

## **Programma Operativo 2014/2020**

### **Piano annuale di comunicazione 2018**

#### **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. 544 del 11 aprile 2017 è stato approvato il Piano Annuale di Comunicazione 2017 relativo al Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020 che si proponeva di realizzare degli obiettivi specifici che si possono così riassumere:

1. assicurare diffusione del POR 2014/2020 PO e le opportunità di finanziamento che esso offre;
2. aumentare nei cittadini il livello di consapevolezza del ruolo dell’UE e dei Fondi Strutturali;
3. diffondere gli avvisi pubblici;
4. favorire la riconoscibilità della identità visiva unitaria per la politica di coesione regionale;
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 2017. Si sintetizzano, di seguito, le principali iniziative svolte per l’attuazione degli obiettivi fissati.

- è stato implementato da personale incardinato presso il Servizio Comunicazione Esterna il Portale web transitorio dedicato quale contenitore di tutte le informazioni, le news e gli aggiornamenti riguardanti il Programma Operativo;
- sono stati organizzati eventi di conoscenza ed approfondimento del Programma Operativo. In primo luogo, sono state realizzate 3 tappe del road show 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 varie tappe territoriali. In particolare, presso il MUST ed in Piazza Sant'Oronzo a Lecce, e presso l'Università degli Studi a Taranto, si sono svolti i Roadshow dedicati alla comunicazione del POR Puglia FESR-FSE 2014/2020, con oltre 350 visitatori registrati durante le intere giornate. Inoltre, è stata assicurata la partecipazione ed il coinvolgimento della Regione Puglia alle seguenti manifestazioni, sia fieristiche sia di tipo culturale, ciascuna delle quali evocava gli obiettivi del PO.

- ✓ nel mese di settembre scorso, la Regione ha preso parte alla 81<sup>a</sup> edizione della Fiera del Levante svoltasi a Bari dal 09 al 17, organizzando spazi di approfondimento sui temi della partecipazione quale metodologia per la programmazione e l'attuazione del Programma con focus specifici su sviluppo economico, ambiente, formazione e politiche giovanili;
- ✓ sono state realizzate iniziative dedicate ai temi e agli obiettivi del Fondo Sociale, come la presenza con un proprio spazio espositivo alla 27<sup>a</sup> edizione del salone nazionale sull'orientamento, scuola, formazione e lavoro (Job & Orienta) tenutasi a Verona dal 29 novembre al 01 dicembre scorsi e durante le tappe di Bari e Catania del Salone dello Studente;
- ✓ nel mese di maggio la Regione Puglia ha ospitato il Forum PA Puglia, momento a carattere nazionale di condivisione e promozione delle politiche e azioni messe in campo dall'Amministrazione regionale sulle tematiche inerenti l'innovazione per la qualità della vita delle persone e per il benessere delle comunità;
- ✓ è stata realizzata a Bari nel mese di dicembre la prima tappa dell'Evento diffuso, che proseguirà nell'anno 2018, "IncontroCorrente" per la diffusione delle azioni legate ai temi dell'innovazione e ricerca, capitale umano, nuove professioni e networking tra sistema dell'education e sistema produttivo regionale;
- ✓ la Regione Puglia, attraverso la manifestazione musicale di piazza "Battiti live 2017", ha veicolato una Campagna di Comunicazione sulle opportunità fornite dal Programma Operativo per i cittadini più giovani, con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero tra un target individuato dall'Amministrazione regionale tra i più sensibili e delicati da avvicinare. Infatti, sfruttando l'enorme bacino di utenza giovanile che l'evento riesce a raggiungere, la Regione ha veicolato attraverso i canali messi a disposizione una campagna di comunicazione capillare sui temi e le opportunità del PO. Con un'iniziativa di tale portata, è stato possibile per l'Amministrazione raggiungere il target prescelto con numeri di elevato livello: oltre 300.000 partecipanti in 4 piazze pugliesi, messa in onda dei messaggi su radio e televisione leader a carattere regionale, diffusione su canali social e sul web ad amplificare i temi della campagna;
- sono state programmate e realizzate campagne di informazione e di comunicazione integrate, diffuse a mezzo stampa, emittenti televisive e radiofoniche dirette a promuovere sia gli interventi e le misure singole, sia gli eventi e le iniziative di tipo fieristico, quali quelle sopra descritti tra gli eventi e, inoltre, la *Terza Missione* culturale e sociale delle Università, per la promozione di interventi capaci di favorire la diffusione dei risultati dell'attività di ricerca, affinché questi contribuiscano allo sviluppo socio-economico del territorio, coinvolgendo attori esterni quali imprese, associazioni, organizzazioni;

