



Unione europea  
Fondo sociale europeo



**Regione Lazio**  
Assessorato Istruzione,  
Diritto allo Studio  
e Formazione

**PIANO DI COMUNICAZIONE**  
**PO FSE “COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE” 2007-2013**  
**REGIONE LAZIO**

## **INDICE**

<b>PREMESSA E FINALITÀ DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PO FSE “COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE” 2007-2013 REGIONE LAZIO3</b>	
<b>1. INQUADRAMENTO NORMATIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. LE AZIONI DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL CORSO DELL’ULTIMO PERIODO DI PROGRAMMAZIONE (POR FSE 2000/2006) .....</b>	<b>7</b>
<b>3. LA STRATEGIA E GLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL POR FSE 2007-13 .....</b>	<b>8</b>
<b>4. I DESTINATARI ED I TEMI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE .....</b>	<b>10</b>
<b>5. LE LINEE DI ATTIVITÀ E GLI STRUMENTI .....</b>	<b>12</b>
<b>6. MODALITÀ DI GESTIONE, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEL PIANO ...</b>	<b>19</b>
6.1. L’UFFICIO RESPONSABILE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE .....	19
6.2. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE .....	20
<b>7. LA TEMPISTICA DI REALIZZAZIONE DEL PIANO .....</b>	<b>23</b>
<b>8. IL BUDGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE .....</b>	<b>24</b>

## **PREMESSA E FINALITÀ DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PO FSE “COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE” 2007-2013 REGIONE LAZIO**

Il presente documento illustra le attività di comunicazione e di informazione pianificate per il Programma Operativo Regionale (POR) FSE “Competitività Regionale e Occupazione” 2007-2013, della Regione Lazio, in conformità a quanto indicato dall’art. 69 del Reg. (CE) 1083/2006.

Coerentemente con quanto previsto all’art. 69 sopra richiamato e al paragrafo 5.3.7 del POR le azioni di comunicazione ed informazione previste dal presente Piano di Comunicazione sono volte a:

- **valorizzare il ruolo dell’Unione Europea** attraverso un’attività informativa allargata che spieghi l’importanza dell’impegno comunitario, in aggiunta a quello nazionale e regionale, nel potenziamento della competitività economica, nella creazione di nuovi posti di lavoro e nel rafforzamento della coesione economica;
- **garantire la trasparenza dell’intervento dei Fondi** sia mediante la diffusione a tutti i soggetti interessati di informazioni relative alle possibilità di finanziamento previste dal Programma Operativo, sia, attraverso la pubblicazione dei nominativi dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni finanziate e del relativo finanziamento pubblico;
- **diffondere i risultati raggiunti sul Programma** anche attraverso la valorizzazione dei progetti ed interventi più significativi. Inoltre, attraverso i molteplici canali informativi previsti dal Piano di Comunicazione verrà data pubblicità ai risultati delle valutazioni *in itinere* relative all’attuazione complessiva del POR, coerentemente con quanto previsto nel Piano di valutazione regionale del POR.

Alla luce di tali finalità, l’elaborazione del presente documento ha preso avvio, innanzitutto, dall’analisi delle disposizioni attuative in materia di informazione e pubblicità previste dal Reg. (CE) 1828/2006<sup>1</sup>. Quindi, la redazione ha tenuto conto sia del contesto più ampio della politica europea per la comunicazione, nell’ambito della quale si iscrivono le previsioni dei Regolamenti (CE) 1083/2006 e 1828/2006, sia dell’esperienza maturata a livello regionale, nel passato periodo di programmazione, relativa all’attuazione del Piano di Comunicazione del POR Lazio ob. 3 2000-2006.

Il documento si articola in **otto capitoli**. Il **primo** è dedicato all’inquadramento normativo e, partendo dal richiamo dei documenti che delineano la strategia europea per la comunicazione, si focalizza sulle previsioni e gli adempimenti relativi al tema dell’informazione e della pubblicità che interessano l’attuazione dei Programmi Operativi cofinanziati sui Fondi Strutturali.

Il **secondo** capitolo, richiamando le caratteristiche principali delle azioni di comunicazione ed informazione attuate nel periodo di programmazione 2000-2006, completa l’analisi preliminare realizzata per la messa a punto degli elementi chiave caratterizzanti il nuovo Piano di Comunicazione della Regione Lazio.

---

<sup>1</sup> Ciò vale in primo luogo per le indicazioni dell’art. 2 relative ai “contenuti minimi” che devono caratterizzare il Piano di Comunicazione.

I capitoli **terzo, quarto e quinto** rappresentano il nucleo del documento essendo dedicati, rispettivamente, alla messa a fuoco degli obiettivi del Piano di Comunicazione, alla individuazione dei target e dei temi caratterizzanti il Piano ed alla definizione degli strumenti e delle linee di intervento.

In ultimo, i capitoli **sei, sette ed otto** interessano le modalità di attuazione degli obiettivi e delle linee di azione in cui si articola il Piano di Comunicazione e ne descrivono sia le modalità di gestione, monitoraggio e valutazione, sia la tempistica e le risorse finanziarie previste per l'attuazione dello stesso.

Il presente documento sarà oggetto di aggiornamento alla luce delle eventuali variazioni di contesto intervenute e sulla base, sia, dei dati di monitoraggio relativi allo stato di attuazione del Piano, sia, dell'efficacia dimostrata dalle azioni attuate nel conseguimento degli obiettivi prefissati.

## **1. INQUADRAMENTO NORMATIVO**

Nel corso dell'ultimo decennio, nell'ambito delle *policy* dell'Unione Europea, il tema della comunicazione ha acquisito una rilevanza sempre maggiore in quanto inteso come strumento significativo per il raggiungimento di un progressivo avvicinamento dei cittadini alle istituzioni ed ai processi decisionali comunitari.

A riprova di tale interesse e della rilevanza significativa registrabile a partire dal 2005, basti ricordare i seguenti principali documenti adottati a livello europeo in tema di comunicazione:

- la Comunicazione della Commissione avente per oggetto la descrizione di una *Strategia di informazione e di comunicazione per l'Unione Europea*, COM (2002) 350 def, e la successiva sulla *Attuazione della strategia d'informazione e di comunicazione dell'Unione europea* COM(2004) 196 def.;
- il *Piano di azione per migliorare la comunicazione della Commissione europea sull'Europa*, SEC (2005) 985, che – alla luce dei punti deboli rilevati nell'attuazione della strategia di informazione e comunicazione della CE - propone un metodo di lavoro con cui conseguire un uso più efficiente delle risorse ed un migliore funzionamento delle attività di comunicazione;
- il *Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito*, COM (2005) 494 def., che, affiancandosi al Piano d'azione relativo alla comunicazione sull'Europa, rappresenta un piano a lungo termine per rinvigorire la democrazia europea e contribuire all'avvicinamento dei cittadini ai processi decisionali comunitari;
- il *Libro bianco su una Politica Europea di Comunicazione*, COM (2006) 35 def., che, mirando al coinvolgimento di tutti i livelli dei governi e delle organizzazioni degli Stati membri, da un lato, espone il parere della Commissione su come dovrebbe essere la politica di comunicazione dell'UE e su cosa dovrebbe prefiggersi, dall'altro, individua i settori chiave per la consultazione e le azioni future;

- il *Libro verde - Iniziativa Europea per la Trasparenza*, COM (2006) 194, con il quale la Commissione ha identificato i settori suscettibili di miglioramento in materia di trasparenza, individuando tra questi quello della gestione dei Fondi comunitari e, come possibile elemento di miglioramento, l'obbligo per gli Stati membri di pubblicare informazioni sui beneficiari dei fondi;
- la Comunicazione della Commissione *Comunicare l'Europa in partnership*, COM (2007) 568, che propone la realizzazione di azioni comuni in materia di comunicazione, finalizzate ad una maggiore collaborazione, tra i soggetti delle istituzioni europee e degli Stati Membri, responsabili delle attività di informazione e comunicazione, regolata da accordi interistituzionali.

