



Unione Europea



REGIONE CAMPANIA



# INFORMATIVA SULL'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 2017 - 2019



La Politica di Coesione costituisce il quadro politico alla base di centinaia di migliaia di progetti in tutta Europa che ricevono finanziamenti attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), il Fondo sociale europeo (FSE) e il Fondo di coesione.

Per il periodo di programmazione 2014-2020 sono stati destinati 351,8 miliardi di EUR alle misure inerenti alla politica di coesione nei 28 Stati membri dell'UE, una cifra che equivale a un terzo del bilancio complessivo dell'Unione. I governi nazionali hanno negoziato le modalità di distribuzione dei fondi in seno al Consiglio europeo e, nonostante tutte le regioni continueranno a beneficiare della politica di coesione, è stata attribuita una maggiore priorità ai paesi e alle regioni caratterizzate da un ritardo nello sviluppo.

Il POR Campania FESR 2014-2020 è strutturato in 11 assi e ha una dotazione finanziaria totale pari a 4.113.545.843 euro di cui 3.085.159.382,00 euro di sostegno dell'Unione ed euro 1.028.386.461,00 di cofinanziamento pubblico nazionale.

Il POR Campania FESR all'interno della Politica di Coesione rappresenta il più importante mezzo di investimento dell'Unione ed è necessario mostrarne il ruolo e il valore aggiunto anche al fine di ridurre le distanze tra le istituzioni e i cittadini.

Per questo motivo all'interno del Titolo III (Sorveglianza, Valutazione, Informazione e Comunicazione) del Reg. UE 1303/2013 vengono disciplinati, al Capo II, gli obblighi di Informazione e Comunicazione degli Stati Membri e delle Autorità di Gestione da far confluire all'interno di una Strategia di Comunicazione appositamente predisposta.

La Strategia di Comunicazione del POR Campania FESR 2014-2020, approvata con delibera della Giunta Regionale n. 455 del 02/08/2016, punta a realizzare azioni di comunicazione volte a stimolare la consapevolezza, la comprensione e la collaborazione al fine di promuovere la conoscenza del Programma Operativo Regionale (obiettivi, azioni e risultati), migliorando l'accesso ai finanziamenti e rafforzando, al contempo, l'immagine dell'Unione Europea e della Regione Campania quali interpreti della Politica di Coesione.

La Regione Campania ha scelto di costituire la UASC (Unità per l'Attuazione della Strategia di Comunicazione) che si è dotata di una task force di professionisti specialistici impegnati nella progettazione e realizzazione delle azioni di comunicazione previste.

La UASC ha provveduto alla redazione di Piani di Comunicazione annuali indicando, di volta in volta, le azioni specifiche individuate nelle seguenti categorie:

- Comunicazione digitale
- Comunicazione tradizionale
- Relazioni con i moltiplicatori
- Assistenza ai beneficiari in materia di comunicazione
- Progetti speciali

Tra il 2017 e il 2019 sono state progettate e realizzate azioni di comunicazione in grado di coinvolgere i diversi pubblici di riferimento (grande pubblico, beneficiari, potenziali beneficiari, moltiplicatori, partenariato economico e sociale, attori istituzionali nazionali e comunitari) con attività mirate e mediamix dedicati.

Attraverso una costante azione si è assicurata la conoscenza e la comprensione del Programma Operativo Regionale, favorendo il riconoscimento dei ruoli degli attori istituzionali, l'informazione sulla dotazione finanziaria dei principali Obiettivi.

Per favorire la migliore efficacia dell'attuazione del POR Campania FESR sono state realizzate sintesi tematiche (cartacee, multimediali e digitali), così come iniziative per promuovere misure specifiche (seminari, news) informando i cittadini sulle opportunità offerte dal programma, non tralasciando di dare supporti ai beneficiari sugli obblighi di comunicazione.

Il gruppo di lavoro specialistico ha provveduto a definire un contesto comunicativo organico, riconoscibile e declinabile che ha favorito la penetrazione dei messaggi verso i diversi pubblici.

Le attività hanno evidenziato le connessioni con la Strategia Unitaria messa in campo dalla Regione Campania nell'utilizzo strategico dei Fondi Europei, esaltandone le convergenze tematiche e sviluppando un contesto comunicativo favorevole a comprendere il ruolo della Politica di Coesione europea.

Grande cura è stata data anche alla filiera istituzionale dei produttori delle informazioni, con la costituzione di una rete interna per meglio coordinare il recupero delle informazioni e la loro diffusione e la partecipazione alla rete nazionale dei comunicatori dei Fondi Ue e alla rete INFORM coordinata dalla DG Regio della Commissione Europea.

Analoga attenzione è stata posta nel cercare di creare un lessico comune con gli operatori dell'informazione del territorio campano organizzando corsi di formazione sul tema in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti.

La partecipazione ad eventi sul territorio regionale, nazionale ed europeo, è stata anche l'occasione di avviare fasi di ascolto mirate alle differenti categorie di pubblico e agli stakeholder.

Attraverso la società di rilevamento ed elaborazione statistica SWG, sono state raccolte informazioni sulla base delle quali è stato possibile misurare l'impatto delle azioni di comunicazione e programmare le attività in maniera sempre più performante.

