

“L’attività di comunicazione del Programma Operativo Fondo Sociale Europeo 2007 – 2013”

Capitolo redatto ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento (CE) n. 1828/2006:

"Nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione figura un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e)."

INDICE

1 PREMESSA

- 1.1 Inquadramento normativo.....
- 1.2 La domanda valutativa e le attività di valutazione
- 1.3 La struttura del documento.....

2. SINTESI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

- 2.1 La struttura del Piano.....
- 2.2 Obiettivi e strumenti.....
- 2.3 I dati di monitoraggio e gli indicatori.....

3. LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL PERIODO 2007-2013 ANALISI DEGLI INDICATORI DI REALIZZAZIONE E DI RISULTATO

- 3.1 Le attività realizzate.....
- 3.2 I dati di monitoraggio e gli indicatori.....

4. ANALISI VALUTATIVA DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE EFFETTUATE

- 4.1 Premessa
- 4.2. Congruenza tra le azioni condotte ed i risultati conseguiti e gli obiettivi previsti
nel Piano di comunicazione.....

5. BUONA PRATICA

6. CONCLUSIONI E PRIME INDICAZIONI

1. PREMESSA

1.1 Inquadramento normativo

Nel ciclo di programmazione 2007-2013, le prescrizioni in tema di informazione e pubblicità poste in capo all'Autorità di Gestione sono andate incontro ad un processo di ampliamento ed approfondimento in quanto gli stessi regolamenti comunitari richiedono una maggiore e più incisiva azione di diffusione delle informazioni ai beneficiari potenziali, degli interventi programmati nell'ambito dei Programmi Operativi (PO) e, contestualmente, pongono in capo ai beneficiari l'obbligo di rendere noto al pubblico il contributo dei Fondi Strutturali ai diversi progetti finanziati. Vengono, inoltre, rafforzate le regole relative alla sorveglianza ed alla valutazione dei Piani di Comunicazione.

In tale direzione, il Reg. (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul FESR, sul FSE e sul Fondo di Coesione prevede che *"lo Stato Membro e l'Autorità di Gestione del Programma Operativo forniscono informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni e li pubblicizzano. Le 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"*.

Il Regolamento n. 1828/2006 della Commissione, attuativo del Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio, stabilisce le misure da attivare in materia di informazione e comunicazione con l'obiettivo prioritario di informare i cittadini dell'Unione europea sul ruolo svolto dalla Comunità. Nello specifico, l'art. 4 stabilisce che: *"Nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione figura un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'art. 2, paragrafo 2, lett. e)"*.

Il Piano di Comunicazione integrato per i Programmi Operativi FESR e FSE 2007-2013 della Regione Molise è stato esaminato e ritenuto conforme dalla Commissione europea in data 11 luglio 2008 e successivamente approvato con Deliberazione di Giunta Regionale n. 1093 del 21 ottobre 2008. Contiene sezioni specifiche sulle attività di "monitoraggio e valutazione del Piano" per i due Programmi Operativi tra loro coordinati ma operativamente distinti.

Per il POR FESR stabilisce che, al di là delle verifiche periodiche delle singole azioni, si prevedono due macrofasi di valutazione generale di cui una nella fase intermedia di realizzazione del Piano ed una a realizzazione ultimata. Per consentire tale valutazione sarà necessaria:

- un'attività di rilevazione dei risultati delle singole azioni (numero di contatti ottenuti, modifica del grado di informazione del soggetto target di una certa azione....),
- un'attività di monitoraggio,
- un'attività di effettiva valutazione dei risultati.

Al fine di valutare l'efficacia delle azioni di comunicazione attivate il Piano di attuazione della valutazione¹ prevede, con esplicito riferimento al piano di Comunicazione integrato, una specifica domanda di valutazione affidata al Nucleo di Valutazione e Verifica degli Investimenti Pubblici *"Quali sono i primi risultati delle attività di comunicazione svolte all'interno del Piano Integrato di Comunicazione (FESR e FSE) e quali gli eventuali adattamenti delle strategie?"*.

Anche per il POR FSE, il Piano di comunicazione prevede, come da Regolamento CE 1828/2006, la valutazione dell'efficacia degli interventi contenuti in termini di visibilità del POR e del livello di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea.

¹ Attuativo del Piano delle valutazioni degli effetti della politica regionale 2007/2013, approvato con Deliberazione di Giunta Regionale n. 517 del 21 giugno 2010.

In linea con le indicazioni comunitarie, il sistema di monitoraggio del POR è strutturato in modo da contenere informazioni e dati di supporto per l'attività di valutazione, nonché per attività informative in sede di Comitato di sorveglianza e per i rapporti da fornire alla Commissione.

Le attività di valutazione sono previste a metà periodo e a conclusione della realizzazione del Piano. La valutazione di medio periodo ha l'obiettivo di verificare l'esigenza di eventuali modifiche allo stesso.

Per entrambi i Programmi, l'attività di valutazione utilizza gli indicatori fissati nel Programma Operativo quale base per il monitoraggio, con l'obiettivo di misurare l'efficacia delle azioni intraprese, attraverso parametri qualitativi, quantitativi e d'impatto. Nel caso del POR FSE, per valutare il livello di consapevolezza del ruolo dell'Unione europea, partendo dall'analisi effettuata in fase ex ante (novembre 2007), sono stati individuati alcuni strumenti specifici utili quali, ad esempio, sondaggi a campione su target intermedi e finali, questionari rivolti ai beneficiari finali, analisi dei feed-back forniti dai servizi interattivi, statistiche relative alle manifestazioni (contatti, presenze, iscrizioni a mailing list). [su questo punto, vedi cap. 4]

Per il Programma Operativo, sono poi presentate le tabelle contenenti gli indicatori di realizzazione e gli indicatori di risultato.

1.2 La domanda valutativa e l'attività di valutazione

Come già anticipato nel paragrafo precedente, a sostegno delle attività di valutazione previste per il periodo di programmazione dei Fondi Strutturali 2007-2013, la Regione Molise ha approvato un proprio Piano di Valutazione, cui ha fatto seguito il relativo Piano di Attuazione con la definizione delle attività di valutazione, esplicitando nel dettaglio le modalità attuative.

L'approccio aumenta la libertà nel decidere cosa valutare e quando, consentendo di migliorare l'utilità delle analisi e l'effettiva utilizzazione dei risultati. Richiede, tuttavia, al contempo, una maggiore responsabilità delle Amministrazioni sia per quanto riguarda la buona organizzazione e gestione dei processi, sia con riferimento ai meccanismi di selezione delle domande di valutazione da esplicitare.

La costruzione del quadro di riferimento per le analisi valutative in materia di comunicazione, ha beneficiato della condivisione degli indirizzi generali contenuti nel Piano di Valutazione nonché dei suggerimenti provenienti dal Partenariato socio-economico ed istituzionale, attivato in una serie di incontri e di seminari programmati nell'ambito degli "Stati Generali dell'economia molisana" (giugno e luglio 2010). Durante i tavoli tematici organizzati nell'ambito di tale manifestazione, sono state raccolte le esigenze di valutazione emergenti dalla realtà socio-economica ed istituzionale regionale, i cui rappresentanti, anche sulla scorta dell'esperienza connessa con il precedente periodo di programmazione, hanno esplicitato i propri dubbi, le proprie preferenze ed i propri suggerimenti operativi in merito agli obiettivi delle attività di valutazione. La necessità di far sì che gli obiettivi della valutazione corrispondano a reali esigenze operative e che dalla valutazione discenda la fattiva possibilità di incidere sul processo di programmazione e riprogrammazione ha trovato espressione nella formulazione di domande esplicite di valutazione, suddivise nei diversi ambiti tematici dei tavoli. Tali domande hanno costituito la base, insieme alle linee fondamentali espresse nel Piano di Valutazione e a quanto già previsto nella normativa di riferimento (Art. 4, Regolamento (CE) n. 1828/2006²) per la formulazione delle domande contenute nel Piano di Attuazione.

² In particolare, "[...] Nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione figura un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità dei

All'interno di tale insieme trova collocazione il citato quesito relativo al tema della comunicazione: "Quali sono i primi risultati delle attività di comunicazione svolte all'interno del Piano Integrato di Comunicazione (FESR e FSE) e quali gli eventuali adattamenti delle strategie?".

La domanda valutativa proposta permette di condurre la valutazione dei risultati e dei target raggiunti attraverso le azioni di comunicazione attivate nell'ambito dei Programmi Operativi cofinanziati dai Fondi Strutturali, in linea con quanto deliberato con il Piano integrato di comunicazione.

In queste pagine, tuttavia, si darà ovviamente conto dei soli risultati della valutazione riferite alle attività del Fondo Sociale Europeo.

Il mandato in discussione prevede l'affidamento delle attività di valutazione al Nucleo di Valutazione e Verifica degli Investimenti Pubblici della Regione Molise.

