicità e alla comunicazione dei fondi strutturali rispetto al precedente ciclo di programmazione. L'evoluzione del ruolo della comunicazione nel ciclo di programmazione e attuazione delle politiche comunitarie è avvenuta con gradualità e nell'attuale periodo di programmazione non è possibile prescindere dalla considerazione del suo rilievo strategico. Si è passati dalla semplice esigenza di informazione sulla disponibilità dei fondi (1994-1999), alla responsabilità di garantire trasparenza degli interventi sull'uso dei fondi, di coinvolgere le parti economiche e sociali e le organizzazioni non governative (2000-2006), fino ad auspicare nell'attuale ciclo di programmazione (2007-2013), un livello strategico di comunicazione in grado di entrare a pieno titolo nel processo di gestione dei Fondi Strutturali. La tabella I mostra in un quadro sinottico l'evoluzione del ruolo della comunicazione, sulla base delle istanze comunitarie e negli intenti dell'amministrazione regionale.

<sup>1</sup> Il Regolamento (CE) n. 1828/2006 della Commissione dell'8 dicembre 2006 stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo Sociale Europeo e sul Fondo di Coesione e del Regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale.

<b>1994-1999</b>	<b>2000-2006</b>	<b>2007-2013</b>
Decisione CE 342/1994	Regolamento CE 1159/2000	Regolamento CE 1083/2006
Trasparenza Notorietà	Per la prima volta nella storia dei fondi strutturali, la comunicazione è entrata a far parte del processo strategico, attraverso l'elaborazione di un Piano di Comunicazione	Promozione dell'importanza della comunicazione nel processo di gestione dei Fondi strutturali. Piano di comunicazione come strumento di creazione di valore per gli attori coinvolti, ai fini dell'attuazione del Programma stesso.
Si pone l'accento sull'esigenza di implementare un insieme coerente di azioni definite da autorità nazionali, regionali e locali competenti. Le autorità competenti degli Stati membri pubblicano il contenuto dei programmi operativi e delle altre forme d'intervento nella forma più appropriata indicando la partecipazione dei Fondi strutturali. Esse ne garantiscono una divulgazione appropriata e tengono a disposizione degli interessati tutti i documenti connessi.	Il regolamento individua tre categorie di destinatari ai quali sono dirette le azioni di informazione e pubblicità: 1. potenziali beneficiari e promotori pubblici/privati 2. opinione pubblica 3. operatori socioeconomici e organizzazioni non governative. Si comincia ad avere percezione dell'esigenza di targettizzare i "clienti finali" affinché gli obiettivi di comunicazione sulla programmazione dei fondi siano incisivi.	Maggiore enfasi allo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), funzionali ad una diversificazione maggiore di obiettivi e strumenti. Quindi la segmentazione degli attori di riferimento diviene sempre più uno strumento per aumentare le opportunità di gestione e razionalizzazione del lavoro, finalizzate all'attuazione del programma.

In merito all'esperienza della Regione Campania, le principali difficoltà incontrate nel precedente ciclo, sono state di natura organizzativa e culturale, con un'azione dell'amministrazione regionale che non è stata sempre incisiva, connotandosi per ritardi nell'attuazione di progetti del programma esecutivo e talvolta per mancate realizzazioni.

In un tessuto amministrativo complesso, carente di una cultura della comunicazione e di strumenti ordinari di coordinamento tra settori secondo una logica unitaria e strutturata, il lavoro svolto nella programmazione 2000-2006 è stato in tal senso finalizzato alla creazione di un humus necessario all'interno dell'organizzazione regionale innanzitutto e, poi, presso i soggetti attuatori, atto a favorire un processo graduale di adozione di strumenti di comunicazione.

È evidente che molte sono ancora le resistenze verso l'adozione di strumenti che impongono nuovi ritmi e nuovi modelli di lavoro, una maggiore integrazione e un approccio al risultato più attento alle esigenze del cittadino visto sempre più quale "cliente finale". Ciò non di meno, laddove si è fatto un esperimento di introduzione di nuovi strumenti di comunicazione informatici, per migliorare nel suo complesso la gestione del Programma, i risultati positivi sono emersi con forza.