- sono state lanciate iniziative sul programma di finanziamenti SMART-IN Puglia, sui temi della cultura;
- sono stati implementati i canali Social della Regione Puglia per comunicare le opportunità per i potenziali beneficiari e le iniziative di coinvolgimento e di interazione con il grande Pubblico. Sono state, inoltre, attivate strategie di comunicazione cross-mediali per massimizzare il segmento comunicativo da intercettare per veicolare le informazioni di servizio.

### **Obiettivi per l'anno 2018**

Come per le annualità precedenti, anche per il 2018 il piano annuale di comunicazione del Programma Operativo assume una funzione di primaria rilevanza non solo nella definizione delle azioni da intraprendere e realizzare, quanto nell'orientamento e nella focalizzazione degli obiettivi previsti all'interno della strategia di comunicazione. In questo quadro le azioni di comunicazione pianificate all'interno del presente piano annuale intendono mirare ad obiettivi puntuali e specifici, senza rinunciare a quell'approccio ampio e sistematico che fin qui ha caratterizzato il posizionamento e la diffusione della conoscenza del Programma su scala territoriale.

### **Obiettivi generali**

Anche per il Piano 2018 si promuove un approccio che muove dai contributi dei piani annuali di comunicazione elaborati dalle strutture regionali che elaborano piani, azioni e strumenti di comunicazione per giungere alla costruzione di interventi ed iniziative di posizionamento e racconto complessivo del Programma, degli interventi e dei valori che lo caratterizzano.

Inoltre, il consolidamento della fase programmatoria evolve in modo naturale verso il pieno avvio di quella attuativa e il cambio di marcia della comunicazione non può che guardare ad una transizione da obiettivi di affermazione del brand ad obiettivi di reputazione del Programma e dei suoi interventi.

In questo senso le attività di comunicazione nel 2018, pur lavorando al consolidamento degli obiettivi di visibilità, trasparenza e partecipazione dei potenziali beneficiari, intendono prediligere un approccio verso un approfondimento delle realizzazioni in corso sia presso i singoli, privati o pubblici, sia presso tutti i contesti territoriali coinvolti. Ciò al fine di rafforzare la conoscenza delle opportunità, ma anche di attivare un meccanismo di consapevolezza collettiva dei vantaggi apportati dal Programma. Per questo le attività di comunicazione pianificate per il 2018 intendono rafforzare sempre più la propria attenzione verso i primi risultati e gli impatti reali del Programma.

L'annualità 2018 sarà dedicata, in particolare, ad 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 in particolare per le scelte programmatiche in una prospettiva di integrazione tra le politiche volte a rappresentare, oltre che le singole misure di finanziamento, la strategia complessiva.

### **Obiettivi di comunicazione**

Per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione previsti dalla strategia di

comunicazione, l'annualità 2018 sarà dedicata alla promozione di iniziative ed eventi finalizzati all'incremento della conoscenza della nuova stagione del PO Puglia e della parte dedicata alla formazione, istruzione e ricerca, 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 2018 focus su sensibilizzazione, innovazione e ricerca sui temi del capitale umano, delle nuove professioni e del networking tra sistema dell'education e sistema produttivo regionale.

### **Pubblici di riferimento**

I principali pubblici coinvolti nell'anno 2018 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 2018 sono quelle orientate soprattutto alla diffusione delle opportunità. 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 potenziamento delle attività di informazione (webtv regionale) e di capacity building;
- di realizzazione del nuovo portale web dedicato al Programma Operativo Regionale;
- di implementazione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e creazione di una rete dei referenti della Comunicazione;
- di azioni finalizzate a migliorare e qualificare al massimo il funzionamento del partenariato.