Le finalità individuate dal mandato valutativo possono essere così sintetizzate:

- verificare in che misura le attività messe in atto o in corso di attuazione hanno risposto alle esigenze di conoscenza dei PO, dei loro progetti più significativi, dei risultati tangibili conseguiti;
- analizzare il grado di trasparenza e di accessibilità delle informazioni sulle opportunità offerte dal Programma;
- individuare eventuali adattamenti delle modalità applicative del Piano, per migliorare l'efficacia e l'efficienza delle azioni e nel campo delle strategie di comunicazione;
- comprendere il grado di percezione del ruolo dell'Unione Europea insieme all'Italia nel finanziamento dei Programmi.

A livello metodologico il mandato valutativo prevede la realizzazione di:

- analisi desk dei dati di monitoraggio finalizzata ad una lettura congiunta delle azioni realizzate ed in corso di realizzazione;
- analisi del grado di accessibilità delle informazioni: efficacia del mezzo telematico;
- analisi della filiera comunicativa rispetto ad un tipo di target identificato e coerente con il tipo di avviso selezionato.

Pertanto gli strumenti di indagine individuati sono i seguenti:

- analisi desk degli indicatori di realizzazione, finanziaria, fisica e procedurale;
- focus group e panel di esperti;
- incontri con lo Steering Group (Autorità di Gestione FSE, rappresentanti del partenariato economico e sociale interessati, ed altri eventuali soggetti portatori di interessi, sia interni che esterni all'Amministrazione);
- partecipazione ad eventi specializzati.

La valutazione propone come primo obiettivo operativo:

- la verifica del grado di raggiungimento degli obiettivi del Piano di Comunicazione;
- la verifica del livello di attuazione delle attività previste dal Piano anche sotto il profilo dell'impegno delle risorse finanziarie;
- la verifica della tipologia dei target raggiunti dalla attività di comunicazione.

A fronte di tali obiettivi operativi e considerati i risultati raggiunti dal Piano, evidenti dalle analisi dei dati, delle dinamiche, degli eventuali scostamenti dai target fissati nonché dallo studio delle

programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e). [...]"

motivazioni alla base degli stessi, sarà possibile formulare una proposta di rimodulazione degli interventi del Piano di Comunicazione.

1.3 La struttura del documento

La struttura del Capitolo del RAE 2010 dedicato all'analisi valutativa delle azioni contenute nel Piano di Comunicazione, redatto in conformità con le indicazioni comunitarie in materia, è di seguito illustrata.

- Il presente Capitolo 1 sintetizza i contenuti della domanda valutativa, la sua collocazione nel quadro generale, gli obiettivi perseguiti e gli strumenti utilizzati.
- Il Capitolo 2 fornisce una descrizione sintetica del Piano di Comunicazione Integrato, con specifico riferimento alla parte FSE, contenente obiettivi, destinatari, strategia e modalità di intervento.
- Il Capitolo 3 illustra le principali azioni realizzate nel Piano di Comunicazione Integrato attraverso l'esposizione dei dati di monitoraggio di realizzazione e di risultato.
- Il Capitolo 4 contiene la lettura valutativa del Piano e delle attività realizzate attraverso l'analisi dei dati ed i risultati delle attività di valutazione.
- Il Capitolo 5 descrive la best practice in termini di comunicazione selezionata ai fini della illustrazione delle attività condotte.
- Il Capitolo 6 fornisce le indicazioni conclusive ed i suggerimenti per migliorare l'efficacia delle azioni comunicative ed informative.

2. SINTESI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

2.1 La struttura del Piano

Il Piano di Comunicazione della Regione è stato redatto in maniera integrata per i due diversi Programmi operativi regionali (POR FESR e POR FSE), pur lasciando distinte le attività informative e comunicative e la gestione delle stesse per consentire le successive, opportune, rendicontazioni per Fondo.

Il Piano è stato approvato in via definitiva, a seguito della nota della Commissione Europea che dichiarava la conformità all'art. 3 del Regolamento (CE) n.1828/2006 del Piano, con DGR 1093/2008.

La struttura è delineata tenendo conto degli elementi fissati dal Regolamento (CE) n. 1828/2006, art. 2, comma 1 e 2 ed è articolata in 4 parti:

- A. *analisi di contesto e sintesi dei Programmi Operativi FESR ed FSE;*
- B. *sintesi contenente analisi e indagini svolte sul territorio propedeutiche alla redazione del Piano;*
- C. *riflessioni sull'esperienza 2000-2006;*
- D. *Piano di Comunicazione POR FESR e POR FSE 2007-2013.*

A. L'analisi di contesto

L'esame del contesto è stato effettuato valutando i seguenti fattori socio-economici e socio-culturali:

- profilo socio-economico
- popolazione e territorio
- profilo socio-culturale
- innovazione ed economia della conoscenza
- pari opportunità
- sistema dei media.

Il quadro che emerge mostra come il Molise, pur essendo uscito dall'Obiettivo Convergenza, evidenzia ancora alcune caratteristiche tipiche delle aree del Mezzogiorno. Nonostante il contesto socio-culturale e socio-economico risulta essere meno arretrato rispetto alla media delle Regioni dell'attuale obiettivo Convergenza, il Molise sconta livelli di arretratezza e gap da recuperare che non permettono l'allineamento con le altre Regioni dell'attuale obiettivo Competitività regionale ed occupazione.

L'analisi di contesto si conclude con l'individuazione del profilo comunicazionale regionale elaborato sulla base dei dati disponibili all'inizio del periodo di programmazione, a tal riguardo si evidenzia che nel quadriennio i livelli di informatizzazione, sia delle imprese che dei privati, è aumentato ed è auspicabile una revisione della strategia comunicativa nell'ottica di un potenziamento degli strumenti informatici. A tal fine, si suggerisce l'aggiornamento dell'analisi con dati aggiornati utili alla ridefinizione della strategia di comunicazione delle azioni attivate nell'ambito della programmazione dei Fondi Strutturali 2007-2013.

B. Le indagini ed i sondaggi

Le indagini ed i sondaggi propedeutici alla redazione del Piano sono riferiti a target differenti (opinione pubblica, studenti, amministratori provinciali, sindaci, referenti del partenariato esterno ed interno alla Regione) e rilevati con scopi diversi per cui, apparentemente, non consentono una comparazione scientifica ma di fatto rendono comunque l'idea di come i diversi settori di

intervistati si avvicinano alle problematiche comunitarie. Una attenta considerazione dei risultati delle interviste (che in totale sono state 1457) ha evidenziato:

- una grande convinzione nel sostenere l'appartenenza dell'Italia all'UE,
- il convincimento della necessità che anche la regione Molise goda del sostegno fornito dall'Unione europea per incrementare lo sviluppo nei propri territori,
- una sufficiente conoscenza della politica regionale soprattutto tra il target dei beneficiari.

C. Riflessioni sull'esperienza 2000-2006

Le criticità risultano essenzialmente legate alla carenza o scarsa efficacia di azioni di vera e propria pubblicità nonché dalla scarsa disponibilità di risorse umane espressamente dedicate all'attuazione del Piano. L'attività svolta, con soddisfacente sensibilizzazione dei target di riferimento, nel corso della programmazione 2000-2006 ha riguardato:

- la realizzazione del progetto "il partenariato della comunicazione" finalizzato all'attivazione, presso gli Enti locali ed i soggetti del partenariato socio-economico, dei "Punti Europa" territoriali con lo scopo di capillarizzare sul territorio regionale l'informazione sul ruolo svolto dall'Unione Europea nello sviluppo regionale e sulle opportunità che essa offre, attraverso i Programmi operativi regionali;
- l'attuazione della Misura 3 "promozione e sensibilizzazione", che prevedeva la "Collaborazione con la scuola" attraverso il Programma Molise-Scuola-Europa avviato con la sottoscrizione di protocolli d'intesa con l'Ufficio scolastico regionale che ha visto l'Europa entrare, non solo con la storia delle sue istituzioni e dei popoli che la compongono, ma anche con la sua politica strutturale attraverso giornate informative specifiche, propedeutiche allo svolgimento di un concorso incentrato sul ruolo che l'Unione svolge per lo sviluppo del territorio regionale;
- molteplici eventi sul territorio, legati ai lanci dei bandi e dei progetti ed alle ricorrenze europee ma anche per premiazioni di concorsi ed attività informative e formative in materia comunitaria.

D. Il Piano di Comunicazione POR

Il Piano di Comunicazione è stato predisposto in considerazione dell'importanza strategica della comunicazione al fine della migliore attuazione dei Programmi Operativi. Oltre ai dati rilevati nelle indagini inserite nell'analisi di contesto il Piano è stato redatto utilizzando i suggerimenti scaturiti dal workshop partecipativo basato sul metodo del Project Cycle Management in cui gli attori-chiave del sistema territoriale regionale sono stati messi a conoscenza degli intendimenti fondamentali per la elaborazione dello stesso affinché potessero offrire un contributo in vista di una sua ottimale redazione ed attuazione.