Si può pertanto affermare che, grazie all'esperienza del precedente ciclo di programmazione, sia ormai diffusa nell'amministrazione regionale la sensibilità verso gli aspetti dell'informazione e della comunicazione. E' tuttavia necessario che tutto venga messo a sistema, attraverso soprattutto l'uso di strumenti innovativi, che semplifichino i flussi informativi con i soggetti attuatori e i destinatari finali.

L'esperienza 2000-2006 ha inoltre messo in evidenza che la conoscenza dei fondi strutturali è pressoché omogeneamente diffusa presso i diversi pubblici di riferimento. Ciò anche grazie alla rilevanza che nel precedente ciclo programmatico l'Autorità di Gestione ha dato all'uso degli strumenti informatici nella sua strategia di comunicazione.

Sono stati, infatti, realizzati strumenti quali le pagine web destinate al P.O.R. Campania 2000-2006, INFOPOR - Campania Europa News, un sistema informativo integrato e flessibile che rende disponibile ai diversi pubblici tutte le informazioni sull'attuazione del Programma Operativo Regionale. Sono state realizzate campagne di comunicazione sui temi della

conoscenza, del lavoro, delle pari opportunità, dell'ambiente e del turismo per veicolare al grande pubblico i valori europei e informare sulle opportunità offerte dal Programma.

E' possibile sintetizzare il ruolo della comunicazione nel precedente ciclo di programmazione attraverso la ricostruzione del processo di attuazione, interpretato con un approccio teorico che consenta di individuare quali fasi, attività e momenti di tale catena permetterebbero di creare il maggior "valore competitivo" per i cittadini, i beneficiari ed i destinatari tutti.

Se si applica tale modello di analisi e si assume quindi che nel processo di attuazione del P.O. Campania FSE sono individuabili singole fasi in grado di creare valore per il cittadino, la comunicazione deve entrare a pieno titolo in tutte le fasi del processo attuativo per massimizzare la quota di valore trasferibile; la comunicazione deve quindi essere portata a livello strategico, permeando tutte le fasi del processo.

Seguendo questo approccio, si nota come, rispetto al P.O.R. Campania 2000 – 2006 la comunicazione è intervenuta essenzialmente nella fase di emissione dei bandi, attraverso un supporto alla divulgazione delle occasioni legate all'attuazione del programma, e nella fase di monitoraggio, mediante l'implementazione di un sistema di raccolta dei dati.

L'informazione è dunque un elemento centrale della programmazione dei fondi strutturali, e l'Autorità di gestione deve informare e suscitare la partecipazione dei beneficiari e dei potenziali promotori di progetto. Occorre accertare che questi sappiano se la loro candidatura è pertinente, come predisporre un fascicolo di qualità e come realizzare efficacemente il loro progetto. Dal canto loro, i soggetti partner incaricati della gestione hanno bisogno di informazioni per amministrare e condurre il programma in modo efficace e oculato. Il pubblico, invece, deve essere informato sul modo in cui i fondi strutturali contribuiscono allo sviluppo della propria regione e al miglioramento delle condizioni di vita della popolazione locale.

### 3. La strategia

I Programmi Operativi FESR e FSE con il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) costituiscono, insieme al Fondo per le Aree Sottoutilizzate (FAS), l'impianto della nuova Programmazione unitaria della Regione Campania, l'ossatura strategica che accompagnerà lo sviluppo della nostra regione per i prossimi sette anni.

Nell'ottica di concentrazione ed ottimizzazione degli interventi e dell'uso di tutte le risorse disponibili, la Regione Campania intende sviluppare una strategia che consideri la comunicazione non solo come strumento di informazione, ma anche come mezzo e processo a supporto dell'attuazione della programmazione 2007-2013, declinando tale strategia negli obiettivi generali e specifici di seguito descritti.

Alla base della strategia di comunicazione per la programmazione 2007-2013 della Regione Campania si pongono i temi che concretizzano il valore aggiunto delle politiche comunitarie nella vita di tutti i cittadini, per il raggiungimento degli obiettivi di Lisbona e di Goteborg. Al fine di instaurare un dialogo con i cittadini, basato sulla fiducia e sulla condivisione delle scelte, è infatti fondamentale porsi obiettivi di trasparenza per la partecipazione effettiva della società civile e per un'attuazione dei Programmi che risulti efficiente ed efficace. Si vuole in questo modo dare avvio ad una nuova fase in cui la comunicazione dovrà intervenire direttamente anche sui processi di attuazione.

