

2021-2027

**REGIONE LAZIO:
LINEE DI INDIRIZZO PER
LA COMUNICAZIONE
UNITARIA DEI FONDI
EUROPEI 2021-2027**

novembre 2022

Sommario

Premessa	2
Il quadro di riferimento: la programmazione unitaria regionale	2
Le risorse finanziarie dei Programmi	4
Ambiti, obiettivi e attività della Strategia di comunicazione unitaria	6
a) Ambiti d'intervento	6
b) Obiettivi	6
b.1 Obiettivi dell'ambito a regia unitaria cd. "Interfondo"	6
b.2 Obiettivi dell'ambito relativo ai singoli Programmi	7
b.2.1. Obiettivi dei Programmi cofinanziati con il FESR e il FSE+	7
b.2.2. Obiettivi dei Programmi cofinanziati con il FEASR	9
c) Attività	10
c.1 Attività di informazione, pubblicità e produzione di materiale informativo	10
c.2 Eventi, seminari, monitoraggi	11
Strategia di Comunicazione Programma Regionale FESR Lazio	12
Strategia di Comunicazione Programma Regionale FSE+ Lazio	14
Strategia di Comunicazione Programma Regionale FEASR Lazio	17
Risorse finanziarie della Strategia di comunicazione unitaria	20
Attuazione della Strategia di comunicazione unitaria	23
Governance e procedure operative	23
a) Ambito Interfondo	23
b) Ambito Programmi cofinanziati	24

Premessa

Il miglioramento del livello di visibilità della politica di coesione è diventata una delle priorità per tutti gli Stati membri. Ogni anno, i Fondi della politica di coesione sostengono migliaia di progetti in tutta Europa e rappresentano la più tangibile manifestazione dell'Unione Europea sui territori. Una comunicazione più efficace di questi interventi, oltre a rispettare il dettato normativo comunitario, contribuisce a rafforzare la conoscenza dei vantaggi forniti dall'UE alla vita delle persone e a migliorare l'immagine pubblica dell'Unione.

Per la Pubblica Amministrazione, chiamata ad affrontare e governare la complessità dei cambiamenti in atto, la comunicazione ha assunto negli ultimi anni un ruolo sempre più centrale e determinante per far conoscere ai cittadini, imprese ed enti locali, le strategie di programmazione, di coesione e di sviluppo.

In questo processo, è fondamentale che la stessa amministrazione sia in grado di adeguarsi ai nuovi trend e ottimizzare gli strumenti di comunicazione, rendendoli coerenti ed efficaci rispetto agli obiettivi della politica europea di coesione, non solo per illustrare meglio i vantaggi e le opportunità offerte dall'Unione Europea per il benessere di cittadini e territori ma anche per coinvolgere in modo sempre più attivo i destinatari dei programmi europei gestiti dalla Regione Lazio.

Si tratta, ovviamente, di un processo che non può prescindere dall'enorme impatto che la pandemia da COVID-19 ha impresso e continua a esercitare sullo sviluppo e sugli aspetti economici e sociali delle comunità.

Sotto il profilo della comunicazione, l'emergenza sanitaria ha rivoluzionato le modalità di relazione, di incontro e di interazione tra gli individui, modificando profondamente anche gli strumenti e quindi le strategie finalizzate a raggiungere in modo diretto e convincente i target di riferimento, favorendone la partecipazione attiva alle politiche di sviluppo e coesione.

Il presente documento di indirizzo muove quindi dalla necessità di cambiare prospettiva nelle strategie di comunicazione, le cui nuove modalità stanno continuando a svolgere un ruolo determinante anche in questa fase di graduale ritorno alla normalità e continueranno ad avere un peso fondamentale negli anni a venire.

In questo quadro, assumono particolare rilevanza, a titolo di esempio, strumenti come i canali e le campagne sui social media, nuove modalità di comunicazione come lo storytelling, con la contestuale semplificazione degli strumenti web messi a disposizione del pubblico fruitore per favorire una maggiore consapevolezza.

Ne consegue, quindi, che la strategia di comunicazione adottata dalla Regione Lazio, predisposta sulla base di una vision unitaria comprendente tutti i Fondi della Programmazione 2021-2027, assume valore non solo ai fini della promozione e della conoscenza dei programmi e dei relativi progetti ma anche quale veicolo inclusivo per favorire il più ampio e vasto coinvolgimento dei cittadini, delle comunità locali e dei territori.

Il quadro di riferimento: la programmazione unitaria regionale

Il contesto normativo della comunicazione della politica di coesione si è progressivamente evoluto nell'arco dei diversi periodi di programmazione, passando da semplici requisiti di pubblicità a obblighi di comunicazione e trasparenza più dettagliati. Il periodo 2014-2020 ha compiuto un decisivo passo avanti, riconoscendo la funzione strategica svolta dalla comunicazione dei Programmi; le nuove

disposizioni per il periodo 2021-2027 rispettano tale approccio nell'ottica di trovare un equilibrio tra il rafforzamento delle responsabilità degli Stati membri, delle Autorità di Gestione e dei beneficiari e l'alleggerimento dell'onere normativo a cui sono soggetti.

Già nella programmazione 2014-2020 la Regione Lazio aveva istituito, con Direttiva del Presidente della Regione n. 4/2013, aggiornata ed integrata dalla Direttiva n. 2/2015, una “Cabina di Regia per l'attuazione delle politiche regionali ed europee” a cui era assegnato anche il compito di “assicurare un disegno di comunicazione organico attraverso la definizione di una strategia di comunicazione unitaria riferita all'intero impianto programmatorio finanziato con i Fondi SIE e con le altre risorse finanziarie ordinarie e/o aggiuntive”. Era stata pertanto predisposta una Strategia unitaria per le attività di comunicazione e informazione di tutti i Fondi.

Per la programmazione 2021-2027, la Regione Lazio intende confermare - per comunicare le opportunità offerte dai Fondi comunitari e garantire l'informazione e la visibilità dei Programmi, in coerenza con le indicazioni dei Regolamenti comunitari - tale disegno strategico unitario, per programmare ed attuare in modo integrato le azioni che verranno sviluppate a favore di cittadini, associazioni, imprese ed istituzioni.

Concorre alla realizzazione di questo obiettivo anche l'attività dell'Ufficio Europa e degli Sportelli Europa, secondo quanto stabilito dalla Deliberazione di Giunta regionale n. 561 del 30/7/2019.

Pertanto la “Cabina di Regia per l'attuazione delle politiche regionali ed europee 2021-2027” istituita con la Direttiva del Presidente della Regione Lazio n. R00001 del 19 febbraio 2021, e aggiornata nella sua composizione con Direttiva del Presidente della Regione Lazio n. R00003 del 17 marzo 2021, ha tra i suoi obiettivi quello di “assicurare un disegno di comunicazione organico attraverso la definizione di una Strategia di Comunicazione Unitaria riferita all'intero impianto programmatorio finanziato con i Fondi SIE e con le altre risorse finanziarie ordinarie e/o aggiuntive”, nonché “predisporre gli strumenti utili a garantire, attraverso diversi canali, il maggiore e più facile accesso alle opportunità offerte dalla programmazione regionale unitaria, con particolare riguardo a quelle offerte dai Fondi SIE e dai Fondi UE a gestione diretta”, ponendosi quindi come struttura di riferimento per il coordinamento e la supervisione delle iniziative di attuazione della Strategia Unitaria.

La Cabina di Regia, su indicazione del Responsabile dell'informazione e della comunicazione per la Regione Lazio, dovrà garantire la coerenza e l'organicità nell'attuazione della “Strategia di comunicazione unitaria”, sia per quanto riguarda il messaggio generale sia lo stile comunicativo.

Considerato che i Programmi Regionali 2021-2027 cofinanziati dal FESR e FSE+ e la proroga del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 sono stati approvati tra il 2021 e il 2022¹, il presente

1

- Deliberazione di Giunta Regionale n. 996 del 30 dicembre 2021 avente ad oggetto “Programmazione unitaria 2021-2027. Adozione delle proposte dei Programmi Regionali FSE+ e FESR” e Deliberazione di Giunta regionale n. 881 del 7 dicembre 2021 avente ad oggetto “Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 del Lazio - Presa d'atto della Decisione della Commissione Europea n. C(2021)7965 finale del 3 novembre 2021, di approvazione delle modifiche del documento di programmazione a seguito della proroga del periodo di durata dei programmi sostenuti dal FEASR (art. 1 Reg. (UE) n. 2220/2020)”.
- Deliberazione di Giunta regionale n. 550 del 05 agosto 2021 avente ad oggetto: “Regolamento (UE) n. 1305/2013. Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 del Lazio. Approvazione della proposta di modifica del piano di finanziamento a seguito della proroga del periodo di durata dei programmi sostenuti dal FEASR (art. 1 Reg. (UE) n. 2220/2020)”.
- Deliberazione di Giunta regionale n. 881 del 7 dicembre 2021 avente ad oggetto: “Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 del Lazio - Presa d'atto della Decisione della Commissione Europea n. C(2021)7965 finale del 3 novembre 2021, di approvazione delle modifiche del documento di programmazione a seguito della proroga del periodo di durata dei programmi sostenuti dal FEASR (art. 1 Reg. (UE) n. 2220/2020)”.
- Decisione di esecuzione C(2022)5345 final del 19/07/2022 della Commissione Europea che approva il Programma “PR Lazio FSE+ 2021-2027”, contrassegnato con il CCI 2021IT05SFPR006.
- Decisione di esecuzione C (2022)7883 del 26/10/2022 della Commissione Europea che approva il Programma “PR Lazio FESR 2021-2027”, contrassegnato con il CCI 1021IT16RFPR008.

documento indica le Linee Guida che dovranno improntare la definizione della “Strategia di comunicazione unitaria” per il periodo 2022-2027, rinviando a successive integrazioni la definizione del dettaglio delle attività che saranno realizzate, tenendo conto del quadro generale definito dalla regolamentazione comunitaria vigente per il periodo di riferimento, con particolare riferimento a obiettivi generali e gruppi target.

Le risorse finanziarie dei Programmi

A seguito dell’approvazione dal Quadro Finanziario Pluriennale (QFP) 2021-2027² e dei Regolamenti comunitari 2021-2027, per i Fondi FESR, FSE+ e per l’Obiettivo “Cooperazione territoriale europea”³ il quadro regolamentare entro cui definire le scelte di programmazione della Regione Lazio è ormai definito, così come anche le risorse finanziarie destinate ai nuovi Programmi.

In particolare, al Programma Regionale 2021-2027 cofinanziato dal FESR è attribuito un importo complessivo pari a € 1.817.286.580 (di cui € 726.914.632 di contributo UE e € 1.090.371.948 di contributo nazionale), mentre al Programma Regionale 2021-2027 cofinanziato dal FSE+ è attribuito un importo complessivo pari a € 1.602.548.250 (di cui € 641.019.300 di contributo UE e € 961.528.950 di contributo nazionale).