E' nell'ambito di questo contesto e di questo processo che si iscrivono le disposizioni puntuali, relative ai temi dell'informazione e della comunicazione, contenute nei Regolamenti adottati dalla Unione Europea per la programmazione 2007-2013<sup>2</sup>, riguardanti l'utilizzo dei Fondi strutturali.

Il riferimento va ai seguenti specifici Regolamenti (CE) n. 1083/2006<sup>3</sup> e n. 1828/2006<sup>4</sup> le cui previsioni sono state assunte come base di riferimento per lo sviluppo del presente Piano di Comunicazione.

La tabella di seguito riportata sintetizza, da un lato, le principali previsioni comunitarie, dall'altro le modalità attraverso le quali l'Autorità di gestione prevede di soddisfare tali indicazioni, anche attraverso il presente Piano di Comunicazione.

Infine, le azioni previste dal presente Piano di Comunicazione saranno realizzate coerentemente, e ove possibile secondo modalità integrate, con le attività di informazione e comunicazione istituzionali realizzate dalla Regione in attuazione della Legge n. 150 del 7 giugno 2000, *Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni*.

---

<sup>2</sup> Per completezza si ricorda, peraltro, che una significativa attenzione al tema dell'informazione e pubblicità era stata posta anche durante l'attuazione della programmazione 2000-2006 con l'adozione del Reg. (CE) 1159/2000.

<sup>3</sup> Adottato dal Consiglio, dell'11 luglio 2006, recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione che abroga il regolamento (CE) n. 1260/1999.

<sup>4</sup> Adottato dalla Commissione, dell'8 dicembre 2006, che stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e del regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale.

Riferimenti normativi	Principali previsioni riguardanti le attività di informazione e comunicazione che interessano il Piano di Comunicazione	Riferimenti nel documento
art. 69 del Reg. CE 1083/2006	- Lo Stato membro e l'Autorità di Gestione forniscono informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni e li pubblicizzano. Tali informazioni sono destinate ai cittadini dell'Unione Europea e ai beneficiari, allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi.	Premessa Capitoli 3 e 4
art. 2 del Reg. CE 1828/2006	- Le attività di comunicazione ed informazione devono essere definite all'interno di un Piano di Comunicazione che deve prevedere almeno informazioni riguardanti: gli obiettivi; i gruppi di destinatari; la strategia ed il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari; il budget finanziario previsto, i soggetti responsabili dell'attuazione del Piano e le modalità di valutazione degli interventi attuati.	Premessa
art. 3 del Reg. CE 1828/2006	- L'Autorità di Gestione presenta il Piano di Comunicazione alla CE entro quattro mesi dalla data di adozione del P.O.	Capitolo 7
art. 3 del Reg. CE 1828/2006	- L'Autorità di Gestione inizia le attività informative e pubblicitarie anche in assenza della versione definitiva del Piano di Comunicazione	Capitolo 7
art. 4, par. 1 del Reg. CE 1828/2006	- L'Autorità di Gestione informa il Comitato di Sorveglianza sullo stato di attuazione del Piano di Comunicazione, sugli interventi informativi e pubblicitari realizzati e sui mezzi di comunicazione utilizzati	Paragrafo 6.2,
art. 4, par. 2 del Reg. CE 1828/2006	- I Rapporti annuali ed il Rapporto finale di esecuzione prevedono informazioni specifiche riguardanti le azioni di informazione e comunicazione. In particolare, il Rapporto annuale di esecuzione del 2010 ed il Rapporto finale devono prevedere un capitolo dedicato alla valutazione degli interventi informativi e pubblicitari realizzati	
art. 4, par. 3 del Reg. CE 1828/2006	- I mezzi utilizzati per l'attuazione, la sorveglianza e la valutazione del Piano di Comunicazione sono proporzionali agli interventi informativi e pubblicitari indicati nel Piano stesso	Capitolo 8
artt. 5, 6 e 7 del Reg. CE 1828/2006	L'Autorità di gestione garantisce interventi informativi specifici verso: - i potenziali beneficiari (circa le opportunità di finanziamento offerte e le relative modalità di accesso); - i beneficiari (circa la loro inclusione nell'elenco dei beneficiari oggetto di pubblicazione, conseguente all'accettazione del finanziamento); - il pubblico (v. lancio del Programma Operativo, informativa sui risultati conseguiti dal Programma, esposizione della bandiera dell'UE, pubblicazione dell'elenco dei beneficiari e delle operazioni finanziate)	Capitoli 4 e 5
art. 9 del Reg. CE 1828/2006	- L'Autorità di Gestione garantisce che gli interventi informativi e pubblicitari destinati ai potenziali beneficiari, ai beneficiari ed al pubblico soddisfino specifiche caratteristiche tecniche (v. emblema dell'UE, indicazione Fondo pertinente, frasca scelta per evidenziare il valore aggiunto dell'intervento comunitario)	Capitolo 5,
art. 10 del Reg. CE 1828/2006	- L'Autorità di Gestione designa persone di riferimento responsabili dell'informazione e pubblicità e ne informa la Commissione; tali persone possono essere coinvolte nella costituzione di reti comunitarie per lo scambio di pratiche ed esperienze	Paragrafo 6.1

## 2. LE AZIONI DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL CORSO DELL'ULTIMO PERIODO DI PROGRAMMAZIONE (POR FSE 2000/2006)

Nel corso del periodo di programmazione 2000-2006, la Regione Lazio ha provveduto a realizzare una pluralità di azioni di comunicazione aventi per oggetto il POR ob. 3, rivolte sia al grande pubblico, per pubblicizzare le opportunità di sviluppo rappresentate dai finanziamenti disponibili sul Programma, sia ai destinatari, per informarli sulle modalità concrete di accesso ed utilizzo delle risorse. Le attività di comunicazione condotte nelle annualità 2005-2006 hanno rappresentato inoltre delle utili occasioni di concertazione con i principali *stakeholder* e beneficiari, volte alla condivisione preliminare degli elementi chiave caratterizzanti il Programma Operativo 2007-2013.

La campagna di comunicazione 2000-2006, avente per oggetto il POR, ha previsto il ricorso ad una pluralità di strumenti, utilizzati in modo integrato tra loro, quali:

- seminari territoriali,
- attività sistematica di ufficio stampa (creazione *mailing list* giornalisti dei media locali e nazionali con pagine dedicate al Lazio, trasmissione comunicati stampa generali e specifici per target e per territorio);
- spot televisivi e radiofonici;
- brochure e depliant; affissioni e locandine;
- *roadshow* – ovvero la realizzazione di attività di presentazione della Guida al POR Lazio ob. 3 presso tutte le province della Regione;
- pagine web, utili per assicurare l'accesso, dal sito regionale Sirio, alle informazioni dedicate al POR ed alle modalità di utilizzo dei finanziamenti;
- convegni provinciali e di interesse regionale;
- presenza ad eventi fieristici organizzati direttamente o in cui si sia ospiti e in cui si è distribuito materiale informativo produzioni editoriali varie;
- *call center* – è stato attivato un numero verde, per fornire informazioni sul POR, con 5 operatori dedicati per 8 ore al giorno per un periodo di 12 mesi.

