

**QSN 2007 - 2013**

\*\*\*\*\*

**Piano di Comunicazione**  
**del**  
**Programma Operativo Interregionale**  
***"Attrattori culturali, naturali e turismo"***  
**(POIn - FESR)**

## Indice

1	Premessa .....	3
2	Quadro Strategico della Comunicazione .....	4
2.1	Contesto .....	4
2.2	Obiettivi del Piano .....	5
2.3	Strategia attuativa .....	7
2.4	Destinatari .....	8
3	Le azioni della comunicazione .....	11
3.1	Azioni e strumenti di comunicazione .....	11
3.2	Relazione con obiettivi e destinatari del Piano .....	13
4	Organismi incaricati dell'attuazione del Piano .....	16
4.1	Reti di comunicazione sul territorio .....	17
5	Sorveglianza del Piano di Comunicazione .....	18
6	Fasi e tempi di realizzazione del piano di comunicazione .....	22
7	Budget per l'attuazione del Piano .....	23

## 1 Premessa

Il Regolamento generale CE n. 1083/2006, recante disposizioni generali sul Fondo di Sviluppo Regionale, sul Fondo Sociale Europeo e sul Fondo di Coesione, all'art. 69 stabilisce le modalità per la realizzazione delle attività di comunicazione ed informazione nell'ambito dei processi di attuazione dei programmi operativi finanziati a valere sui Fondi strutturali.

Le modalità di applicazione di tale disposizione sono definite nel Capo II, Sezione I, del Regolamento di attuazione della Commissione Europea n. 1828/06 nel quale viene confermato l'obbligo di definire, per ciascun Programma Operativo, uno specifico Piano di Comunicazione recante l'illustrazione degli obiettivi delle attività di comunicazione, dei gruppi di destinatari, della strategia e del contenuto delle azioni previste, delle risorse economiche disponibili, dei soggetti amministrativi responsabili della corretta attuazione degli interventi e dei criteri per la valutazione degli stessi.

Copia del Piano deve essere sottoposta ai servizi competenti della CE per il relativo esame di compatibilità di cui all'art. 3 dello stesso regolamento.

Attraverso le citate disposizioni, i nuovi regolamenti comunitari mirano, da un lato, ad avvicinare i cittadini all'Europa, sensibilizzandoli sul ruolo dell'Unione Europea e sul valore aggiunto delle politiche di coesione, dall'altro, intendono facilitare l'attuazione dei Programmi operativi, garantendo un'adeguata trasparenza sulle azioni ed i meccanismi di accesso alle forme di finanziamento in essi previste, incentivando i potenziali beneficiari finali a ricorrervi.

Lo stesso QSN 2007-2013, al paragrafo VI.2.5 dedicato all'informazione ed alla comunicazione, individua quale obiettivo prioritario delle azioni di comunicazione *"la crescita della consapevolezza e del consenso sulle finalità, i metodi e i risultati della politica regionale unitaria... Recepire appieno tali indirizzi nei piani di comunicazione dei Programmi sarà fondamentale sia per stabilire un solido collegamento fra comunicazione e partecipazione democratica delle forze sociali ed economiche espresse dalla società civile alla fase di implementazione delle politiche e al raggiungimento degli obiettivi, sia per promuovere quel consenso culturale e politico intorno alla politica regionale ad oggi ancora carente"*.

In linea con le disposizioni comunitarie e del QSN, la Regione Campania, in qualità di Autorità di Gestione del Programma Operativo Interregionale *"Attrattori culturali, naturali e turismo"* (POIn), è responsabile della redazione ed attuazione del relativo Piano di Comunicazione, riconoscendo in esso lo strumento attraverso cui assicurare un'adeguata strategia di informazione e comunicazione finalizzata a contribuire al perseguimento degli obiettivi e delle azioni previste dal Programma ed a diffondere sul territorio nazionale e regionale informazioni dettagliate e trasparenti sulle modalità di attuazione dello stesso.

## **2 Quadro Strategico della Comunicazione**

### **2.1 Contesto**

Il POIn costituisce lo strumento principale attraverso cui promuovere e sostenere lo sviluppo socio-economico delle Regioni dell'Obiettivo Convergenza puntando sulla valorizzazione, il rafforzamento e l'integrazione su scala interregionale del patrimonio culturale, naturale e paesaggistico in esse presente. A tal fine assume quali obiettivi specifici i seguenti:

- Obiettivo "A" – Migliorare l'attrattività dei territori regionali attraverso la valorizzazione e l'integrazione su scala interregionale dei Poli e degli attrattori culturali, naturali e paesaggistici.
- Obiettivo "B" – Promuovere e sostenere la competitività, in particolare sui mercati internazionali, dei servizi di ricettività e di accoglienza, nonché delle imprese che operano in campo culturale ed ambientale e rappresentano componenti integrate e complementari dell'offerta turistica regionale.
- Obiettivo "C" – Sostenere e rafforzare le capacità e le competenze tecniche del personale delle istituzioni e degli organismi responsabili della programmazione, dell'attuazione, del monitoraggio e della valutazione del Programma.