Per il Fondo FEASR, invece, nelle more che gli Stati membri provvedano a predisporre i rispettivi piani strategici della PAC (Politica Agricola Comunitaria) per il periodo 2023-2027, è stato disciplinato il periodo di transizione 2021-2022⁴ alle attuali condizioni normative, prorogando il PSR 2014-2020 di due anni e finanziandolo attingendo sia alla corrispondente dotazione del bilancio comunitario per gli anni 2021-2022 nell’ambito delle risorse previste dal QFP 2021-2027, sia alle risorse aggiuntive stanziare dall’Unione Europea a titolo di strumento per la ripresa (*European Recovery Instrument – EURI*) a seguito della crisi causata dal Covid-19⁵.

Le risorse per gli anni 2021-2022 assegnate ad integrazione del PSR 2014-2020 cofinanziato dal FEASR ammontano a un importo complessivo di € 143.256.583,34 a cui corrisponde un contributo pubblico totale di € 282.928.353,53⁶, di cui almeno € 3.676.617,34 destinati alla Misura 20 “Assistenza tecnica”.

² Regolamento (UE) 2020/2093 del Consiglio che approva il Quadro Finanziario Pluriennale (QFP) dell’Unione Europea per il periodo 2021-2027.

³ Regolamento (UE) 2021/1057 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 che istituisce il Fondo sociale europeo Plus (FSE+) e che abroga il Regolamento (UE) n. 1296/2013; Regolamento (UE) 2021/1058 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e Fondo di Coesione; Regolamento (UE) 2021/1059 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 recante disposizioni specifiche per l’obiettivo “Cooperazione territoriale europea” (Interreg) sostenuto dal Fondo europeo regionale e dagli strumenti di finanziamento esterno; Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 recante disposizioni comuni applicabili al Fondo europeo di sviluppo regionale, al Fondo sociale europeo Plus, al Fondo di coesione, al Fondo per una transizione giusta, al Fondo europeo per gli affari marittimi, la pesca e l’acquacoltura, e le regole finanziarie applicabili a tali fondi e al Fondo Asilo, Migrazione e integrazione, al Fondo Sicurezza interna e allo strumento di sostegno finanziario per la gestione delle frontiere e la politica dei visti.

⁴ Regolamento (UE) 2020/2220 del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 dicembre che stabilisce alcune disposizioni transitorie relative al sostegno da parte del FEASR e del FEAGA negli anni 2021 e 2022 e che modifica i Regolamenti (UE) n. 1305/2013, (UE) n. 1306/2013 e (UE) n. 1307/2013 per quanto riguarda le risorse e l’applicazione negli anni 2021 e 2022 e il Regolamento (UE) n. 1308/2013 per quanto riguarda le risorse e la distribuzione di tale sostegno in relazione agli anni 2021 e 2022.

⁵ Regolamento (UE) 2094/2020 del Consiglio, che ha istituito uno strumento dell’Unione Europea per la ripresa (*European Recovery Instrument – EURI*) a sostegno della ripresa dell’economia dopo la crisi causata dal COVID-19 e che prevede, tra l’altro, il finanziamento, a totale carico del bilancio comunitario, di misure volte ad affrontare l’impatto della crisi COVID-19 sull’agricoltura e lo sviluppo rurale.

⁶ Delibera del Consiglio dei Ministri del 17/06/2021 sostitutiva dell’intesa della Conferenza Stato-Regioni.

Per il quinquennio 2023-2027, in base ai criteri di riparto applicati⁷, al Lazio è stata assegnata una dotazione finanziaria pari a un totale di spesa pubblica cofinanziata di € 602.555.924, corrispondenti a € 245.240.261 di quota FEASR e € 357.315.663 di contributo nazionale⁸.

Pertanto la dotazione finanziaria complessiva assegnata al FEASR Lazio per il settennio 2021-2027 è pari a 885,40 milioni di euro ed è superiore a quella di 881,6 milioni di euro originariamente prevista nel documento *“Un nuovo orizzonte di progresso socio-economico. Linee di indirizzo per lo sviluppo sostenibile e la riduzione delle disuguaglianze: politiche pubbliche regionali ed europee 2021-2027* in quanto la stessa era basata sul calcolo delle quote finanziarie - a valere sugli stanziamenti del QFP approvato dal Consiglio straordinario europeo del 20 luglio 2020 - costanti rispetto all'attuale programmazione 2014-2020.

Per il Programma di Sviluppo Rurale 2023-2027, nell'ambito della previsione dell'art. 94, comma 1 del Regolamento 2021/2115⁹ che stabilisce che all'Assistenza tecnica sia destinato un importo massimo pari al 4% della partecipazione del FEASR al Programma Strategico della PAC, alle regioni è stata assegnata una quota massima disponibile pari al 3,31% che corrisponde, per la Regione Lazio, all'importo complessivo di €19.965.428,30¹⁰.

Per quanto riguarda gli altri due Programmi Regionali 2021-2027, ai sensi dell'art. 36 del Regolamento (UE) 2021/1060 recante disposizioni comuni, la visibilità e la comunicazione sono finanziate con le risorse destinate all'Assistenza Tecnica degli Stati membri sulla base della quantificazione stabilita al comma 4, lett. b, pari rispettivamente al 3,5% per il FESR ed al 4% per il FSE+, rispetto all'importo complessivo dei Programmi (vedi Tav. n. 1).

Tav. n. 1 - Dotazione dei Programmi (valori espressi in euro)

Programma	Risorse complessive	di cui Assistenza Tecnica
FESR 2021-2027	1.817.286.580,00	63.605.030,00
FSE+ 2021-2027	1.602.548.250,00	64.101.930,00
FEASR 2021-2022	245.555.152,00	3.676.617,00
FEASR 2023-2027	602.555.923,82	19.965.428,30
Totale	4.267.945.905,82	151.349.005,30

Al fine di consentire un'ampia visibilità ed una sempre maggiore integrazione tra le attività di comunicazione dei singoli Programmi e quella a regia unitaria regionale, la Regione Lazio decide di assegnare alle attività di comunicazione per il periodo di programmazione 2021-2027, una quota pari ad almeno il 10% dell'Assistenza tecnica nell'ambito di ogni Fondo (Tav. n. 2).

⁷ Proposta di riparto tra le Regioni e le Province autonome dei Fondi attinenti allo sviluppo rurale assegnati all'Italia per il periodo 2023-2027, comunicata con nota della Presidenza del Consiglio dei Ministri n. DAR/0009475 del 14/06/2022 su cui è stata sancita l'Intesa nella seduta della Conferenza Stato Regioni del 21 giugno 2022.

⁸ Deliberazione di Giunta regionale n. 783 del 29 settembre 2022 avente ad oggetto: *“Regolamento UE n. 2021/2115 - Piano Strategico della PAC per il periodo 2023-2027. Assegnazione delle risorse FEASR alla Regione Lazio per le politiche di sviluppo rurale, proiezioni di spesa e definizione del Documento Programmatico dello Sviluppo rurale (DPSR) 2023-2027”*.

⁹ Reg. (UE) 2021/2115 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021 che sancisce norme sul sostegno ai piani strategici che gli Stati membri devono redigere nell'ambito della Politica Agricola Comune (piani strategici della PAC) e finanziati dal Fondo Europeo Agricolo di Garanzia (FEAGA) e dal Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR). Tale Regolamento inoltre abroga i Regolamenti (UE) n.1305/2013 e (UE) n.1307/2013.

¹⁰ In conseguenza della perimetrazione finanziaria comunicata dal MIPAAF alle Regioni con nota prot. n.306927 dell'11/07/2022 riportante disposizioni in merito alla ventilazione del FEASR 2023-2027 e dei livelli massimi di spesa per l'assistenza tecnica.

Tav. n. 2 - Dotazione assegnata all'Assistenza Tecnica e alla Comunicazione (valori espressi in euro)

Programma	Assistenza Tecnica	di cui Comunicazione
* FESR 2021-2027	63.605.030,00	8.000.000,00
FSE+ 2021-2027	64.101.930,00	6.410.193,00
FEASR 2021-2022	3.676.617,00	367.662,00
FEASR 2023-2027	19.965.428,30	1.996.542,83
Totale	151.349.005,30	16.774.397,83

* Nel Programma Regionale FESR 2021-2027 è stato deciso di appostare sulla comunicazione unitaria un importo superiore al 10% dell'Assistenza Tecnica.

Ambiti, obiettivi e attività della Strategia di comunicazione unitaria

a) Ambiti d'intervento

Come per il precedente periodo di programmazione, la “strategia di comunicazione unitaria” si svilupperà in due ambiti di intervento, entrambi coordinati da un'unica Cabina di Regia: un ambito a regia unitaria cd. “Interfondo”, in cui si realizza la comunicazione trasversale dei Fondi comunitari nel complesso, ed un ambito proprio della comunicazione e informazione dei singoli Programmi di riferimento cofinanziati dal FESR, dal FSE+ e dal FEASR, suddiviso in specifiche sezioni, la cui attuazione è di responsabilità delle rispettive Autorità di Gestione.

In entrambi gli ambiti, l'impostazione strategica della comunicazione tiene conto degli elementi di contesto e di scenario legati ai nuovi modelli digitali, che si stanno imponendo quali strumenti maggiormente utilizzati da una fascia sempre più ampia della popolazione.

Tale tendenza, cui la pandemia ha impresso una forte accelerazione, è strettamente correlata con il maggior tempo trascorso online dalle persone e con il considerevole incremento dell'utilizzo delle piattaforme social.

La comunicazione digitale – favorita, tra l'altro, dalla rapidità d'accesso, dalla disponibilità di connessione, dall'abbattimento delle barriere di spazio e tempo e dalla disintermediazione – si sta imponendo, in particolare, proprio attraverso i canali digitali e i social media, mezzi preferiti da chi è alla ricerca di informazioni semplici e di risposte rapide; pertanto la Pubblica Amministrazione è chiamata a tenere nel debito conto tali mezzi, indispensabili – nell'ambito di un modello “circolare” – per gestire il dialogo e il confronto con target e stakeholder, suscitando scambi di informazioni, feedback, segnalazioni e approfondimenti e promuovendo la continua interazione fra l'Ente e cittadini, imprese, associazioni, mondo accademico ed enti locali.

b) Obiettivi

b.1 Obiettivi dell'ambito a regia unitaria cd. “Interfondo”

Con riferimento all'ambito “Interfondo”, la Strategia di comunicazione è finalizzata principalmente a:

- promuovere il significato e i valori della programmazione europea;
- dare risalto al ruolo di motore dello sviluppo sociale, economico e culturale dei finanziamenti comunitari;
- valorizzare i temi trasversali prioritari della programmazione europea, come la sostenibilità, la parità di genere, le politiche per i giovani e per l'integrazione, lo sviluppo territoriale, la formazione e capacitazione degli *stakeholder* e delle pubbliche amministrazioni, etc.;
- promuovere un'informazione ampia e trasparente sulle opportunità offerte dalla Regione

Lazio nel contesto della programmazione 2021-2027;

- individuare una regia unitaria delle azioni di comunicazione e informazione che, attraverso un coordinamento unico, dia coerenza, anche nella forma, alla molteplicità di azioni e interventi dai quali è caratterizzata la programmazione europea.

