

“L’attività di comunicazione del Programma Operativo Fondo Europeo Sviluppo Regionale 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 Le domande valutative e le attività di valutazione
- 1.3 Struttura del rapporto di valutazione.....

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?"*.

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

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.

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.

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:

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

- 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 FESR, 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 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:

1. *analisi di contesto e sintesi dei Programmi Operativi FESR ed FSE;*
2. *sintesi contenente analisi e indagini svolte sul territorio propedeutiche alla redazione del Piano;*
3. *riflessioni sull'esperienza 2000-2006;*
4. *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 Europeo per lo Sviluppo Regionale, e di fornire una visione unitaria degli interventi che esso finanzia articolando la strategia in obiettivi generali e operativi, definendo i destinatari ed individuando gli strumenti e le azioni.

Gli obiettivi generali del Piano sono:

- assicurare una maggiore trasparenza nei confronti dei beneficiari potenziali delle azioni cofinanziate dai Fondi Strutturali e la diffusione, tra i cittadini ed i vari gruppi di destinatari, delle Azioni poste in essere nel POR, le opportunità da queste fornite nonché le informazioni sulle modalità per accedervi;
- incrementare la visibilità del programma operativo verso il grande pubblico
- sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'UE per lo sviluppo dei territori locali, per l'applicazione del principio delle pari opportunità e della sostenibilità ambientale, con attenzione particolare alle scuole, alle associazioni di categoria e socio-ambientali ed ai beneficiari dei diversi Assi del POR FESR;
- aumentare la consapevolezza tra i cittadini molisani, non solo delle informazioni relative al contributo finanziario dell'UE, che partecipa al cofinanziamento delle programmazioni regionali, ma anche delle specificazioni che rendono tale contribuzione un evidente valore aggiunto delle politiche nazionali e regionali nonché i temi alla base degli assi prioritari del POR per il raggiungimento degli obiettivi di Lisbona e di Goteborg;
- rendere conto ai cittadini di quanto si realizza, garantendo così la massima trasparenza anche dei risultati attesi e di quelli raggiunti, valorizzando i progressi raggiunti;
- rafforzare le collaborazioni con i soggetti del partenariato e con il mondo della scuola e con altri soggetti ai fini della diffusione delle informazioni sui valori europei, sulla politica strutturale dell'Unione e delle sue declinazioni territoriali.

La declinazione degli obiettivi generali in obiettivi specifici è la seguente:

- garantire l'informazione diffusa non solo con la pubblicità sui media ma anche con altre manifestazioni informative per rendere più evidente ai cittadini il concetto del coinvolgimento dell'Unione Europea nella soluzione dei fabbisogni del territorio;
- diffusione dei criteri di selezione che saranno utilizzati nelle gare d'appalto e dei criteri di valutazione degli interventi, dei nominativi dei referenti regionali e locali ai quali rivolgersi per ottenere spiegazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità, nonché ogni altro adempimento necessario per partecipare alla realizzazione degli interventi previsti nel POR;
- fornire ai beneficiari finali indicazioni chiare ed esaurienti su procedure, pratiche amministrative da espletare, dispositivi di gestione dei fascicoli ai fini della corretta verifica dei sistemi di gestione e controllo (come stabilito nei regolamenti attuativi CE);
- evidenziare l'impatto economico-sociale che si determinerà con il cofinanziamento comunitario;
- evidenziare tra i cittadini il ruolo dell'Unione Europea a tutela dell'ambiente sottolineando che tutti gli interventi dovranno essere realizzati in maniera compatibile al fine di realizzare uno sviluppo sostenibile;
- evidenziare il ruolo dell'Unione Europea verso una programmazione delle risorse con azioni capaci di contribuire alla eliminazione di ogni disparità di trattamento sia esso di genere che di opportunità;
- supportare i beneficiari nella loro azione di soggetti attivi della comunicazione affinché possano esplicitare al meglio il loro ruolo di testimonial diretti del valore aggiunto delle politiche comunitarie.