### **Interventi di comunicazione**

La pianificazione delle azioni di comunicazione è di seguito riportata in un insieme di interventi: schede di sintesi contenenti i principali elementi informativi delle azioni di comunicazione da intraprendere per assicurare il raggiungimento degli obiettivi fissati per l'anno 2018 e per contribuire agli obiettivi più generali della strategia di comunicazione. Gli interventi riportati concorrono al soddisfacimento della volontà di rafforzamento presso i cittadini della consapevolezza del contributo dell'Unione europea ed intercettano i fabbisogni di comunicazione.

I destinatari di riferimento degli interventi sono tutti riconducibili ai gruppi di riferimento esplicitati all'interno della Strategia di Comunicazione (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, amministrazioni locali, grande pubblico, moltiplicatori dell'informazione).

## Eventi e fiere

Rientrano nella pianificazione di questa tipologia di azione quelle attività di comunicazione diretta che si riferiscono ad eventi e partecipazioni a fiere nazionali e internazionali. Sono compresi sia eventi organizzati direttamente dall'Amministrazione Regionale, tra cui il Comitato di Sorveglianza del Programma, che la partecipazione a manifestazioni organizzate da beneficiari o altri soggetti della rete di riferimento del Programma. In questo ambito rientrano anche gli eventuali workshop inclusi nelle manifestazioni e che ne costituiscono parte integrante oltre alla eventuale realizzazione di spazi espositivi.

<b><u>Eventi di informazione e comunicazione</u></b>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Comunicare lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei primi risultati raggiunti rappresentando l'impatto sulla vita quotidiana dei cittadini
<b>Pubblici di riferimento</b>	Opinione pubblica, moltiplicatori di informazione, beneficiari effettivi e potenziali, pubblici interni, parti economiche e sociali
<b>Segmento di pubblico</b>	Giornalisti e influencer nazionali e locali, addetti ai lavori, cittadini
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	Durante gli eventi verranno presentate alcune esperienze progettuali esemplificative e analizzate criticità
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Incontro in presenza (workshop + eventuali spazi espositivi e di distribuzione materiale informativo)
<b><u>Organizzazione eventi in ambito locale rivolte a segmenti di grande pubblico</u></b>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Favorire la conoscenza delle opportunità del Programma, con particolare attenzione sensibilizzazione, innovazione e ricerca sui temi del capitale umano, delle nuove professioni e del networking tra sistema dell'education e sistema produttivo regionale
<b>Pubblici di riferimento</b>	Opinione pubblica, moltiplicatori di informazione, beneficiari effettivi e potenziali, pubblici interni, parti economiche e sociali
<b>Segmento di pubblico</b>	Giornalisti e influencer nazionali e locali, addetti ai lavori, cittadini
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	Durante gli eventi verranno presentate le nuove opportunità, alcune esperienze progettuali esemplificative, analizzate criticità
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Incontro in presenza (workshop, pitch + eventuali spazi espositivi)
<b><u>Partecipazione a manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali</u></b>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Comunicare lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei primi risultati raggiunti rappresentando

	l'impatto sulla vita quotidiana dei cittadini. Favorire lo scambio di esperienze attraverso la presentazione di progetti e realizzazioni con altre realtà
<b>Pubblici di riferimento</b>	Opinione pubblica, moltiplicatori di informazione, beneficiari potenziali, parti economiche e sociali
<b>Segmento di pubblico</b>	Opinion leaders, operatori di settore, studiosi, sindaci, cittadini, <i>city user</i> , giornalisti, imprese, amministratori locali
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	Partecipazione ad eventi che prevedono una grande partecipazione di pubblico e di interesse per la pubblica amministrazione. Partecipazione ad iniziative co-organizzate con altri soggetti pubblici e privati all'interno di grandi eventi annuali con spazi espositivi e/o spazi seminariati individuati nel corso dell'anno in base alle esigenze di comunicazione
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Incontro in presenza (workshop, pitch + eventuali spazi espositivi)

### **Campagne di comunicazione**

La realizzazione di campagne di comunicazione integrate può considerarsi strettamente funzionale alla diffusione di una significativa azione di posizionamento sistematico degli interventi realizzati con il Programma sull'intero territorio.