Infine, si prediligeranno modalità di attuazione integrate, intendendo con ciò:

- integrazione e coordinamento tra la Cabina di Regia, le Autorità di Gestione dei singoli Programmi ed i soggetti incaricati dell'attuazione delle azioni;
- integrazione con i partner istituzionali ed economico-sociali, che fungono da "moltiplicatori" dei messaggi e sono in grado di rivolgersi ai potenziali beneficiari in modo diretto;
- integrazione tra più strumenti, in funzione delle caratteristiche e dei fabbisogni informativi dei destinatari, nonché dello stato di avanzamento delle azioni.

b.2 Obiettivi dell'ambito relativo ai singoli Programmi

Gli obiettivi saranno declinati in modo specifico nei Piani di comunicazione dei singoli Programmi, secondo le esigenze individuate dalle rispettive Autorità di Gestione, ferme restando le indicazioni riportate di seguito.

b.2.1. Obiettivi dei Programmi cofinanziati con il FESR e il FSE+

Con riferimento ai singoli Programmi cofinanziati dal FESR e dal FSE+, l'art. 22 del Regolamento (UE) 2021/1060 recante disposizioni comuni stabilisce che "ciascun Programma stabilisce una strategia che indichi il contributo del programma agli obiettivi strategici (..) e la comunicazione dei risultati" e che, diversamente dal periodo 2014-2020 nel quale la strategia di comunicazione era descritta all'interno di un documento separato dal Programma e non era soggetta ad una valutazione formale da parte della Commissione europea, contiene in un apposito capitolo, "l'approccio previsto in termini di comunicazione e visibilità del Programma mediante la definizione dei suoi obiettivi, del pubblico destinatario, dei canali di comunicazione, compresa la diffusione sui social media, ove opportuno, del bilancio previsto e dei pertinenti indicatori di sorveglianza e valutazione". Nello specifico, gli obiettivi identificati devono essere chiari, realistici, misurabili e coerenti con il Programma, i destinatari e i canali di comunicazione, compresi i social media, devono essere definiti in maniera chiara, coerente, spiegandone la scelta; il budget destinato; gli indicatori principali e target realistici che consentano di effettuare un adeguato monitoraggio e valutazione. Detti elementi (obiettivi, indicatori, target, ...), dovranno essere declinati nella Strategia di comunicazione di ciascun Fondo sulla base dei contenuti del presente documento e di quanto identificato nei Programmi adottati, nei quali è stata descritta l'impostazione della Strategia di comunicazione unitaria di cui alle presenti Linee d'indirizzo.

Allo stesso tempo, il Regolamento rafforza le responsabilità delle Autorità di Gestione in termini di trasparenza e visibilità, secondo quanto riportato all'art. 49¹¹. Inoltre, secondo la prescrizione

¹¹ Regolamento (UE) 2021/1060 - Articolo 49

1. L'autorità di gestione garantisce che, entro sei mesi dalla decisione di approvazione del programma, sia in funzione un sito web sul quale siano disponibili informazioni sui programmi sotto la sua responsabilità, che presenti gli obiettivi, le attività, le opportunità di finanziamento e i risultati del programma.

2. L'autorità di gestione garantisce la pubblicazione sul sito web di cui al paragrafo 1, o sul portale web 'unico di cui all'articolo 46, lettera b), di un calendario degli inviti a presentare proposte che sono stati pianificati, aggiornato almeno tre volte all'anno, con i dati indicativi seguenti:

- a) area geografica interessata dall'invito a presentare proposte;
- b) obiettivo strategico o obiettivo specifico interessato;
- c) tipologia di richiedenti ammissibili;
- d) importo totale del sostegno per l'invito;
- e) data di apertura e chiusura dell'invito.

dell'art. 48 comma 2, "ciascuna Autorità di Gestione individua un responsabile della comunicazione per ciascun programma. Un responsabile della comunicazione può essere responsabile di più di un programma". L'art. 50 del Regolamento (UE) 2021/1060¹² stabilisce infine specifici obblighi in capo

3. L'autorità di gestione mette a disposizione del pubblico l'elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno dai fondi sul sito web in almeno una delle lingue ufficiali delle istituzioni dell'Unione e aggiorna l'elenco almeno ogni quattro mesi. A ciascuna operazione è attribuito un codice unico. L'elenco contiene gli elementi seguenti:

- a) per le persone giuridiche, il nome del beneficiario e, nel caso di appalti pubblici, del contraente;
- b) se il beneficiario è una persona fisica, nome e cognome;
- c) per le operazioni nell'ambito del FEAMPA relative a un peschereccio, il numero di identificazione nel registro della flotta peschereccia dell'Unione di cui al regolamento di esecuzione (UE) 2017/218 della Commissione (47);
- d) la denominazione dell'operazione;
- e) lo scopo dell'operazione e i risultati attesi o conseguiti;
- f) la data di inizio dell'operazione;
- g) la data prevista o effettiva di completamento dell'operazione;
- h) il costo totale dell'operazione;
- i) il fondo interessato;
- j) l'obiettivo specifico interessato;
- k) il tasso di cofinanziamento dell'Unione;
- l) l'indicatore di località o di geolocalizzazione per l'operazione e il paese interessati;
- m) per le operazioni mobili o che riguardano diverse località, la località del beneficiario se si tratta di una persona giuridica; o la regione a livello NUTS 2 se il beneficiario è una persona fisica;
- n) la tipologia di intervento dell'operazione in conformità dell'articolo 73, paragrafo 2, lettera g).

I dati di cui alle lettere b) e c) del primo comma sono rimossi due anni dopo la data della pubblicazione iniziale sul sito.

4. I dati di cui ai paragrafi 2 e 3 del presente articolo sono pubblicati sul sito web di cui al paragrafo 1 o nel portale web unico di cui all'articolo 46, lettera b) del presente regolamento, in formati aperti e leggibili meccanicamente, come stabilito all'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva (UE) 2019/1024 del Parlamento europeo e del Consiglio (48), che consentano di ordinare, utilizzare in operazioni di ricerca, estrarre, comparare e riutilizzare i dati.

5. Prima della pubblicazione, l'autorità di gestione informa i beneficiari che i dati saranno resi pubblici a norma del presente articolo.

6. L'autorità di gestione provvede affinché i materiali inerenti alla comunicazione e alla visibilità, anche a livello di beneficiari, siano, su richiesta, messi a disposizione delle istituzioni, degli organi o organismi dell'Unione, e che all'Unione sia concessa una licenza a titolo gratuito, non esclusiva e irrevocabile che le consenta di utilizzare tali materiali e tutti i diritti preesistenti che ne derivano, in conformità dell'allegato IX. Ciò non comporta costi aggiuntivi significativi o un onere amministrativo rilevante per i beneficiari o per l'autorità di gestione.

¹² 1. I beneficiari e gli organismi che attuano gli strumenti finanziari riconoscono il sostegno fornito dai fondi all'operazione, comprese le risorse reimpiegate a norma dell'articolo 62, nei modi seguenti:

- a) fornendo, sul sito web, ove tale sito esista, e sui siti di social media ufficiali del beneficiario una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione;
- b) apponendo una dichiarazione che ponga in evidenza il sostegno dell'Unione in maniera visibile sui documenti e sui materiali per la comunicazione riguardanti l'attuazione dell'operazione, destinati al pubblico o ai partecipanti;
- c) esponendo targhe o cartelloni permanenti chiaramente visibili al pubblico, in cui compare l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato IX non appena inizia l'attuazione materiale di operazioni che comportino investimenti materiali o siano installate le attrezzature acquistate, con riguardo a quanto segue:
 - i) operazioni sostenute dal FESR e dal Fondo di coesione il cui costo totale supera 500 000 EUR;
 - ii) operazioni sostenute dal FSE+, dal JTF, dal FEAMPA, dall'AMIF, dall'ISF o dal BMVI il cui costo totale supera 100 000 EUR;
- d) per le operazioni che non rientrano nell'ambito della lettera c), esponendo in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di misura non inferiore a un formato A3 o un display elettronico equivalente recante informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dai fondi; ove sia una persona fisica, il beneficiario garantisce, nella misura del possibile, la disponibilità di informazioni adeguate, che mettano in evidenza il sostegno fornito dai fondi, in un luogo visibile al pubblico o mediante un display elettronico.
- e) per operazioni di importanza strategica e operazioni il cui costo totale supera 1 000 000 EUR, organizzando un evento o un'attività di comunicazione, come opportuno, e coinvolgendo in tempo utile la Commissione e l'autorità di gestione responsabile.

Ove un beneficiario del FSE+ sia una persona fisica, o le operazioni siano sostenute a titolo dell'obiettivo specifico di cui all'articolo 4, paragrafo 1, lettera m), del regolamento FSE+, non si applica la prescrizione di cui al primo comma, lettera d).

ai beneficiari in merito alla trasparenza sul sostegno ricevuto dai fondi e comunicazione sulle operazioni cofinanziate dai Programmi.

b.2.2. Obiettivi dei Programmi cofinanziati con il FEASR

Considerata la suddivisione, per il FEASR, del periodo 2021-2027 in due programmazioni distinte, la comunicazione regionale sarà suddivisa in due periodi:

- per il periodo di transizione 2021-2022, il piano di comunicazione è già in essere e si inserisce nel quadro normativo nazionale ed europeo attualmente in vigore, per cui si continuerà ad applicare il Regolamento UE n. 1305/2013, così come emendato dal Regolamento UE n. 2220/2020 sul periodo di estensione, nel quadro delle disposizioni comuni di cui al Regolamento UE n. 1303/2013, tuttora vigenti, in materia di comunicazione, ma anche di *governance* e di bilancio;
- per la nuova programmazione 2023-2027 la strategia sarà revisionata in seguito all'approvazione delle disposizioni in materia di informazione che saranno contenute nel Piano Strategico della PAC e negli accordi di funzionamento che definiranno le responsabilità in capo alle Regioni.