Nel Piano sono stati inseriti, inoltre, gli obiettivi specifici in relazione ai singoli Assi del POR FESR quali:

- per l'ASSE I "Ricerca e sviluppo, innovazione e imprenditorialità", promuovere le azioni poste in essere per incrementare la capacità regionale di produrre ed utilizzare l'innovazione e la ricerca favorendo l'incremento della produttività e la crescita dell'imprenditorialità;
- per l'Asse II "Energia", diffondere informazioni sulle azioni poste in essere per conseguire una maggiore autonomia energetica ed una migliore sostenibilità dei processi di sviluppo attraverso la razionalizzazione dei consumi energetici e la produzione di energie rinnovabili;
- per l'ASSE III "Accessibilità", promuovere le azioni dell'asse per migliorare l'accessibilità ai SSL attraverso la modernizzazione dei collegamenti viari ai sistemi multimodali;
- per l'Asse IV "Ambiente e territorio", diffondere informazioni che evidenzino le azioni poste in essere per assicurare su tutto il territorio regionale la prevenzione e la gestione dei rischi naturali promuovendo una crescita diffusa attraverso la valorizzazione della vocazioni territoriali delle aree urbane e delle zone caratterizzate da svantaggi geografici e naturali;
- per l'Asse V "Assistenza tecnica", sostenere l'Amministrazione regionale nelle attività di gestione e sorveglianza del Programma operativo, al fine di accrescere i livelli di efficienza nell'implementazione degli interventi del POR.

Inoltre il Piano prevede azioni informative coordinate relative agli specifici programmi operativi di cooperazione transfrontaliera al fine di un rafforzamento dell'impatto comunicativo da raggiungere per evidenziare la partecipazione del Molise all'Euroregione Adriatica.

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

- grande pubblico, quale opinione pubblica costituita da raggruppamenti di cittadini quali associazioni socio-culturali, donne, giovani, immigrati;
- beneficiari potenziali, cioè tutti coloro che partecipano alle programmazioni, gli Enti, le Istituzioni, il partenariato socio-economico, il mondo dell'associazionismo sociale e della formazione, i centri di ricerca, l'associazionismo ambientale e comunque tutti i soggetti individuati quali destinatari dei diversi Assi del POR;
- beneficiari effettivi degli interventi, quali fruitori dei finanziamenti;
- mass-media.

Le attività previste nel Piano di comunicazione PO FESR mirano a creare un sistema informativo integrato degli 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	Strumenti
1. Pubblicità	Campagna pubblicitaria
	Individuazione logo e linea grafica
	Spazi televisivi e radiofonici
	Editoriali
	Lanci pubblicitari (N.B. non commerciali, ma istituzionali)
	Pubblicità a mezzo stampa
2. Informazione	<u>2.1 Divulgativa</u>
	Stessi strumenti dell'Attività 1 - PUBBLICITA'
	Sito web Ufficio Europa
	Giornate informative - formative
	Eventi sul territorio (es. eventi di lancio dei Programmi ...)
	Catalogo degli interventi realizzati
	<u>2.2 Tecnica</u>
	Pagina Web sul sito Ufficio Europa
	Newsletter (anche telematica)
	Brochure esplicative
	Pubblicazioni e opuscoli
	Spazi televisivi mirati
	Convegni di settore, workshop
	Attività di pubbliche relazioni con associazioni di categorie
	Incontri periodici c/o sedi Istituzionali (Consiglio regionale, altri Enti)
3. Promozione e sensibilizzazione	Collaborazioni (scuole, parti socio-economico-istituzionali)
	Incontri e seminari
	Corsi di formazione
	Studi e ricerche sul territorio
4. Diffusione	Diffusione esiti riunioni Comitato di Sorveglianza del POR
	Conferenze stampa, comunicati stampa
	Diffusione risultati del POR
	Diffusione di studi e ricerche sul territorio
	Collaborazioni con Infopoint, Europe Direct, altri Uffici Europa, AICCRE, ecc.
	Costituzione reti di collaborazioni per diffusione risultati
	Scambi di esperienze

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:

Tabelle degli indicatori di realizzazione (rif. anno 2015)

