

POR CALABRIA FESR/FSE 2014-2020

COMITATO DI SORVEGLIANZA

Cosenza, 14 dicembre 2016

***Informativa sullo stato di attuazione della
Strategia di comunicazione***

Dati aggiornati al 30 Novembre 2016



POR Calabria
2014-2020
Fesr-Fse

il futuro è un lavoro quotidiano

Informativa sullo stato di attuazione della Strategia di comunicazione

1. Inquadramento generale

L'accresciuto valore strategico attribuito alla comunicazione nel periodo di programmazione 2014/2020 emerge con forza dai nuovi regolamenti dei Fondi Strutturali e di Investimento Europeo (c.d. fondi SIE). Alla disciplina delle azioni di informazione e comunicazione vengono infatti dedicati tre articoli (artt. 115 - 117, Titolo III Capo II) del Regolamento (UE) n. 1303/2013 e tre articoli del Regolamento di esecuzione della Commissione n. 821/2014 (artt. 3-5, Capo II), e non solo un allegato come avvenuto nel precedente periodo di programmazione 2007/2013. Secondo quanto previsto dal Regolamento (UE), la Strategia di Comunicazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale e del Fondo Sociale Europeo 2014/2020 della Regione Calabria, adottata con DGR n.128 del 15 aprile 2016, definisce l'approccio che l'Autorità di Gestione (AdG) intende adottare per comunicare il POR Calabria FESR/FSE 2014/2020, le priorità e gli obiettivi; individua i destinatari e illustra azioni, canali e strumenti per la realizzazione della strategia; descrive la struttura organizzativa e di governance; definisce un budget previsionale e fornisce indicazioni sul monitoraggio e sulle modalità che saranno utilizzate per valutare i risultati raggiunti.

La Strategia di Comunicazione della Regione Calabria per la programmazione 2014/2020 è finalizzata a ridurre la distanza tra le istituzioni pubbliche e la società civile; a costruire un dialogo continuo e concreto con i beneficiari, il partenariato e gli stakeholders; ad aumentare la partecipazione dei cittadini alle molteplici opportunità offerte dal Programma Operativo.

L'azione 14.1.5 del POR Calabria FESR/FSE 2014/2020 sostiene le attività di informazione e comunicazione sulle opportunità del Programma e sui risultati conseguiti, rivolte sia ai soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione degli interventi che all'intera opinione pubblica. L'azione a titolo esemplificativo, sostiene:

- definizione e realizzazione della strategia di comunicazione del Programma (attività di informazione, pubblicità, divulgazione e comunicazione) nel rispetto delle disposizioni comunitarie in materia;
- interventi di informazione e orientamento per garantire la più ampia partecipazione dei partner pertinenti all'attuazione del Programma;
- interventi per lo sviluppo di sistemi informativi avanzati di tipo georeferenziato e il completamento di sistemi già avviati, in grado di fornire dati ed indicatori utili alla descrizione del contesto sociale ed economico regionale e alla valutazione delle politiche pubbliche anche da parte dei cittadini/stakeholder;
- definizione e l'attuazione di misure appropriate per la verifica dell'attuazione della strategia di comunicazione e di eventuali meccanismi di riorientamento della stessa.

Dotazione finanziaria

Per l'attuazione della Strategia di Comunicazione è previsto per l'intera programmazione un importo complessivo di risorse pari a euro € 4.783.418. La ripartizione di tale importo sugli anni a può essere fatta in via indicativa, rimandando ai necessari aggiustamenti in sede di presentazione dei Programmi annuali (cfr. Tabella 1).

Tabella 1: Dotazione finanziaria Strategia di Comunicazione

Anno	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Importo	€ 0,00	€ 717.513	€ 813.181	€ 956.684	€ 956.684	€ 574.010	€ 430.508	€ 334.839
Quota annuale	0%	15%	17%	20%	20%	12%	9%	7%

2. Stato d'avanzamento

Per la realizzazione delle attività si è fatto ricorso a risorse e professionalità interne alla Regione nonché all'assistenza tecnica dedicata e all'acquisto di prodotti e servizi nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

- Ideazione dell'immagine coordinata POR Calabria 2014-2020 FESR FSE, elaborazione dei contenuti e immagine coordinata di documenti e presentazioni di natura strategica;
- Documento di sintesi generale del POR 14/20 - slide di presentazione generale del POR 14/20 - slide presentazione delle modalità attuative del POR 14/20;
- Comunicazione web e social network: Regolamento Social Media e Social Media Policy approvato con DGR n. 472 del 24/11/2015;
- Ideazione immagine coordinata e campagna di comunicazione Progetto "Metrotramvia Cosenza", realizzazione I e II fase, DDS 6903 del 15.06.2016 - DDS 8160 del 11.07.2016;
- Stesura Strategia di Comunicazione 2014/2020 e approvazione con DGR n. 128 del 15/04/2016; caricamento su SFC in data 05.09.2016;
- Evento di Lancio POR Calabria 2014-2020; strutturazione delle sintesi del PO;
- Comunicazione web e social network: lancio del canale Facebook, Twitter, Youtube e Slideshare @PorCalabria; redazione piano editoriale; composizione gruppo redazionale; pubblicazione e gestione dei profili social, Social Media Planner e Schema di redazione social media;
- Realizzazione e pubblicazione del portale Programmazione Calabria Europa2014/2020: DDS 15215 del 16 Dicembre 2015;
- Immagine coordinata e campagna di comunicazione Progetto "Banda Ultra Larga" II fase; organizzazione evento 2 Maggio 2016, Cittadella regionale;
- Partecipazione a ForumPA (Roma, 24-26 Maggio 2016): organizzazione di dieci seminari tematici all'interno del corner "Regione Calabria" su innovazione territoriale, agenda digitale, comunicazione dei fondi europei e controlli DDS 6116 del 27.05.2016;
- Ideazione campagna di comunicazione lancio bando "Acquisti servizi innovativi" in collaborazione con Calabria Innova; elaborazione del piano media; realizzazione spot, organizzazione 5 incontri territoriali;