Restano comunque in vigore, con riguardo al quadro giuridico nazionale, la legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni" e le diverse raccomandazioni dell'Agenzia per l'Italia digitale (AgID) e Pubblica Amministrazione di Qualità (PAQ) soprattutto in materia di multi-accessibilità, usabilità, trasparenza, multicanalità, ma anche adattabilità e innovatività.

Secondo la definizione della PAQ, la strategia tratta la comunicazione esterna del Programma, utilizzata per dialogare direttamente con tutti gli interlocutori esterni alla Regione Lazio, contribuendo a "costruire la percezione della qualità del servizio e costituendo un canale permanente di ascolto e verifica del livello di soddisfazione del cliente/utente, tale da consentire all'organizzazione di adeguare di volta in volta il servizio offerto".

Inoltre, la strategia comunicativa dell'Autorità di Gestione attribuisce grande importanza alla comunicazione interna, in quanto capace di migliorare il coordinamento e, dunque, favorire una gestione più efficace in generale e del Programma in particolare.

La strategia si basa comunque sull'esperienza pregressa maturata nell'arco delle programmazioni precedenti, oltre che sulle buone pratiche delle altre Regioni italiane, con una particolare attenzione alla comunicazione digitale della PA, ed è il frutto di attività sottoposte in passato ad azioni di sorveglianza e valutazione indipendente, da cui trarre raccomandazioni utili per il futuro.

Nel primo Rapporto tematico sulle attività di comunicazione del PSR Lazio 2014-2020 (2019), oltre alle buone prestazioni del sito lazioeuropa.it, il Valutatore ha evidenziato "un'apprezzabile efficacia della comunicazione veicolata tramite i moltiplicatori di informazione (in particolare associazioni di categoria/ordini professionali/CAA)". "La comunicazione di secondo livello, non istituzionale", scriveva il Valutatore, "appare ancora particolarmente utile nel Lazio per la diffusione delle informazioni sul territorio, soprattutto nel caso del gruppo target potenziali beneficiari". A questo

In deroga al primo comma, lettere c) e d), per le operazioni sostenute dall'AMIF, dall'ISF e dal BMVI, il documento che specifica le condizioni per il sostegno può stabilire requisiti specifici per l'esposizione pubblica delle informazioni sul sostegno fornito dai fondi ove ciò sia giustificato da ragioni di sicurezza e di ordine pubblico in conformità dell'articolo 69, paragrafo 5.

2. Per i fondi per piccoli progetti, il beneficiario rispetta gli obblighi di cui all'articolo 36, paragrafo 5, del regolamento Interreg.

Per gli strumenti finanziari il beneficiario provvede, mediante clausole contrattuali, a che i destinatari finali rispettino le prescrizioni di cui al paragrafo 1, lettera c).

3. Se il beneficiario non rispetta i propri obblighi di cui all'articolo 47 o ai paragrafi 1 e 2 del presente articolo e qualora non siano state poste in essere azioni correttive, l'autorità di gestione applica misure, tenuto conto del principio di proporzionalità, sopprimendo fino al 3 % del sostegno dei fondi all'operazione interessata.

proposito, il Valutatore suggeriva di potenziare le azioni/strumenti di comunicazione che possano essere veicolate tramite i moltiplicatori di informazione. Nel medesimo Rapporto, il Valutatore raccomandava lo sviluppo di una *social media strategy* dedicata, tramite la creazione di pagine Facebook, Instagram e Twitter, l'uso di *hashtag* e contenuti mirati al Programma, che aiuterebbero ad indirizzare più visitatori sul sito.

Bisogna inoltre ricordare la sfida che la pandemia COVID-19 ha rappresentato per tutti i settori, con la necessità di un più massivo uso delle nuove tecnologie per l'informazione e la comunicazione (TIC), costringendo ad abbandonare almeno momentaneamente alcuni strumenti tradizionali, ad es. supporti cartacei ed eventi in presenza, in favore di webinar e supporti digitali. In tal modo, comunque, è stato innescato un meccanismo virtuoso che ha portato a conoscenza del grande pubblico anche le problematiche legate alla sicurezza informatica della PA, ma ha fatto conoscere, soprattutto, le opportunità rappresentate dalle TIC, in particolare per le zone rurali più periferiche.

Tuttavia, sussiste il problema del *digital divide*, a cui questa strategia intende sopperire tramite un'attività multicanale, garantendo lo sviluppo di servizi informativi accessibili da parte del cittadino, a prescindere dalla tecnologia a sua disposizione. Tenendo presente, come si legge sul sito <http://qualitapa.gov.it/>, che è sempre e comunque “necessario rivalutare il rapporto diretto”. Trattandosi di un processo bidirezionale, la strategia è da intendersi come un documento di indirizzo in continua evoluzione, da aggiornare e integrare nel tempo, al fine di rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

Questo è tanto più vero in considerazione della particolare situazione giuridica del FEASR, che è normato da Regolamenti diversi nell'arco del settennio 2021-2027.

c) Attività

Per la realizzazione della “strategia di comunicazione unitaria”, in entrambi gli ambiti, verranno utilizzate due macrocategorie di attività, tra loro intimamente connesse e integrate: ideazione, progettazione e predisposizione di attività di informazione, pubblicità e produzione di materiale informativo; promozione e organizzazione di eventi e seminari, oltre che attività di monitoraggio.

Attenta alla “*digital transformation*”, la presente strategia si avvale di tutti gli strumenti (online e offline), adottando un approccio integrato ed efficace, nell'ottica della complementarità: comunicazione *web*, *mail* e *social*, dirette Facebook e su altre piattaforme digitali ma anche sfruttando le reti territoriali esistenti (per esempio gli Spazi Attivi), promuovendo eventi, lanciando campagne, pubblicando prodotti editoriali su carta e in digitale, diffondendo comunicati stampa, spot radio, clip e video.

Infine, in linea con le tendenze più recenti riguardo alla crescente diffusione dell'uso di piattaforme *social* e nuove tecnologie, e in coerenza con la strategia descritta, si prevede di aprire dei canali *social* dedicati “Lazio Europa” ed un canale *podcast* con approfondimenti sulle opportunità disponibili a cura di esperti, nonché testimonianze e interviste.

c.1 Attività di informazione, pubblicità e produzione di materiale informativo

Queste azioni verranno realizzate attraverso campagne pubblicitarie, che prevedono, a seconda dei mezzi, dei *target* e degli obiettivi: pubblicità sui media regionali e attività di ufficio stampa sulle principali testate cartacee quotidiane e periodiche; testate e portali *web*; acquisto di spazi pubblicitari settoriali; *spot* radiofonici e televisivi su emittenti locali; campagne *social* con *post* dedicati e promozione mirata di alcuni *post*; promozione del sito *web*; *newsletter* speciale; affissioni statiche o dinamiche; sfruttando diversi strumenti tra cui manchette, redazionali, *poster* e tabelle in affissione, *banner*, *post social*, *spot* o messaggi radio, *videoclip*, infografiche, *direct marketing*, materiali cartacei *below the line*, ecc.

Coerentemente con la strategia regionale, si prevede l'utilizzo integrato dei social media per comunicare con i diversi livelli di destinatari, amplificare la conoscenza e l'interazione con target e stakeholder e per lanciare azioni mirate di *web marketing* e *web advertising*. Per massimizzare l'effetto comunicativo dei social, si punterà sullo *storytelling*, la forma di comunicazione rivelatasi più efficace, soprattutto insieme a strumenti audiovisivi e immagini (*key visual*). Agendo sui principali canali (*Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Youtube, Vimeo, ecc.*), ciascuna azione social seguirà un piano editoriale che terrà conto di una promozione organica sugli stessi canali nonché di una campagna di ADV per progetti specifici, con *social card, teaser* e *call to action* ai siti internet di riferimento (in particolare Lazio Europa).

A livello territoriale, la diffusione avverrà prevalentemente in ambito regionale, sulle pagine locali di testate nazionali o su testate locali, attraverso la geotargettizzazione di testate, portali e canali social nazionali, ma si valorizzeranno *best practice* e l'utilizzo virtuoso delle risorse comunitarie anche su comunicazione di livello nazionale.

Nell'ambito delle attività di informazione, verranno realizzati nuovi strumenti di comunicazione (multimediali, *online*, specifici per *mobile device*, ecc.) e implementati strumenti già esistenti, come il portale Lazio Europa, che verrà riprogrammato, in linea con le raccomandazioni dell'Agenzia per l'Italia digitale, soprattutto in materia di accessibilità, nonché dotato di una struttura flessibile, in grado di interfacciarsi con i nuovi media.

Mentre resta centrale la posizione dei bandi e degli avvisi, che concretizzano il supporto della Regione alla crescita e allo sviluppo del sistema economico-territoriale, il portale Lazio Europa conterrà alcune novità che lo renderanno maggiormente fruibile, completo ed in grado di raccontare ad un ampio pubblico, e non solo agli addetti ai lavori, quanto realizzato grazie al cofinanziamento comunitario, nonché di fungere da punto d'incontro per favorire la nascita di potenziali collaborazioni e progetti tra beneficiari di diverse azioni all'interno di una vera e propria *community*.

Allo scopo di moltiplicare l'efficacia dei messaggi e dei contenuti, la nuova versione del portale sarà inoltre caratterizzata da una maggiore integrazione con i canali social e da un'ampia visibilità al racconto dei beneficiari e dei progetti finanziati (*storytelling*).

c.2 *Eventi, seminari, monitoraggi*

La promozione dei Programmi cofinanziati della Regione Lazio verrà veicolata, in base ai target e agli obiettivi, attraverso l'organizzazione di eventi e seminari, la partecipazione a eventi o manifestazioni organizzate da terzi o in partnership con enti locali e associazioni.

Le manifestazioni organizzate dalla Regione Lazio saranno indirizzate, in base alle esigenze, a *stakeholder*, potenziali beneficiari, *opinion maker* e tutti quei soggetti, pubblici e privati, che si possono considerare utili veicolatori dei messaggi.

Come detto, gli eventi sono concepiti in stretta correlazione con il complesso delle iniziative di comunicazione, diventando uno strumento strategico di promozione e diffusione.

Agendo su diversi canali comunicativi e raccordati con gli strumenti della comunicazione digitale, gli eventi sono strutturati con una vision sistemica, per divulgare le *policy* e coinvolgere in modo diretto e partecipativo gli utenti.

Il "sistema-evento" così concepito costituisce quindi un modello di comunicazione ideale non solo per rafforzare la conoscenza dei benefici dell'Unione Europea a favore dei cittadini, ma anche per favorirne il coinvolgimento diretto e la partecipazione.

Gli eventi organizzati da terzi ai quali si prenderà parte saranno valutati in base alle caratteristiche dei temi trattati, delle tipologie di target, delle dimensioni della partecipazione da parte del pubblico.