Attività	Azione/Strumenti	Indicatori di realizzazione	Valore atteso al 2015
1) Pubblicità	1.a Spazi televisivi e radiofonici	N° di campagne pubblicitarie	56
	1.b Pubblicità a mezzo stampa	N° di comunicati stampa	150
	1.c Prodotti editoriali (opuscoli, brochure...)	N° di copie stampate	8.000
2) Informazione	2.a Sito web Ufficio Europa	N° di pagine web pubblicate	20
		N° di banche dati/documenti	6
	2.b Pagine web dedicate alla Programmazione dei Fondi strutturali	N° di pagine web pubblicate	10
		N° di banche dati/documenti	30
2.c Newsletter (anche telematica)	N° di newsletter pubblicate	90	
3) Promozione e sensibilizzazione	3.a Pubblicazioni e catalogo interventi	N° di pubblicazioni	4
	3.b Eventi (lancio e chiusura dei programmi/progetti, ecc.)	N° di eventi	10
	3.c Convegni di settore	N° convegni	5
	3.d Corsi di formazione e giornate informative	N° di corsi	3
N° giornate		5	
4) Diffusione	4.a Conferenze stampa	N° di conferenze stampa	20
	4.b Scambi di esperienze e seminari	N° di eventi	3
	4.c Collaborazioni e reti	N°	5

Tabelle degli indicatori di risultato (rif. anno 2015)

Obiettivi specifici	Indicatore di risultato	Unità di misura	Valore di riferimento*	Valore atteso al 2015 **
Evidenziare il ruolo dell'Unione Europea	Gradimento della popolazione del ruolo e delle iniziative dell'UE	%	74	90
Garantire l'informazione diffusa ai cittadini	Maggiore numero di persone a conoscenza del POR	%	38	60
Fornire indicazioni chiare ai beneficiari potenziali	Maggiore e migliore informazione dei beneficiari sulle opportunità	%	60	80
Supportare i beneficiari finali	Conoscenza delle opportunità da parte dei beneficiari	%	78	95
Sensibilizzazione di categorie specifiche di pubblico	Valutazione positiva dei soggetti attivi nei programmi di collaborazione	%	67	90
Diffusione dei criteri di selezione e valutazione	Soddisfazione rispetto ai servizi informativi regionali (uffici regionali e call center)		n.d.	

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

3.1 Le attività realizzate

Le attività di comunicazione sono partite nel 2008 con l'evento di lancio del Programma Operativo, di seguito si riportano le attività realizzate fino al 2010.

ATTIVITÀ 1 - PUBBLICITÀ

Individuazione logo e linea grafica

La linea grafica del PO FESR Molise 2007/2013, 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 blu che contiene la sigla del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) tutte con la punta rivolta al centro nel quale vi è la sigla del POR e la scritta "Molise 2007/2013" che sostituisce una delle matite del cerchio. Il messaggio è sempre accompagnato dalla frase "L'Unione Europea per lo sviluppo regionale" di colore blu.

È stato realizzato, contemporaneamente, il logo contenente i due Programmi Operativi (FESR ed FSE) e il Piano di Sviluppo Rurale (FEASR), utilizzato negli eventi dove sono presenti simultaneamente il FEASR, il FESR e l'FSE 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" che sostituisce una delle matite del cerchio.

Lanci pubblicitari

Il materiale informativo e pubblicitario realizzato prevede un'ampia gamma di prodotti, tutti contenente il logo e la linea grafica dedicata, quali cartella convegno, borsa in stoffa, block notes, casacche sportive, carta intestata, buste, penna USB a forma di matita, totem, cartoline di auguri natalizi, matite colorate, t-shirt, cartellonistica questo materiale è stato distribuito durante gli eventi e i Comitati di Sorveglianza.

ATTIVITÀ 2 – INFORMAZIONE

2.1 DIVULGATIVA

Campagna pubblicitaria

L'evento di lancio, che si è tenuto nel luglio 2008 presso la Cittadella dell'Economia nell'ambito della Fiera delle idee, ha avuto lo scopo di rafforzare la percezione di uno sviluppo organico ed integrato delle diverse linee di intervento del PO e di garantire la massima visibilità ed impatto anche sul grande pubblico.

All'evento sono stati invitati a partecipare tutti gli stakeholder coinvolti nell'attuazione degli interventi cofinanziati con il FESR, oltre al grande pubblico. Le attività realizzate durante l'evento sono state:

- la presentazione dei contenuti e degli obiettivi del PO FESR Molise 2007/2013 con approfondimento dei singoli Assi e sul tema dello sviluppo regionale attraverso le filiere;

- la diffusione di quaderni informativi contenenti una sintesi degli Assi del PO FESR Molise 2007/2013

All'evento erano presenti oltre 300 persone tra cui l'Università, l'Unioncamere ed i rappresentanti del partenariato economico e sociale.