Il workshop è stato coordinato da un facilitatore specializzato il quale ha usato un metodo partecipativo e operativo, teso a valorizzare il contributo di tutti e a raggiungere risultati condivisi. Le attività previste sono state attuate in diverse fasi d'intervento:

- la fase iniziale o di avvio in cui si sono concentrate le attività relative alla diffusione delle informazioni relative alla conoscenza del POR, della partecipazione dell'Unione Europea e dello Stato italiano nel finanziamento del programma, sulle opportunità offerte e sui risultati e gli obiettivi individuati e che la Regione si prefigge di raggiungere;
- la fase intermedia che vedrà poste in essere le attività relative alla diffusione dei Bandi predisposti dalle strutture competenti con la relativa diffusione di notizie riguardanti le procedure, la modulistica ed i referenti cui chiedere informazioni e chiarimenti nonché ogni

altra notizie ed informazione capace di ampliare la conoscenza del ruolo dell'Unione Europea, della Regione Molise e dello Stato italiano per lo sviluppo del nostro territorio;

- la fase dei risultati in cui saranno attuate azioni informative e comunicative per diffondere al grande pubblico, al partenariato socio-economico-istituzionale ed agli stessi beneficiari i risultati ottenuti per lo sviluppo della Regione.

2.2 Obiettivi e strumenti

La strategia di comunicazione individuata si prefigge di consolidare l'identità del Fondo Sociale Europeo e di fornire una visione unitaria degli interventi che esso finanzia articolando la strategia in obiettivi generali e operativi, definisce i destinatari ed individua gli strumenti e le azioni.

Obiettivi Generali del Piano sono:

- accrescere la percezione del ruolo svolto dall'Unione Europea e delle finalità politiche e strategiche che essa si prefigge di conseguire;
- garantire una completa informativa circa i contributi finanziati dal FSE e circa le possibilità di finanziamento offerte, fornendo informazioni chiare rispetto a come le risorse disponibili vengono impiegate.

La declinazione dei due obiettivi generali in obiettivi specifici è la seguente:

- garantire che il Programma Operativo venga ampiamente diffuso e sia facilmente accessibile a tutti gli interessati e potenziali beneficiari;
- fornire informazioni e assistenza adeguata ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi;
- accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzare il grande pubblico sul ruolo dell'Unione europea nello sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti dal POR.

Il Piano identifica poi i gruppi di destinatari che sono suddivisi in:

- pubblico;
- potenziali beneficiari (Soggetti coinvolti nella programmazione, Istituzioni, pubbliche centrali e territoriali, parti economiche e sociali, sistemi di formazione e lavoro, organismi di parità, associazioni ONG, ecc.);
- beneficiari (coloro che accedono ai finanziamenti previsti dal POR);
- istituzioni competenti in materia (comunitarie, nazionali e territoriali) e partenariato (ovvero coloro che si occupano delle politiche territoriali e di quelle relative al mondo del lavoro e alla formazione, come le organizzazioni economiche e professionali, le parti sociali, le organizzazioni non governative interessate, le imprese, le Università ed i centri di ricerca, le scuole, i poli formativi, i centri ed enti di formazione professionale);
- mass media.

Le attività previste nel Piano mirano a creare un sistema informativo integrato negli strumenti al fine di garantire un'informazione diffusa, accessibile e chiara per favorire la conoscenza, l'accesso e la trasparenza relativamente agli interventi e alle possibilità offerte dal POR. Le attività, gli strumenti ed il cronoprogramma sono riportati nelle seguenti tabelle:

Attività	Azioni/strumenti
Informazione e comunicazione su web	Sito e pagine web
	Registro regionale beneficiari FSE
Campagna informativa ed eventi	Campagna Informativa
	Evento di lancio e chiusura
	Eventi informativi annuali
	Linea grafica coordinata e prodotti promozionali
Prodotti editoriali	Pubblicazioni monografiche
	Brochure e schede esplicative
	Depliant e locandine
Servizi di informazione e sensibilizzazione su obblighi informativi	Sportelli informativi
Relazioni con i media	Comunicati e conferenze stampa
Supporto partenariato	Attività informative
	Scambi di esperienze

AZIONI	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
a. Informazione e comunicazione su web									
b. Campagna informativa ed eventi									
Evento di lancio									
Evento di chiusura									
Eventi annuali									
c. Prodotti editoriali									
d. Servizi di informazione e sensibilizzazione su obblighi informativi									
e. Relazioni con i media									
f. Supporto partenariato									
Attività informative									
Scambi di esperienze									

Il budget indicativo dell'intero piano è pari a 450.000 euro (10,93% delle risorse previste per l'Asse "Assistenza tecnica") corrispondenti alle risorse disponibili riservate dal POR FSE, valore individuato sulla base della precedente esperienza di attività informativa. Le risorse vengono ripartite per annualità secondo quanto riportato nella tabella che segue.

Anno	%	risorse finanziarie per anno	Quota finanziamento FSE (36,60%)	Quota finanziamento nazionale (63,40%)
2007	13%	60.530	22.154	38.376
2008	14%	61.741	22.597	39.144
2009	14%	62.976	23.049	39.927
2010	14%	64.235	23.510	40.725
2011	15%	65.520	23.980	41.540
2012	15%	66.830	24.460	42.371
2013	15%	68.167	24.949	43.218
Totali	100%	450.000	164.700	285.300

2.3 I dati di monitoraggio e gli indicatori

Il Piano prevede che i risultati dell'attività di comunicazione siano monitorati attraverso diversi strumenti quali:

- sondaggi a campione su target intermedi e finali;
- questionari rivolti a beneficiari finali;
- indice di diffusione delle pubblicazioni realizzate;
- rilevazione dei presenti alle manifestazioni organizzate;
- analisi dei feed-back forniti dai servizi interattivi.

I principali parametri di valutazione e monitoraggio sono quelli riportati nelle tabelle successive distinti per indicatori di realizzazione e indicatori di risultato:

Tabella PdC POR FSE 2007-2013: Indicatori di realizzazione (rif. Anno 2015)

Attività	Indicatore di realizzazione	Unità di misura
Informazione-comunicazione web	Progetti descritti/record	%
Campagna informativa ed eventi	Attività rilevanti realizzate annualmente	n. 15
Prodotti editoriali	Materiale prodotto (di cui cartaceo, audiovisivi, ecc.)	n. 21
Servizi d'informazione e sensibilizzazione su obblighi informativi	Workshop, incontri tematici	n.15
Relazioni con i media	Conferenze stampa	n.10
	Comunicati stampa	n.50
Supporto partenariato	Gruppi di lavoro/ partenariato formalizzati	n.10

Tabella PdC POR FSE 2007-2013: Indicatori di risultato (rif. anno 2015)

Obiettivi specifici	Indicatore di risultato	Unità di misura
Informazione e accessibilità per i potenziali beneficiari	Diffusione e livello di conoscenza dei principali strumenti realizzati	+ 30%
Informazione e assistenza ai beneficiari	Grado di soddisfazione su strumenti/azioni realizzate	+ 30%
Conoscenza e sensibilizzazione del grande pubblico	Pubblico venuto a conoscenza del POR e del ruolo dell'Unione europea dalla stampa e dai media	+ 30%
	Persone che hanno approfondito conoscenze sul POR attraverso il sito web	+ 30%

3. LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL PERIODO 2007-2010 ANALISI DEGLI INDICATORI DI REALIZZAZIONE E DI RISULTATO

3.1 Le attività realizzate

Di seguito si illustrano le attività realizzate nel periodo 2007-2010 con una particolare attenzione alla prima analisi dei dati di monitoraggio.

La descrizione delle attività di comunicazione fa riferimento diretto ed esplicito ai bandi finanziati a valere sulle risorse del Fondo Sociale Europeo, pubblicati ed avviati nel periodo di riferimento.

I bandi cui si è dato avvio con la programmazione 2007-2013 per i quali sono disponibili dati di avanzamento, nonché notizie quali-quantitative relative alla attuazione e che pertanto costituiscono oggetto della presente analisi, sono quelli di seguito indicati:

- *Giovani al lavoro 2008 1^ annualità*
- *Giovani al lavoro 2009 2^ annualità*
- *Master e corsi di perfezionamento 2008*
- *Master e corsi di perfezionamento 2010*
- *P.A.R.I. – Programma d'azione per il reimpiego di lavoratori svantaggiati*
- *Lifelong Learning Programme – Programma di politiche di tutela attiva dell'occupazione*
- *Welfare to work – Misure anticrisi FESR – FSE*
- *Start Up e Spin Off di impresa innovativa*
- *Donna impresa*
- *Action Planning*

Sito e pagine web

Le attività di comunicazione (notizie, avvisi, bandi) relative al Fondo Sociale Europeo hanno trovato spazio sulle pagine web dell'Ufficio Europa della Regione Molise ([http://europa.molisedati.it/web/ue.nsf/\(Home.It\)?OpenView](http://europa.molisedati.it/web/ue.nsf/(Home.It)?OpenView)), così come previsto nel Piano di comunicazione integrato, nonché sulle pagine della Direzione Generale III della Regione Molise, cui fa capo l'Autorità di Gestione (www.dg3molise.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1).

Entrambi i siti contengono gli avvisi relativi ai bandi, i riferimenti necessari per individuare e contattare i responsabili della programmazione, nonché le notizie relative alla gestione e alla realizzazione degli interventi. Le stesse pagine danno conto degli eventi connessi con la gestione dei programmi (lancio degli eventi, manifestazioni collaterali, incontri istituzionali previsti dai Regolamenti di attuazione quali i Comitati di Sorveglianza).