Ai fini del monitoraggio dei fabbisogni di comunicazione e dei risultati delle attività di volta in volta realizzate, potranno essere svolte delle indagini statistiche periodiche o ad hoc. Queste analisi verranno svolte da istituti specializzati e riguarderanno tanto la percezione delle azioni da parte del campione che la possibile indicazione di nuovi ambiti e strumenti di comunicazione da esperire.

Strategia di Comunicazione Programma Regionale FESR Lazio

Secondo quanto previsto dall'articolo 49 del Reg. 1060/2021, l'Autorità di Gestione garantisce la visibilità del sostegno fornito alle operazioni finanziate con le risorse del Programma regionale nonché una comunicazione ai cittadini con riguardo al ruolo e ai risultati conseguiti dagli interventi finanziati mediante un portale *web* (nel caso specifico www.lazioeuropa.it).

Il primo obiettivo da perseguire consiste pertanto nell'informazione sul Programma, i relativi obiettivi, le attività, le opportunità di finanziamento ed i risultati. A tal fine sarà realizzata la redazione di *news*, di schede sui progetti, pubblicazione documenti, disseminazione informazioni su eventi, diffusione di *output*, oltre che saranno resi facilmente fruibili tutti i documenti formalmente approvati dal Comitato di Sorveglianza e dall'Autorità di Gestione.

A tal fine è intenzione dell'Autorità di Gestione intensificare e standardizzare il flusso di comunicazione nei confronti dell'esterno (potenziali beneficiari, cittadini, portatori di interesse, altre Amministrazioni e istituzioni pubbliche) fornendo informazioni sia di natura qualitativa che quantitativa su contenuti e andamento del Programma, mediante una serie di strumenti tipici delle attività di informazione:

- *Web*: oltre che sul sito istituzionale della Regione (regione.lazio.it), la comunicazione si avvale del portale Lazio Europa, reso più fruibile e semplice per coinvolgere una sempre più ampia porzione di pubblico, e non gli addetti ai lavori. A tale scopo, il portale è integrato con i canali social e dedica ampio spazio alla presentazione sotto forma di racconto di buone pratiche, spiegando così gli effetti concreti e tangibili dei fondi europei sullo sviluppo locale.
- Invio di una *Newsletter* periodica (con frequenza bimestrale o trimestrale) nella quale si informa il pubblico dello stato di avanzamento del Programma nel suo complesso, per esempio con l'ausilio di infografiche in grado di rappresentare le informazioni in un'ottica *Open Data* (es. numero e valore dei progetti finanziati, localizzazione dei progetti sul territorio, tipologia dei beneficiari, entità dei contributi, ecc.). Uno strumento immediato e di facile consultazione per conoscere le opportunità, i progetti e i programmi regionali ed europei a sostegno della crescita, dell'innovazione, della competitività e dell'inclusione.
- *Social*: utilizzo integrato delle principali piattaforme social sia per amplificare la conoscenza del Fondo, delle sue opportunità ed effetti sia per favorire l'interazione con i diversi target, promuovendo contestualmente azioni mirate di *web marketing* e di *web advertising* per progetti specifici, con *social card*, *teaser* e *call to action* al portale di Lazio Europa. Prevista anche l'attivazione di canali tematici (es. *Youtube* e/o similari), esplicitamente riservati e focalizzati sul Programma, rivolti sia ad un pubblico di addetti ai lavori (es. *Twitter*, *LinkedIn*), sia ad un pubblico ampio e generalizzato (*Facebook*, *Instagram*), per informare i diversi target di possibili destinatari. In corrispondenza della pubblicazione di un nuovo Avviso/Bando è prevista la realizzazione di brevi clip esplicative (al massimo 3-4 minuti) che danno conto delle principali informazioni riguardanti l'Avviso (potenziali beneficiari, contributo massimo, tipologia di investimenti ammissibili, tempi per concludere il progetto, modalità e termini per la presentazione, modalità di rendicontazione).

- Prodotti editoriali: produzione di materiali divulgativi seguendo un approccio “*Dataroom*” – che può concretizzarsi con la produzione di *brochure*, video, infografiche, *reportage*, *dossier* – connessi a specifici progetti finanziati e suddivisi sia per tematiche (es. progetti di ricerca, innovazione, trasferimento tecnologico, economia circolare, mobilità urbana, ecc.) che per aree territoriali (es. per aree provinciali, territori esaminati per caratteristiche omogenee, ecc.). Per gli audiovisivi, in particolare, i video – girati, montati e postprodotti nell’arco di tempi contenuti – costituiscono un validissimo supporto per promuovere le attività sul web e sui social e saranno prodotti in diverse tipologie: spot per *social* e Tv; *video-storytelling* emozionali; video realizzati a consuntivo di convegni, eventi o seminari; videointerviste; video tutorial.

In particolare, l’attivazione di uno specifico Asse territoriale richiederà una costante attività di rilevazione dell’andamento delle diverse Strategie Territoriali così come dei partner coinvolti a livello locale, a vario titolo, nella pianificazione e attuazione delle Strategie stesse. Con riguardo agli approfondimenti tematici, in prima istanza si darà priorità alle 9 Aree di Specializzazione della *Smart Specialisation Strategy* approvata dalla Regione Lazio per l’avvio del ciclo di programmazione 2021-2027¹³, potranno essere previste anche altre tematiche di competenza del Programma.

Una specifica attenzione dovrà essere riservata alle operazioni di importanza strategica (cfr. Appendice 3 del PR 2021-2027) ossia l’azione “Lazio Cinema International” con i conseguenti obblighi di comunicazione previsti dai Regolamenti comunitari. In maniera analoga, sarà dedicato un adeguato spazio ai progetti di valore superiore ai 10 milioni di euro.

Inoltre, nella prima annualità (ed eventualmente anche nella seconda) l’attività di comunicazione sarà anche dedicata alla narrazione – con supporti multimediali e/o foto – dei progetti finanziati nel ciclo di programmazione 2014-2020, con evidenza dei risultati ottenuti grazie al finanziamento europeo.

Le tecniche e gli strumenti di divulgazione da impiegare possono ispirarsi a quelli già utilizzati dalla Commissione europea¹⁴ – DG *Regional Policy* per le medesime finalità – e sarà possibile prevederne di ulteriori.

- Ufficio stampa: attività volta a diffondere informazioni e comunicati, anche in diverse lingue, coinvolgendo testate locali, nazionali e settoriali (magazine e siti web). L’attività ha lo scopo di rafforzare l’efficacia del piano, puntando anche a raggiungere testate settoriali (magazine e siti web) quali ulteriori moltiplicatori delle informazioni.
- Acquisto di spazi pubblicitari e/o spazi su riviste, siti web e strumenti similari rivolti sia ad un pubblico vasto, sia ad addetti ai lavori impiegati nel mondo della politica di coesione, in cui si forniscono elementi di peculiarità dei contenuti del Programma (es. descrizione di progetti significativi, sperimentazioni, progetti pilota). Inoltre, saranno creati spazi dedicati a interlocutori privilegiati e/o beneficiari che potranno raccontare in prima persona la loro esperienza diretta con i finanziamenti comunitari ed in particolare con il Programma FESR.
- Collaborazioni - finalizzate alla realizzazione di attività divulgative comuni - con altre Amministrazioni e/o Istituzioni coinvolte in medesimi ambiti di attività del Programma (es. MIUR, MISE, Enea, CNR, INFN, ecc.) o specificatamente rispetto a progetti cofinanziati dalla Regione Lazio: es. Accordi di Innovazione, Accordi di Sviluppo, DTT¹⁵, Banda Larga, ecc.

¹³ Deliberazione 30 dicembre 2021, n. 997 di adozione del documento di aggiornamento “*Smart Specialisation Strategy* (S3) Regione Lazio”

¹⁴ Cfr. alcuni prodotti divulgativi quali <https://ec.europa.eu/newsroom/region/newsletter-archives/34666> o <https://ec.europa.eu/newsroom/region/newsletter-archives/34485>

¹⁵ Acronimo di *Divertor Tokamak Test*

- Promozione di eventi, integrati con le altre attività di comunicazione, per un modello di comunicazione dinamica ed efficace che, oltre alla divulgazione, sia anche strumento partecipativo, condiviso e inclusivo.
- Partecipazione a eventi e/o iniziative dedicati alle tematiche finanziate dal Programma nonché alle azioni rivolte alla capacità amministrativa e alle innovazioni procedurali e amministrative introdotte dall'Autorità di Gestione nella gestione e attuazione del Programma (es. *Forum P.A.*, *European Week of Regions and Cities*, *European Mobility Week*, *Urban Development Network*, *Salon du Bourget*, dedicato a Aeronautica e Aerospazio).
- Coordinamento e supervisione delle attività di comunicazioni elaborate e realizzate dagli Organismi Intermedi e dai Soggetti Attuatori in merito alle operazioni gestite ed agli Avvisi di rispettiva competenza.
- Organizzazione di almeno un evento annuale del PR FESR 2021-2027 nel corso del quale, oltre a fornire un aggiornamento sull'avanzamento dei principali interventi, ogni anno viene promosso e approfondito uno specifico ambito tematico del Programma (energia, mobilità, ricerca, digitalizzazione, strumenti finanziari, economia circolare) individuato dall'Autorità di Gestione.
- Realizzazione di una specifica sezione del sito web dedicata alla divulgazione delle Procedure/Avvisi in corso di pubblicazione e alla lista delle "operazioni finanziate"; in tal modo la platea dei potenziali beneficiari del Programma (innanzitutto imprese ed Enti Locali) potrà avere contezza del "calendario dei Bandi e delle opportunità" durante l'intero ciclo di programmazione.
- Obbligo di pubblicazione sul sito web (e aggiornamento almeno quadrimestrale) della lista dei Beneficiari del Programma.

Tutte le linee di attività elencate – menzionate a titolo esemplificativo e non esaustivo – adotteranno in maniera massiva le tecniche digitali sia sul fronte della produzione dei materiali, sia con riguardo alla divulgazione dei prodotti.

Verrà comunque garantito, al di là dei materiali che verranno realizzati in occasione delle sedute dei Comitati di Sorveglianza e/o degli Incontri annuali, un set minimo di *output* rilasciati una tantum o in modo continuativo (es. *Dashboard* di Programma con dati relativi al numero e alla tipologia di operazioni sostenute, all'avanzamento finanziario, alla localizzazione dei progetti).

Un'attività di supporto al rispetto degli obblighi di comunicazione a favore dei Beneficiari sarà garantita insieme alla capillare divulgazione delle responsabilità – in capo agli stessi – derivanti dall'ottenimento del contributo. L'Autorità di Gestione adotterà misure correttive nei confronti dei Beneficiari che non rispettano gli obblighi di comunicazione previsti dai Regolamenti comunitari.