<u><b>Campagne di comunicazione a mezzo stampa, radio e televisioni</b></u>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Raggiungere attraverso il mezzo stampa e quelli radio/televisivi l'utenza regionale in maniera più capillare per amplificare la conoscenza delle opportunità, dei progetti e del Programma
<b>Pubblici di riferimento</b>	Grande pubblico, beneficiari effettivi e potenziali, pubblici interni, parti economiche e sociali
<b>Segmento di pubblico</b>	Grande pubblico, beneficiari e cittadini
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	L'azione prevede il raggiungimento del vasto pubblico sul quale agiscono i progetti. L'azione consente contestualmente l'amplificazione dell'identità del programma a livello regionale e la conoscenza specifica dei progetti a vantaggio della cittadinanza
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Sarà realizzato un piano mezzi ad hoc attraverso il Centro Media Regionale
<b>Organizzazione</b>	Comunicazione Esterna

## Piattaforme Web

Per l'annualità 2018 s'intende potenziare il sito web con l'introduzione di nuove revisioni e sezioni descrittive corredate da infografiche dedicate all'avanzamento dei progetti.

<u>Web, trasparenza e opendata</u>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Promuovere la conoscenza del Programma e dei progetti attuati presso la più ampia platea raggiungibile on line e fornire informazioni aggiornate sullo stato di avanzamento procedurale, fisico e finanziario
<b>Pubblici di riferimento</b>	Tutti
<b>Segmento di pubblico</b>	Tutti
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	Si intende integrare il sito web del PO Puglia implementando ulteriori funzionalità (es. multilinguismo o canali di ascolto), nonché mediante la realizzazione di aree dedicate alle opportunità per i potenziali beneficiari (bandi, avvisi etc). Particolare attenzione sarà prestata alla produzione di contenuti relativi all'avanzamento fisico, procedurale e finanziario del Programma. Sarà potenziato il sistema di racconto delle singole progettualità, mediante la pubblicazione delle realizzazioni poste in essere e la pubblicazione dei dati in formato aperto di tutti gli avanzamenti
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Portale regionale del PO Puglia
<b>Organizzazione</b>	Comunicazione Esterna

## Social media e digital PR

La dimensione di affermazione di un approccio maggiormente narrativo ai progetti non può prescindere da una maggiore sistematizzazione e pianificazione delle attività di social media engagement e digital pr. Per quanto riguarda la comunicazione social, infatti, le attività si concentreranno sul racconto sistematico del percorso attuativo e sulla documentazione delle attività in progress e su una maggiore capacità di ingaggio dei pubblici di riferimento.

<u>Social media e digital PR</u>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Favorire la conoscenza dei progetti e delle realizzazioni in corso presso il grande pubblico della rete, sensibilizzando i cittadini sui temi del Programma, sul miglioramento previsto in una prospettiva a breve e medio termine

<b>Pubblici di riferimento</b>	Opinione pubblica, moltiplicatori di informazione
<b>Segmento di pubblico</b>	Cittadini, influencer
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	L'intervento prevede la pianificazione di campagne digital allo scopo di attivare campagne informative e di sensibilizzazione sui progetti in corso di realizzazione. Il raccordo tra i vari strumenti già attivati (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter) garantirà il supporto necessario all'azione informativa, ciascun canale con le proprie specificità. In questo ambito saranno condotte anche quelle azioni di digital PR necessarie alla diffusione delle iniziative
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Facebook, Instagram, Youtube, Twitter
<b>Organizzazione</b>	Comunicazione Esterna

### **Produzioni editoriali, audio/video e multimediali (informative e promozionali)**

La realizzazione delle attività di comunicazione in tutti gli interventi fin qui elencati necessita di un insieme di contenuti e strumenti di base funzionale a promuovere e veicolare opportunità, valori, temi, obiettivi, numeri e storie di progetti relativi al Programma. Per tale motivo saranno realizzate nel corso del 2018 una serie di materiali divulgativi e promozionali sia fisici che digitali.