Con delibera di Giunta regionale n. 752 del 13 luglio 2009 è stato approvato il bando di "Gara con procedura aperta per l'affidamento di servizi di informazione e di assistenza all'utenza sulle politiche del lavoro", pubblicato successivamente in GUUE n. 151 dell'8 agosto 2009, per il quale è risultato aggiudicatario DIGIS srl. Il servizio aggiudicato prevede la gestione di un importante strumento di potenziamento della rete di servizi pubblici per l'occupazione, fornendo agli utenti un canale di informazione variegato, cui contribuiscono il sito web, una linea telefonica dedicata, un indirizzo e-mail di contatto per le domande e le richieste specifiche, una newsletter.

Il servizio prevede la gestione dei seguenti canali informativi:

- *Sito web www.dg3molise.it*
- *Numero blu 840.087.400*
- *Indirizzo di posta elettronica infolavoro.dg3@mail.regione.molise.it*
- *Newsletter Sezione Lavoro*

Il sito consente, grazie alla ampia facilità di accesso, l'individuazione immediata delle informazioni ricercate, garantisce l'aggiornamento costante delle schede presenti (su input dell'Ente e sulla base

di quanto rilevato tramite le richieste pervenute al Web Call center della Regione Molise, anch'esso gestito dalla DIGIS srl; aggiornamenti continui, pluri-quotidiani, come da note di report DIGIS srl di ottobre 2010 e marzo 2011), delle news e dei bandi, contiene leggi e modulistica scaricabili. Tali elementi fanno del sito una fonte particolarmente conosciuta e frequentemente consultata. Le statistiche di accesso denotano una elevata frequenza di visitatori, in aumento in coincidenza con la pubblicazione dei principali bandi (es. Avviso pubblico per la presentazione di richieste di accesso agli incentivi all'auto impiego dei lavoratori svantaggiati inseriti nel programma Azione di sistema Welfare to Work per le Politiche di Re-impiego nella Regione Molise). Il dato relativo al numero medio di pagine consultate è pari a n. 4 per visita; quasi la metà dei visitatori consulta da 2 a 20 pagine, evidenziando una propensione all'approfondimento delle informazioni.

L'accesso al portale avviene anche grazie a [link](#) presenti su altri siti, Regione Molise, Provincia di Campobasso e di Isernia, Endasform, Centro Studi Molise, tra gli altri, sui quali è pubblicato il link del portale oppure mediante la pubblicazione di collegamenti specifici in articoli dedicati o in pagine tramite il social network "Facebook". In ogni caso, l'accesso al portale avviene in larga parte per mezzo dei motori di ricerca (Es. Google). Le pagine più consultate risultano essere "Ultimi bandi" e "News".

Ad implementare il numero dei contatti è sicuramente la "Sezione lavoro" della newsletter, inviata agli utenti due volte al mese, in concomitanza con la pubblicazione del BURM (Bollettino Ufficiale della Regione Molise), o in caso di news di particolare rilevanza. Gli utenti iscritti alla newsletter sono circa 1600 (in incremento).

Al sito è collegata l'attivazione di un indirizzo di posta elettronica (infolavoro.dg3@mail.regione.molise.it) al quale pervengono richieste di informazione relative ai bandi attivati dalla Direzione Generale III. I dati relativi a tale canale di informazione sono positivi, anche in relazione al trend di crescita, anche se largamente inferiori ai contatti avvenuti attraverso la linea telefonica, nello specifico della linea attivata con il numero Blu 840.087.400 (es. contatti di ottobre 2010: n. 215, in coincidenza con la pubblicazione dell'Avviso pubblico per la presentazione di richieste di accesso agli incentivi all'auto impiego dei lavoratori svantaggiati inseriti nel programma Azione di sistema Welfare to Work per le Politiche di Re-impiego nella Regione Molise). La maggior parte dei contatti telefonici è avvenuta mediante erogazione diretta, cioè fornita contestualmente alla domanda. In alcuni casi, comunque meno numerosi, la richiesta ha previsto l'invio di documentazione o modulistica e talvolta con la presa in carico di un ticket con il conseguente contatto di un dipendente dell'Ente. Il canale telefonico, soprattutto dopo l'implementazione delle pagine web della DG3, costituisce il secondo canale di informazione per gli utenti, in ordine di contatti, dopo il portale.

Con specifico riferimento alle singole iniziative, va segnalato il Progetto "*Donna Impresa – Processi di accompagnamento in una logica di rete*" promosso dalla Consigliera di Parità regionale del Molise e volto a fornire assistenza tecnica alle imprenditrici iscritte alla Rete Donna Impresa, anche attraverso l'ausilio di un portale web dedicato: www.donnaimpresa.eu

Il portale contiene un insieme molto ampio di informazioni sui temi connessi all'imprenditorialità in generale ed alle problematiche connesse al "femminile" nello specifico, con aggiornamenti costanti delle news. A seguito di registrazione, consente inoltre l'accesso alla sezione dedicata alla creazione del network tra imprenditrici (afferimate o "aspiranti" tali).

Registro regionale beneficiari FSE

All'interno del sito Ufficio Europa Sezione FSE è stata inserita la scheda contenente l'elenco dei beneficiari declinato per Beneficiario, Operazione, Importo impegnato, Percentuale impegnata, Importo pagato.

Campagna informativa ed eventi

Campagna Informativa

La Regione Molise ha realizzato una prima campagna informativa sul Fondo Sociale Europeo con *l'evento di lancio* del PO FSE e, ad oggi, non ha ritenuto opportuno effettuare altre in quanto sono state attivate campagne di divulgazione e promozione dei singoli bandi emanati. A tal proposito, per il bando "GO! Start-up e Spin-off" sono stati organizzati *seminari informativi*, nei principali comuni della Regione, volti a diffondere e fornire informazioni approfondite sullo stesso.

Campagna di Comunicazione dei Risultati del POR Molise 2000/2006.

Oltre alla realizzazione del Catalogo degli interventi realizzati in Molise con le risorse del POR 2000/2006 – seconda edizione descritto nelle pubblicazioni monografiche, è stato realizzato un sito dedicato³ www.risultatipormolise.eu nel quale sono stati censiti, ad oggi, 414 interventi realizzati con la precedente programmazione. Il sito è stato implementato prevedendo sia l'inserimento degli interventi realizzati nel vecchio periodo sia quelli ancora da realizzare con il PO 2007/2013. Gli interventi sono censiti attraverso una scheda contenente informazioni di tipo finanziario e qualitativo, inoltre, è stata effettuata la georeferenziazione, mediante l'utilizzo della tecnologia VirtualHeart, degli interventi rientranti nei comuni ad oggi mappati. Nell'ambito della campagna di comunicazione dei risultati sono stati realizzati, in collaborazione con il CONI Regionale, Provinciale di Campobasso ed Isernia, incontri con il mondo sportivo.

La Regione Molise ha utilizzato, in buona parte delle manifestazioni sportive, i touch-screen implementati specificamente per la visualizzazione e la consultazione dei risultati ottenuti. Ogni touch-screen, posto nei luoghi di aggregazione delle manifestazioni, ha permesso ai visitatori di visualizzare il sito www.risultatipormolise.eu, suddiviso in mappe che coincidono con le aree di intervento dei fondi strutturali. Per ogni mappa: Agricoltura, Attività produttive, Attrattività, Gestione delle risorse ambientali e culturali, Innovazione, Pesca, Reti Materiali, Risorse culturali, Risorse Umane, Turismo è possibile visualizzare tutti gli interventi nei vari comuni del territorio e per ogni intervento selezionato, l'utente può conoscere, attraverso schede descrittive, tutte le informazioni utili, da quelle finanziarie a quelle propriamente strutturali.

Evento di lancio e di chiusura

Il Piano di comunicazione integrato prevede, per il POR, un evento di lancio del Programma volto a pubblicizzare i contenuti dello stesso a favore dei principali destinatari e dei potenziali beneficiari. L'attività prevede peraltro che tale evento sia accompagnato da conferenze stampa e da comunicati, nonché dalla realizzazione di una area espositiva dedicata che dia anche conto di quanto realizzato nel precedente periodo di programmazione.

In attuazione di quanto previsto, nel luglio 2008 la Regione Molise ha organizzato un evento di lancio, denominato *Fiera delle Idee*, dei Programmi FESR e FSE 2007-2013 nonché del PSR presso le strutture della Cittadella dell'Economia di Campobasso, aperto a tutti i partner istituzionali e socio-economici della Regione, alla stampa ed ai cittadini. Il programma delle giornate ha previsto la presentazione del POR FSE nella giornata del 10 luglio.