Tale processo sarà agevolato dal lavoro svolto in questi anni, che è stato finalizzato alla creazione dell'humus necessario all'interno dell'organizzazione regionale innanzitutto e, poi, presso i soggetti attuatori, per favorire un processo graduale di adozione di strumenti di comunicazione e di e-democracy.

Si tratta, allora, di insistere su questa strada prevedendo per la nuova programmazione progetti trasversali che pongano al centro dell'attenzione il cittadino, gli enti locali, il partenariato, sia come destinatari finali che come soggetto attuatori, spingendo al tempo stesso l'organizzazione regionale ad un cambiamento culturale più orientato al risultato. Nella strategia di comunicazione rientrerà anche l'allargamento nella diffusione dei risultati e delle buone pratiche a livello nazionale ed europeo.

Nella definizione degli obiettivi che il Piano dovrà perseguire, si intende rivolgere l'attenzione agli attori dello sviluppo sociale ed economico che fanno riferimento a:

- la società civile, mirando al coinvolgimento dei cittadini attraverso l'adozione da parte degli stessi di comportamenti di cittadinanza attiva in linea con il modello europeo;
- le istituzioni, puntando al rafforzamento dell'azione degli Enti locali sul territorio che serve ad accrescere l'efficacia del loro intervento ed a migliorare le performance attuative del programma;
- il partenariato, lavorando al processo di concertazione in tutte le fasi di attuazione del Programma;
- il mondo economico, promuovendo un tessuto imprenditoriale più attivo a cui è riconosciuto in un rinnovato rapporto con la Regione e con gli Enti locali, una maggiore partecipazione al processo attuativo, ma anche la responsabilità di adottare comportamenti più coerenti con i valori sociali ed economici europei.

In questo contesto, l'e-democracy, diventa uno strumento utile non solo per esercitare meglio i propri diritti, ma anche un mezzo per favorire nuovi modelli di comportamento e, quindi, un agire più coerente con i cambiamenti in corso. In particolare si intende intervenire:

1. sui flussi informativi, affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile;
2. sulla chiarezza dei contenuti, agendo sulla semplificazione del linguaggio;
3. sull'animazione territoriale affinché sia massima la partecipazione delle associazioni e dei cittadini;
4. sulla qualità degli strumenti di comunicazione digitale per veicolare l'informazione.

Per l'attuazione del piano si individua una strategia di comunicazione integrata, che consentirà di interagire anche con il partenariato istituzionale ed economico-sociale, quale mezzo per raggiungere i gruppi destinatari ed i soggetti che a loro sono più vicini; l'integrazione sarà anche

integrazione di mezzi, strumenti e canali, onde finalizzare la comunicazione alle caratteristiche ed alle esigenze dei gruppi destinatari.

È importante che si miri con un mix diverso di canali e strumenti al coinvolgimento delle diverse fasce di popolazione, tenendo conto delle differenze che esistono e, quindi progettando soluzioni mirate sulle esigenze dei diversi gruppi.

Inoltre, in considerazione sia dei diversi Programmi previsti per il prossimo periodo 2007-2013 sia della molteplicità degli interventi che verranno realizzati, l'individuazione di un'immagine coordinata garantirà la massima visibilità e riconoscibilità alle campagne e alle iniziative condotte per promuovere i Programmi.

Infine, il Piano di comunicazione consentirà di mettere a coerenza anche le campagne di comunicazione relative al raggiungimento degli obiettivi di servizio previsti dal QSN.

In tale quadro, il piano intende raggiungere i seguenti **obiettivi generali**:

1. trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile;
2. conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del P.O.;
3. consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania.

Gli obiettivi generali individuati portano alla definizione dei seguenti **obiettivi operativi**:

1. garantire che il programma venga ampiamente diffuso, sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari;
2. fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi;
3. accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti.