Le attività di comunicazione realizzate sul POR sono state oggetto di monitoraggio e valutazione, mediante la realizzazione di 1000 interviste telefoniche e 2 *focus group* in tre tempi: prima della campagna, durante lo svolgimento della stessa e alla sua conclusione. I risultati delle attività di monitoraggio e valutazione consentono di valutare positivamente l'impatto della campagna di comunicazione realizzata sul POR ob. 3 della Regione Lazio.

Infine, come già anticipato, un risultato aggiuntivo raggiunto con le attività informative e di comunicazione attuate nelle ultime annualità di realizzazione del POR 2000-2006 (v. attività sistematica di ufficio stampa, partecipazione a seminari territoriali e a convegni, etc.) è stato quello di intensificare i rapporti con i principali *stakeholder* ed il dialogo a livello territoriale, consentendo di introdurre e di concertare i contenuti del nuovo Programma Operativo 2007-2013.

### 3. LA STRATEGIA E GLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL POR FSE 2007-13

La strategia delle attività di informazione e comunicazione aventi per oggetto il POR FSE 2007-2013 consiste nel perseguire le finalità del Piano di Comunicazione, illustrate in Premessa, e di seguito richiamate:

- *valorizzare il ruolo dell'Unione Europea;*
- *garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi;*
- *diffondere i risultati raggiunti attraverso il POR.*

Coerentemente con tali finalità, gli obiettivi principali del presente Piano di Comunicazione sono:

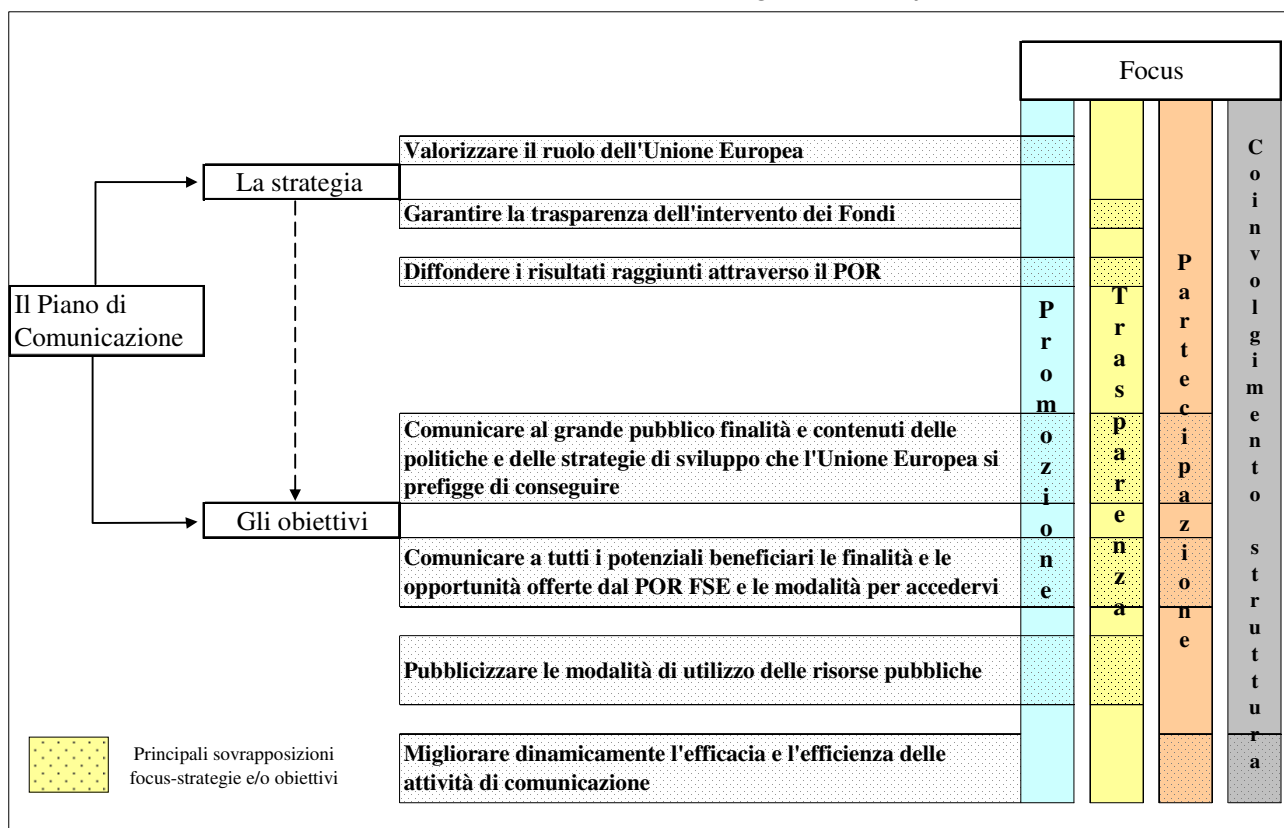
- *comunicare al grande pubblico finalità e contenuti delle politiche e delle strategie di sviluppo che l'Unione Europea si prefigge di conseguire, in partenariato con gli Stati membri, attraverso l'attività del POR FSE in modo da assicurare la massima copertura mediatica utilizzando diversi canali, strumenti e metodi di comunicazione;*
- *comunicare a tutti i potenziali beneficiari (v. autorità nazionali, regionali e locali e agenzie per lo sviluppo, associazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, ecc.) le finalità e le opportunità offerte dal POR FSE e le modalità per accedervi, per rafforzare la capacità di sensibilizzazione e divulgazione ed assicurare la presentazione di un numero significativo di progetti. Inoltre, al fine di poter ottenere la maggiore partecipazione possibile, in termini di numero di destinatari raggiunti dagli interventi finanziati, le azioni informative e di comunicazioni adottate saranno rivolte alla promozione delle pari opportunità, intese sia come parità di genere, sia come integrazione dei soggetti svantaggiati;*
- *pubblicizzare le modalità di utilizzo delle risorse pubbliche con la veicolazione push delle informazioni; la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari e delle operazioni finanziate sul POR FSE e la diffusione delle best practice;*
- *migliorare dinamicamente l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo costante e continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati ottenuti.*

*Il focus del Piano di Comunicazione sarà in prevalenza concentrato su quattro linee primarie:*

- **Promozione:** numerosi strumenti integrati di comunicazione saranno destinati a informare il grande pubblico ed i potenziali beneficiari della filosofia e della strategia del Programma Operativo e dei singoli Assi in cui esso si articola. Si opererà per rendere disponibili, in modo semplice e immediato, dati ed informazioni sulle linee di azione, sul benchmark e sulla percentuale di raggiungimento dei diversi obiettivi per significare in modo concreto il valore aggiunto del Programma.

