



## Programma Operativo 2014/2020

### Piano annuale di comunicazione 2017

#### Premessa

La “Strategia di Comunicazione”, così come approvata dal Comitato di Sorveglianza adottata dalla Giunta regionale con Deliberazione n. 777 del 31 maggio 2016, prevede attività principali da declinare in Piani Annuali di Comunicazione.

Con deliberazione della Giunta regionale n. 1106 del 19 luglio 2016 è stato approvato il Piano Annuale di Comunicazione 2016 relativo al Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020 che si proponeva di realizzare degli obiettivi specifici che si possono così riassumere:

1. assicurare diffusione e conoscenza alla nuova programmazione POR 2014/2020;
2. assicurare trasparenza e accessibilità al Programma;
3. diffondere la conoscenza del PO alle diverse sezioni e servizi coinvolti nella realizzazione;
4. migliorare la comunicazione on line;
5. promuovere eventi/iniziative di conoscenza e approfondimento del Programma.

Con la stessa Deliberazione venivano indicate azioni e strumenti di informazione e comunicazione che si intendevano realizzare durante il 2016. In particolare:

- è stato affidato ad una agenzia di comunicazione, selezionata attraverso gara d'appalto, la realizzazione del manuale di identità visiva, strumento indispensabile per garantire la massima visibilità e riconoscibilità alle campagne e alle iniziative condotte per promuovere il Programma;
- è stato realizzato da personale incardinato presso il Servizio Comunicazione Esterna un Portale web dedicato, in fase di implementazione, quale contenitore di tutte le informazioni, le news e gli aggiornamenti riguardanti il Programma Operativo;
- è stato realizzato l'Evento di lancio e di presentazione del Programma Operativo Regionale che, per raggiungere il maggior numero di pubblico possibile al quale illustrare le opportunità fornite dalla programmazione 2014/2020, è stato suddiviso in un evento già realizzato nel capoluogo di Regione ed in 5 ulteriori tappe che raggiungeranno gli altri capoluoghi di provincia;

- è stata organizzata la Riunione annuale di riesame 2016 fra la Commissione Europea e le Autorità di Gestione dei Programmi Operativi 2014-2020 al fine di esaminare i risultati di ciascun Programma;
- è stata assicurata la partecipazione della Regione Puglia alle seguenti manifestazioni fieristiche:
  - ✓ Salone del libro di Torino, attraverso attività di comunicazione che hanno integrato la partecipazione della Regione Puglia alla manifestazione
  - ✓ 80<sup>a</sup> edizione della Fiera del Levante svoltasi a Bari dal 10 al 18 settembre scorso;
  - ✓ 26<sup>a</sup> edizione del salone nazionale sull'orientamento, scuola, formazione e lavoro (Job & orienta) in tenutasi a Verona dal 24 al 26 novembre 2016;
  - ✓ saloni dello Studente di Lamezia Terme, Bari e Catania.
- Sono state programmate e realizzate campagne di informazione e di comunicazione integrate, diffuse a mezzo stampa, emittenti televisive e radiofoniche dirette a promuovere i seguenti interventi ed iniziative:
  - ✓ Reddito di Dignità regionale (ReD);
  - ✓ Evento di lancio e di presentazione del POR;
  - ✓ Fiera del Levante di Bari.
- Sono stati rinnovati i contratti con le principali Agenzie di Stampa nazionali.

### **Obiettivi per l'anno 2017**

L'anno 2017 rappresenta un anno significativo per le attività di comunicazione e informazione del Programma Operativo FESR-FSE Puglia 2014-2020, con iniziative che si concentreranno prevalentemente sulle azioni mirate a far conoscere il PO e le opportunità di finanziamento che esso offre e ad aumentare nei cittadini il livello di consapevolezza del ruolo dell'UE e dei Fondi Strutturali.

Le azioni si articoleranno in maniera da rendere possibile sia la realizzazione di iniziative di promozione degli avvisi pubblici e delle opportunità offerte dal PO sia la predisposizione di attività utili a favorire la riconoscibilità della nuova identità visiva unitaria per la politica di coesione regionale ed in particolare del PO FESR-FSE 2014-2020.

Le attività di informazione e comunicazione del PO FESR-FSE Puglia 2014-2020 per l'anno 2017 si concentreranno sui seguenti elementi:

### **Obiettivi generali**

In linea con quanto previsto nel piano annuale 2016, anche l'annualità 2017 sarà dedicata all'implementazione di azioni mirate a far conoscere il Programma Operativo e al coinvolgimento degli stakeholder e dei pubblici di riferimento in un ruolo proattivo di supporto all'Amministrazione per le scelte programmatiche.

### **Obiettivi di comunicazione**

Per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione previsti dalla strategia di comunicazione, l'annualità 2017 sarà dedicata alla promozione di iniziative ed eventi finalizzati all'incremento della conoscenza della nuova stagione del PO Puglia e della sua

identità visiva e del *brand* Puglia, in fase di realizzazione, con particolare riguardo per il partenariato, gli *influencer*, le amministrazioni locali ed il grande pubblico.