- Partecipazione alla Summer School “Giornate d’Europa” (Aieta, Luglio 2016): organizzazione di 4 seminari DDS 9292 del 03.08.2016;
- Organizzazione eventi a Bruxelles: “Calabria Digitale”, “Open Days”, “A scuola d’impresa”;
- Ideazione campagna di comunicazione “Buon lavoro PMI!”:
 - ✓ elaborazione del piano media, realizzazione spot TV/social, realizzazione supporto grafici di comunicazione, organizzazione 5 incontri territoriali (gruppo di lavoro interno);
 - ✓ acquisto annunci stampa, spazi TV e banner promozionali su testate online DDS n. (in fase di registrazione);
- Organizzazione evento di diffusione nuovi bandi PON Imprese e Competitività in collaborazione con MISE;
- Ideazione e realizzazione Manuale di stile e Linee Guida per i Beneficiari;
- Immagine coordinata e campagna comunicazione Strategia Aree Urbane;
- Realizzazione incontro di lancio Strategia Aree Urbane;
- Immagine coordinata e campagna comunicazione Strategia Aree Interne;
- Organizzazione eventi scouting territoriale SNAI Area Reventino- Savuto e Area Grecanica.

Tabella 2: Indicatori di realizzazione

Strumento	Numero	Note
Eventi Fiere e Manifestazioni	14	Numero partecipanti: 3630
Sito Web	1	Attivato il 27 Aprile 2016 <ul style="list-style-type: none"> • Totale Visitatori 489.060: (aggiornamento 11 Novembre 2016) • Totale pagine visualizzate: 1.979.770 (aggiornamento 11 Novembre 2016) • Accessi unici: 230.922 (aggiornamento 11 Novembre 2016)
Social Media	4	Attivati il 27 Aprile 2016 <ul style="list-style-type: none"> • Facebook: mi piace alle pagina 3674; post pubblicati 133; interazioni 9071 (insight periodo 18 ottobre/14 novembre) • Twitter: follower: 624; numero tweet: 887; visualizzazione tweet 20 ottobre/15 novembre 38800; interazioni periodo 20 ottobre/15 novembre 861 • Youtube: iscritti al canale 25; video pubblicati 8 ; • Slideshare : 45 slideshares; 13 followers
Campagne di comunicazione	4	<ul style="list-style-type: none"> • Cartellonistica: 500 manifesti 70X100; 6 poster 6X3; 20 paline bus 100X140; 2 vele esterne; 1 vela mobile; 5 pannelli in foam • Radio: 2 Spot Radio / n. 200 uscite; TV: Spot TV 5/ n. 465 uscite • Banner Siti Web: 22 uscite per trenta giorni ciascuno • Annunci stampa: 8 • Video presentazione: 1

Strumento	Numero	Note
Educational	4	<ul style="list-style-type: none"> • Giornalisti: 1 • studenti universitari e dottorandi: 3
Media Relation	Sì	<ul style="list-style-type: none"> • Articoli pubblicati: 98 • comunicati stampa: 98 • redazionali : 7 • interviste: 9 • conferenze stampa: 6
Strumenti di partecipazione	Sì	<ul style="list-style-type: none"> • Tavoli tematici S3 con consultazione su aree tematiche e raccolta di 300 contributi scritti
Pubblicazioni	7	<ul style="list-style-type: none"> • Sintesi Por per il web • brochure 4, 2 per il web • Linee Guida Beneficiari • Manuale di Stile

3. Prossime scadenze

- Microeventi di partenariato diffuso
- Evento di Lancio e micro-eventi di promozione della strategia territoriali
- Elaborazione campagne di comunicazione “Progetti Strategici”
- Digital Storytelling - Strutturazione “Racconti di Calabria”
- Eventi #siPORfare nelle province calabresi rivolti al GP
- Lancio newsletter
- Partecipazione al FORUM PA Roma 2017 e organizzazione FORUM PA Calabria
- Partecipazione alla Summer School “Giornate d’Europa” 2017
- Educational rivolto ai giornalisti in collaborazione con l’OdG
- Video rubrica tutorial sui bandi e sulle attività dei Dipartimenti