Per il perseguimento di tali obiettivi, il Programma individua nelle Reti Interregionali di offerta e nei Poli, ovvero nelle aree di massima concentrazione di attrattori culturali, naturali e/o paesaggistici di elevato pregio e/o qualità intrinseca, l'oggetto principale della sua azione.

La promozione e valorizzazione delle Reti interregionali e dei relativi Poli sarà finalizzata a rafforzare la competitività complessiva dell'offerta culturale, naturale e turistica delle Regioni CONV, in particolare per quanto attiene il mercato internazionale, sostenendone la percezione quale unico sistema interregionale di offerta.

Pertanto, gli interventi del POIn dovranno necessariamente essere attuati in estremo coordinamento e sinergia con le *policy* più specifiche previste a livello territoriale, attuate dai singoli Programmi Operativi Regionali. Ciò nell'intento di rafforzare e migliorare l'efficacia complessiva delle stesse nel determinare maggiori e/o più selezionati flussi di domanda turistica, capaci di sostenere lo sviluppo in chiave sostenibile degli stessi territori.

Gli interventi di cui si compone la strategia del Programma sono organizzati in tre Assi prioritari:

- Asse I – Valorizzazione ed integrazione su scala interregionale dei Poli e degli attrattori culturali, naturali e paesaggistici in essi localizzati;

- Asse II – Competitività delle imprese del settore turistico, culturale ed ambientale e promozione dell'offerta delle Regioni CONV;
- Asse III – Azioni di assistenza tecnica.

Il primo Asse *“Valorizzazione ed integrazione su scala interregionale dei Poli e degli attrattori culturali, naturali e paesaggistici in essi localizzati”* assume quale obiettivo specifico il miglioramento dell'attrattività dei territori regionali prevedendo iniziative di carattere strutturale e infrastrutturale sul patrimonio culturale, naturale e paesaggistico in essi presente ed azioni tese allo sviluppo di forme di integrazione interregionale tra i diversi ambiti e sistemi di attrattori in essi localizzati.

Attraverso l'Asse II *“Competitività delle imprese del settore turistico, culturale ed ambientale e promozione dell'offerta delle Regioni CONV”*, il Programma mira al rafforzamento della competitività dei sistemi economici e produttivi regionali ed interregionali favorendo ed accompagnando, da un lato, lo sviluppo delle imprese turistiche e di quelle che interagiscono con la fruizione turistica dei Poli selezionati, e realizzando, dall'altro, iniziative per rafforzare la visibilità e la riconoscibilità, anche sui mercati internazionali, dell'offerta turistica delle Reti interregionali e dei Poli che le compongono. In relazione a quest'ultimo obiettivo, il Programma intende, altresì, realizzare azioni specifiche di promozione, comunicazione e di sostegno alla commercializzazione turistica delle destinazioni selezionate e delle risorse di eccellenza valorizzate (Linea di intervento II.b.1).

L'Asse III *“Azioni di Assistenza Tecnica”* punta, invece, al rafforzamento del livello di efficacia, incisività ed efficienza del processo di attuazione delle linee di intervento del Programma, al fine di ottimizzare l'impiego delle risorse impegnate nel perseguimento degli obiettivi generali e specifici assunti a fondamento della strategia dei relativi assi.

## 2.2 Obiettivi del Piano

Alla luce delle finalità perseguite dal Programma, il presente Piano di comunicazione assume quale obiettivo generale il seguente:

***“Portare a conoscenza dei cittadini e dei beneficiari attuali e potenziali le finalità e le modalità operative attraverso cui troverà attuazione il Programma, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di incentivazione in esso previsti ed evidenziando la partecipazione della Commissione Europea e dei Fondi Strutturali alla programmazione ed al finanziamento dello stesso”.***

Tale obiettivo si declina, a sua volta - in conformità a quanto previsto dalla normativa comunitaria di riferimento - nei seguenti obiettivi specifici:

1. assicurare trasparenza e promozione alle finalità ed alle attività legate all'attuazione del Programma;
2. informare i beneficiari attuali e potenziali circa i tempi, le modalità e le opportunità di accesso ai contributi, garantendo così i diritti di partecipazione, informazione e accesso agli atti;
3. informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea e dagli Stati membri nella realizzazione degli interventi e sui risultati effettivamente conseguiti;
4. assicurare l'informazione sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di Sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma;
5. ottimizzare l'utilizzo dei finanziamenti; coinvolgere e motivare le categorie economiche potenzialmente interessate a presentare domande di finanziamento e i partner che collaborano con l'Autorità di Gestione per la realizzazione degli interventi previsti dall'azione dal Programma;
6. valorizzare l'immagine e l'impegno istituzionale degli enti coinvolti nell'attuazione del Programma (in particolare trasferire un'immagine delle Amministrazioni centrali e regionali e della Commissione Europea vicine al territorio);
7. pubblicizzare i vantaggi derivanti per la collettività dall'attuazione del Programma.