- **Informazione e trasparenza:** le modalità con le quali garantire la trasparenza generale e particolare del Programma rispetto alle opportunità di informazione e comunicazione saranno oggetto di una accurata progettazione. Ampiezza della documentazione, linguaggio e metodologie utilizzate dovranno avere attenzione alla più ampia comprensibilità e facilità di accesso, essere il più possibili complete e disponibili ad ogni utente. Le informazioni a disposizione del grande pubblico dovranno stimolare la verifica e la percezione diretta dei concreti risultati ottenuti dal Programma operativo.
- **Interattività e partecipazione:** per garantire completezza e tempestività delle informazioni, si provvederà a costituire un database che includerà tutti gli *stakeholder* cui si aggiungeranno, *in progress*, i vari soggetti interessati che si saranno registrati nel database. Attraverso newsletter profilate e form interattivi si consentirà non solo l'accesso al sistema, ma anche l'interrelazione con l'Autorità di Gestione.
- **Coinvolgimento della struttura:** un adeguato processo di comunicazione interna consentirà alla struttura dell'Assessorato alla Formazione della Regione Lazio di essere coinvolta profondamente e di partecipare con piena consapevolezza e competenza all'evoluzione del Programma.

*Strategia, obiettivi e focus del Piano di Comunicazione*



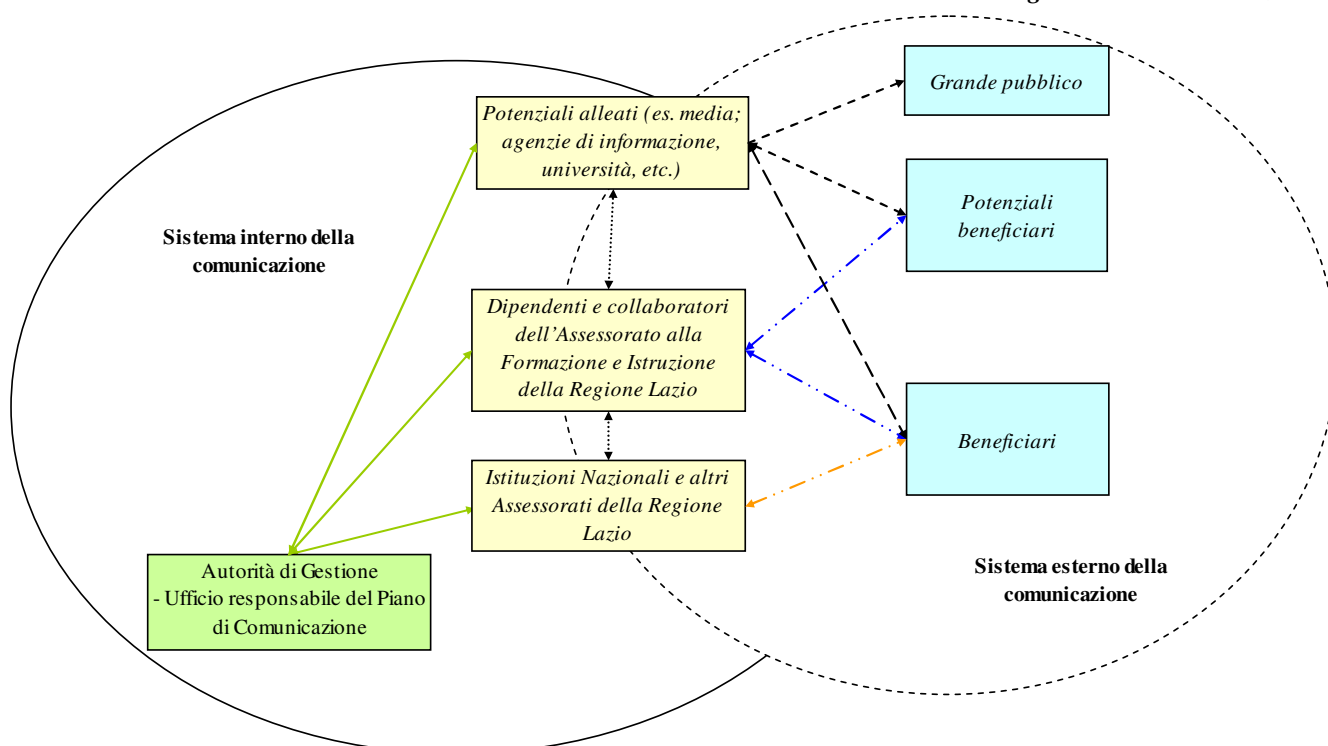
#### 4. I DESTINATARI ED I TEMI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Le categorie di destinatari delle attività di comunicazione descritte dal presente Piano sono le seguenti:

- il grande pubblico;
- i potenziali beneficiari, direttamente coinvolti nella realizzazione dei progetti finanziati dal POR FSE, quali: istituzioni scolastiche e formative, Ufficio scolastico regionale, Amministrazioni Pubbliche, mondo imprenditoriale, sindacale, ambientalista, del credito, della cooperazione, dell'economia sociale e del volontariato, dell'università, e delle pari opportunità;
- i beneficiari, ovvero a tutti i soggetti effettivamente selezionati per il finanziamento attraverso il POR FSE 2007-2013. I beneficiari comprendono soggetti pubblici e privati, secondo le diverse linee di intervento del programma;
- i dipendenti e collaboratori dell'Assessorato alla Formazione e Istruzione della Regione Lazio per creare consapevolezza e trasversalità delle informazioni tecniche e gestionali, per creare una visione condivisa della strategia e per ottimizzare la gestione dei processi e i percorsi di aggiornamento e dialogo con l'utenza;
- le Istituzioni Nazionali, Assessorati, Direzioni e Consiglieri della Regione, al fine di garantire una *vision* condivisa e la massima condivisione dei percorsi dei progetti;
- i potenziali alleati: media; agenzie di informazione, università e centri di ricerca, associazioni di categoria orizzontali e verticali, professionisti e altre categorie-veicolo.

La scelta dei destinatari sopra richiamati evidenzia una visione integrata della comunicazione "interna" ed "esterna".

*Destinatari interni ed esterni in un'ottica di sistema integrato della comunicazione*



I temi della comunicazione, che saranno segmentati per essere proposti ai diversi destinatari in modo profilato, pertinente e rilevante, consisteranno nella organizzazione e gestione di contenuti che consentano di:

- comunicare al grande pubblico finalità e contenuti delle politiche e delle strategie che l’Unione Europea si prefigge di conseguire, in partenariato con gli Stati membri, attraverso l’attività del POR FSE;
- informare su finalità e opportunità del POR FSE, attivare e stimolare progetti ed iniziative, anche con la valorizzazione delle *best practice*;
- fungere da riferimento dei beneficiari e dell’opinione pubblica sull’evoluzione in progress del POR FSE, sulle finalità, sui risultati conseguiti, sullo stato di avanzamento degli interventi e del programma durante l’intero periodo di programmazione.

Destinatari/Target	Temi/Contenuti
<i>Grande pubblico</i>	L’esperienza ha mostrato che i cittadini dell’Unione non sono sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dalla Comunità europea nel finanziamento dei programmi di sviluppo Il Piano di Comunicazione prevede di realizzare una campagna di coinvolgimento di massa finalizzata a individuare e registrare gli interessati a ricevere una <i>newsletter</i> profilata
<i>Potenziali beneficiari</i>	Informare sui temi generali del PO, sui fondi europei e sui soggetti istituzionali e privati coinvolti nei processi di decisione e di progettazione Informare sulle caratteristiche generali delle linee di intervento evidenziando la normativa di riferimento, suggerendo la migliore strategia di approccio e mostrando i casi di successo e le <i>best practice</i>
<i>Beneficiari</i>	Informare sullo stato di avanzamento della propria domanda di contributo e sulle domande di contributo precedenti Trasmettere immagine e sostanza di pari opportunità e trasparenza Consentire l’accesso alle informazioni ed ai dati del beneficiario registrate dal sistema informativo Informare in merito alle operazioni finanziate sul Programma Operativo
<i>Dipendenti e collaboratori dell’Assessorato alla Formazione e Istruzione della Regione Lazio</i>	Creare consapevolezza e trasversalità delle informazioni tecniche e gestionali, per creare una visione condivisa della strategia e per ottimizzare la gestione dei processi e i percorsi di aggiornamento e dialogo con l’utenza
<i>Istituzioni Nazionali e altri Assessorati della Regione Lazio</i>	Garantire una vision di sistema e la massima condivisione dei percorsi dei progetti
<i>Potenziali alleati</i>	Informare sul valore strategico della comunicazione in network per la crescita del Sistema Lazio e definire con essi le migliori modalità di cooperazione.