A tale evento si sono accreditate 258 persone ed hanno preso parte ulteriori 210 ospiti. Si sono inoltre accreditate due testate giornalistiche: la Rai Regione per la televisione e la Gazzetta del Molise per la carta stampata. In tale occasione è stato distribuito ai partecipanti il quaderno informativo relativo alla Programmazione Regionale FSE realizzato nell'ambito delle attività dedicate ai prodotti editoriali. L'evento è stato preceduto e preparato da comunicati e da una

³ La realizzazione del sito, l'acquisto dei touch-screen e la campagna di diffusione dei risultati sono stati rendicontati a valere sul POR Molise 2000/2006.

presentazione, tenutasi al Teatro del Loto di Ferrazzano il 4 luglio 2008. La rassegna stampa dei giorni 10 luglio e successivi ha individuato n. 13 articoli/servizi nei principali organi di informazione locale (relativi al territorio della Regione Molise). Dell'incontro si è dato avviso anche sulla pagina web principale del sito della Regione Molise e si è utilizzata la mailing list a disposizione della Autorità di Gestione per contattare tutti i potenziali interessati. I materiali relativi ai lavori nonché la versione PDF scaricabile degli opuscoli realizzati per questa occasione sono stati pubblicati sulle pagine web della D.G. III e dell'Ufficio Europa. [...]

Eventi informativi annuali

La Regione Molise ha organizzato, nel corso del 2010, un evento infraperiodo "Stati Generali dell'Economia", che ha rappresentato un momento di confronto e di approfondimento con il Partenariato Istituzionale e Socio-Economico del Molise al fine di verificare l'andamento e l'efficacia del Programma in corso.

Linea grafica coordinata e prodotti promozionali

La linea grafica del POR, così come previsto nel Piano di Comunicazione, è stata realizzata con l'intento di avere un coordinamento visivo che permettesse l'identificazione immediata del Programma.

In conformità all'art. 9 del Regolamento di attuazione, il messaggio prescelto per la linea grafica è "Il nostro futuro è tutto un programma" al fine di evidenziare il valore aggiunto dell'intervento comunitario. La linea grafica prevede un cerchio di matite grigie tranne una di colore arancio che contiene la sigla del Fondo Sociale Europeo (FSE) tutte con la punta rivolta al centro nel quale vi è la sigla del POR e la scritta "Molise 2007/2013". Il messaggio è sempre accompagnato dalla frase "L'Unione Europea per lo sviluppo regionale".

È stato realizzato, contemporaneamente, il logo contenente i due Programmi Operativi (FESR ed FSE) e il Piano di Sviluppo Rurale (FEASR), consistente in un cerchio di matite dalle sfumature che vanno dal verde (colore del FEASR) all'arancio (colore del FSE) passando per il blu (colore del FESR) con la scritta "Molise 2007/2013".

Prodotti editoriali

Pubblicazioni monografiche

Il materiale editoriale ha avuto lo scopo di fornire gli strumenti adeguati per la conoscenza e la comprensione del POR, ma anche le sue finalità e le azioni messe in campo. In particolare, sono stati realizzati materiali informativi rivolti principalmente al partenariato economico e sociale ed ai potenziali beneficiari quali:

- *il "Catalogo degli interventi realizzati in Molise con le risorse del POR 2000/2006 – seconda edizione – corredato di DVD contenente un filmato degli interventi effettuati;*
- *il Quaderno informativo contenente la sintesi degli Assi del POR FSE 2007/2013.*

Brochure e schede esplicative

In occasione dell'evento Idee Chiare sono state prodotte le seguenti brochure:

- "Sostegno al lavoro", nell'ambito del progetto Lifelong Learning, contenente tutti i dispositivi nazionali e regionali attivi. Per quelli regionali la brochure riporta:
 - le misure anticrisi integrate FESR-FSE,
 - l'azione di sistema "Welfare to Work"
 - l'avviso per la presentazione di progetti Start Up e Spin Off di impresa innovativa,
 - Lifelong Learning Programme.

- Opportunità per accedere al mondo del lavoro nell'ambito del bando "Giovani al Lavoro".

Sportelli informativi

- Action Planning Sportello Diritto donna. Nell'ambito delle attività previste dal Progetto Action Planning – Azioni positive per le pari opportunità – per il quale è responsabile la Consigliera di Parità Regionale del Molise, è stato attivato uno Sportello Diritto Donna, un servizio a disposizione di tutti i cittadini e le cittadine della Regione Molise. Il Servizio offerto ha l'obiettivo di:
 - favorire l'accompagnamento per un reale e sostanziale supporto per le persone, soprattutto donne, che abbiano deciso di partecipare al mercato del lavoro e che si siano trovate ad affrontare una realtà non sempre favorevole. Pertanto, in tale sportello sono stati assicurati "servizi di aiuto" in materie di lavoro (es. compilazione di curriculum e/o domande di lavoro), di mediazione ed accompagnamento alla creazione d'impresa;
 - supportare, con azioni concrete, le persone coinvolte in atti discriminatori in ambito lavorativo (ad esempio con interventi di mediazione).

Lo sportello, tuttora attivo, prevede il supporto, spesso di carattere legale, agli interessati ed alle interessate, in diversi casi di soprusi, anche relativi al posto di lavoro. È previsto un collegamento costante con altre istituzioni che sul territorio costituiscono un punto di contatto con gli utenti potenziali (es. Consultorio), in modo da intercettare ogni necessità.

- Bando GO!!! (Start up e Spin off di impresa innovativa) Obiettivo Help desk. Al fine di agevolare la comprensione e la susseguente partecipazione alle opportunità rese disponibili dagli Avvisi messi in campo dall'Amministrazione regionale, sono stati attivati Help desk dedicati che hanno risposto, via e-mail, ai quesiti inoltrati dai potenziali Beneficiari. Delle risposte fornite, previo stralcio degli elementi caratterizzanti l'idea (in riferimento agli Avvisi start up e Ricerca) e di quelli relativi al soggetto richiedente, è stata data opportuna evidenza e diffusione, attraverso la pubblicazione periodica sul sito della Regione Molise, nella pagina web dedicata [http://europa.molisedati.it/web/ue.nsf/\(InfoInternet\)/B736AFD3424ECD37C12575B30039A602?OpenDocument](http://europa.molisedati.it/web/ue.nsf/(InfoInternet)/B736AFD3424ECD37C12575B30039A602?OpenDocument) incontrando un significativo gradimento da parte dell'utenza potenzialmente interessata. L'help desk è stato attivato dalla data di pubblicazione del bando (08/05/2009) e nonostante l'avvenuta pubblicazione della graduatoria (18/02/2011), è a tutt'oggi operativo, con l'obiettivo di agevolare la comprensione delle modalità di rendicontazione le imprese beneficiarie del finanziamento. Il numero dei quesiti pervenuti e a cui è stata data risposta, fino al giorno antecedente la scadenza dell'avviso, è di 150 ed il tempo medio di risposta alle domande è stato di 3 giorni.

Relazioni con i media

Il canale della comunicazione a mezzo stampa e/o attraverso il mezzo radio-televisivo costituisce uno dei più efficaci in termini di ampiezza del pubblico raggiunto e coinvolto ed è, infatti, tra i più utilizzati anche a supporto dei bandi e dei progetti finanziati nell'ambito del FSE in Molise, sia attraverso il costante invio di comunicati stampa in occasione della pubblicazione di bandi, sia coinvolgendo/invitando i rappresentanti della stampa alle iniziative divulgative e di confronto istituzionale e partenariale, sia ancora prevedendo la predisposizione e messa in onda di messaggi informativi-promozionali (spot) sui canali radiotelevisivi locali.

L'Avviso pubblico relativo all'assegnazione di borse di studio a giovani molisani per la partecipazione a master e corsi di perfezionamento post-laurea (prima e seconda annualità) ha usufruito di ampia diffusione sulle pagine web della DG3, già citate in precedenza, oltre che di pubblicazione sul BURM. Per la seconda annualità (relativa all'anno accademico 2009-2010), è stato predisposto un apposito Comunicato stampa, inviato a tutte le testate giornalistiche locali in data 8 aprile 2010, volto a dare maggiore risalto possibile al bando, nonché a fornire agli interessati i riferimenti per eventuali contatti ed approfondimenti.

Particolare diffusione ha ottenuto l'iniziativa intrapresa nell'ambito del pacchetto di interventi "anticrisi" composto dai seguenti bandi: "P.A.R.I. Programma d'azione per il reimpiego di lavoratori svantaggiati", Lifelong Learning Programme, Programma di politiche di tutela attiva dell'occupazione e Welfare to work – Misure anticrisi FESR e FSE.

La promozione, supportata da un comunicato stampa del 19 ottobre 2010, è stata recepita da diversi organi di stampa locali (articoli dei giorni 20 e 21 ottobre 2010, sulle pagine di: IL TEMPO Molise, Il Quotidiano del Molise, Il Nuovo Molise, Primo Piano Molise). Le iniziative di comunicazione hanno poi trovato ulteriore supporto nella realizzazione di uno spot televisivo di comunicazione istituzionale, dedicato al Programma di Lifelong Learning, finalizzato ad "assicurare un alto grado di efficacia, raggiungendo con immediatezza un'ampia fascia di spettatori, sì da conseguire l'obiettivo di divulgare tale azione in maniera ampia e capillare sul territorio regionale, promuovendo contestualmente la III annualità dell'Avviso". La campagna pubblicitaria si è concretizzata nella realizzazione di uno spot informativo e promozionale della durata di 60 secondi per passaggi ripetuti sulle televisioni regionali. La messa in onda ha previsto 4 passaggi per 15 giorni per 5 emittenti radiotelevisive nel mese di marzo 2010.