Tali obiettivi saranno perseguiti assumendo a riferimento i seguenti principi guida che caratterizzano l'azione strategica del POIn:

- l'**aggiuntività** del Programma rispetto alle *policy* d'intervento attuate a scala territoriale e settoriale dalle Amministrazioni regionali attraverso i rispettivi Programmi Operativi Regionali 2007 – 2013;
- la **natura interregionale del Programma** quale paradigma attraverso cui le azioni di informazione, comunicazione e di pubblicità dovranno uniformarsi per superare la frammentarietà delle politiche promozionali ed informative attuate in materia di turismo e di valorizzazione del patrimonio culturale e naturale nel precedente periodo di programmazione;
- il riconoscimento del complesso di attrattori culturali, naturali e turistici delle Regioni CONV, quale **unico sistema integrato sovra-regionale di offerta**.

## 2.3 Strategia attuativa

Il processo di attuazione del presente Piano avverrà secondo modalità operative incentrate:

- sul coordinamento strategico ed operativo dell'Autorità di Gestione con il Comitato Tecnico di Coordinamento per l'Attuazione (CTCA) quale espressione del partenariato istituzionale ed economico-sociale coinvolto nella realizzazione del Programma;
- sul riconoscimento – in conformità alle vigenti disposizioni regolamentari – del Comitato di Sorveglianza quale organismo preposto alle funzioni di supervisione e controllo delle attività oggetto del presente Piano;
- sull'integrazione di strumenti e di canali di comunicazione mirati alle caratteristiche e alle esigenze dei diversi gruppi di destinatari, attraverso:
  - o un'informazione corretta, completa e trasparente, adeguata ai *target* a cui si rivolge;
  - o la vicinanza ai territori: le attività di comunicazione devono essere organizzate in modo tale da essere vicine agli interessi specifici dei territori e attraverso canali informativi che siano preferiti dai cittadini, incrementando anche l'utilizzo di media regionali e locali;
- sul coordinamento con le azioni di comunicazione attuate a scala nazionale e regionale dagli organismi centrali e regionali titolari di Programmi operativi coerenti e/o convergenti con le finalità del POIn.

La scelta delle azioni e degli strumenti da utilizzarsi ai fini dell'attuazione del Piano è legata alle diverse fasi di implementazione del Programma e al tipo di comunicazione necessaria e più opportuna in ciascuna di esse:

- nella fase iniziale di attuazione del Programma, le attività di comunicazione, informazione e pubblicità saranno volte prevalentemente ad illustrare le finalità, i contenuti e le modalità di attuazione dello stesso;
- nelle fasi successive, le attività di comunicazione, informazione e pubblicità saranno prevalentemente concentrate sulla diffusione dei risultati ottenuti e delle prospettive di sviluppo avviate.

## **2.4 Destinatari**

Secondo le direttive della Commissione Europea (artt. 5, 6 e 7 del Regolamento CE 1828/2006), i destinatari delle azioni informative e pubblicitarie dei Piani di Comunicazione possono essere suddivisi in tre principali macro-categorie di riferimento: i potenziali beneficiari, i beneficiari degli interventi e il grande pubblico.

In aggiunta a tali macro-categorie, il presente Piano individua nei Partner del Programma - ovvero nel Partenariato istituzionale ed economico-sociale e nel complesso delle Amministrazioni centrali, regionali e locali coinvolte nell'attuazione dello stesso - un target specifico delle azioni di comunicazione, cui destinare un canale informativo dedicato, funzionale ad una più efficace attuazione del Programma.

### ***Potenziali beneficiari***

Appartengono a questa categoria tutti i soggetti beneficiari che possono accedere alle opportunità di finanziamento previste nell'ambito dell'Asse II del Programma (es. PMI e loro aggregazioni attive nei settori e nelle attività che rivestono interesse turistico).

Con riferimento a questo specifico target, l'azione del Piano punta a fornire un quadro informativo adeguato ed accessibile sulle opportunità di finanziamento, di supporto e di incentivazione offerte dal Programma, indirizzando gli interessati verso le soluzioni/strumenti più conformi alle loro specifiche esigenze.

La comunicazione dovrà accompagnare l'avvio del Programma, diffondendo informazioni mirate sulle opportunità offerte, con una comunicazione improntata a contenuti semplificati e di immediata accessibilità attraverso cui sensibilizzare il pubblico dei potenziali beneficiari verso l'adesione al Programma mediante la formulazione di progettualità coerenti con le finalità dello stesso.

L'Autorità di gestione, di concerto con il CTCA, dovrà, a tal proposito, fornire ai beneficiari potenziali informazioni chiare, esaurienti e aggiornate sui seguenti aspetti principali:

- a. le opportunità di finanziamento, di incentivazione e di sostegno offerte dal Programma;
- b. le procedure amministrative da seguire per poter ottenere i finanziamenti nell'ambito del Programma;
- c. le procedure di esame delle domande di finanziamento;
- d. le condizioni di ammissibilità e/o i criteri di selezione e valutazione dei progetti sovvenzionati;



- e. i nomi delle persone o gli uffici a livello nazionale, regionale o locale, presso i quali è possibile ottenere spiegazioni sulle modalità di attuazione del Programma e sui criteri di selezione e valutazione delle operazioni da finanziare.