## 5. LE LINEE DI ATTIVITÀ E GLI STRUMENTI

La definizione del POR FSE 2007-2013 è stata sostenuta da un articolato processo di confronto con gli *stakeholder* individuati: mondo imprenditoriale, sindacale, ambientalista, del credito, della cooperazione, dell' economia sociale e del volontariato, degli enti locali e delle pari opportunità.

L'Assessorato alla Formazione della Regione Lazio intende promuovere con forza la logica di Sistema su cui è basata la programmazione e rafforzare le pratiche ispirate ai principi di trasparenza e di coinvolgimento diretto di tutti i portatori di interesse nelle decisioni del governo regionale.

Il confronto continuo con gli *stakeholder* e, anche per loro tramite, con tutti gli appartenenti alle reti da essi rappresentate, consentirà di articolare un processo di dialogo multicanale continuo e di verifica tra la rispondenza strategica degli interventi programmati e le esigenze dei territori e dei gruppi di portatori di interessi.

Le modalità indicate varranno per le linee di comunicazione con i *potenziali beneficiari* e con i *beneficiari* basandosi su modelli strutturati di networking finalizzati a implementare quantitativamente e qualitativamente referenti e relazioni. I modelli previsti dovranno prevedere la partecipazione degli stakeholder alla definizione e sviluppo del PdC, in modo da garantire il loro massimo coinvolgimento e collaborazione.

Per quanto concerne i contenuti, l'obiettivo è di articolare un modello che strutturi diversi livelli di comunicazione: per target, per tema e per territorio, in modo da assicurare la rilevanza della comunicazione per i destinatari dei messaggi.

Per quanto concerne la comunicazione al *pubblico*, le metodologie che si proporranno saranno finalizzate a desumere dalle attività di comunicazione mass market uno screening di utenti interessati cui veicolare in modo sistematico informazioni sullo sviluppo delle attività del POR.

Si sarà così attivato, in progress, un Piano di Comunicazione strutturato con la logica del marketing relazionale, che consentirà ai referenti dei diversi livelli di ricevere informazioni "su misura", aggiornate e profilate. Tali referenti andranno ad implementare un database relazionale tracciato e strutturato per territori e per target.

### LE ATTIVITÀ E GLI STRUMENTI

#### A) Evento di lancio

Sarà organizzata una manifestazione nazionale per informare e pubblicizzare l'avvio del POR. L'evento, destinato agli *stakeholder* della Regione e a tutti i potenziali beneficiari, sarà promosso anche verso gli *opinion leader* a livello nazionale e internazionale dell'area Formazione. La promozione sarà rivolta anche agli *stakeholder* delle Regioni nelle aree contigue dei Fondi Strutturali nell'ottica di sistema.

Tutti i target oggetto dell'evento di lancio saranno inseriti nel database e riceveranno tutte le comunicazioni successive.

Nel corso dell'evento di lancio sarà presentata la pubblicazione guida del POR e il programma degli strumenti e delle modalità di interazione e dialogo con l'Autorità di gestione.

### **B) Logo del programma, immagine coordinata, *manual***

Verrà studiato uno specifico *logo* del Programma operativo POR FSE 2007-2013 di Regione Lazio e sarà progettata la realizzazione di *format* che si prestino a tutti gli impieghi diretti e per tramite di partner e beneficiari.

Sarà predisposto un *manual* che raccoglierà tutte le indicazioni d'uso. Il risultato sarà l'immediata riconoscibilità del Programma e dei suoi ispiratori e finanziatori.

*Il manual conterrà tutte le indicazioni per l'utilizzo dei marchi e dei format per:*

- advertising;
- sito e pagine internet;
- newsletter cartacea;
- newsletter elettronica;
- coreografia eventi;
- pubblicazioni editoriali;
- moduli interattivi;
- database relazionale;
- cartellonistica;
- striscioni, gonfaloni;
- moduli registrazione eventi.

Nella realizzazione del *manual* si terrà rigorosamente conto delle indicazioni previste all'art. 9 del Reg. CE 1828/2006. L'utilizzo congiunto e coordinato dell'emblema dell'Europa, del FSE e della Regione Lazio assicurerà una immediata percezione della provenienza del messaggio e la creazione di continuità nella percezione dei diversi prodotti di comunicazione.

### **C) Iniziative di pubblicità a pagamento**

Saranno previste, in apposito *piano media* da definire con cadenza annuale, le attività generali legate al Programma:

- nell'area *corporate* (annuncio iniziale, eventi istituzionali, ecc);
- nella promozione di comunicazioni per territorio e per *target*.

La comunicazione rivolta al *mass-group* conterrà riferimenti al dominio internet e ad altre modalità di interrelazione finalizzate a registrare in un database il maggior numero possibile di:

- *stakeholder* (quasi tutti dotati di connessione internet e quindi in grado di interagire con facilità e immediatezza),
- gente comune interessata allo sviluppo del programma ( a questo target ci si rivolgerà con messaggi molto semplici).

E' prevista la pianificazione dell'acquisizione di spazi publi-redazionali sui principali quotidiani e periodici regionali, con particolare attenzione agli strumenti informativi del circuito regionale.

Costituiranno mezzi di sicura efficacia la programmazione di spot e radiocomunicati sul circuito di emittenti nazionali e locali del Lazio, così come il ricorso al canale televisivo.

Nel dettaglio, la pubblicità a pagamento utilizzerà prevalentemente tre canali:

- quotidiani e periodici, distinguendo tra iniziative di rilievo provinciale e regionale,
- radio e televisioni locali, distinguendo tra iniziative di rilievo provinciale e regionale,
- internet.

I messaggi si concentreranno sulla pubblicità relativa al lancio del programma, ai grandi eventi ad esso collegati, alle *best practice* e ai risultati complessivi.

E' importante che i risultati delle iniziative dedicate alla pubblicità siano oggetto di rilevazioni a campione, allo scopo di verificarne efficacia e penetrazione.

#### **D) Pubblicazioni informative**

Rispetto a tale ambito si prevede la realizzazione di materiale informativo e divulgativo:

- *di carattere generale* che presentino in variante generica e semplice e in forma approfondita il POR FSE della Regione Lazio;
- *di carattere specifico*, destinate ai potenziali beneficiari, sulla normativa di settore e sulla documentazione del Programma Operativo 2007-2013, agli *stakeholder*, da veicolare negli eventi programmati, tramite gli attori del partenariato, le istituzioni locali, i punti informativi della Regione Lazio, i potenziali beneficiari, il reticolo degli alleati.

Tutte le pubblicazioni prodotte, ivi compresi *materiali audiovisivi*, saranno progettate per essere fruibili in modalità multicanale. Di ogni pubblicazione si provvederà a realizzare il formato elettronico e a renderlo accessibile per il tramite del canale WEB, dandone opportuna notizia ai partner e agli stakeholders e assicurando così la più ampia circolazione e diffusione al materiale informativo.