<b><u>Brochure, produzioni audio/video a carattere divulgativo e promozionale</u></b>	
<b>Obiettivo di comunicazione</b>	Accrescere il grado di conoscenza e di informazione dei cittadini in merito al Programma, ai temi portanti, ai progetti in corso di realizzazione e al ruolo dell'Unione europea in materia di sviluppo
<b>Pubblici di riferimento</b>	Tutti
<b>Segmento di pubblico</b>	Tutti
<b>Breve descrizione dell'attività</b>	L'intervento prevede la progettazione grafico-editoriale di prodotti fisici (brochure, leaflet, racconti di progetti anche in lingua inglese, realizzazione e /videopubblicazione di pubbliredazionali) e audio/video (spot audio, funzionali alla realizzazione delle campagne e realizzazione di video- pillole, anche in video-infografica, per la promozione di progetti e temi particolarmente significativi nell'attuazione del Programma. I prodotti realizzati saranno finalizzati alla diffusione Programma Operativo attraverso

	progetti, attività e opportunità realizzate o in corso di realizzazione, anche mediante il contributo di materiale documentale, fotografico e infografiche da utilizzare per le campagne di comunicazione di digital pr e le piattaforme web. All'interno di questa categoria di azione è prevista anche la realizzazione di gadget e prodotti finalizzati al rafforzamento del branding
<b>Mezzi/strumenti/veicoli</b>	Gadget, brochure, leaflet, infografiche, pubblic-redazionali, spot audio, spot video

La tabella seguente indica le attività censite attraverso una ricognizione del fabbisogno di comunicazione espresso dalle strutture regionali. Ulteriori iniziative e azioni potranno essere realizzate al fine di implementare la strategia complessiva.

<b><u>Eventi per la diffusione e la conoscenza del Programma Operativo</u></b>		
<b><u>Evento</u></b> <b><u>(con Campagna di diffusione a sostegno)</u></b>	<b><u>Descrizione</u></b>	<b><u>Obiettivo</u></b>
<b>Fiera del Levante 2018 - Bari</b>	La Campionaria di settembre rappresenta un punto di riferimento per i cittadini e le imprese per contenuti, servizi ed opportunità proposti	Attraverso la presenza con propri spazi, la Regione si pone come obiettivo comunicare al Grande Pubblico le opportunità del PO attraverso la presenza della Regione Puglia all'interno della campionaria
<b>Evento annuale POR</b>	Durante il consueto evento annuale sono presentate alcune esperienze progettuali esemplificative e analizzate le criticità emerse. Opinione pubblica, moltiplicatori di informazione, beneficiari effettivi e potenziali, pubblici interni e parti economiche e sociali sono coinvolti in varie attività	Comunicare lo stato di attuazione del Programma attraverso la conoscenza dei temi, delle progettualità, delle realizzazioni in atto e dei primi risultati raggiunti rappresentando l'impatto sulla vita quotidiana dei cittadini
<b>ComuniInFiera</b>	Evento pensato per favorire la costruzione della comunità regionale dei comuni pugliesi. Sostenere il percorso di crescita dell'attrattività dei territori pugliesi puntando in particolare sulle peculiarità dei territori e sulla valorizzazione del	Attraverso la presenza con propri spazi, la Regione si pone come obiettivo favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno agli enti locali, promuovere e incrementare le competenze dei giovani per l'occupabilità nei

	patrimonio culturale, storico e architettonico	settori interessati, accrescere l'attrattività della Puglia presso gli operatori
--	--	--