Le attività di comunicazione saranno oggetto di una specifica attività di valutazione effettuata da un soggetto terzo e indipendente selezionato mediante procedure di evidenza pubblica.

Strategia di Comunicazione Programma Regionale FSE+ Lazio

Il Programma FSE+, in ottemperanza alle disposizioni di cui all'art. 22, par. 3 comma j) del Regolamento (UE) 2021/1060 (RDC), stabilisce l'approccio previsto in termini di comunicazione e visibilità del programma, specificandone obiettivi, destinatari, canali di comunicazione, compresa la diffusione sui social media, bilancio previsto e indicatori di sorveglianza e valutazione. Tale prescrizione recepisce quanto disposto dall'art. 36, par. 1 del Regolamento (UE) 2021/1057, secondo cui i destinatari dei finanziamenti dell'Unione sono tenuti a rendere nota l'origine di tali finanziamenti e ne garantiscono la visibilità, in particolare quando promuovono azioni e risultati, fornendo

informazioni mirate coerenti, efficaci e proporzionate a destinatari diversi, compresi i media e il pubblico.

La Strategia di Comunicazione del Programma regionale FSE+, in continuità con il precedente periodo di programmazione e richiamando le logiche delineate dalle presenti Linee Guida, sarà finalizzata a:

- fornire visibilità e accrescere il grado di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione Europea, comunicando al grande pubblico finalità e contenuti delle Politiche di Coesione, in modo da assicurare la massima copertura mediatica utilizzando diversi canali, strumenti e metodi di comunicazione e valorizzando così l'impatto dei Fondi comunitari sullo sviluppo del territorio;
- comunicare ai potenziali beneficiari (Istituzioni nazionali, regionali e locali e Agenzie per lo sviluppo, associazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, ecc.) le opportunità offerte dal Programma FSE+, con particolare riferimento alle procedure di accesso, pubblicizzando le modalità di utilizzo delle risorse pubbliche con la veicolazione *push* delle informazioni;
- assicurare la massima trasparenza, garantendo la pubblicazione sul sito web di un calendario degli inviti a presentare proposte pianificati e dell'elenco dei beneficiari e delle operazioni finanziate con il FSE+;
- aumentare la partecipazione e promuovere la cittadinanza attiva;
- migliorare dinamicamente l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo costante e continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati ottenuti.

Come per il PR FESR, anche per il PR FSE+, l'AdG intende avvalersi di strumenti rafforzativi della comunicazione nei confronti dell'esterno (potenziali beneficiari, cittadini, portatori di interesse, altre Amministrazioni e istituzioni pubbliche) fornendo informazioni sia di natura qualitativa che quantitativa su contenuti e andamento del Programma, mediante una serie di strumenti tipici delle attività di informazione:

- *Web*: oltre che sul sito istituzionale della Regione (regione.lazio.it), la comunicazione si avvale del portale Lazio Europa, reso più fruibile e semplice per coinvolgere una sempre più ampia porzione di pubblico, e non gli addetti ai lavori. A tale scopo, il portale è integrato con i canali social e dedica ampio spazio alla presentazione sotto forma di racconto di buone pratiche, spiegando così gli effetti concreti e tangibili dei fondi europei sullo sviluppo locale.
- Invio di una *Newsletter* periodica (con frequenza bimestrale o trimestrale) nella quale si informa il pubblico dello stato di avanzamento del Programma nel suo complesso, per esempio con l'ausilio di infografiche in grado di rappresentare le informazioni in un'ottica *Open Data* (es. numero e valore dei progetti finanziati, localizzazione dei progetti sul territorio, tipologia dei beneficiari, entità dei contributi, ecc.). Uno strumento immediato e di facile consultazione per conoscere le opportunità, i progetti e i programmi regionali ed europei a sostegno della crescita, dell'innovazione, della competitività e dell'inclusione.
- *Social*: utilizzo integrato delle principali piattaforme social sia per amplificare la conoscenza del Fondo, delle sue opportunità ed effetti sia per favorire l'interazione con i diversi target, promuovendo contestualmente azioni mirate di *web marketing* e di *web advertising* per progetti specifici, con *social card*, *teaser* e *call to action* al portale di Lazio Europa. Prevista anche l'attivazione di canali tematici (es. *Youtube* e/o similari), esplicitamente riservati e focalizzati sul Programma, rivolti sia ad un pubblico di addetti ai lavori (es. *Twitter*, *Linkedin*), sia ad un pubblico ampio e generalizzato (*Facebook*, *Instagram*), per informare i diversi target di possibili destinatari. In corrispondenza della pubblicazione di un nuovo Avviso/Bando è prevista la realizzazione di brevi clip esplicative (al massimo 3-4 minuti) che danno conto

delle principali informazioni riguardanti l'Avviso (potenziali beneficiari, contributo massimo, tipologia di investimenti ammissibili, tempi per concludere il progetto, modalità e termini per la presentazione, modalità di rendicontazione).

La platea di soggetti che possono essere raggiunti dagli interventi di comunicazione è identificabile in differenti gruppi, definiti a partire dalle indicazioni del Regolamento 2021/1060:

- beneficiari: si tratta dei soggetti, pubblici e privati, effettivamente selezionati per il finanziamento attraverso il Programma FSE+ 2021-2027, i quali devono essere informati dell'accettazione del finanziamento da parte dell'Autorità di Gestione nonché delle responsabilità in materia di comunicazione che sono tenuti a rispettare in qualità di utilizzatori delle risorse comunitarie (ai sensi dell'art. 50 del Reg. UE 2021/1060);
- grande pubblico (cittadinanza): si tratta di un pubblico molto ampio e variegato, nell'ambito del quale rientrano tutti i cittadini (destinatari e no) delle operazioni del Programma, le Istituzioni (in particolare i dipendenti e collaboratori delle strutture regionali coinvolte a vario titolo nell'attuazione del Programma, ma anche le Autorità e le Istituzioni nazionali);
- moltiplicatori di informazione: gruppi di destinatari specifici che, per il loro ruolo, sono in grado di amplificare la trasmissione e la portata delle informazioni ai potenziali beneficiari, informando sul valore strategico della comunicazione in *network* per la crescita del Sistema Lazio e definire con essi le migliori modalità di cooperazione. Si tratta, da una parte, di *opinion maker*, quali ad esempio, Autorità pubbliche, sindacati e associazioni imprenditoriali di categoria, Università e centri di ricerca, scuole, organismi di formazione, organizzazioni di orientamento professionale, imprese, organizzazioni professionali, organizzazioni non governative, organizzazioni che rappresentano il mondo economico, organismi che promuovono le pari opportunità, le aree della cultura, dell'economia e del mondo giovanile. Rafforzano e veicolano la strategia di comunicazione, i mass media (quotidiani, periodici di informazione, reti televisive e radiofoniche, uffici e agenzia di stampa, *web*), le agenzie di informazione e altri professionisti e categorie-veicolo in grado di intermediare e ritrasmettere il messaggio informativo e di comunicazione.

I principali canali attraverso cui verrà attuata la strategia di comunicazione possono essere organizzati nelle seguenti macrotipologie di intervento:

- Creazione del logo FSE+ Lazio 2021-2027, dell'immagine grafica coordinata e predisposizione di un manuale che conterrà tutte le indicazioni di utilizzo, a partire da quanto previsto dall'art. 47 del Reg. 2021/1060 che dispone che gli Stati membri, le Autorità di Gestione ed i beneficiari sono tenuti ad utilizzare l'emblema dell'Unione in conformità dell'allegato IX al medesimo Regolamento, nello svolgimento di attività di visibilità, trasparenza e comunicazione.
- Organizzazione di eventi e partecipazione a iniziative rivolte al largo pubblico: al fine di garantire la migliore diffusione delle informazioni sul Programma e per illustrare la filosofia della programmazione dei Fondi SIE e del FSE+ in particolare, si prevede di organizzare incontri a livello regionale e locale. La partecipazione ad eventi sul territorio sarà un ulteriore canale da utilizzare per incrementare la visibilità e la diffusione dell'azione del FSE+.
- Pubblicazioni e materiali di supporto: si prevede la realizzazione di materiale informativo e divulgativo sia di carattere generale sul Programma FSE+, da rivolgere al grande pubblico in occasione di eventi e fiere e pubblicate, sia di carattere specifico, ad esempio sulla normativa di settore e sulla documentazione normativa e attuativa del Programma FSE+, dedicata agli *stakeholder*.
- Implementazione e aggiornamento delle pagine web dedicate al Programma: in linea con le disposizioni regolamentari, si implementerà la sezione dedicata al Programma FSE+ 2021-

2027 del portale www.lazioeuropa.it, in cui sono evidenziate le iniziative, i bandi, gli eventi e le news.

- Banca dati relazionale: in continuità con il precedente ciclo di programmazione, si prevede l'implementazione e la gestione di una banca dati relazionale, contenente le email di tutti gli *stakeholder* del Lazio, che consenta la realizzazione, con risorse contenute, di un esteso programma di dialogo domanda/offerta costante nel tempo.
- Campagne informative e pubblicitarie: realizzazione di campagne pubblicitarie finalizzate a sensibilizzare l'opinione pubblica sia in termini generali che su aspetti specifici (es. attivazione di dispositivi particolari o di iniziative promozionali), garantendo una capillare diffusione delle informazioni presso i potenziali destinatari degli interventi.

La Strategia di Comunicazione sarà sottoposta a monitoraggio e valutazione, al fine di verificare in itinere il livello di raggiungimento degli obiettivi fissati in termini di visibilità del ruolo dell'UE e delle sue implicazioni nella vita dei cittadini, la qualità e fruibilità delle informazioni fornite sul Programma FSE+ 2021-2027, nonché l'impatto delle azioni di comunicazione e informazione sui target individuati. Per il monitoraggio e la valutazione è prevista l'individuazione di:

- indicatori di *output*: quantificano il numero di prodotti associati ai canali di comunicazione (ad esempio, numero di pubblicazioni, numero di campagne pubblicitarie, numero di accessi alla pagina web istituzionale, numero di eventi pubblici organizzati, quantità di materiale informativo distribuito, ecc.);
- indicatori di risultato: rilevano l'impatto e i risultati della Strategia, tenendo conto dell'insieme di interventi attuati in un dato periodo (ad esempio: *impression* sui *social media*, numero di partecipanti ad un evento, persone raggiunte da una campagna di comunicazione sui *social*, gradimento delle campagne pubblicitarie, numero di persone che hanno un'opinione positiva dell'Unione Europea e del valore del FSE+).

Infine, con riferimento alla sorveglianza, si prevede la realizzazione e presentazione di un rapporto di monitoraggio annuale in occasione dei Comitati di Sorveglianza contenente le informazioni finanziarie e fisiche di misurazione dei progressi dell'attività di comunicazione del Programma.