#### **E) Relazioni con i media**

Sarà attivato un ufficio stampa dedicato per stabilire relazioni strutturate e continuative con i media.

Saranno coinvolti nel programma di lavoro tutti gli *stakeholder* per attivare, oltre alla normale attività di ufficio stampa, un sistema di relazioni esteso a tutto il territorio regionale, che coinvolga:

- quotidiani e periodici di informazione;
- stampa tecnica;
- newsletter di associazioni, università, partner sociali;
- siti con cui attivare azioni di *comarketing*.

Preliminarmente si procederà all'organizzazione di una *mailing list* completa. Successivamente, con cadenza periodica, si provvederà ad informare sulle evoluzioni del programma regionale differenziando la comunicazione per territori e *target*.

In particolare i media dovranno essere tenuti informati rispetto al lancio del programma, all'apertura delle procedure di presentazione delle richieste di contributo, all'avanzamento del programma ed alla progressiva realizzazione di *best practice*. Le relazioni con i media si concretizzeranno attraverso agenzie di stampa, interviste e *talk show*, conferenze stampa, partecipazione dell'Autorità di Gestione a programmi telefonici e radiotelevisivi. I media verranno coinvolti ed invitati in occasione di tutti gli eventi pubblici del Programma, sia in occasione del grande evento annuale che in occasione dei seminari locali o particolari.

#### **F) Eventi di informazione**

Per garantire la migliore diffusione delle informazioni di base del PO, e per illustrare la filosofia della programmazione comunitaria dei Fondi Strutturali, verranno realizzati una serie di incontri a livello regionale e locale. La partecipazione ad eventi sul territorio sarà un ulteriore canale per acquisire visibilità agli occhi degli interlocutori. Tali rassegne diverranno così momenti di promozione diretta grazie alla diffusione del materiale divulgativo realizzato e un'occasione per esporre le attività svolte all'attenzione del pubblico.

Ogni anno, verrà organizzata una iniziativa volta a fare il punto sull'avanzamento del Programma così come previsto dall'art. 7 del Reg. CE 1083/2006. L'*evento annuale* verrà valorizzato attraverso la partecipazione delle Istituzioni regionali, dell'Autorità di Gestione, degli *stakeholder* e dei partner/alleati del Programma. L'evento annuale sarà preceduto da una specifica campagna di comunicazione.

All'evento annuale saranno affiancati *eventi di carattere informativo interni* alla Regione per coinvolgere la struttura dell'Assessorato alla Formazione e quelle degli altri Assessorati coinvolti.

Sarà inoltre prevista una serie di *eventi di carattere generale territoriale* (da svolgere in loco Provincia per Provincia) e *di carattere specifico per destinatari* (ad esempio un incontro con tutti gli Enti Locali).

Infine, verrà programmata la partecipazione con propri *corner* espositivi ad *eventi istituzionali o fieristici*, sia nell'ambito di manifestazioni dedicate alla Pubblica Amministrazione che nel quadro di eventi dedicati al sistema delle imprese. Negli *stand*, oltre che alla disponibilità del materiale cartaceo ed elettronico del Programma Operativo, ed alla divulgazione delle *best practice*, sarà

possibile interloquire direttamente via web con il sistema informativo dedicato, compresa la presentazione delle domande informatizzate.

### **G) Sito internet**

Il sito web si è dimostrato il più importante canale di comunicazione della Programmazione 2000-2006, aiutato anche dalla progressiva informatizzazione delle misure applicative e dalla sempre maggior diffusione delle tecnologie presso la Pubblica Amministrazione e gli *stakeholder*.

Tale priorità è dovuta anche alla diffusione dei *personal computer* e delle connessioni a banda larga. Le modalità di comunicazione *one-to-one*, tipiche del marketing relazionale su cui il presente Piano si fonda, fanno leva in modo deciso sul sito internet integrato con modalità di comunicazione *push* come le newsletter profilate e con i database relazionali e i moduli interattivi.

L'accesso a tutta la documentazione dovrà essere realizzabile tramite web, potenziando il sito [www.sirio.regione.lazio.it](http://www.sirio.regione.lazio.it)

Il sito sarà strutturato quale archivio vivo e sempre aggiornato di tutte le informazioni, scadenze, eventi, *best practice*, con una serie di canali di approfondimenti tematici riguardanti il Programma. Inoltre, dal sito web sarà possibile collegarsi a tutte le procedure informatizzate in cui si articolerà il Programma Operativo.

Il sito si rivolgerà, con diverse modalità di accesso, ai potenziali beneficiari, ai beneficiari ed al grande pubblico. L'accesso alle diverse sezioni non sarà riservato, tranne evidentemente le sezioni dedicate alle procedure informatizzate per le quali l'accesso sarà riservato a livello di singola persona fisica identificata tramite password e login, ma potrà essere profilato allo scopo di utilizzare le più opportune modalità di comunicazione e di linguaggio.

Attenzione verrà dedicata al linguaggio ed alla facilità di lettura e di consultazione del sito. Esso verrà progettato utilizzando modalità che assicurino una facile e rapida accessibilità delle informazioni ed un approccio “*user friendly*”, adatto a tutti gli interessati e non solo agli addetti ai lavori.

L'utilizzo delle singole sezioni del sito verrà monitorato, ed i dati di accesso e gradimento tenuti sotto analisi ed osservazione.

Il sito dovrà essere strutturato e mantenuto aggiornato in tempo reale, ed avrà come obiettivo di rappresentare il canale di comunicazione in assoluto più completo ed aggiornato; ciascuna notizia disponibile riguardante il POR FSE dovrà essere disponibile innanzi tutto sul sito internet.

Nel sito internet sarà accessibile l'elenco dei beneficiari finanziati dal programma, completo di informazioni riguardanti il nome dei progetti e l'importo del finanziamento pubblico. Inoltre, al fine di valorizzare al massimo le possibilità di coinvolgimento dei destinatari delle attività formative, sul sito saranno pubblicati i programmi delle attività corsuali relative ai progetti finanziati<sup>5</sup>. Le pagine

---

<sup>5</sup> A tal fine si prevede l'introduzione di un apposito vincolo, a carico dei soggetti attuatori, relativo alla trasmissione all'Amministrazione del programma dei corsi oggetto di finanziamento.

del sito web saranno realizzate anch'esse secondo la logica dell'immagine coordinata, e conterranno gli elementi base che renderanno immediatamente riconoscibile ai vari interlocutori l'ambito di interesse e i soggetti istituzionali coinvolti.

#### **H) Database relazionale**

La costruzione e gestione del database relazionale, contenente le email di tutti gli *stakeholder* del Lazio, consente la realizzazione, con risorse contenute, di un esteso programma di dialogo domanda/offerta costante nel tempo: una comunicazione multicanale diffusa a tutto il *target*, agli operatori del settore pubblico e agli opinion leader a vari livelli.

Alle email degli *stakeholder* locali si aggiungeranno in progress tutti i cittadini che vorranno registrarsi fornendo la propria email, l'indirizzo e il tipo di informazioni che vorranno ricevere.

La registrazione avverrà attraverso il sito internet con opportuno form di registrazione, ma anche attraverso coupon diffusi col materiale editoriale di cui al punto C).

Le attività di dialogo e comunicazione potranno essere automatizzate grazie all'adozione di un Modulo Dialogo, un pacchetto software accessibile *on line* che agevola la gestione del complesso data base dei contatti. Sarà così possibile ricevere direttamente per posta elettronica (o in formato cartaceo per una parte minore del *target*) documentazione, *newsletter*, pubblicazioni informative, inviti ecc.