Con riferimento a quest'ultimo punto, le attività di comunicazione e di informazione saranno espletate in conformità alle prescrizioni di cui all'art. 5 del regolamento generale CE 1828/2006.

### ***Beneficiari***

Appartengono a questa categoria, tutti coloro i quali risultano aver beneficiato delle opportunità di finanziamento, di incentivazione e di sostegno oggetto delle linee d'intervento del Programma e che come tali necessitano di informazioni e supporto sulle procedure amministrative, sugli obblighi informativi e pubblicitari conseguenti al beneficio accordato.

L'Autorità di gestione, ovvero il soggetto attuatore incaricato, provvede affinché i beneficiari a cui viene notificata l'attribuzione di un aiuto siano informati in merito all'obbligo di rendere nota al pubblico la sovvenzione ottenuta dai Fondi (art. 8 del Reg. CE 1828/06) realizzando, se beneficiari di finanziamenti superiori a 500.000,00 €, un cartellone con una targa esplicativa del progetto, slogan e logo della Commissione Europea e gli eventuali elementi informativi prescritti, da esporre nel luogo in cui si colloca l'intervento realizzato.

In ottemperanza a quanto previsto all'art. 7 del Reg. (CE) 1828/06, in attuazione del principio di trasparenza, ai beneficiari sarà notificato l'inserimento dei relativi dati all'interno di un apposito elenco (c.d. elenco dei beneficiari) che sarà reso pubblico mediante pubblicazione su di un apposito sito web.

### ***Grande pubblico***

E' il complesso dei destinatari delle attività previste nel presente Piano, in particolare la popolazione residente all'interno dei territori regionali eleggibili alle azioni del Programma.

I cittadini saranno opportunamente informati sul Programma, sulle fasi di realizzazione e sui risultati dello stesso, evidenziando il valore aggiunto della programmazione europea a sostegno dello sviluppo innovativo e sostenibile dei territori e delle società regionali. Particolare rilievo sarà attribuito al ruolo dell'Unione Europea nel contribuire a rendere trasparenti le politiche regionali e nel sollecitare la partecipazione dei cittadini e la loro vicinanza alle istituzioni.

Le azioni di comunicazione rivolte a questo particolare target verranno attuate prestando particolare attenzione alla scelta dei canali mediatici più indicati, ciò allo scopo di assicurare

una capillare disseminazione delle informazioni, capace di suscitare interesse nei destinatari finali.

***Partner (Partenariato istituzionale ed economico-sociale, Enti Locali)***

Il Piano individua del complesso dei soggetti istituzionali e nei referenti del partenariato istituzionale ed economico-sociale coinvolti nell'attuazione del Programma, un autonomo target delle azioni di comunicazione.

Appartengono a questa categoria, anche, gli eventuali Organismi intermedi che l'Autorità di Gestione, di concerto con il CTCA, potrà incaricare dell'attuazione di specifiche linee d'azione del Programma o di parte di esse.

Con riferimento a questo target, il Piano punta ad assicurare un'adeguata, puntuale e trasparente circolazione delle informazioni, attraverso l'uso di canali preferenziali mediante i quali consentire un coinvolgimento attivo ed informato degli stessi partner nella formazione dei principali processi decisionali inerenti l'attuazione del Programma.

Particolare attenzione sarà data alle azioni di comunicazione nella fase di avvio del processo di attivazione del Programma, con specifico riferimento alle procedure di individuazione e di selezione delle Reti interregionali di offerta ed ai relativi Poli che le compongono.

Successivamente, le azioni di comunicazione saranno tese alla diffusione dei risultati ottenuti nella fase di prima attuazione del Programma ed allo scambio di informazioni a contenuto tecnico e specialistico a favore dei soggetti coinvolti nel processo di attuazione degli interventi.

I partner saranno, altresì, informati sulle modalità di comunicazione ai potenziali beneficiari delle opportunità di finanziamento previste dall'azione del Programma e sulle procedure amministrative che questi ultimi dovranno seguire per potervi accedere.

### **3 Le azioni della comunicazione**

#### **3.1 Azioni e strumenti di comunicazione**

Il Piano di comunicazione sarà attuato attraverso le azioni e gli strumenti di seguito descritti.

##### **a) Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)**

In quest'ambito, è prevista l'organizzazione di **incontri** e **tavoli tecnici** periodici finalizzati all'informazione del personale operante nelle Amministrazioni centrali e regionali coinvolte nell'attuazione del Programma. In questo modo, si vuole assicurare un'adeguata integrazione e coordinamento con la rete di operatori che interagiscono con l'Autorità di Gestione del Programma, anche allo scopo di raccogliere suggerimenti ed indicazioni utili al miglioramento organizzativo ed alla diffusione delle buone pratiche nel frattempo sperimentate e/o realizzate anche in altri contesti operativi.