Tali obiettivi saranno raggiunti con le principali linee d'intervento sottese ai progetti nell'ottica di una strategia di comunicazione integrata:

1. progetti destinati alla cittadinanza attiva, finalizzati a migliorare il rapporto fra Regione ed altri soggetti attuatori e destinatari finali, affinché si promuova lo sviluppo dell'e-democracy e quindi una maggior partecipazione dei cittadini al processo attuativo;
2. progetti che rendano più snelli ed immediati i modelli di comunicazione fra Regione ed Enti Locali, affinché gli strumenti che assicurano la realizzazione del Programma Operativo siano unici e protesi verso il conseguimento degli obiettivi previsti in modo efficiente ed efficace;
3. progetti che rendano più semplici e trasparenti i modelli di interazione fra Regione e sistema delle imprese.

### 3.1 Pubblici di riferimento

I pubblici di riferimento individuati sono stati suddivisi in:

#### A. Istituzioni

- Unione Europea
- Istituzioni e organi internazionali
- Istituzioni e organi nazionali
- Amministrazioni statali centrali e periferiche
- Regioni e Autonomie Locali
- Enti strumentali

#### B. Influenti

- Parti economico - sociali

- Operatori e promotori dello sviluppo locale
- Sportelli Informativi presenti sul territorio
- Sistema scolastico, universitario e formativo
- Associazioni di categoria
- Associazioni ed enti del terzo settore
- Organizzazioni professionali
- Università
- Organizzazioni di orientamento professionale
- Centri studi e di ricerca

**C. Opinione pubblica**

- Cittadini campani
- Cittadini italiani
- Cittadini europei

**D. Mass media**

**E. Imprese**

**F. Pubblico interno all'amministrazione regionale**

**G. Organismi di controllo.**

All'interno della macrocategoria dell'opinione pubblica la Regione ha svolto un'ulteriore segmentazione della popolazione con riferimento alla variabile età. Tale scelta trova giustificazione nella considerazione che tanto gli obiettivi della comunicazione, quanto i messaggi, gli strumenti e i media adottati devono differenziarsi per essere più efficaci sulla base dei diversi pubblici di riferimento.

## 4. Il masterplan dei progetti

Il masterplan delle azioni di comunicazione deve assicurare la completa attuazione della strategia. Si sviluppa in 6 progetti la cui durata sarà continua nel periodo di riferimento 2007-2013 e si articolano in tre tipologie di seguito descritte.

1. Progetti rivolti alla costruzione della cittadinanza attiva, finalizzati a favorire presso il grande pubblico l'adozione di comportamenti più vicini al concetto di cittadino europeo.
2. Interventi di assistenza tecnica, volti a migliorare la trasparenza amministrativa, a semplificare il linguaggio e a promuovere la cultura della comunicazione istituzionale.
3. Progetti che contribuiscono alla costruzione di un sistema più efficiente di interazione fra Regione e beneficiari, Partenariato e EE.LL., onde favorire una efficiente ed efficace realizzazione del programma. La comunicazione viene intesa in questo senso, quale supporto al processo di attuazione.

### 4.1 I progetti operativi

<b>I. La comunicazione di sistema del P.O. Campania FSE</b>	
Obiettivo generale	Conoscenza da parte dei cittadini dei benefici del P.O. FSE, dei programmi e progetti avviati e dei risultati conseguiti
Obiettivo operativo	Fornire informazioni e assistenza adeguata, sensibilizzando rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi
Pubblico di riferimento	Pubblico interno ed esterno, in particolar modo gli addetti all'attuazione del programma
Contenuto	Il progetto prevede la strutturazione di procedure di comunicazione trasversali agli assi al fine di garantire un supporto operativo in materia di comunicazione. Creazione di un sistema informativo della comunicazione che contenga tra l'altro un data base di monitoraggio della comunicazione integrato con il sistema di monitoraggio fisico, finanziario e procedurale del FSE.
Periodo di realizzazione	Intero periodo di programmazione
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sistema informativo della comunicazione P.O. FSE</li> <li>• linee guida della comunicazione del P.O. FSE</li> <li>• manuale d'uso per la diffusione di: visual identity, pay off, head line, modalità di riproduzione su tutte le tipologie di strumenti di comunicazione dell'immagine coordinata</li> <li>• seminari informativi destinati al personale interno, al partenariato economico-sociale ed istituzionale, alle reti locali per la programmazione, progettazione, realizzazione, valutazione delle azioni di comunicazione</li> <li>• Pagine web interattive nel portale regionale</li> <li>• assistenza tecnica alla comunicazione del PO FSE</li> </ul>
Modalità di valutazione	Misurazione della diffusione e monitoraggio dell'adeguamento dei progetti di comunicazione alla strategia e agli obiettivi del piano di comunicazione.
Budget	0,3 Meuro