Strategia di Comunicazione Programma Regionale FEASR Lazio

La strategia di comunicazione per il periodo di estensione 2021-2022 continuerà a promuovere e coordinare gli obiettivi generali dell'UE nel rispetto del Regolamento UE n. 1303/2013 (artt. 115-116-117 e Allegato XII). Sarà fondamentale far conoscere il ruolo svolto dall'Unione europea, in particolare dal FEASR, nella programmazione e nel finanziamento degli interventi di sviluppo rurale, in linea con le prescrizioni in materia di visibilità.

In tale ottica, l'Autorità di Gestione ha già individuato obiettivi specifici in base ai destinatari a cui si rivolge, suddivisi in quattro *target group*:

1. grande pubblico: si tratta di una comunicazione per la cittadinanza nel suo complesso, che mira principalmente a far conoscere i risultati e l'impatto sulla vita dei cittadini degli interventi finanziati;
2. potenziali beneficiari: in questo caso, la comunicazione mira a far conoscere la strategia della programmazione e le opportunità di finanziamento, pubblicizzando gli inviti a presentare domande, le condizioni di ammissibilità, le procedure di esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze, i criteri di selezione delle operazioni da sostenere, i contatti e la responsabilità dei potenziali beneficiari in materia di informazione e visibilità del Programma, in caso di approvazione della domanda;

3. beneficiari effettivi: l'obiettivo specifico è quello di informare in merito al sostegno fornito, evidenziando gli obblighi dei beneficiari, a loro volta, in materia di comunicazione e informazione;
4. moltiplicatori di informazione: lo scopo è coinvolgere il partenariato (associazioni di categoria, professionisti, Camere di Commercio, sindacati, università e molti altri), nella divulgazione delle opportunità e dell'impatto del Programma sul territorio, raggiungendo grazie a loro anche le zone più marginali.

Nella realizzazione degli obiettivi sopra esposti, la multicanalità offre la possibilità di una vera e propria strategia di relazione con gli utenti, tramite l'uso combinato di molteplici canali. In questa direzione è fondamentale l'attività di pianificazione della comunicazione multicanale al fine di:

- scegliere gli strumenti nel modo più efficace ed efficiente;
- impiegare le risorse in vista di obiettivi definiti;
- creare continuità nelle relazioni con i cittadini.

Con riferimento alle diverse tipologie di *target* sopra individuati, la relazione potrà avvenire partendo dal seguente elenco non esaustivo di combinazioni possibili:

- con il grande pubblico: tramite eventi divulgativi su *Facebook* e *Instagram*, *infotainment* su temi di interesse generale. affissioni con uso di *QR code* che rimandano al sito *web*;
- con i potenziali beneficiari: pubblicità dei bandi tramite sito *web* e *social*, eventi informativi in presenza o *webinar*, *newsletter*;
- con i beneficiari: contatti diretti tramite telefono, *mailing list*, visite in loco, *newsletter*;
- con i moltiplicatori di informazione: eventi su invito in presenza, tavoli o *webinar*, consultazioni *online*.

Fondamentale sarà la creazione di reti nazionali ed europee, che svolgeranno un ruolo sempre più importante nella prossima programmazione.

In particolare, proseguirà l'attività realizzata insieme alla Rete Rurale Nazionale, che ha già portato alla redazione di alcune schede su casi d'interesse realizzati nell'ambito del PSR Lazio 2014-2020, ai fini della pubblicazione di un catalogo nazionale e alle successive attività di comunicazione della Commissione europea.

L'approccio della strategia pluriennale si baserà inoltre sul principio di usabilità che, secondo la definizione dell'AgID, "misura il grado di facilità e soddisfazione con cui gli utenti si relazionano con l'interfaccia di un sito o app".

Infine andrà perseguito il rafforzamento della trasparenza in tutte le attività, soprattutto con riguardo all'uso dei finanziamenti, al fine di contribuire a migliorare la visibilità delle politiche europee, in linea con la proposta di regolamento sulla nuova PAC.

Merita un approfondimento l'aspetto dell'accessibilità, con cui si intende la capacità dei sistemi informatici di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni. Tutte le attività realizzate nell'ambito della presente strategia saranno improntate a questo principio, rendendo disponibili tutti gli strumenti di comunicazione in modalità accessibile alle persone con vari tipi di disabilità, nel rispetto del Regolamento UE n. 1303/2013. Innanzitutto, sarà progressivamente migliorata l'accessibilità del sito in linea con le raccomandazioni contenute nel rapporto tematico del Valutatore del 2019 e verranno fornite versioni audio in formato .mp3 degli approfondimenti scritti. In occasione degli eventi regionali, è già prevista la traduzione in LIS per i non udenti, mentre per i non vedenti saranno fornite audio-guide in occasione degli eventi in presenza, così come saranno scelte sale accessibili per i disabili motori.

Alcune azioni sono già indicate dal Regolamento UE n. 1303/2013, che attribuisce alle Autorità di Gestione la pianificazione, il coordinamento e la gestione delle attività di comunicazione e informazione e la responsabilità di:

- redigere il piano di comunicazione e produrre eventuali documenti di approfondimento;
- coordinare le azioni relative alla attuazione del piano e verificarne la corretta esecuzione, sia in termini tecnici sia in termini strategici;
- aggiornare il sito web unico;
- pubblicizzare le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare domande, incluse le condizioni di ammissibilità, le procedure, le rispettive scadenze, i criteri di selezione, i contatti e la responsabilità dei potenziali beneficiari;
- aggiornare periodicamente l'elenco delle operazioni finanziate;
- pubblicare alcuni esempi di operazioni finanziate;
- pubblicare convocazioni e risultati del Tavolo di Partenariato e del Comitato di Sorveglianza;
- organizzare un'attività informativa principale all'anno;
- esporre l'emblema dell'Unione presso la propria sede;
- fornire informazioni aggiornate in merito all'attuazione del Programma.

Con riguardo agli strumenti, alcuni sono già in uso nell'ambito della programmazione 2014-2020, mentre altri sono fortemente auspicati, soprattutto quelli più innovativi:

- campagne pubblicitarie multicanale;
- eventi *online*;
- eventi in presenza;
- *webinar*;
- tavoli di partenariato;
- focus tematici;
- infografiche;
- *infotainment*;
- mappe;
- *social media*;
- messaggistica istantanea;
- audio;
- canale *Podcast*;
- video;
- *news*;
- *newsletter*;
- numero verde;
- TV locali;
- radio;
- stampa cartacea e *online*;
- *dépliant*, *brochure*, manifesti, locandine, pannelli e volantini, cartellonistica statica e dinamica, *totem*;
- schermi su mezzi pubblici e luoghi ad alta frequentazione.

Sarà importante gestire in proprio un canale *podcast* PSR, preferibilmente tramite *app built-in* sul nuovo sito (alternativa più istituzionale, quindi auspicabile), altrimenti su piattaforma *open source*, per intercettare fasce di pubblico diverse per genere ed età, oltre che per favorire l'accessibilità.

In un'ottica di *geomarketing* è inoltre fondamentale che vengano integrate il maggior numero possibile di mappe nelle pagine del sito e nei documenti prodotti, tanto più vero nel caso del PSR, a forte vocazione territoriale.

Quando necessario, l'Autorità di Gestione potrà avvalersi anche dell'ausilio di esperti di comunicazione, pianificazione mezzi, pubblicità, marketing, monitoraggio e valutazione, esterni all'Amministrazione.

Nel rispetto del Regolamento UE n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione sostiene inoltre i beneficiari nelle loro attività di comunicazione, fornendo informazioni e strumenti, inclusi modelli in formato elettronico, per aiutarli a rispettare i loro obblighi in tal senso. Queste istruzioni sono attualmente contenute nelle linee guida per i beneficiari nella sezione "Manuale d'identità visiva" presente sul sito web della Regione Lazio.

In attuazione del Regolamento UE n. 1303/2013, le attività di informazione e comunicazione previste nella Strategia saranno sottoposte ad attività di monitoraggio e valutazione costanti, che vengono utilizzate dal Valutatore nei rapporti generali ed in quelli tematici sulla comunicazione, allo scopo di verificare la corretta esecuzione e realizzazione della Strategia, così come di accertare il livello di divulgazione presso i *target* individuati ed eventualmente proporre azioni correttive.

Anche in questo caso la multicanalità è un elemento-chiave per il monitoraggio delle prestazioni offerte, mettendo al centro dell'azione amministrativa il cittadino e la relazione.

Infatti, il grado di efficacia delle iniziative potrà essere valutato attraverso diverse attività *ad hoc*, riassunte nel seguente elenco non esaustivo:

1. Eventi in presenza o *webinar*
 - rapporto tra numero partecipanti e numero invitati;
 - utilizzo di questionari *online* di valutazione finale.
2. Campagne *social*
 - numero di interazioni
 - rapporto *impression/click*
 - tempo di permanenza sulla pagina
3. Campagne stampa cartacee o *online*
 - rilevazione del numero testate giornalistiche interessate
 - rilevazione del numero di redazionali
 - rilevazione del numero di interviste
 - rilevazione del numero di passaggi tv/radiofonici
4. Portale
 - numero di accessi unici;
 - numero di pagine visitate;
 - numero di nuovi utenti rispetto all'anno precedente.
5. *Newsletter*
 - numero di uscite totali per anno
 - numero di iscritti totali
 - eventuale variazione rispetto all'anno precedente

Il Regolamento UE n. 1303/2013 prevede inoltre un aggiornamento annuale della Strategia di comunicazione sulla base di una pianificazione annuale che discende da una strategia settennale.

Risorse finanziarie della Strategia di comunicazione unitaria

Alla "Strategia di comunicazione unitaria", così come delineata in precedenza, sono attribuite le risorse finanziarie individuate nella Tav.3 che segue.

Tav. n. 3 - Risorse complessive dei Programmi e dotazione assegnata alla Strategia di Comunicazione unitaria (valori espressi in euro)

Programma	Risorse complessive	di cui Comunicazione
* FESR 2021-2027	1.817.286.580,00	8.000.000,00
FSE+ 2021-2027	1.602.548.250,00	6.410.193,00
FEASR 2021-2022	245.555.152,00	367.662,00
FEASR 2023-2027	602.555.923,82	1.996.542,83
Totale	4.267.945.905,82	16.774.397,83

* Nel Programma Regionale FESR 2021-2027 è stato deciso di appostare sulla comunicazione unitaria un importo superiore al 10% dell'Assistenza Tecnica. L'importo che eccede il 10% è messo a disposizione interamente della comunicazione del Programma.