Nella fase di prima attuazione del Programma, è prevista la realizzazione di un **ciclo di seminari tecnici** volti a illustrare a scala regionale i contenuti tecnici del Programma.

Destinatari di questa azione sono le Amministrazioni nazionali, regionali e le istituzioni locali coinvolte nell'attuazione del Programma, nonché del partenariato istituzionale ed economico sociale rappresentati nel CTCA e nel Comitato di Sorveglianza.

##### **b) Comunicazione on-line (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)**

L'esperienza dei precedenti cicli di programmazione delle politiche regionali ha messo in luce l'efficacia della comunicazione via *web*, come uno degli strumenti più importanti per comunicare e diffondere le notizie in modo sicuro, veloce e aggiornato.

A tale scopo, è prevista la progettazione e la realizzazione di un portale informativo interamente dedicato al POIn quale ambiente virtuale funzionale alla condivisione di documenti, dati, informazioni ed esperienze relative all'attuazione del Programma

Il sito sarà impostato in modo da:

- consentire un accesso rapido e semplificato a tutte le informazioni ed alla documentazione disponibile (compresi i testi integrali dei documenti), con particolare riferimento alle procedure di accesso ai finanziamenti, ai criteri di selezione e valutazione degli interventi, nonché ai nominativi dei referenti chiamati a fornire ulteriori informazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità;

- attivare un contatto diretto con i potenziali destinatari – anche mediante la creazione di una comunità virtuale – attraverso cui promuovere una fattiva interazione con i differenti soggetti portatori di interessi qualificati e/o diffusi all’attuazione del programma, raccogliendo pareri e suggerimenti;
- consentire una realizzazione modulare dello stesso, anche al fine di prevedere l’implementazione di sezioni tematiche dedicate ad argomenti specifici (es. focus su attrattori culturali o naturali, buone prassi, agenda del programma, altri simili).

Al fine di accrescerne la visibilità e l’accessibilità del portale da parte degli utenti, l’URL del dominio selezionato sarà inserito/richiamato all’interno di tutte le differenti forme e strumenti di comunicazione previsti nel presente Piano; esso, sarà altresì inserito tra i collegamenti istituzionali presenti su tutti i principali portali web delle Amministrazioni centrali e regionali coinvolte nell’attuazione del Programma.

Il portale web costituirà un mezzo privilegiato sia di informazione tecnica e specialistica per gli operatori pubblici e privati potenziali beneficiari delle azioni, sia di sensibilizzazione per l’intera opinione pubblica sui temi generali, attraverso la sua azione costante e aggiornata per tutto il periodo di programmazione.

All’interno del portale, saranno, inoltre, previste applicazioni telematiche funzionali al rafforzamento dell’interazione con l’utente (es. servizio di newsletter, area FAQ, Forum del POIn, area download, ecc.).

Il portale costituirà anche lo strumento attraverso cui promuovere l’offerta culturale, naturale e turistica delle Reti interregionali selezionate e dei relativi Poli.

### **c) *Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee***

Seppur in misura ridotta, il Piano prevede la produzione e la distribuzione ad un target selezionato di alcune pubblicazioni cartacee aventi ad oggetto i seguenti materiali principali.

- testo del Programma;
- materiali informativi di supporto e facilitazione;
- materiali divulgativi (brochure), pieghevoli, altro;
- materiali di diffusione dei risultati;
- raccolta dei progetti e delle buone prassi.

Copia delle stesse pubblicazioni sarà resa disponibile a tutti gli interessati all’interno dell’area download del portale web del Programma.

#### **d) Relazioni con i media**

Allo scopo di assicurare un'efficace coordinamento e gestione delle relazioni con i media, è prevista l'attivazione di un ufficio stampa del Programma cui compete la predisposizione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa, giornate informative, eventuali servizi per siti web di organismi interessati alla realizzazione delle iniziative del POIn.

Tale struttura si coordinerà con le omologhe presenti all'interno delle Amministrazioni centrali e regionali coinvolte nell'attuazione del Programma.

#### **e) Call Center e numero verde**

Allo scopo di offrire al pubblico un servizio di informazione di immediata accessibilità, alternativo al canale web, il Piano prevede la possibilità di attivare un numero verde gestito da un *call center* per fornire un servizio informativo generale sulle misure del Programma ed orientare l'utente verso la fonte specifica di informazione più adatta in relazione alle sue esigenze di approfondimento.

Attraverso il *call center* lo staff può costantemente aggiornare i canali di accesso all'informazione sul Programma curati dall'Autorità di Gestione in relazione alle esigenze manifestate dagli utenti.

La definizione più analitica delle modalità di ricorso e di utilizzazione degli strumenti/canali di informazione sopra elencati, sarà oggetto di specifici approfondimenti e valutazioni rinviate ad una successiva fase di progettazione esecutiva del Piano la cui attuazione si informerà alle indicazioni fornite dal CTCA e dal Comitato di Sorveglianza.