Testo dello spot:

Inizio uguale alla comunicazione istituzionale. Su sfondo azzurro, immagini di gente al lavoro, e scritte sintetiche indicanti il nome del progetto, l'assessorato di riferimento, radice comunitaria degli interventi e recapiti per info e accesso ai servizi.

Il Testo: Lifelong Learning Programme: la risposta concreta della Regione Molise per contrastare la crisi. Interventi per 50 milioni di euro. Politiche attive del lavoro integrate con gli ammortizzatori sociali. Formazione – Riqualficazione – Ricollocazione lavorativa per:

Lavoratori in trattamento di CIG e mobilità in deroga

Lavoratori in CIGO, CIGS o titolari di contratti di solidarietà

Contrattisti a progetto e a termine che hanno perso il lavoro negli ultimi 12 mesi

(soggetti adulti in età lavorativa), inoccupati, disoccupati, occupati, disabili e cittadini extra-comunitari con regolare permesso di soggiorno.

Lifelong Learning Programme: nuove competenze da spendere nel mondo del lavoro.

Perché... più sai, più puoi.

Informati presso i centri per l'impiego di Campobasso, Isernia e Termoli.

Immagine: primi piani di operazioni di lavoro, di manualità, di lavoro in fabbrica. Immagine intermedia: un centro per l'impiego. Immagine finale: primo piano di un volto che man mano assume serenità

Supporto al partenariato

L'evento "Stati Generali dell'Economia", ha rappresentato un momento di confronto e di approfondimento con il Partenariato Istituzionale e Socio-Economico del Molise al fine di verificare l'andamento e l'efficacia del Programma in corso. Il confronto, conclusosi il 15 e 16 luglio 2010 con la sottoscrizione di un nuovo "Patto per lo Sviluppo", è stato concepito in incontri, che sono iniziati il 3 giugno, dei diversi tavoli di lavoro al fine raffrontarsi sulle riforme necessarie, individuare un'agenda di priorità da realizzare nel breve periodo, analizzare *best practice* esistenti nel territorio regionale e/o nazionale ed individuare ipotesi eventuali di revisioni da attuare.

A tal fine sono stati individuati cinque tavoli di lavoro ai quali hanno preso parte i competenti referenti del partenariato:

- "Innovazione e Competitività";
- "Credito" al quale hanno partecipato n. 18 Enti tra cui l'ACEM, le associazioni di categoria, le Camere di Commercio la Finmolise, l'ABI;
- "Riordino Istituzionale/Federalismo";
- "Lavoro e Formazione"; al quale hanno partecipato n. 25 Enti/Organizzazioni tra cui il Tavolo permanente dell'assessorato dedicato alle politiche attive del lavoro "tripartita" composto da Province, Comune di CB Associazioni sindacali, Associazioni di categoria, Confcommercio, API, ACEM, Confesercenti, Confcooperative, Confartigianato, Associazione industriali, Col diretti, Sviluppo Italia Molise, Finmolise, Agenzia Regionale Molise Lavoro, ABI, ANCI, Università degli Studi del Molise, Associazione Armatori Pesca, Comune di Termoli, URA (Unione Regionale Artigiani), AGCI (Associazione Generale comuni Italiani), Comune di Isernia, Camere di Commercio, ARSIAM, ARPA Molise, CIGL, CISL;
- "Green Economy" al quale hanno partecipato 20 Enti tra cui l'Associazione Industriali, le Associazioni di categoria, le Province, il Comune le Camere di Commercio.

Ciascun tavolo di lavoro ha definito, per l'ambito di competenza, un documento contenente i seguenti aspetti: obiettivi, strumenti, risorse finanziarie e responsabilità per l'attuazione.

L'evento conclusivo si è tenuto a Campobasso presso la Cittadella dell'Economia.

I materiali relativi ai lavori sono stati pubblicati sulla pagina web della Direzione Generale "Programmazione".

Scambio di esperienze

La Regione Molise è partner del Progetto Europeo "**Community of Practice on results based management**".

Il progetto si inserisce in un contesto europeo che vede come punto di riferimento le priorità individuate dall'Unione Europea.

Il progetto si sviluppa in un'ottica di cooperazione trans-regionale, e riunisce i managers coinvolti nella gestione del Fondo Sociale Europeo. Attraverso la costituzione di un network di esperti, il progetto si propone di analizzare le principali problematiche relative all'utilizzo dei fondi "FSE" e sviluppare le competenze chiave per una più efficiente gestione basata su risultati. Il nominativo del progetto, "*Comunità di pratica*", vuole per l'appunto evidenziare l'importanza del know how, scambio di conoscenze, parametri di comparazione e "benchmarking" in uso nei diversi modelli di gestione delle rispettive autorità FSE. A tal fine, il progetto prevede una serie di conferenze, seminari, gruppi di lavoro, con la partecipazione congiunta di alti esperti del settore. L'obiettivo principale consiste nello scambio di informazioni e sviluppo di competenze riguardo i processi e pratiche di utilizzo dei fondi FSE. Il risultato finale sarà focalizzato, dunque, su una migliorata gestione, implementazione e valutazione dei programmi FSE, con conseguente impatto positivo nella pianificazione dei rispettivi Piani Operativi Regionali (POR).

Il progetto vede come capofila l'Autorità di gestione FSE della Regione Fiandre (ESF Agentschap Vlaanderen), alla quale si sono aggiunti come membri permanenti, la Regione Molise (Direzione Generale III), EIPA (Istituto Europeo di Pubblica Amministrazione), la Regione Piemonte (Direzione formazione professionale e lavoro), il Ministero del lavoro e politiche sociali (Romania), l'Agenzia Fondo Sociale Europeo (Belgio), il Ministero per la sicurezza sociale e lavoro (Lituania), il Ministero del lavoro e affari sociali (Repubblica Ceca), il Ministero delle finanze (Lettonia), l'Autorità di gestione per la salute e welfare (Grecia), l'Autorità di gestione FSE (Svezia). E' previsto inoltre l'attivo coinvolgimento della Commissione Europea, DG Regio e DG Occupazione, avente il compito

di sorveglianza e guida al fine di assicurare l'efficace implementazione delle varie fasi previste dal programma di lavoro.

Lo svolgimento delle attività progettuali, avviate in data 5/05/2009, prevede una durata di triennale con relativo termine fissato al 31/04/2012. Riunioni tecniche e meeting si svolgeranno con frequenza trimestrale, tramite processo rotativo, presso le sedi istituzionali degli aderenti al progetto. Una conferenza conclusiva sarà tenuta a Bruxelles durante la quale sarà presentato, in partenariato con la Commissione Europea, un manuale di gestione FSE in riferimento al prossimo ciclo di finanziamenti.

3.2 I dati di monitoraggio e gli indicatori

Da una prima analisi dei dati relativi all'attuazione del Piano di Comunicazione è possibile affermare che le attività si sono concentrate soprattutto sulla implementazione delle fonti di informazione destinate al grande pubblico quali ad esempio il sito web della Direzione Generale III e il sito Ufficio Europa, i comunicati stampa e la realizzazione di spot televisivi.

Indicatori di realizzazione

Gli indicatori di realizzazione presenti nel Piano di Comunicazione del PO FSE, aggiornati al 2010, presentano un quadro mediamente soddisfacente. Andrebbero rafforzate le azioni relative al supporto al partenariato e i servizi d'informazione e sensibilizzazione su obblighi informativi. In particolare raggiungono un target soddisfacente tutti gli strumenti di seguito descritti:

- informazione-comunicazione web;
- campagna informativa ed eventi;
- prodotti editoriali;
- relazioni con i media.

Indicatori di risultato

Gli indicatori di risultati presentato un quadro molto soddisfacente soprattutto con riferimento all'implementazione del sito web della Direzione Generale III e del numero Blu dedicato. Accanto a ciò si sottolinea l'incremento sempre maggiore dell'iscrizione alla newsletter "Sezione Lavoro".

La scelta di utilizzare gli spot televisivi come strumento di diffusione ha permesso di raggiungere in maniera capillare il grande pubblico.

La consapevolezza dell'importanza del supporto continuo/affiancamento ai beneficiari ha condotto all'attivazione degli sportelli informativi e dell'help desk con ritorni soddisfacenti.

4. ANALISI VALUTATIVA DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE EFFETTUATE

4.1 Premessa

La presente indagine valutativa ha, come già evidenziato in precedenza, lo scopo di:

1. verificare in che misura le attività messe in atto o in corso di attuazione hanno risposto alle esigenze di conoscenza dei PO, dei loro progetti più significativi, dei risultati tangibili conseguiti;
2. analizzare il grado di trasparenza e di accessibilità sulle opportunità offerte dal Programma;
3. comprendere il grado di percezione del ruolo dell'Unione europea insieme all'Italia nel finanziamento dei Programmi.