Tale strumento è altamente personalizzabile secondo le esigenze specifiche, e consente il caricamento e la gestione dell'intero data base dei contatti, sia quelli di pari livello (interlocutori istituzionali, ecc.), sia i *target*-utenti.

Attraverso il Modulo Dialogo è possibile creare, inviare e archiviare *newsletter* elettroniche profilate in modo facile ed intuitivo. Inoltre, mediante un completo sistema di "filtri", si possono individuare velocemente gruppi omogenei di contatti ed estrarne i dati per la generazione di etichette per invii di materiale cartaceo.

Il database relazionale potrà essere aggiornato ed implementato in corso d'opera e consentirà, in ogni fase del processo, di misurare i risultati delle singole azioni e l'incisività dei messaggi.

#### **I) Newsletter (cartacea ed elettronica)**

I beneficiari, il grande pubblico ed i soggetti coinvolti nell'attuazione del POR dovranno essere informati, periodicamente, su notizie che riguardano gli interventi strutturali comunitari, al fine di cogliere le opportunità offerte.

Le *newsletter*, realizzate sia in formato cartaceo sia in formato elettronico, saranno gestite da una redazione dedicata, che provvederà a strutturare i contenuti in funzione di una profilazione dell'utenza, per *target* e per territorio. I contenuti saranno raccolti dall'Autorità di Gestione, che fungerà da direzione del processo, e da tutti gli *stakeholder* del POR FSE.

## **J) Programma di networking**

Il programma di *networking* prevede di attivare le reti complementari in azioni di comunicazione (locandine, banner per i siti internet dei partner istituzionali, depliant informativi co-prodotti, partecipazione a eventi di filiera e di tema ecc). Tra le reti da coinvolgere si intende tutto il partenariato pubblico, sociale, produttivo individuato comprendendo tutte le reti degli *stakeholder* per attivare, anche per loro tramite, un dialogo con tutte le realtà da essi rappresentate.

**L) Kit di strumenti** di informazione a supporto del programma di networking (locandine, opuscoli divulgativi, banner, cd-rom, ecc.) da veicolare direttamente e per il tramite del mondo imprenditoriale, sindacale, ambientalista, del credito, della cooperazione, dell' economia sociale e del volontariato, dell'università.

## **M) Helpdesk**

Anche se il sito web sarà strutturato in modo tale da assicurare la più ampia modalità di interrelazione tra l'Autorità di Gestione, i beneficiari potenziali, i beneficiari ed il grande pubblico, verrà reso disponibile un *helpdesk* organizzato, sia attraverso un indirizzo mail dedicato che attraverso un call center telefonico, in grado di fornire in tempo reale, o qualora indispensabile successivamente, un servizio informativo completo senza necessità da parte dell'interlocutore di contattare un ulteriore riferimento.

Il servizio di *helpdesk* via e-mail verrà ottimizzato in concomitanza con l'avvio del Piano di Comunicazione. Nella fattispecie si attueranno le seguenti *policy* in merito al funzionamento del servizio:

- performance dei tempi medi di risposta;
- punti di accesso diversificati (telefono, e-mail, form *on line* sul sito);
- rispetto assoluto della tutela e protezione dei dati personali e dei dati sulla privacy;
- registrazione ed organizzazione di tutte le attività di supporto, consentendo di offrire il massimo del livello di servizio.

I riferimenti del servizio di *helpdesk* saranno pubblicizzati, in modalità multicanale, su tutti gli strumenti informativi, comunicativi e pubblicitari previsti dal Programma.

## 6. MODALITÀ DI GESTIONE, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEL PIANO

### 6.1. L'UFFICIO RESPONSABILE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il piano di lavoro descritto impone che l'AdG sia in grado di dirigere, controllare, aggiornare i canali in tempo reale. Essa dovrà inoltre interagire con gli stakeholders, sia nelle fasi di progettazione del piano, sia nelle fasi successive. Per ottenere la massima efficienza ed efficacia e garantire la soddisfazione degli utenti, il gruppo di direzione del PdC dovrà agire in stretta e continua collaborazione con l'AdG. La funzione di direzione dei processi e la redazione sono collocate presso l'AdG, come di seguito specificato, mentre le fasi attuative e gestionali potranno essere oggetto di esternalizzazione mediante pubblicazione di bandi di gara.

Le funzioni direzionali che dovrebbero affiancare l'AdG nel Piano di Comunicazione sono le seguenti:

- strategia di comunicazione, interazione e dialogo, processi di networking, tavoli interistituzionali,
- analisi tecnica del sito, database relazionale, interfaccia utente,
- ufficio stampa,
- progettazione eventi,
- analisi e progetto centro documentazione.

*La responsabilità relativa alla presentazione ed attuazione del Piano di Comunicazione, nonché relativa all'aggiornamento periodico dello stesso, è affidata, in seno alla struttura della Autorità di Gestione, all/alla Dott.ssa Ornella Guglielmino di cui si riportano di seguito i riferimenti.*

Ufficio: Area Programmazione  
Tel.: 0039 06 51685022  
Fax: 0039 06 51686800  
Email: [oguglielmino@regione.lazio.it](mailto:oguglielmino@regione.lazio.it)

Nella settimana del 9 maggio, in occasione della Festa d'Europa, ricorrenza dell'anniversario della dichiarazione di Schuman, il responsabile del Piano di Comunicazione assicurerà l'esposizione della bandiera Europea presso gli uffici dell'Autorità di gestione del POR.

*Il responsabile del Piano di Comunicazione sarà supportato da adeguato personale di staff e dalla rete di soggetti interni ed esterni (es. soggetti responsabili della attuazione di specifiche azioni di comunicazione) all'Amministrazione, chiamati a collaborare per il pieno conseguimento degli obiettivi del Piano.*

In particolare, il responsabile del Piano di Comunicazione si interfacerà *stabilmente* con:

- *il Comitato direttivo per la convalida ed il riesame del Piano di Comunicazione*, composto da: l'Assessore alla Istruzione, al Diritto allo studio ed alla Formazione; il Responsabile del Piano

di Comunicazione; il Dirigente responsabile dell'Autorità di Gestione; i rappresentanti degli Organismi Intermedi; esperti di comunicazione ed eventuali rappresentanti della assistenza tecnica e dei soggetti attuatori di specifiche attività di comunicazione;

- *gli uffici regionali preposti alle attività di comunicazione ed informazione istituzionali*, quali l'Area Monitoraggio e Valutazione che sovrintende alla gestione del portale Sirio, il Cerimoniale della Giunta
- *gli attori del sistema di attuazione del Piano di Comunicazione operanti stabilmente presso la Regione* (es. ufficio stampa, helpdesk/call center, etc.).