Un'azione strategica che si propone con la pianificazione per l'anno 2017 è l'integrazione delle attività proprie della comunicazione istituzionale con quelle che rientrano nella sfera della promozione. Nello specifico, la comunicazione istituzionale accompagna le attività di promozione del *brand* Puglia in settori specifici dal Turismo all'Internazionalizzazione, dalla Cultura fino all'agroalimentare.

### Pubblici di riferimento

I principali pubblici coinvolti nell'anno 2017 saranno i seguenti: partenariato istituzionale, economico e sociale, amministrazioni locali, *influencer*, partner, beneficiari potenziali, pubblico in generale.

### Azioni

Le principali azioni previste per l'anno 2017 sono quelle orientate soprattutto alla dimensione strategica dell'integrazione. In particolare si tratta:

- di azioni dirette principalmente verso l'opinione pubblica e i pubblici interni per diffondere la conoscenza del Programma Operativo;
- di azioni di sviluppo e avvio dei principali strumenti di relazione digitale (sito web e social media);
- delle azioni di promozione e diffusione degli avvisi pubblici emanati e delle opportunità di finanziamento offerte dal Programma;
- di azioni di promozione e diffusione del *brand* Puglia e delle *best practice* regionali per ogni Asse;
- di azioni finalizzate a migliorare e qualificare al massimo il funzionamento del partenariato.

La successiva tabella riporta il dettaglio delle azioni pianificate e il cronoprogramma temporale.

Azioni e strumenti	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
<b>Azioni di integrazione e supporto</b>										
Integrazione con Piani di comunicazione settoriali										
Aggiornamento Strategia di Comunicazione										
Identità visiva, modulistica, manuali e linee guida										
Kit informativi										
Implementazione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e creazione di una rete dei referenti della Comunicazione										

Sostegno ai beneficiari nelle loro attività di comunicazione (Pubblicazione e divulgazione di informazioni (guida) e strumenti (format elettronici, tutorial) per sostenere i beneficiari nel rispetto degli obblighi di cui al paragrafo 2.2. dell'Allegato XII del Reg (Ue) 1303/2013)										
Raccordo con <i>OpenCoesione</i> per la condivisione di informazioni relative all'attuazione del PO										
<b>Eventi e campagne</b>										
Evento informativo annuale										
Eventi, seminari, incontri con le PES, manifestazioni e supporto logistico-organizzativo alle riunioni del Comitato di Sorveglianza del POR 2014-2020										
Campagne pubblicitarie										
<b>Media relations</b>										
Centro Media, comunicati e conferenze stampa										
Attivazione nuove convenzioni con Agenzie di stampa										
Creazione di una Unità redazionale										
Troupe audiovisiva interna										
<b>Web&amp;Social</b>										
Sviluppo sito web e social media account										
Aggiornamento sito web e gestione social media account										
Search Engine Marketing, Search Engine Optimization (SEO), Web Analysis e Direct Email Marketing										
<b>Altri prodotti informativi, promozionali ed editoriali</b>										
Materiali informativi e promozionali										
Pubblicazioni e materiali editoriali										
Misure di informazione e comunicazione										

accessibili a persone con disabilità										
<b>Monitoraggio e valutazione</b>										
Monitoraggio e analisi										
Report annuale stato attuazione										
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic

La tabella seguente è dedicata esclusivamente agli eventi ed attività seminariali che meritano uno specifico dettaglio. Si precisa che quelli di seguito riportati sono esclusivamente gli Eventi per cui le Sezioni proponenti hanno dato mandato alla Comunicazione Esterna (a seguito di una prima attività di ricognizione effettuata dal Servizio) di occuparsi dell'organizzazione, delle procedure necessarie alla realizzazione ed al coordinamento degli stessi. In fase di realizzazione delle attività del presente Piano, in altri Eventi non specificati potrà vedere il coinvolgimento della Comunicazione Esterna a supporto delle attività.

Eventi	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic
<b>Eventi</b>										
Forum PA PUGLIA										
Road Show Evento di Lancio POR PUGLIA										
Forum PA Roma										
Evento <i>diffuso</i> su Formazione, Orientamento e Lavoro										
Mediterre										
Fiera del Levante										
Job&Orienta - Verona										
Salone dello Studente (Bari e altre tappe)										
	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic

### **Budget**

Il budget per la realizzazione delle attività del piano annuale è fissato in € 2.500.000,00.

### **Attività di monitoraggio e valutazione**

Nel corso del 2017 saranno attivate esclusivamente azioni di monitoraggio connesse agli indicatori di realizzazione, in riferimento alle azioni e agli strumenti attivati. L'obiettivo di tale azione è predisporre, entro gennaio del 2018 un report delle attività svolte con la valorizzazione dei principali indicatori pertinenti.

Il presente allegato, composto da n. 05 pagine,  
 è parte integrante del provvedimento  
 Codice CIFRA: CIS/DEL/2017/00001  
 La Dirigente del Servizio  
 Dott.ssa Antonella Bisceglia