I materiali relativi ai lavori nonché la versione PDF scaricabile degli opuscoli realizzati per questa occasione sono stati pubblicati sulla pagina web dell'Ufficio Europa.

Editoriali

Il materiale editoriale realizzato 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 Quaderno informativo del Fondo Unico Anticrisi della Regione Molise "Attuazione Misure" che è stato consegnato a 225 soggetti tra cui tutti i Comuni del Molise, le Camere di commercio, le Aziende Speciali delle Camere di Commercio, le Comunità Montane, le Unioni dei Comuni delle due Province, i Nuclei industriali, le Province, i Confidi, le Banche, le Associazioni di categoria, i GAL ed i Patti Territoriali.
- il Vademecum "Verso la coesione...dal POR 2000/2006 al POR FESR 2007/2013" corredato da CD relativo al Programma Operativo FESR 2007/2013 e i Regolamenti Comunitari, diffuso in occasione dell'evento di lancio del PO e, sul territorio attraverso un invio capillare agli stessi destinatari del Quaderno "Fondo Unico Anticrisi" per un totale di circa 250 invii;
- 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 PO FESR.

Pubblicità a mezzo stampa

Sono state realizzate inserzioni pubblicitarie su carta stampata locale per promuovere sia gli eventi, quali l'evento di lancio del POR e gli Stati Generali, sia per dare visibilità agli avvisi pubblici emanati nell'ambito del PO FESR e ai relativi seminari informativi territoriali quali ad esempio il Fondo Unico Anticrisi. Il Quaderno informativo del Fondo Unico Anticrisi della Regione Molise "Attuazione Misure" è stato pubblicato sui seguenti quotidiani: Il Quotidiano del Molise, Il settimanale del Molise, il Nuovo Molise, Primo Piano Molise ed EXTRA che hanno una tiratura di circa 4000 copie.

Sito web Ufficio Europa

Le informazioni vengono veicolate attraverso il sito dell'Ufficio Europa e della D.G.I Programmazione che sono entrambe raggiungibili dal sito della Regione Molise.

Le informazioni disponibili sul sito sono articolate in una sezione centrale, nella quale sono pubblicate i titoli delle pagine dedicate a:

- evento di lancio 10 luglio 2008 (fiera delle idee - confronto sulle politiche di sviluppo)
- POR FESR - Fondo Europeo Di Sviluppo Regionale
- Por Fesr - sezione rendicontazione
- regolamenti comunitari
- decisioni comunitarie
- comitati di sorveglianza por fesr
- strumenti informativi
- elenco beneficiari
- bandi
- PIT, PISU E PAI

Giornate informative - formative

Gli eventi hanno lo scopo di informare i beneficiari potenziali, i beneficiari ed il grande pubblico sugli obiettivi del Programma e sulle attività realizzate o finanziate dal PO, nonché di sensibilizzare l'opinione pubblica regionale sul ruolo svolto dall'Unione Europea. In occasione dell'attivazione delle misure Anticrisi si sono svolti convegni/incontri sia con le Associazioni di Categoria sia con il grande pubblico per un totale di 5 incontri tenutisi nei principali comuni della Regione nei mesi di settembre e ottobre 2009.

Inoltre, anche in occasione dell'attivazione dei bandi "GO! Start-up e Spin-off" ed "Energia" si sono avuti seminari informative volti a far conoscere e fornire informazioni approfondite in merito ai bandi.

Eventi sul territorio

Catalogo degli interventi realizzati

Oltre alla realizzazione del Catalogo degli interventi realizzati in Molise con le risorse del POR 2000/2006 – seconda edizione descritto negli editoriali, è stato realizzato un sito dedicato³ www.risultatipormolise.eu nel quale sono stati censiti, ad oggi, 414 interventi realizzati sul POR Molise 2000/2006. Il sito è stato implementato prevedendo sia l'inserimento degli interventi realizzati nel vecchio periodo di programmazione 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 del POR Molise 2000/2006 sono stati realizzati, in collaborazione con il CONI Regionale, Provinciale di Campobasso ed Isernia i quali hanno firmato ad aprile 2009 un protocollo d'intesa, incontri con il mondo sportivo considerato come target ampio ben radicato sul territorio e ricco di valori condivisi.

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 con il POR. 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.