Con riferimento a quest'ultimo, in occasione di ciascuna convocazione sarà resa un'ampia informazione sull'attuazione del Piano di Comunicazione, con riferimento agli interventi formativi e pubblicitari realizzati e agli strumenti di comunicazione utilizzati. Sarà, inoltre, predisposto un comunicato stampa in cui verrà data notizia delle principali decisioni prese in sede di Comitato.

### **3.2 Relazione con obiettivi e destinatari del Piano**

Le tabelle che seguono riportano in chiave sinottica le differenti correlazioni esistenti tra obiettivi del Piano, target di riferimento (Tab. n. 1) e strumenti di comunicazione (Tab. n. 2).

**Tabella 1 – Correlazione tra attività previste e obiettivi del Piano di Comunicazione**

Azioni/Obiettivi del Piano	Assicurare trasparenza e promozione alle attività legate all'attuazione dei due Programmi	Informare i beneficiari attuali e potenziali circa i tempi, le modalità e le opportunità di accesso ai contributi, garantendo così i diritti di partecipazione, informazione e accesso agli atti	Informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea e dagli Stati membri nella realizzazione degli interventi e sui risultati effettivamente conseguiti	Assicurare l'informazione sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di Sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma	Ottimizzare l'utilizzo dei finanziamenti, coinvolgere e motivare le categorie economiche potenzialmente interessate a presentare domande di finanziamento e i partner che collaborano con l'Autorità di Gestione per la realizzazione degli interventi previsti dall'azione dei due Programmi	Valorizzare l'immagine degli enti coinvolti (in particolare trasferire un'immagine delle Amministrazioni centrali e regionali e della Commissione Europea vicine al territorio)	Pubblicizzare i vantaggi derivanti per la collettività dall'attuazione dei Programmi
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)							
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)							
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee							
Relazioni con i media							
Call Center/Numero verde							

**Tabella 2 – Correlazione tra attività previste e destinatari del Piano di Comunicazione**

Azioni/Target	Potenziati beneficiari	Beneficiari	Grande pubblico	Partner	Organi di informazione e opinion leader	Interlocutori interni alle organizzazioni regionali coinvolte
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)						
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)						
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee						
Relazioni con i media						
Call Center/Numero verde						

#### **4 Organismi incaricati dell'attuazione del Piano**

Le strutture amministrative interessate direttamente dalla realizzazione del Piano di Comunicazione sono:

- l'Autorità di gestione (AdG);
- il Comitato Tecnico Congiunto per l'Attuazione (CTCA);
- il Comitato di Sorveglianza (CdS).

La responsabilità dell'attuazione del presente Piano è attribuita all'Autorità di Gestione che la esercita su indirizzo e coordinamento del CTCA, sotto la supervisione del Comitato di Sorveglianza.

In questa veste, l'AdG assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate, così come specificati nel Capo II, Sezione 1 del Regolamento di attuazione n. 1828/2006.

Tali obblighi riguardano in particolare:

- la preparazione del piano di comunicazione;
- l'attuazione e sorveglianza del piano di comunicazione;
- l'attuazione degli interventi informativi relativi ai potenziali beneficiari e ai beneficiari;
- l'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico;
- la pubblicazione, sul proprio sito, conformemente alle direttive della Commissione Europea, dell'elenco dei beneficiari, dei progetti approvati e dell'importo del finanziamento pubblico devoluto.

L'Autorità di Gestione, d'intesa con il CTCA, promuove, coordina e verifica l'adozione e il rispetto di procedure unitarie in materia di informazione e pubblicità per le singole operazioni del Programma.

Secondo quanto previsto dall'articolo 7 del Regolamento Generale CE 1828/06, l'Autorità di Gestione è, inoltre, responsabile dell'organizzazione di almeno uno dei seguenti interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico:

- a) un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio di un programma operativo, anche in assenza della versione definitiva del piano di comunicazione;
- b) almeno un'attività informativa principale all'anno, come stabilito nel piano di comunicazione, che presenti i risultati dei programmi operativi nonché, se del caso, dei grandi progetti;



- c) l'esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alle sedi delle autorità di gestione;
- d) la pubblicazione, elettronica o in altra forma, dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.

Responsabile del presente Piano di Comunicazione è: arch.Roberto Fiorentino

**Struttura Competente:** Area Generale di Coordinamento 13 "Sviluppo Attività del Settore Terziario" - Regione Campania

**Indirizzo:** Centro Direzionale Isola C/5 80143 – Napoli

**Posta elettronica:** [info.poin@regionecampania.it](mailto:info.poin@regionecampania.it)

**Referente per la comunicazione:** arch. Roberto Fiorentino – responsabile dell'Ufficio "Informazione e Pubblicità"

L'esecuzione del Piano di comunicazione è curata dall'Autorità di Gestione, di concerto con il CTCA, e l'eventuale ricorso, previo parere positivo del CTCA, a soggetti attuatori specializzati nella fornitura delle singole attività/beni/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria degli appalti pubblici.