<b>2. CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE</b>	
Obiettivo generale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione Europea, dall'Italia e dalla Regione Campania.</li> <li>• Conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del P.O. FSE, dei programmi e progetti avviati e dei risultati conseguiti</li> </ul>
Obiettivo operativo	Accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti.
Pubblico di riferimento	Cittadini campani, italiani, europei.
Contenuto	Il progetto prevede di definire e pianificare campagne di comunicazione che consentano, in maniera efficace e mirata, di informare l'opinione pubblica e tutti i soggetti interessati sugli obiettivi assunti; dare visibilità alle attività messe in campo, ai risultati conseguiti e alle risorse premiali ottenute; accrescere la consapevolezza dei potenziali destinatari dei servizi; valorizzare ulteriormente le iniziative messe in campo stimolando nei cittadini comportamenti più favorevoli e propositivi, in particolare in relazione ai temi degli obiettivi strategici del programma. Inoltre, il progetto conterrà azioni di diffusione dei risultati raggiunti in corrispondenza con la redazione dei Rapporti annuali esecutivi, in modo da dare conto dei risultati progressivamente ottenuti, utilizzando il claim "la tua Campania cresce in Europa", appositamente studiato per descrivere in sintesi il concetto che l'accesso di tutti, senza discriminazioni, ai diversi livelli di istruzione, formazione e al mercato del lavoro, e che la componente multiculturale della nostra società, siano una necessità imprescindibile allo sviluppo, alla crescita e all'innovazione del nostro sistema economico, produttivo, culturale, sociale.
Periodo di realizzazione	Ciascun anno del periodo di programmazione: 2008/2013
Modalità di realizzazione	<p>Si prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzo dell'immagine coordinata realizzata dal prog. I;</li> <li>• affissioni manifesti e locandine;</li> <li>• spot per il circuito televisivo e radiofonico;</li> <li>• inserti nei quotidiani e periodici locali e nelle edizioni locali dei quotidiani nazionali;</li> <li>• materiale informativo destinato ai diversi pubblici;</li> <li>• pagine web da pubblicare sul portale della Regione Campania e/o ospitate presso altri siti istituzionali;</li> <li>• gadget;</li> <li>• organizzazione di convegni e forum;</li> <li>• realizzazione di video.</li> </ul>
Modalità di valutazione	Quantità e diffusione degli strumenti realizzati. Rilevazione dei presenti alle iniziative organizzate. Sondaggi a campione sui target di riferimento, rassegne della stampa e dei media
Budget	1,4 meuro (200mila euro per ciascun anno)

<b>3. Il sistema lavoro in Campania: il mondo produttivo ed il lavoratore</b>	
Obiettivo generale	Consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania
Obiettivo operativo	Fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi
Pubblico di riferimento	Sistema delle imprese. Partenariato. Istituzioni.
Contenuto	<p>Supportare con azioni e attività di comunicazione, per la divulgazione dell'attuazione dei progetti FSE, i seguenti processi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sviluppo di sistemi di formazione continua finalizzati all'adattabilità dei lavoratori</li> <li>- innovazione della produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro</li> <li>- sviluppo di politiche di servizi per l'anticipazione e gestione dei cambiamenti, promozione della competitività e dell'imprenditorialità</li> </ul>
Periodo di realizzazione	2008/2013
Modalità di realizzazione	<p>Gli strumenti da utilizzare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- declinazione delle linee guida e del manuale d'uso previsti dal progetto I per l'immagine coordinata</li> <li>- ciclo di seminari informativi e/o work shop</li> <li>- strumenti cartacei e digitali</li> <li>- News letter Campania Europa news</li> <li>- pagine web dedicate nel portale regionale</li> <li>- sistema informativo della comunicazione PO FSE</li> </ul>
Modalità di valutazione	Quantità e diffusione degli strumenti realizzati. Rilevazione dei presenti alle iniziative organizzate. Sondaggi a campione sui target di riferimento.
Budget	0.5 Meuro