<u><i>Iniziative di diffusione delle misure di Istruzione e Formazione</i></u>		
<u><i>Eventi e Campagne</i></u>	<u><i>Descrizione</i></u>	<u><i>Obiettivo</i></u>
<b>IncontroCorrente</b>	Evento attraverso il quale diffondere in varie tappe le tematiche su Formazione, Orientamento e Lavoro	Attraverso la presenza con propri spazi, la Regione si pone come obiettivo comunicare al Grande Pubblico le opportunità del PO con particolari focus sui temi della Formazione e dell'Orientamento con un focus sulle STEM per promuovere nelle ragazze la scelta di percorsi formativi/educativi scientifici, tecnologici
<b>Job&amp;Orienta</b>	Fiera del lavoro e della formazione professionale, in programma a Verona nell'autunno 2018	Comunicare, attraverso la presenza con propri spazi espositivi, lo stato di attuazione del Programma limitatamente agli Assi riguardanti Formazione e Lavoro attraverso la diffusione a livello nazionale dei risultati e delle esperienze, rappresentando l'impatto sulla vita dei cittadini
<b>Salone dello Studente</b>	Iniziativa diffusa su più tappe territoriali sui temi dell'Università e Ricerca	Attraverso la presenza con propri spazi, la Regione si pone come obiettivo favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno agli studenti e alle Università
<b>Evento STEM con le Università</b>	Iniziativa diffusa su più tappe territoriali sui percorsi offerti dalle Università pugliesi, sugli sbocchi professionali in campo scientifico e tecnologico e sulle possibilità di fare Ricerca	Comunicare al pubblico selezionato le opportunità del Fondo Sociale attraverso l'evento in più tappe Evento da realizzare con le università per promuovere le STEM (scienza, tecnologia, ingegneria e matematica) fra le ragazze. Si tratta di un momento di orientamento verso le discipline scientifiche indirizzato per lo più alle ragazze della scuola secondaria che un vero e proprio "model day", in cui donne di successo si raccontano.
	Fiera sui temi del lavoro e della creatività, in programma a Foggia nel mese di maggio	Comunicare, attraverso la presenza con propri spazi espositivi, lo stato di attuazione

<b>Salone del Lavoro e della Creatività</b>	2018	del Programma limitatamente agli Assi riguardanti Formazione e Lavoro attraverso le esperienze dirette di reali beneficiari delle misure
<b>#studioinpuglia tour 2018</b>	Iniziativa diffusa su più tappe territoriali sui temi della Scuola, dell'Università e Ricerca	Attraverso la presenza con propri spazi, la Regione si pone come obiettivo favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno all'Istruzione degli studenti pugliesi e alle Università
<b>Campagne di comunicazione su misure specifiche</b>	Campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo del Centro Media Regionale	Diffondere le opportunità e le misure messe in campo a valere sul Fondo Sociale attraverso campagne capillari a mezzo stampa, tv, radio e web

<b><u>Iniziative di comunicazione a supporto della strategia SMART-IN</u></b> <b><u>(misure per la valorizzazione del patrimonio culturale)</u></b>		
<b><u>Eventi e Campagne</u></b>	<b><u>Descrizione</u></b>	<b><u>Obiettivo</u></b>
<b>Evento UNESCO</b>	Evento internazionale attraverso il quale diffondere le tematiche dell'attrattività dei territori pugliesi puntando in particolare sulle peculiarità dei luoghi e sulla valorizzazione del patrimonio culturale, storico e architettonico	La Regione si pone come obiettivo quello di favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno alla valorizzazione del patrimonio culturale, storico e architettonico, alla promozione e alla crescita dell'attrattività della Puglia presso gli operatori
<b>Milano Design Week</b>	Rassegna culturale milanese che presenta varie possibilità di promozione delle esperienze regionali, in particolare il Fuori Salone e il Salone del Mobile, iniziativa arrivata alla 57° edizione	L'Amministrazione Regionale si pone l'obiettivo di promuovere la qualità sostenibile, l'inclusione e la condivisione dei saperi, la valorizzazione del talento dei giovani e del patrimonio culturale regionale
<b>Salone Internazionale del Libro</b>	Festival culturale, rappresenta un essenziale punto di riferimento internazionale per gli operatori professionali della promozione del libro e della cultura in genere	Attraverso la presenza con propri spazi espositivi, la Regione si pone come obiettivo favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno all'impresa culturale e alla valorizzazione del patrimonio
<b>ART LAB</b>	ArtLab è la piattaforma indipendente italiana dedicata all'innovazione delle politiche, dei programmi e delle pratiche culturali, mediante il dialogo strutturato tra gli stakeholder dell'ecosistema creativo e culturale e la	Contribuire, attraverso specifiche misure, alla crescita delle imprese culturali e creative, alla valorizzazione dei patrimoni materiali, immateriali e digitali, orientando i partner, le comunità professionali e gli stakeholder all'innovazione delle

	contaminazione con altri settori, in una prospettiva internazionale	pratiche
<b>Campagne di comunicazione su misure specifiche</b>	Campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo del Centro Media Regionale	Diffondere le opportunità e le misure messe in campo attraverso campagne capillari a mezzo stampa, tv, radio e web