Per rispondere a tali domande sono state realizzate le seguenti attività:

- ricognizione dati di monitoraggio;
- interviste ai responsabili della comunicazione e dell'Autorità di gestione del Programma;
- analisi strumenti di comunicazione realizzati (tale analisi è riportata nel precedente capitolo 3).

La domanda fornisce una prima lettura di carattere generale che sarà puntualizzato in aspetti più specifici grazie al prosieguo delle indagini necessarie previste dal quesito valutativo.

In tal senso l'analisi attuale consente di rispondere ad una verifica in particolare su due punti:

- verificare la misura del conseguimento degli obiettivi attraverso le attività svolte;
- dare indicazioni su possibili rimodulazioni delle azioni previste al fine di migliorarne l'efficacia di tipo comunicativo.

4.2 Congruenza tra le azioni condotte ed i risultati conseguiti e gli obiettivi previsti nel Piano di Comunicazione

Il primo aspetto della domanda valutativa intende verificare in che misura le attività messe in atto o in corso di attuazione hanno risposto alle esigenze di conoscenza del POR, dei progetti più significativi, dei risultati tangibili conseguiti.

I criteri utilizzati sono stati:

- trasparenza sull'utilizzo delle risorse comunitarie;
- pubblicità del programma;
- accountability sui risultati e sui progetti più significativi.

In considerazione del Piano approvato, hanno, con efficacia, contribuito agli obiettivi di conoscenza del POR e degli eventi descritti nel paragrafo 3 per:

- informare sugli obiettivi generali e specifici del Programma;
- confrontarsi sui risultati conseguiti;
- presentare azioni pilota e buone pratiche;
- condividere aspetti di policies, anche per il futuro;
- definire accordi di collaborazione tra istituzioni e stakeholders;
- distribuire materiale informativo al grande pubblico.

In ottemperanza a quanto previsto dai regolamenti, è stata garantita la trasparenza dell'utilizzo delle risorse attraverso la pubblicazione elettronica dell'elenco dei beneficiari, con indicazione dei relativi progetti e dell'importo del finanziamento pubblico. A tale esigenza di trasparenza va incontro l'attività di catalogo, attraverso i touch-screen implementati specificamente per la visualizzazione e la consultazione dei risultati ottenuti con il POR, effettuata per il periodo di programmazione precedente e che andrebbe estesa anche in termini di strumentazione alla fase attuale di gestione.

La domanda valutativa risponde altresì alla finalità di analizzare il grado di trasparenza e di accessibilità sulle opportunità offerte dal Programma; ciò in linea con quanto previsto dall'art. 5 del Reg.1828/2006.

Per rispondere a tale domanda, in linea con quanto previsto dal regolamento comunitario, è stato necessario verificare i seguenti aspetti:

- l'accesso delle informazioni in maniera diffusa da parte delle fasce più deboli della popolazione;
- la facilità di accesso alle informazioni anche in termini di semplicità di linguaggio;
- la chiarezza sulla globalità delle opportunità offerte tramite il FSE.

Molto efficace, anche in considerazione del numero di domande di finanziamento presentate, si dimostra la modalità di diffusione e promozione dei bandi che utilizza i seguenti strumenti:

- pubblicità dell'Avviso pubblico presso i canali "obbligatori", quali il Bollettino Ufficiale e sito PO FSE;
- pubblicità dell'Avviso pubblico tramite comunicati e conferenze stampa;
- realizzazione di cicli di seminari informativi sul territorio per spiegare le modalità di accesso ai finanziamenti;
- divulgazione del bando e assistenza attraverso lo Sportello Informalavoro;
- assistenza attraverso l'Help Desk per i bandi più complessi.

In sintesi, le azioni realizzate nell'ambito del POR sono state molteplici e rispondono in modo efficace al requisito della capillarità delle informazioni: in tal senso, hanno contribuito sia l'attività seminariale sul territorio che la promozione dei servizi effettuati tramite il canale multimediale del Servizio Informalavoro.

Altrettanto efficace risulta la facilità di accesso alle informazioni da parte delle categorie svantaggiate. L'attivazione di un numero verde, di sportelli dedicati e l'utilizzo di un linguaggio semplice rispondono a tale obiettivo.

Tuttavia vi sono margini di miglioramento per quanto riguarda:

- l'accesso alle informazioni tramite internet: andrebbero integrati con un unico punto di accesso le informazioni presenti nella sezione del sito istituzionale dell'Ufficio Europa con quello implementato dalla Direzione di settore;
- un maggiore ricorso al mezzo televisivo (tale strumento è già in fase di potenziamento per il 2011);
- la diffusione delle informazioni tramite il partenariato;
- l'utilizzo di altri moltiplicatori di informazioni, quale ad esempio l'Antenne Europe Direct;
- il coordinamento delle informazioni sulla globalità delle opportunità informative ed occupazionali offerte e finanziate attraverso il FSE da vari soggetti attuatori.

La creazione di una rete stabile di collaborazione e di comunicazione con il partenariato, i soggetti attuatori e le istituzioni consentirebbe di mettere a disposizione dei diversi target informazioni complete ed integrate, valorizzando al contempo i singoli canali informativi (URP, siti web,

newsletter, etc.). Da questo punto di vista l'esperienza in termini di collaborazione e coordinamento dei diversi attori coinvolti nelle politiche attive per il lavoro e nell'istruzione (istituzioni - comuni province, regione – associazioni di categoria, università, sistema delle Camere di Commercio, Agenzia Molise Lavoro, sistema della formazione professionale, istituti scolastici), realizzata attraverso il *Salone Idee Chiare* (cfr par.5) ha nei fatti dimostrato l'utilità di far "sedere allo stesso tavolo" gli stakeholders interessati.

La domanda valutativa ha tra gli obiettivi quello di analizzare e valutare il grado di percezione del ruolo dell'Unione europea insieme all'Italia nel finanziamento dei Programmi.

Si evidenzia al riguardo la difficoltà di costruire indicatori di risultato effettivamente rappresentativi degli output del Piano, attraverso una analisi desk dei dati di monitoraggio disponibili. Ne consegue che appare complesso in tal senso valutare il rapporto tra azioni e aumento della visibilità dell'Unione Europea e della Regione Molise.

Sicuramente lo studio dell'immagine coordinata e le interessanti azioni attivate, colte a divulgare gli interventi programmati e realizzati nell'ambito del programma Operativo, hanno contribuito a rendere maggiormente visibili le opportunità di intervento del Fondo Sociale Europeo e della stessa Unione Europea.

Il Nucleo di Valutazione suggerisce di dare sistematicità agli eventi annuali in modo tale che gli stessi consentano di conoscere le opportunità e i risultati, sia promossi eventi o strumenti di comunicazione ad hoc nei quali sia possibile conoscere casi di successo finanziati dal FSE.

Al fine di migliorare la qualità delle valutazioni e garantire una migliore conoscenza dei risultati e degli impatti del Piano di Comunicazione nei prossimi mesi verrà attivata un'indagine sul campo mirata ad un campione rappresentativo dei potenziali beneficiari del PO, ciò sarà sicuramente utile al fine di una valutazione puntuale del suddetto grado di percezione.

5. BUONA PRATICA

Idee Chiare – Salone dell'orientamento all'istruzione, alla formazione e al lavoro

Nell'anno 2010 è stato realizzato dal 6 all'8 maggio, presso il Polo Fieristico della Cittadella dell'Economia a Campobasso, un importante evento di comunicazione, denominato IDEE CHIARE, salone espositivo dedicato all'orientamento all'istruzione, alla formazione e al lavoro, cofinanziato dal FSE. L'iniziativa ha per innovatività ed efficacia degli interventi le caratteristiche di una buona pratica.

Idee Chiare è stato il risultato della sinergia tra il sistema dell'orientamento regionale pubblico e della rete privata dei soggetti di formazione accreditati dalla Regione Molise facenti capo al progetto SI.R.O.-DRIVING FORCES (cofinanziato dal F.S.E.), riuniti dal tavolo di lavoro RUN UP, progetto Utbact promosso dal Comune di Campobasso.

Per la prima volta in regione si è sperimentata, in una logica di filiera, la Rete Integrata dell'Orientamento all'istruzione, alla formazione e al lavoro quale momento di confronto e di sintesi per lo sviluppo locale.

Promotori della manifestazione e co-organizzatori, in collaborazione con il Centro Fieristico Polifunzionale di Selvapiana S.p.a., sono la società consortile CO.M.P.A.L. arl (Consorzio Molisano per le Politiche Attive del Lavoro e dello Sviluppo Locale), la Regione Molise (Assessorato al Lavoro e alla Formazione Professionale), l'Università degli Studi del Molise, le Province di Campobasso ed Isernia, l'intero sistema Camerale della regione, il Comune di Campobasso, l'Ufficio Scolastico Regionale, il Patto per il Matese, l'Agenzia Regionale Molise Lavoro. L'iniziativa ha avuto, inoltre, il Patrocinio della Presidenza della Giunta e del Consiglio Regionali del Molise.