Le principali attività di competenza del *Responsabile del Piano di Comunicazione e dello staff che gli fornisce assistenza* sono le seguenti:

- convocare e preparare le riunioni del Comitato direttivo per la convalida ed il riesame del Piano di Comunicazione;
- coordinare e realizzare l'attività di progettazione esecutiva delle attività informative e di comunicazione previste dal Piano di Comunicazione;
- predisporre i bandi per la selezione dei soggetti attuatori delle diverse attività informative e/o di comunicazione;
- coordinare le attività di attuazione del Piano di Comunicazione mediante i rapporti con le strutture interne e/o esterne alla Regione coinvolte;
- predisporre circolari e/o comunicazioni utili per il coordinamento degli attori del sistema di attuazione del Piano di Comunicazione operanti stabilmente presso la Regione;
- sorvegliare l'avanzamento delle singole attività di comunicazione pianificate, e, complessivamente, dello stato di attuazione del Piano di Comunicazione, anche mediante l'analisi delle informazioni provenienti dalle attività di monitoraggio e valutazione;
- predisporre e presentare in sede di Comitato di Sorveglianza le informative previste dalla normativa sullo stato di attuazione del Piano di Comunicazione;
- segnalare al Comitato direttivo eventuali problematiche emerse nel corso dell'attuazione del Piano di Comunicazione e le possibili soluzioni alternative;
- fornire informazioni aggiuntive a corredo degli output e delle Relazioni sulle attività svolte, prodotte da eventuali soggetti esterni, oggetto di valutazione da parte del Comitato direttivo.

## **6.2. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE**

Le attività di monitoraggio e valutazione realizzate sull'attuazione del Piano di Comunicazione, consentiranno di verificare se le azioni intraprese sono state conformi a quanto programmato e se hanno portato al conseguimento degli obiettivi prefissati.

Lo svolgimento sistematico delle attività di monitoraggio e valutazione assicurerà:

- *il periodico aggiornamento del Piano di Comunicazione;*
- *lo sviluppo delle informative relative alle attività di comunicazione realizzate, da riportare nei Rapporti annuali di esecuzione, e da presentare in sede di Comitato di Sorveglianza,*
- *l’elaborazione, per il Rapporto annuale del 2010 ed il Rapporto finale di esecuzione, da presentare entro il 31.03.2017, di un capitolo dedicato alla valutazione dei risultati conseguiti con l’attuazione del Piano di Comunicazione, in termini di “visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità”, secondo quanto previsto all’art. 2, par. 2 lett. e) ed all’art. 4, par. 2 del Reg. 1828/2006.*

Lo svolgimento delle attività di monitoraggio e valutazione si baserà sulla realizzazione di rilevazioni qualitative e quantitative.

Conformemente a quanto previsto dall’art. 2, par. 2 lett. e) del Reg. 1828/2006, le prime saranno finalizzate alla rilevazione, presso il “grande pubblico” ed i “potenziali destinatari”, sia del livello di visibilità acquisito dal Programma Operativo FSE, sia, del grado di consapevolezza diffuso in merito al ruolo svolto dalla Comunità Europea in favore dello sviluppo economico ed occupazionale del territorio. Tali rilevazioni si baseranno su modalità/strumenti diversi, tra i quali:

- interviste;
- questionari;
- *focus group.*

Le rilevazioni quantitative riguarderanno principalmente i dati relativi all’attuazione delle attività di informazione e comunicazione, secondo quanto prefissato.

In base a quanto previsto nei capitoli 3 e 4 ed ai risultati della progettazione esecutiva che interesserà le attività di comunicazione illustrate nel presente Piano, le attività di monitoraggio e valutazione qualitative e quantitative, sopra esemplificate, saranno definite in maniera sistematica in collaborazione con i soggetti che saranno responsabili della loro attuazione.

Il monitoraggio e la valutazione degli interventi contenuti nel presente Piano di comunicazione si baserà sui seguenti indicatori riportanti nelle tabelle.

*Indicatori di realizzazione e di risultato*

Rif.	Azioni di informazione e comunicazione	Indicatori di realizzazione*	Indicatori di risultato
	Pubblicità sui media	Nr. degli spot TV e radio Nr. degli avvisi pubblicitari pubblicati	% di copertura della popolazione % di copertura delle imprese
	Materiale promozionale	Nr. totale di materiale promozionale realizzato, per tipologia	% di distribuzione rispetto alla popolazione laziale
	Pubblicazioni informative e sito Internet	Nr. totale di pubblicazioni informative realizzato, per tipologia	Nr. totale di download di materiali dal sito web
	Eventi (nazionale + territoriali)	Nr. di eventi realizzati	% di partecipazione tra invitati e partecipanti
	Newsletter periodica elettronica e cartacea	Nr. di newsletter prodotte	% di interattività registrata su iniziative di dialogo
	Help desk	Nr. di contatti registrati	% tempi medi di risposta
	Ufficio stampa	Nr. di conferenze stampa effettuate	Nr. articoli pubblicati
	Attività di networking	Nr. di strumenti veicolati	Traffico generato dai link ai siti degli alleati

\* Rilevazione su base annuale

Per valutare il livello di consapevolezza del ruolo dell'Unione Europea, saranno predisposti questionari *ad hoc* che saranno opportunamente somministrati attraverso i diversi canali di comunicazione individuati al capitolo 5.

## 7. LA TEMPISTICA DI REALIZZAZIONE DEL PIANO

La tempistica di realizzazione del Piano di Comunicazione, può essere distinta nelle seguenti fasi:

- una prima fase di avvio, coincidente con il periodo 2007-2009, caratterizzata dalla maggiore concentrazione di azioni informative e pubblicitarie rivolte al grande pubblico ed ai potenziali beneficiari;
- una seconda fase di messa a regime degli interventi, relativa al periodo 2009–2012, caratterizzata dalla intensificazione delle attività di informazione e comunicazione rivolte ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari. Nell’ambito di tale fase, il Piano di Comunicazione sarà oggetto di aggiornamento/revisione;
- una terza fase, coincidente con il periodo tra il 2011 ed il 2017, di completamento degli interventi e di maggiore concentrazione delle attività di monitoraggio e valutazione, peraltro già avviate sin dalla fine della prima fase.

Il prospetto di seguito riportato illustra la tempistica di realizzazione del Piano di Comunicazione ed evidenzia le azioni caratterizzanti ciascuna fase, con un focus specifico sulla prima.

Fase	Principali azioni	2007	2008	2009	...	2013	2014	2015	2017
I	<b>Concertazione per stesura POR</b>								
	<i>Attività di sensibilizzazione</i>								
	<b>Redazione e Approvazione PdC</b>								
	<i>Redazione PdC</i>								
	<i>Presentazione PdC</i>								
	<b>Gestione e Coord.to PdC</b>								
	<i>Progettazione esecutiva</i>								
	<i>Evento lancio</i>								
II	<i>Coordinamento e attuazione singole Linee di attività</i>								
	<i>Aggiornamento del Piano di Comunicazione</i>								
III	<i>Monitoraggio</i>								
	<i>Valutazione</i>								

## 8. IL BUDGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Coerentemente con il criterio previsto all'art. 4 par. 3 del Reg. 1828/2006, il budget complessivo dedicato alla realizzazione del Piano di Comunicazione, a valere sull'Asse VI del POR per l'intero periodo di attuazione dello stesso, è pari a 2.000.000 euro, di cui 1.000.000 euro di cofinanziamento FSE.

A titolo indicativo, la ripartizione del budget tra le diverse linee di azione ed attività prevede un'attribuzione di circa il 90% del budget agli interventi di informazione e comunicazione rivolti al grande pubblico, ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari, e di circa il 10% del budget alle attività a supporto all'attuazione del Piano di Azione quali, innanzitutto, il monitoraggio e la valutazione.

### *Budget indicativo per annualità*

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
-	20%	40%	15%	10%	9%	6%

### *Budget indicativo per tipologia di attività*

Macro attività	Percentuale indicativa
Immagine coordinata, pubblicazioni e advertising	25%
Eventi	30%
Ufficio stampa	15%
Web e database relazionali	30%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>