Il Comitato di Sorveglianza sarà informato sull'attuazione del piano di comunicazione nelle forme e modalità previste dai vigenti regolamenti.

#### **4.1 Reti di comunicazione sul territorio**

Allo scopo di assicurare la più ampia e capillare informazione sul processo di attuazione del Programma in tutti i territori eleggibili, è prevista l'attivazione di una rete di comunicazione costituita da:

- referenti territoriali per le attività del Piano di comunicazione (uno per ciascuna Amministrazione regionale coinvolta);
- punti di informazione locali individuati nei soggetti istituzionali, economici e sociali già impegnati nello svolgimento di attività di informazione e orientamento sulle politiche comunitarie. A tal fine saranno attivate forme di collaborazione con strutture informative già esistenti ed operative sui differenti territori regionali (uno per ciascuna Amministrazione regionale coinvolta).

## 5 Sorveglianza del Piano di Comunicazione

Allo scopo di assicurare adeguati livelli di efficacia nel processo di attuazione del presente Piano, è prevista una costante azione di sorveglianza dello stesso tesa, in particolare, a verificare il grado di conoscenza del Programma ed il ruolo svolto dall'Unione europea, attraverso il relativo cofinanziamento, tra le fila dei destinatari delle attività di comunicazione.

In quest'ambito, le operazioni di sorveglianza effettuate consentiranno all'Autorità di Gestione del Programma ed al CTCA di verificare costantemente la coerenza dei risultati conseguiti, rispetto a quelli attesi ed agli obiettivi prefissati e, se necessario, di intervenire per reindirizzare le azioni previste in relazione ai risultati raggiunti ed alle criticità emerse.

Le attività di sorveglianza saranno attuate dall'Autorità di Gestione, di concerto con il CTCA, attraverso il ricorso agli indicatori di risultato e di realizzazione riportati nelle tabelle che seguono.

**Tabella 3 – Indicatori di realizzazione**

Azione/strumento	Indicatore di realizzazione	Unità di misura
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)	- Eventi organizzati	Numero
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)	- Accessi alla pagina del Programma - Mail ricevute e trasmesse - Componenti mailing list per invio newsletter - FAQ ricevute	Numero
Partecipazione con stand espositivi a eventi fieristici	- Eventi fieristici	Numero
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee	- Copie distribuite	Numero
Realizzazione e distribuzione di prodotti multimediali	- CD-DVD distribuiti	Numero
Relazioni con i media	- Comunicati stampa effettuati - Interviste rilasciate	Numero
Call Center/Numero verde	- Contatti	Numero

**Tabella 4 – Indicatori di risultato**

Azione/strumento	Indicatore di risultato	Unità di misura	Metodo di rilevazione	Valore atteso al 2015
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)	Numero di partecipanti	n.	Registrazioni	
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)	Incremento accessi al sito del Programma e tempi di permanenza rispetto al primo mese di messa on line	%	Statistiche accessi	+ 70% (rispetto al valore registrato nel primo anno di attivazione del sito web)
	Incremento della percentuale di mail ricevute e trasmesse	%	Numero mail	+ 70% (rispetto al valore registrato nel primo anno di attivazione del sito web)
	Incremento percentuale dei componenti della <i>mailing list</i>	%	Numero mail	+ 70% (rispetto al valore registrato nel primo anno di attivazione del sito web)
Partecipazione con stand espositivi a eventi fieristici	Numero di visitatori	n.	Registrazioni	
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee	Grado di diffusione della conoscenza del Programma (contenuti, finalità)	%	Indagine campionaria / somministrazione di interviste a testimoni privilegiati / tecniche di gruppo	> 60% rispetto alla prima rilevazione effettuata nel corso del primo anno del processo di attuazione del POIn
Realizzazione e distribuzione di prodotti multimediali				
Relazioni con i media	Articoli apparsi sulla stampa	n.	Analisi rassegna stampa	
Call Center/Numero verde	Grado di soddisfazione degli utenti	%	Indagine campionaria	>60% di giudizi positivi rispetto all'analogo valore registrato nel primo anno di attivazione del servizio

Le attività di sorveglianza saranno attuate in conformità con quanto prescritto dall'articolo 4 del Regolamento (CE) n. 1828/2006; a tale scopo, l'Autorità di Gestione terrà informato il CdS circa le evoluzioni registrate in merito a quanto segue:

- il piano di comunicazione ed i progressi registrati nella sua attuazione;
- gli interventi informativi e pubblicitari realizzati nel periodo di riferimento;
- i mezzi di comunicazione utilizzati.

A integrazione di quanto sopra, l'Autorità di Gestione riserverà, all'interno dei Rapporti annuali sull'esecuzione del Programma e nel relativo Rapporto finale da redigersi secondo quanto prescritto dall'art. 67 del Regolamento (CE) n. 1083/2006, un'apposita sezione informativa dedicata all'illustrazione dei seguenti elementi:

- a. esempi degli interventi informativi e pubblicitari relativi al programma operativo effettuati nell'ambito dell'attuazione del piano di comunicazione;
- b. le disposizioni relative agli interventi informativi e pubblicitari di cui all'articolo 7, paragrafo 2, lettera d) (pubblicazione elenchi beneficiari), compreso, se del caso, l'indirizzo elettronico al quale possono essere trovati tali dati;
- c. il contenuto delle principali modifiche apportate al piano di comunicazione.