Il Salone ha offerto una visione integrata sulle politiche formative e del lavoro funzionando come vetrina delle opportunità per studenti, laureati, famiglie e lavoratori. In tale direzione, per gli studenti intenzionati a proseguire il proprio percorso di studi di secondo grado e/o universitario, sono state realizzate iniziative informative ed allestiti spazi espositivi dedicati all'orientamento sull'opportunità di scegliere consapevolmente la formazione da intraprendere in relazione alle capacità e competenze di ciascuno. Per gli interessati ad entrare direttamente nel mondo del lavoro sono state fornite informazioni utili a scegliere il percorso formativo più idoneo ad accrescere le competenze necessarie all'inserimento lavorativo e le opportunità di lavoro offerte dalle imprese e dalle organizzazioni pubbliche regionali.

L'evento ha rappresentato altresì un momento significativo per i lavoratori orientandoli tra gli interventi di accompagnamento, riqualificazione e riconversione.

Inoltre, il Salone si è rivolto ai dirigenti scolastici, ai docenti e in generale a tutti gli operatori del settore organizzando momenti di riflessione e confronto sulla evoluzione del sistema educativo alla luce delle novità legislative e del mutato contesto socio-economico.

Nell'ambito dell'iniziativa è stato previsto un ricco calendario di eventi, convegni, seminari e workshop curati dai partner della manifestazione e dagli espositori presenti. Sono stati realizzati 31 seminari tematici e 41 di orientamento con oltre 680 partecipanti e 10 eventi collaterali di musica, sport e teatro.

Gli espositori presenti all'evento sono stati 52 di cui 10 Istituzioni ed Enti Pubblici; 11 Istituti Scolastici, Universitari e di Ricerca Pubblici; 10 Enti di Formazione; 9 Associazioni; 5 Istituti Scolastici, Universitari e di Ricerca Pubblici; 7 altri Espositori Privati.

La *best practice* è stata scelta per le seguenti ragioni.

- **Qualità ed efficacia dei messaggi comunicazionali:** l'evento ha consentito la diffusione di un messaggio molto importante quale è quello dell'integrazione in un'ottica di

filiera tra diverse aree di intervento del FSE (formazione, orientamento, istruzione): la presenza negli stand e tra i relatori dei convegni di operatori, referenti ed enti operanti nei tre settori ha sicuramente raggiunto l'obiettivo di tipo comunicativo; a rafforzare tale messaggio ha contribuito la costruzione e lo svolgimento di un ricco programma di incontri ed eventi dove l'evidenza dei tre percorsi è stata rafforzata dall'idea di una loro necessaria correlazione; altro messaggio comunicato con efficacia è stato quello della **cooperazione interistituzionale**, concetto caro alla Commissione Europea in particolare in relazione alla *multilevel governance*: tutti i livelli regionali impegnati nella governance delle politiche attive del lavoro e nell'istruzione sono stati infatti presenti all'evento;

- **numero di contatti**: i tre giorni di salone hanno visto la presenza di oltre 3.800 visitatori e di oltre 680 partecipanti agli incontri tematici e di orientamento; a tali numeri andrebbero aggiunti i contatti attivati attraverso i media locali presenti durante tutto lo svolgimento della manifestazione preso un'area dedicata (sono stati coperti con servizi televisivi, trasmissioni dedicate e redazionali – circa 40 - i principali convegni e seminari e gli eventi di apertura e chiusura della manifestazione);
- **target differenziati**: l'evento, grazie al mix di offerta proposto, ha consentito di raggiungere un pubblico molto differenziato: studenti di scuola media, superiore e universitari, docenti, addetti alla formazione professionale, giovani in cerca di occupazione, disoccupati in cerca di nuova occupazione, famiglie;
- **comunicazione interna e di sistema**: la preparazione dell'evento nel corso dei quattro mesi precedenti allo svolgimento dell'iniziativa è stata realizzata attraverso riunioni periodiche di un gruppo di lavoro al quale hanno partecipato sia rappresentanti dei diversi settori della regione interessati per aree tematiche sia rappresentanti degli enti partner dell'iniziativa. Tale lavoro proseguito in termini organizzativi e di verifica dei risultati durante tutti i giorni dell'evento ha sicuramente attivato e/o rafforzato la comunicazione interna a livello regionale e tra istituzioni;
- **replicabilità**: *Idee Chiare* ha avuto nelle intenzioni dei progettisti e nelle conclusioni delle istituzioni partner le caratteristiche di evento replicabile con edizioni successive, che consentiranno sicuramente di rafforzare anche i contenuti di comunicazione e di verificarne nel tempo i risultati.

6. CONCLUSIONI E PRIME INDICAZIONI

In sintesi si riportano le conclusioni della presente attività valutativa. Come già sottolineato, tali conclusioni saranno ulteriormente aggiornate, in quanto necessitano di essere verificate ed arricchite da un'indagine campionaria sul campo in particolare destinata ai beneficiari potenziali. In tal modo, sarà possibile confrontare le verifiche effettuate – attraverso la ricognizione dati e le interviste allo staff di comunicazione dell'Autorità di Gestione del PO FSE - con le risultanze dell'indagine presso i destinatari degli interventi di comunicazione volte a verificare il grado di diffusione e di penetrazione degli strumenti comunicativi utilizzati, nonché il loro livello di percezione e di impatto da parte del pubblico destinatario.

La valutazione oggetto del presente Rapporto ha evidenziato che le azioni di informazione e comunicazione condotte dall'Autorità di Gestione hanno attuato in modo sostanzialmente appropriato le prescrizioni del regolamento comunitario 1828/2006.

Alcuni ambiti di miglioramento sono riferibili sia all'attività di monitoraggio dei risultati in relazione agli indicatori fissati dal Piano, sia al rafforzamento della filiera comunicativa: in particolare per questo ultimo aspetto sarebbe auspicabile il raccordo con l'Antenna Europe Direct che potrebbe fare da moltiplicatore nella diffusione di informazioni e la conferma anche per l'attuale periodo di programmazione di una rete stabile di comunicazione, quale il Partenariato della comunicazione attivato nel precedente periodo di programmazione.

Analogamente, efficaci appaiono le azioni realizzate per promuovere lo sviluppo di un'identità visuale chiara e facilmente identificabile. Vanno in tal senso confermate le azioni divulgative attraverso eventi annuali.

Di particolare valore appare l'attività di informazione fatta attraverso il servizio Infolavoro, servizio di *contact center* predisposto dalla Regione Molise al fine di garantire agli utenti un accesso il più possibile rapido, efficiente e capillare ad informazioni, primo orientamento ed assistenza sui temi del lavoro e dell'offerta formativa. Il ricorso alla multimedialità consente sicuramente di raggiungere anche le fasce deboli della popolazione.

Apprezzabile appare l'impegno profuso nell'utilizzo di linguaggi comunicativi più semplici atti a ridurre le distanze tra istituzioni e cittadini. Andrebbe in tale direzione rafforzato lo sforzo di instaurare con i media delle relazioni più strutturate, anche per esempio con la presenza in trasmissioni rivolte a target specifici (giovani, disoccupati, etc.).

Sono da apprezzare le iniziative promosse dall'Autorità di Gestione volte a far conoscere i risultati e condividere le best practice. Vanno in tale direzione le iniziative realizzate nell'ambito dei progetti di sostegno dell'imprenditorialità femminile e più in generale delle pari opportunità.

Al fine di rispondere anche all'altra esigenza della valutazione, cioè quella di verificare ed acquisire informazioni per "potenziare dinamicamente l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione", si segnalano le seguenti indicazioni:

- andrebbe creata una sezione del sito internet che raccordi i contenuti della pagina dell'ufficio Europa e quelle della Direzione Generale III, interamente dedicato al PO FSE. Si raccomanda di migliorarne l'accessibilità e di arricchirne i contenuti in modo che diventi il canale di comunicazione in assoluto più completo e aggiornato. In tal senso, potrebbe

essere conveniente rafforzare la sperimentazione dei social network come canale di accesso privilegiato nei confronti delle giovani generazioni che rappresentano un target importante e diretto del FSE;

- vanno implementate specifiche azioni finalizzate alla diffusione dell'immagine coordinata del PO FSE. Si suggerisce di attivare una rete di comunicazione regionale per garantire un maggior coordinamento delle informazioni sulla globalità delle opportunità formative ed occupazionali offerte;
- vanno rafforzati gli strumenti di comunicazione che vedano il coinvolgimento attivo degli operatori, dei potenziali beneficiari e dei soggetti attuatori. L'utilizzo di storie tipo (case stories) che consentano di far conoscere "cosa succede dopo il bando" – anche con il supporto della Rete e dei soggetti attuatori - mettendo a sistema attività già svolte rappresentano sicuramente un ottimo strumento di informazione. In tal senso video multimediali, banche dati on line, cortometraggi possono essere utili;
- si suggerisce di utilizzare in modo appropriato i risultati delle attività di monitoraggio e valutazione – attraverso strumenti adeguati quali diagrammi, tabelle, slides o sintesi chiare - per rendere percettibili per tutti i cambiamenti prodotti dalle politiche comunitarie.