<b><u>Iniziative di comunicazione a supporto dei processi di Internazionalizzazione</u></b>		
<b><u>Eventi e Campagne</u></b>	<b><u>Descrizione</u></b>	<b><u>Obiettivo</u></b>
<b>Borsa Internazionale imprese Italo-Arabe</b>	Evento internazionale per l'attrazione degli investimenti sul territorio	La Regione si pone come obiettivo quello di favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno alla attrazione degli investimenti sul territorio pugliese
<b>Missione Istituzionale Investimenti Dubai</b>	Evento internazionale per l'attrazione degli investimenti sul territorio	La Regione si pone come obiettivo quello di favorire la conoscenza delle diverse misure regionali di sostegno alla attrazione degli investimenti sul territorio pugliese cofinanziate dal Programma Operativo
<b>Campagne di comunicazione su misure specifiche</b>	Campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo del Centro Media Regionale	Diffondere le opportunità e le misure messe in campo attraverso campagne capillari a mezzo stampa, tv, radio e web

<b><u>Iniziative di comunicazione a supporto delle misure di Sviluppo Economico e dell'Innovazione</u></b>		
<b><u>Eventi e Campagne</u></b>	<b><u>Descrizione</u></b>	<b><u>Obiettivo</u></b>
<b>Cluster Tecnologico Nazionale TAV</b>	Evento catalizzatore di risorse che rispondere alle esigenze del territorio e del mercato, per un maggior coordinamento e rafforzamento del rapporto tra il mondo della ricerca e quello delle imprese	La Regione si pone come obiettivo quello di favorire la conoscenza delle diverse opportunità del Programma Operativo a sostegno delle imprese che operano nel campo dell'innovazione
<b>Forum PA Puglia e Roma</b>	Momento a carattere nazionale di condivisione e promozione delle politiche e azioni di innovazione per la qualità della vita delle persone e il benessere delle comunità	Attraverso propri spazi espositivi e informativi, la Regione si pone come obiettivo quello di favorire la conoscenza delle diverse opportunità e misure regionali a sostegno del benessere della comunità pugliese, dell'innovazione e del buon andamento della macchina amministrativa cofinanziate dal Programma Operativo
<b>Campagne di comunicazione su misure specifiche</b>	Campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo del Centro Media Regionale	Diffondere le opportunità e le misure messe in campo attraverso campagne capillari a mezzo stampa, tv, radio e web

<u><i>Iniziative di comunicazione a supporto delle misure su Ambiente, Benessere e Qualità della Vita</i></u>		
<u><i>Eventi e Campagne</i></u>	<u><i>Descrizione</i></u>	<u><i>Obiettivo</i></u>
<b>Campagne di comunicazione su iniziative e misure specifiche, come Apulia Life Style</b>	Campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo del Centro Media Regionale	Diffondere le opportunità cofinanziate dal Programma Operativo e le misure messe in campo attraverso campagne capillari a mezzo stampa, tv, radio e web

## *Azioni trasversali*

### *Raccordo con il portale OpenCoesione*

La strategia di comunicazione della Regione Puglia, anche per l'annualità 2018, intende rafforzare l'integrazione informativa con il portale *OpenCoesione*, orientandosi a valorizzare il patrimonio di dati disponibili nel portale, descrivendo l'attuazione dei progetti finanziati dalle politiche di coesione. Saranno consultabili i dati sulle risorse assegnate e le spese, le localizzazioni, gli ambiti tematici, i soggetti programmatori e attuatori, i tempi di realizzazione e i pagamenti dei singoli progetti.

### *Il Partenariato per la comunicazione del POR in Puglia*

In continuità con gli anni precedenti, la Regione Puglia promuove e sollecita un percorso trasparente e partecipato, di coinvolgimento rivolto in particolare a tutto il partenariato, sia quello istituzionale, economico, sociale, che quello c.d. rilevante, rappresentato da quei soggetti che esprimono forti livelli di attivismo ed innovazione. L'iniziativa ha lo scopo altresì di promuovere la diffusione sul territorio dei processi e delle modificazioni socio economiche ottenute anche grazie al contributo dei fondi UE, aprendo le porte alla cooperazione, alla partecipazione, alla propensione a "fare sistema", a "fare rete". Attraverso questo approccio si ritiene sia più agevole favorire un dialogo strutturato con il partenariato per una migliore diffusione e attuazione degli interventi.