Al fine di consentire alla "Strategia di comunicazione unitaria" di poter assicurare gli obiettivi di comunicazione e visibilità richiesti, si ritiene opportuno destinare all'Interfondo un importo pari a € 6.000.000,00 (IVA inclusa) ripartito a carico delle risorse FESR, FSE+ e FEASR come indicato nella Tav. n. 4.

Per quanto riguarda il FEASR 2021-2022, poiché per il periodo di transizione 2021-2022 del PSR si continuerà ad utilizzare il Piano di comunicazione già approvato nella programmazione 2014-2020, tutte le risorse della "Strategia di comunicazione unitaria" sono assegnate esclusivamente all'Interfondo. Tali risorse, così come quelle FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027, sono già state definite sui relativi Programmi approvati, mentre le risorse FEASR 2023-2027 saranno finalizzate successivamente all'approvazione del Programma Regionale.

Tav. n. 4 - Dotazione finanziaria Comunicazione Interfondo (valori espressi in euro)

Programma	Dotazione Comunicazione	di cui Interfondo	
		€	%
* FESR 2021-2027	8.000.000,00	2.425.944,00	40,43
FSE+ 2021-2027	6.410.193,00	2.444.897,00	40,75
FEASR 2021-2022	367.662,00	367.662,00	6,13
FEASR 2023-2027	1.996.542,83	761.497,00	12,69
Totale	16.774.397,83	6.000.000,00	100,00

* Nel Programma Regionale FESR 2021-2027 è stato deciso di appostare sulla comunicazione unitaria un importo superiore al 10% dell'Assistenza Tecnica. L'importo che eccede il 10% è messo a disposizione interamente della comunicazione del Programma.

Alle attività di comunicazione relative ai singoli Programmi cofinanziati, sono destinate le risorse residue pari ad € 10.774.397,83 come individuate nella Tav. n. 5. Le risorse FEASR 2021-2022, FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027, sono già state definite sui relativi Programmi approvati, mentre le risorse FEASR 2023-2027 saranno finalizzate successivamente all'approvazione del Programma Regionale.

Tav. n. 5 - Dotazione finanziaria Strategia di Comunicazione unitaria per Interfondo e Programmi (valori espressi in euro)

Programma	Dotazione Comunicazione	Risorse Interfondo	Risorse Programmi
* FESR 2021-2027	8.000.000,00	2.425.944,00	5.574.056,00
FSE+ 2021-2027	6.410.193,00	2.444.897,00	3.965.296,00
FEASR 2021-2022	367.662,00	367.662,00	-
FEASR 2023-2027	1.996.542,83	761.497,00	1.235.045,83
Totale	16.774.397,83	6.000.000,00	10.774.397,83

* Nel Programma Regionale FESR 2021-2027 è stato deciso di appostare sulla comunicazione unitaria un importo superiore al 10% dell'Assistenza Tecnica. L'importo che eccede il 10% è messo a disposizione interamente della comunicazione del Programma.

Nella successiva Tav. n. 6 sono riportate le risorse finanziarie relative all'ambito Interfondo suddivise per annualità e tipologia di strumento, come precedentemente individuati.

Poiché nel nuovo assetto organizzativo della politica di sviluppo rurale, la programmazione nazionale delinea gli assetti generali della comunicazione, il Programma Regionale FEASR 2023-2027 cofinanzia solo una parte delle attività dell'Interfondo e segnatamente quelle relative alle campagne di informazione, ma non quelle relative agli eventi.

Tav. n. 6 - Dotazione finanziaria Comunicazione Interfondo per annualità e tipologia di strumento (valori espressi in euro)

Programma	Annualità						Totale risorse Interfondo	Tipologia di strumento	
	2022	2023	2024	2025	2026	2027		Informazione, pubblicità, materiale informativo	Eventi, seminari, monitoraggi
FESR 2021-2027	218.334,96	436.669,92	436.669,92	436.669,92	436.669,92	460.929,36	2.425.944,00	1.479.477,20	946.466,80
FSE+ 2021-2027	208.816,00	466.114,00	472.967,00	479.960,00	404.882,00	412.158,00	2.444.897,00	1.491.035,80	953.861,20
FEASR 2021-2022	257.662,00	55.000,00	55.000,00	-	-	-	367.662,00	367.662,00	-
FEASR 2023-2027	-	-	-	253.832,33	253.832,33	253.832,33	761.497,00	761.497,00	-
Totale	684.812,96	957.783,92	964.636,92	1.170.462,25	1.095.384,25	1.126.919,69	6.000.000,00	4.099.672,00	1.900.328,00

Nella successiva Tav. n. 7 sono riportate le risorse finanziarie a disposizione dei singoli Programmi cofinanziati, suddivise per annualità.

Poiché i Programmi Regionali 2021-2027 FESR e FSE+ sono stati approvati dalla Regione Lazio alla fine dell'anno 2021 e l'avvio delle attività di comunicazione avverrà nel 2022, in entrambe le Tavole le risorse sono state assegnate a partire da tale annualità, mentre le assegnazioni sul FEASR 2023-2027 partono dal 2023 poiché il relativo Programma Regionale sarà avviato in quell'anno.

Le risorse FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027, sono già state definite sui relativi Programmi approvati, mentre le risorse FEASR 2023-2027 saranno finalizzate successivamente all'approvazione del Programma Regionale.

Tav. n. 7 - Dotazione finanziaria Comunicazione Programmi per annualità (valori espressi in euro)

Programma	Annualità						Totale risorse Programmi
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	
FESR 2021-2027	501.665,04	1.003.330,08	1.003.330,08	1.003.330,08	1.003.330,08	1.059.070,64	5.574.056,00
FSE+ 2021-2027	338.672,00	755.975,00	767.091,00	778.432,00	656.664,00	668.462,00	3.965.296,00
FEASR 2023-2027	-	247.009,17	247.009,17	247.009,17	247.009,17	247.009,17	1.235.045,83
Totale	840.337,04	2.006.314,25	2.017.430,25	2.028.771,25	1.907.003,25	1.974.541,81	10.774.397,83

Attuazione della Strategia di comunicazione unitaria

Governance e procedure operative

Considerato che la presidenza della “Cabina di Regia per l’attuazione delle politiche regionali ed europee 2021-2027” è attribuita al Vice Presidente della Regione Lazio, che ha anche la delega alla “Programmazione Economica, Bilancio, Demanio e Patrimonio, Rapporti Istituzionali, Rapporti con il Consiglio Regionale, Accordi di Programma e Conferenza di Servizi”, il coordinamento delle attività della “Strategia unitaria di comunicazione” è incardinato nella Vicepresidenza, in raccordo con il Responsabile della comunicazione della Regione Lazio, ferma restando la responsabilità assegnata dai Regolamenti comunitari alle Autorità di Gestione dei singoli Programmi cofinanziati.

A tal fine le Autorità di Gestione e la Direzione regionale Programmazione economica assicureranno l’organizzazione delle proprie strutture e la suddivisione delle competenze in modo tale da garantire il rispetto del principio di separazione delle funzioni fra gestione e controllo e delle disposizioni procedurali previste da ciascun Fondo.

Tali indicazioni andranno riportate nei Sistemi di Gestione e Controllo e nelle procedure operative dei singoli Programmi cofinanziati, prevedendo una apposita sezione relativa alla *governance* dei due ambiti della “Strategia unitaria di comunicazione”.

Ove possibile, verranno utilizzate, le Opzioni di Costo Semplificate (OSC) di cui al Titolo V del Regolamento (UE) 2021/1060.

a) Ambito Interfondo

Per il suo ruolo di supporto al Vice Presidente della Regione Lazio nel coordinamento della “Cabina di Regia per l’attuazione delle politiche regionali ed europee 2021-2027”, alla Direzione regionale Programmazione economica è assegnata la gestione amministrativo/contabile e il controllo di I livello, così come la programmazione, la verifica della realizzazione e l’affidamento dell’attuazione delle attività svolte nell’ambito Interfondo della “Strategia unitaria di comunicazione”, in raccordo con il Responsabile della comunicazione della Regione Lazio e con le Autorità di Gestione. Rientrano all’interno di tale attività, la gestione amministrativa e contabile di tutti gli aspetti, sia procedurali che giuridici relativi all’attuazione dell’ambito Interfondo, a partire dalla procedura di esperimento di una gara o di un affidamento *in house*, fino agli adempimenti amministrativi – es. impegni contabili, autorizzazione allo svolgimento delle attività, analisi della rendicontazione, controllo di I livello, elaborazione e presentazione delle domande di sostegno e domande di pagamento, al fine di rendere uniformi le procedure utilizzate relativamente alle tre diverse fonti di finanziamento. Gli atti relativi (es. contratti, convenzioni, deliberazioni, ecc.) rientreranno nella competenza della Direzione regionale Programmazione economica, su proposta dell’Area “Programmazione delle Politiche per lo Sviluppo e la Coesione territoriale”, di concerto con le Autorità di Gestione.

Per l’attuazione delle attività previste nelle due tipologie di strumenti (“attività di informazione, pubblicità e produzione di materiale informativo”, “promozione e organizzazione di eventi e seminari, attività di monitoraggio”) dell’ambito Interfondo della “Strategia di comunicazione unitaria”, si procederà con l’affidamento a società *in house* della Regione delle funzioni di soggetto attuatore.

La società *in house*, che dovrà essere iscritta nell’Anagrafe unica delle stazioni appaltanti (AUSA) dell’ANAC (art. 38 del Codice dei contratti), non dovrà essere fornitrice delle attività oggetto della Strategia di comunicazione unitaria, ma dovrà affidarle - per conto della Regione - esclusivamente a

soggetti esterni, nel rispetto del Codice dei contratti. Pertanto, potranno essere riconosciute da parte della Regione solo le spese sostenute dalla società in house nei confronti di terzi.

Al fine di assicurare un disegno di comunicazione organico riferito all'intero impianto programmatico finanziato con i Fondi SIE e con le altre risorse finanziarie ordinarie e/o aggiuntive, in coordinamento con le indicazioni e le attività della "Cabina di Regia per l'attuazione delle politiche regionali ed europee 2021-2027", si ritiene necessario prevedere un costante confronto tecnico tra i responsabili della comunicazione dei Programmi FESR, FSE+ e FEASR, congiuntamente con un referente della Direzione Programmazione economica, della Cabina di Regia e della Comunicazione istituzionale.

b) Ambito Programmi cofinanziati

La gestione amministrativo/contabile ed il controllo di I livello, così come la programmazione e la verifica della realizzazione delle attività indicate nella "Strategia unitaria di comunicazione" di competenza dei singoli Programmi e l'affidamento dell'attuazione delle stesse, rimangono in capo ad ogni Autorità di Gestione, in raccordo con il Responsabile della comunicazione della Regione Lazio e con la Direzione regionale Programmazione economica.