<b>4. Occupazione e cambiamento: le strategie per le politiche del lavoro</b>	
Obiettivo generale	Consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania
Obiettivo operativo	Fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi
Pubblico di riferimento	Enti locali, Enti formativi, associazioni ed enti del terzo settore, imprese, cittadini campani, in particolar modo: giovani e donne, inoccupati, disoccupati, immigrati.
Contenuto	<p>Supportare con azioni e attività di comunicazione, per la divulgazione dell'attuazione dei progetti FSE, nei seguenti processi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accompagnamento delle istituzioni del mercato del lavoro per aumentarne la regolarità, l'efficienza, l'efficacia, la qualità e l'inclusività.</li> <li>- Attuazione delle politiche del lavoro attive e preventive con particolare attenzione all'integrazione dei migranti nel MdL, all'invecchiamento attivo, al lavoro autonomo e all'avvio di imprese.</li> <li>- Miglioramento dell'accesso delle donne all'occupazione e riduzione delle disparità di genere.</li> </ul>
Periodo di realizzazione	2008/2013
Modalità di realizzazione	<p>Strumenti ed attività previsti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- declinazione delle linee guida e del manuale d'uso previsti dal progetto I per l'immagine coordinata Campagna di comunicazione diretta ai destinatari dei progetti PO FSE</li> <li>- ciclo di seminari informativi e/o work shop</li> <li>- strumenti cartacei e digitali</li> <li>- News letter Campania Europa news</li> <li>- pagine web dedicate nel portale regionale</li> <li>- sistema informativo della comunicazione PO FSE: sezione Campania Opportunità, quale centro informativo online di raccolta delle informazioni destinate direttamente alle persone (corsi di formazione, percorsi di inserimento lavorativo, graduatorie, stage, borse di studio etc)</li> </ul>
Modalità di valutazione	Quantità e diffusione degli strumenti realizzati. Sondaggi a campione ai cittadini campani.
Budget	0,9 Meuro

<b>5. Lo svantaggio è un vantaggio: discriminazione Zero</b>	
Obiettivo generale	Trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni affinché l'accesso agli atti pubblici diventi più facile
Obiettivo operativo	Conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del P.O. Campania FSE
Pubblico di riferimento	Enti locali, Enti formativi, associazioni terzo settore, imprese, cittadini campani, in particolar modo soggetti svantaggiati
Contenuto	Supportare con azioni e attività di comunicazione per la divulgazione dell'attuazione dei progetti FSE, i processi che possano agevolare lo sviluppo di percorsi di integrazione volti a migliorare l'inserimento ed il reinserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati per combattere ogni forma di discriminazione nel mercato del lavoro.
Periodo di realizzazione	2008/2013
Modalità di realizzazione	Strumenti ed attività previsti: <ul style="list-style-type: none"> <li>- declinazione delle linee guida e del manuale d'uso previsti dal progetto I per l'immagine coordinata Campagna di comunicazione diretta ai destinatari dei progetti PO FSE</li> <li>- seminari informativi e/o work shop</li> <li>- strumenti cartacei e digitali</li> <li>- News letter Campania Europa news</li> <li>- pagine web dedicate nel portale regionale</li> <li>- sistema informativo della comunicazione PO FSE: sezione Campania Opportunità: centro informativo online di raccolta delle informazioni destinate direttamente alle persone (corsi di formazione, percorsi di inserimento lavorativo, graduatorie, stage, borse di studio etc)</li> </ul>
Modalità di valutazione	Quantità e diffusione degli strumenti realizzati, numero di accesso alle pagine web. Sondaggi a campione ai cittadini campani.
Budget	0,9 Meuro