### *Accessibilità e disponibilità dei materiali per soggetti con disabilità*

La Regione adotterà politiche di accessibilità rispetto alla comunicazione. Tutto il sito internet regionale è strutturato per erogare informazioni ad uso dei non vedenti, sia con la pubblicazione delle informazioni sul sito in formato compatibile con gli strumenti di web browsing utilizzati da persone disabili visivamente, sia dal punto di vista "grafico" sia ancora utilizzando strumenti di sintesi vocale che leggono i testi agli utenti.

Tali attenzioni verranno ulteriormente potenziate nel corso della presente programmazione, prevedendo:

- la realizzazione di spot televisivi e tutorial che utilizzino il linguaggio dei segni o i sottotitoli;
- l'organizzazione di seminari/convegni che prevedano la traduzione nella lingua dei segni;
- la predisposizione di iniziative e strumenti di comunicazione messi a punto in collaborazione con le consulte e con le associazioni che tutelano le persone con disabilità.

### ***Garanzia dei principi di pari opportunità e non discriminazione***

Nel quadro dell'impegno inteso a rafforzare la coesione economica, sociale e territoriale, in tutte le fasi di attuazione dei fondi, la Regione Puglia si impegna attraverso le proprie attività e azioni di comunicazione a eliminare le ineguaglianze e a promuovere la parità tra uomini e donne e a integrare l'ottica di genere, nonché a combattere le discriminazioni fondate su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

### ***Azioni dirette ai beneficiari reali***

Le attività di comunicazione rivolte ai beneficiari reali del Programma Operativo, così come previsto dalla strategia complessiva, si articoleranno nel modo seguente:

- inserimento negli atti che disciplinano la concessione dei finanziamenti di un puntuale richiamo alle regole vigenti in materia di obbligo di utilizzo dei loghi e del format d'immagine coordinata individuato dalla Regione per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti di comunicazione utilizzabili dai beneficiari nelle attività informative e pubblicitarie che essi curano;
- realizzazione di tutorial e di manuali di utilizzo dell'immagine coordinata e predisposizione di aree online per il download dei loghi e degli elementi grafici;
- realizzazione di video sulla politica di Coesione dell'UE e sulle priorità del POR, che potranno essere utilizzati dai beneficiari per informare i destinatari;
- organizzazione di seminari, incontri e altre iniziative per sensibilizzare i beneficiari sugli obblighi informativi e per la divulgazione delle informazioni e il trasferimento di buone pratiche apprese durante la partecipazione a Reti di Comunicazione nazionali ed europee.

### ***Accordo Quadro per l'erogazione dei servizi di comunicazione***

Alla luce dei buoni risultati ottenuti in termini di raccordo ed integrazione fra le varie Sezioni, i Dipartimenti e le Agenzie Regionali, per l'annualità 2018 si prevede una continuità con quanto realizzato nel corso dell'anno precedente.

In particolare sarà data continuità alla dimensione di integrazione e costante raccordo rafforzando la collaborazione anche e, soprattutto, in termini di procedure.

Con questo scopo nel 2018 sarà avviato un Accordo Quadro per l'erogazione dei servizi di comunicazione e di organizzazione eventi per promuovere l'acquisto dei servizi in forma

aggregata, per promuovere maggiore efficacia e per ottenere maggior risparmio in termini di tempo e di riduzione degli oneri rivenienti dall'iter procedurale. Nell'ottica della progettazione unitaria e condivisa, l'integrazione si realizzerà in ogni fase, dalla governante all'analisi dei fabbisogni, dal catalogo dei servizi fino alla definizione dei prezzi di riferimento.

### **Budget**

Il budget per la realizzazione delle attività del piano annuale è fissato in € 1.700.000,00 corrispondente ad OGV che sarà perfezionata nel 2018 mediante impegno da assumersi con atto dirigenziale della Dirigente del Servizio Comunicazione Esterna nel rispetto dei vincoli di finanza pubblica.

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

Nel corso del 2018 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 la fine del 2018 un report delle attività svolte con la valorizzazione dei principali indicatori pertinenti.