L'articolo 4 del Regolamento Generale CE 1828/06 prevede, altresì, che nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione del Programma figurino un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e) dello stesso Regolamento.

A tal proposito, sono previsti tre momenti di valutazione del Piano di Comunicazione del POIn:

- la valutazione della situazione di partenza da definirsi entro un anno dall'avvio del processo di attuazione del Programma;
- una valutazione intermedia che verrà avviata nel corso del 2010, funzionale alla predisposizione del rapporto annuale per l'anno di riferimento;
- la valutazione finale che sarà realizzata nel 2015, le cui risultanze saranno inserite nel rapporto finale di esecuzione del Programma.

Le modalità di attuazione di tali indagini valutative saranno definite dall'Autorità di Gestione del Programma di concerto con il CTCA, attraverso un'opportuna programmazione da definirsi contestualmente all'avvio del processo di attuazione del presente Piano.

I mezzi utilizzati per la sorveglianza e la valutazione del piano di comunicazione dovranno essere proporzionali agli interventi informativi e pubblicitari indicati nello stesso (Art. 4, comma 3, del Regolamento CE 1828/06).

## 6 Fasi e tempi di realizzazione del piano di comunicazione

La realizzazione del Piano di Comunicazione si articolerà in tre fasi distinte:

- *fase iniziale (2009-2010)*, nella quale le azioni di comunicazione saranno finalizzate a garantire un'ampia diffusione dei contenuti del Programma, con particolare riferimento agli obiettivi con esso perseguiti ed alle opportunità offerte.
- *fase intermedia (2011-2013)*, nella quale le azioni del Piano di Comunicazione mireranno a diffondere i risultati della fase di prima attuazione del POIn, con l'obiettivo di consolidare le conoscenze ed ampliare la platea dei beneficiari potenziali. Le azioni previste in tale fase saranno realizzate in piena integrazione con gli interventi finalizzati a promuovere la nascita e il rafforzamento di filiere imprenditoriali legate al patrimonio culturale e naturale.
- *fase finale (2013-2015)*, prevalentemente concentrata sulla comunicazione dei risultati ottenuti e sulle prospettive di sviluppo turistico create.

La tabella che segue riporta un'illustrazione, puramente indicativa, del periodo di svolgimento delle attività di comunicazione nell'arco temporale 2008-2015.

**Tabella 5 – Cronogramma delle attività di comunicazione**

Fasi	Fase iniziale			Fase intermedia			Fase finale	
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)								
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)								
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee								
Relazioni con i media								
Call Center/Numero verde								

## 7 Budget per l'attuazione del Piano

Alla luce della prevista integrazione e contestuale realizzazione tra le attività di comunicazione, informazione e pubblicità, di cui ai regolamenti comunitari 1083/2006 e 1828/2006, all'attuazione del presente Piano di Comunicazione saranno destinate risorse FESR per un ammontare complessivo pari a **€ 2.900.000,00**.

Le tabelle seguenti riportano, rispettivamente, la ripartizione per linea di attività (Tab. n. 6) e per anno delle risorse complessivamente destinate all'attuazione del Piano di Comunicazione (Tab. n. 7).

**Tabella 6 – Dotazione finanziaria del Piano di Comunicazione per linee di attività**

Azioni di comunicazione	Contributo comunitario	Cofinanziamento Nazionale	Totale	% rispetto al totale
Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)	500.000,00	500.000,00	1.000.000,00	34%
Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)	500.000,00	500.000,00	1.000.000,00	34%
Realizzazione e distribuzione di pubblicazioni cartacee	200.000,00	200.000,00	400.000,00	14%
Relazioni con i media	150.000,00	150.000,00	300.000,00	10%
Call Center/Numero verde	100.000,00	100.000,00	200.000,00	7%
<b>TOTALE</b>	<b>1.450.000,00</b>	<b>1.450.000,00</b>	<b>2.900.000,00</b>	<b>100%</b>

**Tabella 7 – Distribuzione annuale delle risorse destinate all'attuazione del Piano di Comunicazione**

Anno	Contributo comunitario	Cofinanziamento Nazionale	Totale	% rispetto al totale
<b>2008</b>	-	-	-	-
<b>2009</b>	150.000	150.000	300.000	10%
<b>2010</b>	300.000	300.000	600.000	21%
<b>2011</b>	150.000	150.000	300.000	10%
<b>2012</b>	150.000	150.000	300.000	10%
<b>2013</b>	150.000	150.000	300.000	10%
<b>2014</b>	250.000	250.000	500.000	17%
<b>2015</b>	300.000	300.000	600.000	21%
<b>TOTALE</b>	<b>1.450.000</b>	<b>1.450.000</b>	<b>2.900.000</b>	<b>100%</b>