<b>6. La scuola: una porta sul nostro futuro</b>	
Obiettivo generale	Conoscenza da parte dei cittadini dei benefici e dei risultati del P.O. FSE
Obiettivo operativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantire che il programma venga ampiamente diffuso e che sia facilmente accessibile a tutti i potenziali beneficiari.</li> <li>• Fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi</li> </ul>
Pubblico di riferimento	Sistema scolastico, universitario e formativo. Centri studi e di ricerca.
Contenuto	<p>Supportare con azioni e attività di comunicazione, per la divulgazione dell'attuazione dei progetti FSE, i seguenti processi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elaborazione, introduzione e attuazione delle riforme dei sistemi di istruzione, formazione e lavoro per migliorarne l'integrazione e sviluppare l'occupabilità, con particolare attenzione all'orientamento;</li> <li>- aumento della partecipazione all'apprendimento permanente, anche attraverso provvedimenti intesi a ridurre l'abbandono scolastico e la disparità di genere;</li> <li>- aumento dell'accesso all'istruzione e alla formazione iniziale, professionale e universitaria, migliorandone la qualità;</li> <li>- creazione di reti tra università, centri tecnologici di ricerca, mondo produttivo e istituzionale.</li> </ul>
Periodo di realizzazione	2008/2013
Modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ciclo di incontri periodici per addetti ai lavori</li> <li>- Partecipazione ad eventi di settore locali</li> <li>- Strumenti cartacei e digitali a supporto delle iniziative</li> <li>- Pagine web nel portale regionale</li> <li>- sistema informativo della comunicazione PO FSE: sezione Campania Opportunità, quale centro informativo online di raccolta delle informazioni destinate direttamente alle persone (corsi di formazione, percorsi di inserimento lavorativo, graduatorie, stage, borse di studio etc)</li> </ul>
Modalità di valutazione	Quantità e diffusione degli strumenti realizzati, numero di accessi alle pagine web. Sondaggi a campione ai target di riferimento.
Budget	0,9 Meuro

<b>7. La Campania Globale: strategie di innovazione per il futuro senza confini</b>	
Obiettivo generale	Consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea, dall'Italia e dalla Regione Campania.
Obiettivo operativo	Accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea, dell'Italia e della Regione Campania nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti.
Pubblico di riferimento	Sistema scolastico, universitario e formativo, centri studio e ricerca. Sistema imprese.
Contenuto	Supportare con azioni e attività di comunicazione per la divulgazione dell'attuazione dei progetti FSE la realizzazione e lo sviluppo di iniziative interregionale e transnazionale, con particolare attenzione allo scambio delle buone pratiche.
Periodo di realizzazione	2008/2013
Modalità di realizzazione	Sistema informativo della comunicazione PO FSE: sezione Campania Opportunità, quale centro informativo online di raccolta delle informazioni destinate direttamente alle persone (corsi di formazione, percorsi di inserimento lavorativo, graduatorie, stage, borse di studio etc).
Modalità di valutazione	Numero di accessi alla sezione web dedicata. Sondaggi a campione sui target di riferimento, anche attraverso questionari somministrati via web.
Budget	0,1 Meuro

#### 4.2 Tabella riassuntiva dei costi/budget

<i>1. La comunicazione integrata ed il PO Campania FSE - Sinergie e coordinamento</i>	€ 300.000,00
<i>2. Le campagne di comunicazione del PO FSE</i>	€ 1.400.000,00
<i>3. Il sistema lavoro in Campania: il mondo produttivo ed il lavoratore</i>	€ 500.000,00
<i>4. Occupazione e cambiamento: le strategie per le politiche del lavoro</i>	€ 900.000,00
<i>5. Lo svantaggio è un vantaggio: Discriminazione Zero</i>	€ 900.000,00
<i>6. La scuola: una porta sul nostro futuro</i>	€ 900.000,00
<i>7. La Campania Globale: strategie di innovazione per il futuro senza confini</i>	€ 100.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 5.000.000,00</b>

## 5. La struttura organizzativa

La gestione e il coordinamento del Piano di comunicazione del P.O. Campania FSE è di responsabilità dell'Autorità di gestione, presso l'Area di Coordinamento 03 della Regione Campania.