Pubblicazione dell'elenco beneficiari degli interventi

All'interno del sito Ufficio Europa Sezione FESR è stata inserita la scheda contenente l'elenco dei beneficiari declinato per Attività, Macro processo, Finanziamento Pubblico e Spesa Ammissibile.

2.2 TECNICA

Pagina Web sul sito Ufficio Europa

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

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

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.

Bandi R&S - Filiere e R&S – PMI: il bando è stato promosso, oltre che con i comunicati, le conferenze stampa, i cicli di seminari informativi sul territorio, mediante la pubblicazione sul sito dell'Ufficio Europa degli atti normativi, delle FAQ e del bando tradotto in inglese. Anche per questo bando è stata attivata assistenza attraverso l'Help Desk.

Convegni di settore, workshop

In occasione dell'attivazione delle misure Anticrisi si sono svolti convegni/incontri sia con le Associazioni di Categoria sia con il grande pubblico per un totale di 5 incontri tenutisi nei principali comuni della Regione nei mesi di settembre e ottobre 2009.

Incontri periodici c/o sedi Istituzionali (Consiglio regionale, altri Enti)

Evento Infraperiodo

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 I.

AZIONE 3 - PROMOZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

La Regione Molise ha realizzato una prima campagna informativa sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale con *l'evento di lancio* del PO FESR 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.

AZIONE 4 – DIFFUSIONE

Diffusione esiti riunioni Comitato di Sorveglianza del POR

I risultati delle riunioni e dei Comitati di Sorveglianza, nonché tutta la documentazione propedeutica è pubblicata nelle pagine dedicate del sito Ufficio Europa.

Conferenze stampa, comunicati stampa

Questi strumenti vengono attivati ad ogni emanazione dei bandi al fine di darne massima diffusione e promozione.

Diffusione risultati del POR (vedi eventi sul territorio)

La Regione Molise ha realizzato una Campagna di diffusione dei risultati del POR Molise 2000/2006, così come descritto nelle attività "Eventi sul territorio", predisponendo il sito www.risultatipormolise.eu per l'inserimento degli interventi realizzati con il PO 2007/2013.

3.2 I dati di monitoraggio e gli indicatori

Al fine di migliorare l'attività di valutazione del Piano, va rafforzato, per il periodo 2011/2015, il sistema di rilevazione degli indicatori di realizzazione e di risultato. Alla luce delle informazioni ad oggi disponibili è possibile fare le seguenti considerazioni.

Indicatori di realizzazione

Gli indicatori di realizzazione presenti nel Piano di Comunicazione del PO FESR, aggiornati al 2010, presentano un quadro mediamente soddisfacente. Andrebbero rafforzate le azioni relative agli spazi televisivi e radiofonici, la Newsletter, gli scambi di esperienze, corsi di formazione, seminari e le collaborazioni e reti. In particolare raggiungono un target soddisfacente gli strumenti di seguito descritti:

- pubblicità a mezzo stampa
- prodotti editoriali (opuscoli, brochure...)
- sito web Ufficio Europa
- pagine web dedicate alla Programmazione dei Fondi strutturali
- pubblicazioni e catalogo interventi
- eventi
- convegni di settore
- giornate informative
- conferenze stampa

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

Indicatori di risultato

Gli indicatori di risultato presentano un quadro molto soddisfacente soprattutto con riferimento al supporto ai beneficiari finali mediante l'attivazione dell'help desk, la pubblicazione di materiali informativi, la realizzazione di incontri e workshops.

La consapevolezza dell'importanza del supporto continuo/affiancamento ai beneficiari ha condotto all'attivazione 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 del Programma, dei suoi progetti più significativi, dei risultati tangibili conseguiti;
2. analizzare il grado di trasparenza e di accessibilità sulle opportunità offerte;
3. comprendere il grado di percezione del ruolo dell'Unione europea insieme all'Italia nel finanziamento.

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 gli eventi descritti nel paragrafo 3 che hanno rappresentato occasioni 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.

Molto efficaci risultano essere stati i materiali prodotti per promuovere le misure del cosiddetto "pacchetto anticrisi".

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 FESR.

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 ed il sito dell'Ufficio Europa;
- 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;
- assistenza attraverso l'Help Desk per i bandi più complessi.

Di particolare rilievo la pubblicazione dei bandi per le filiere e R&S, tradotti in inglese.