Per l'attuazione del Piano di Comunicazione sarà individuata una struttura ad hoc, con una unità operativa posta alle dipendenze della Autorità di gestione, e di volta in volta integrata dalle competenze utili all'attuazione dei singoli progetti nonché dalle eventuali competenze esterne che sarà opportuno acquisire.

Le azioni di comunicazione di ciascun Asse, saranno delineate in base alla strategia impostata nell'ambito dei progetti che hanno dato l'avvio alle tematiche identificate nei 5 progetti del Piano di Comunicazione descritti poc'anzi.

I Responsabili degli obiettivi operativi saranno tenuti ad informare semestralmente l'Autorità di gestione del FSE circa le attività e le azioni di comunicazione che prevedono di attuare al di fuori da quelle stabilite dal presente piano, in modo da consentirne il coordinamento centralizzato da parte del Responsabile del Piano di comunicazione del P.O. Campania FSE 2007-2013, anche in coerenza alle attività di comunicazione della Programmazione unitaria.

Gli oneri di funzionamento dell'unità operativa, compresi quelli delle eventuali competenze esterne da acquisire, adeguate all'entità dei compiti da assolvere, saranno posti a carico delle risorse dell'Asse VI Assistenza Tecnica del P.O. FSE 2007-2013.

## 6. Monitoraggio e valutazione

Il sistema di monitoraggio, anche alla luce dell'esperienza relativa al periodo di programmazione 2000-2006, mira ad accompagnare la realizzazione del P.O. Campania FSE 2007-2013 attraverso:

1. la verifica continua dello stato di attuazione delle azioni di pubblicità e informazione programmate;
2. la verifica continua del rispetto delle regole imposte dal Regolamento (CE) n.1828/2006;
3. la verifica della coerenza delle azioni di informazione e pubblicità rispetto agli obiettivi del programma;
4. il monitoraggio delle criticità incontrate dall'organizzazione nel processo di attuazione;
5. l'individuazione di casi di successo, al fine di analizzare gli elementi positivi da replicare.

Il monitoraggio individua:

- i destinatari delle azioni informative;
- gli strumenti realizzati, la quantità e i contenuti principali;
- quantità e modalità della distribuzione degli strumenti/attività prodotte (spazi media; distribuzione a convegni, manifestazione, centri informativi, ecc.).

Si intende inoltre valutare l'efficacia della comunicazione prevedendo e programmando per le principali azioni di comunicazione realizzate un'indagine che ne verifichi i risultati presso i pubblici di riferimento. Risulta, infatti, indispensabile che accanto ad un monitoraggio continuo interno che tende a rimuovere eventuali problematiche organizzative che possano ostacolare la realizzazione, si faccia il punto sui risultati, che laddove risultino negativi, richiedono un intervento che ne valuti le cause, indicando possibili soluzioni.

Il sistema di monitoraggio poggia su alcuni strumenti:

- un gruppo di lavoro che svolge anche funzioni di assistenza tecnica sui temi della comunicazione;
- un modello di rilevazione standardizzato che si basa su una scheda informatizzata e su interviste dirette a chi ha la responsabilità di realizzare le azioni;
- una data base che raccoglie e archivia azioni e strumenti di comunicazione realizzati;
- un rapporto annuale che rappresenta un momento di condivisione sul percorso svolto.

I dati raccolti dal monitoraggio rappresentano la base per svolgere un'azione di autovalutazione rispetto a quanto realizzato e di valutazione dei risultati ottenuti.

## **Reportistica**

La realizzazione del piano sarà accompagnata da attività di informazione nei confronti del Comitato di Sorveglianza, relative ai progressi nella sua attuazione, agli interventi informativi e pubblicitari realizzati e agli strumenti di comunicazione utilizzati, fornendo esempi e materiali prodotti. I rapporti annuali e il rapporto finale di esecuzione del POR conterranno una sezione specifica sull'attuazione del piano di comunicazione. Nel rapporto annuale del 2010 e in quello finale si darà inoltre conto della valutazione del piano in termini di visibilità del POR e consapevolezza sul ruolo svolto dall'Unione europea, in conformità all'articolo 4 del Regolamento (CE) n.1828/2006.