In sintesi, le azioni di comunicazione realizzate nell'ambito del PO FESR sono state molteplici e rispondono in modo efficace al requisito della capillarità delle informazioni: in tal senso hanno contribuito sia l'attività seminariali sul territorio e i prodotti editoriali analizzati nel precedente capitolo 3.

Per quanto riguarda la facilità di accesso alle informazioni da parte delle categorie svantaggiate, si ritiene utile un'integrazione in termini di informazioni da erogare con i servizi disponibili per il FSE che tramite l'attivazione di un numero verde, di sportelli dedicati e l'utilizzo di un linguaggio semplice rispondono già efficacemente a tale obiettivo.

Margini di miglioramento esistono 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 Programmazione;
- un maggiore ricorso al mezzo televisivo;
- la diffusione delle informazione tramite il partenariato;
- l'utilizzo di altri moltiplicatori di informazioni, quale ad esempio Bridge Economies;
- il coordinamento delle informazioni sulla globalità delle opportunità informative ed occupazionali offerte e finanziate attraverso il FESR ai vari soggetti attuatori;
- la realizzazione di workshop.

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 rappresentanti 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, hanno contribuito a rendere maggiormente visibili le opportunità di intervento del Fondo 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 offerte dai Programmi e i risultati raggiunti attraverso la promozione di eventi e di strumenti di comunicazione ad hoc volti a divulgare le buone pratiche ed i casi di successo finanziati dal FESR.

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 ed utile del grado di percezione del ruolo dell'Unione Europea e delle opportunità offerte dal FESR

5. BUONA PRATICA

Obiettivo Help desk.

Al fine di agevolare la comprensione e la conseguente 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.

Il servizio è stato attivato per i seguenti bandi:

- "Aiuti alle imprese per l'attività di ricerca industriale, sviluppo sperimentale e industrializzazione dei risultati" Bandi R&S - Filiere e R&S – PMI;
- avviso per la presentazione di programmi di investimento finalizzati all'uso razionale ed efficiente dell'energia nei contesti produttivi;
- avvisi per la presentazione di progetti Start Up e Spin Off di impresa innovativa.

Delle riposte fornite, previo stralcio degli elementi caratterizzanti l'idea (in riferimento agli Avvisi start up e Spin Off) 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.

In particolare per l'avviso Start Up e Spin Off, 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 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.

Il servizio è stato individuato quale buona pratica per le seguenti motivazioni:

- offre un servizio personalizzato;
- segue l'iter di attuazione del bando sia nella fase di presentazione delle domande che nella fase di realizzazione degli interventi; questo consente di seguire il beneficiario nel tempo ed eventualmente utilizzare i risultati per costruire case history;
- rappresenta uno strumento di informazione e di assistenza su un bando con caratteristiche innovative per il quale un'attività di comunicazione di tipo tradizionale sarebbe risultata insufficiente;
- può essere replicato anche per altri bandi;
- evita all'utenza l'accesso fisico agli uffici regionali per reperire informazioni.

6. CONCLUSIONI E PRIME INDICAZIONI

In sintesi si riportano le conclusioni dell'attività valutativa quali risultanze derivanti dalle analisi prevalentemente desk. 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. In tal modo, sarà possibile confrontare le verifiche effettuate – attraverso ricognizione dati e interviste allo staff di comunicazione dell'Autorità di Gestione del PO FESR - 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.

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/aspiranti imprenditori, imprese, professionisti etc.).

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:

- si raccomanda di migliorarne l'accessibilità del sito web e di arricchirne i contenuti in modo che diventi il canale di comunicazione in assoluto più completo e aggiornato;
- vanno implementate specifiche azioni finalizzate alla diffusione dell'immagine coordinata del PO FESR. 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;
- va esteso l'utilizzo dell'help desk e la pubblicazione dei bandi in inglese;
- 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.

Si raccomanda di rafforzare le iniziative nell'ambito dell'azione 3 - Promozione e Sensibilizzazione - e dell'azione 4 – Diffusione. In particolare occorre dare maggiore evidenza a strumenti quali collaborazioni con Infopoint, Europe Direct, altri Uffici Europa, AICCRE, ecc., costituzione reti di

collaborazioni per diffusione risultati, scambi di esperienze; strumenti previsti nel Piano di comunicazione ed in parte avviati anche se non a un livello di formalizzazione evidente e di sufficiente articolazione.