La copertura, documentaria e giornalistica, di tutti gli accadimenti relativi all'attuazione del POR Campania FESR, oltre che l'avvio di progetti speciali incentrati sull'esigenza di aumentare l'interazione con i cittadini e ampliare la visibilità delle realizzazioni e dei risultati principali del Programma, hanno rafforzato ulteriormente la visibilità del contributo dell'Unione per i cittadini e il ruolo strategico della Regione Campania. A ciò si sono affiancate azioni di comunicazione volte a favorire la cittadinanza attiva e il monitoraggio civico che hanno coinvolto la popolazione scolastica campana nella fascia dai 13 ai 19 anni.

Per favorire l'identità e la riconoscibilità delle attività di comunicazione realizzate nell'ambito dell'Attuazione della Strategia di Comunicazione, dopo la creazione del logo e dell'immagine coordinata, si è ideato un pay off che accompagna tutte le produzioni

### Raccontare il Presente, Costruire il Futuro

Allo slogan è stata affiancata una linea grafica coordinata con la conseguente creazione di una sigla che apre e chiude tutte le produzioni multimediali. Tutte le Azioni di Comunicazione svolte nel periodo di riferimento sono state pubblicate e diffuse tramite il sito internet del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale e i social ad essi collegati. Per tutti questi media sono state prodotte notizie (note stampa, riduzioni, report), grafiche e infografiche, foto e informazioni per la realizzazione di post, video, spot, e animazioni. Per tutte le attività realizzate sono state prodotte brochure, leaflet, materiali vari a stampa che hanno costituito l'immagine coordinata di ogni evento.

Così come previsto dalla Strategia, nella relazione annuale di attuazione del 2019 è dedicato un focus ai risultati delle misure di informazione e comunicazione nell'ambito della Strategia di comunicazione.

Si è voluto dunque realizzare un resoconto delle principali azioni messe in campo nei circa tre anni di attività in modo da poterne verificare l'impatto, anche alla luce dell'indagine demoscopica di conoscenza e opinione svolta dalla società SWG circa l'impiego dei fondi europei in Campania.

## COMUNICAZIONE DIGITALE

### Sito internet

Il principale canale di informazione risulta essere quello digitale. Per questo ogni attività di comunicazione ha avuto il proprio spazio nel mondo dell'informazione digitale attraverso il sito internet della Regione Campania, del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, con rimandi dedicati attraverso i social media ad esso collegati e tramite la produzione di contenuti per la newsletter Campania Europa News.

Il portale web della Regione Campania ospita i Fondi Europei con una apposita voce di menu sulla sinistra della home page. Ciò consente all'utente di avere un percorso facilitato per raggiungere il fondo di proprio interesse.

Sul sito web [www.porfesr.regione.campania.it](http://www.porfesr.regione.campania.it) vengono pubblicate tutte le informazioni utili e necessarie ai pubblici di riferimento e ai target della strategia di comunicazione (Beneficiari, Potenziali Beneficiari, Grande Pubblico) in merito alle opportunità e allo svolgimento del Programma.

Strettamente legato al portale è stato attivato un servizio di supporto, attraverso la mail dedicata [beneficiarifesr@regione.campania.it](mailto:beneficiarifesr@regione.campania.it), in merito a:

- Procedure, strumenti operativi e modalità attuative per la realizzazione dei progetti cofinanziati
- Obblighi di rendicontazione e monitoraggio finanziario, procedurale e fisico dei progetti cofinanziati
- Alla contabilità di progetto e alla predisposizione della documentazione rendicontale
- Informazioni circa il rispetto delle azioni a cura dei beneficiari, informazioni e comunicazioni per il pubblico, sostegno fornito dai Fondi.

Il sito web è costantemente aggiornato con notizie, in particolare sull'andamento del Programma, sugli eventi, sulle opportunità di finanziamento. Ciascuna pagina relativa a procedimenti che si svolgono in un arco di tempo lungo contiene più notizie, ad esempio relative a:

- Pubblicazione di un avviso e successive informazioni
- Pubblicazione degli ammessi

Il sito è stato arricchito con un servizio di mail alert con tremila iscritti. Tale servizio consente di segnalare le principali notizie pubblicate sul sito.

### Social Network

A completamento delle attività di comunicazione digitale sono stati attivati e popolati dei canali social. In particolare le azioni sui social media sono state effettuate mediante l'animazione di due pagine Facebook (una con taglio più ufficiale dove vengono rimbaltate anche le opportunità e i bandi e una seconda più comunicativa e leggera per avvicinare anche target non direttamente interessati) per favorire la conoscenza delle attività poste in essere dal Programma; un canale Twitter per favorire le relazioni con i soggetti moltiplicatori, un canale YouTube per pubblicare i contenuti multimediali prodotti ([youtube.com/PORCampaniaFESR](https://youtube.com/PORCampaniaFESR)). Sul canale YouTube sono stati pubblicati tutti materiali multimediali dedicati al grande pubblico, ai beneficiari potenziali ed effettivi e ai mezzi di comunicazione. Per i nuovi iscritti è stato caricato un trailer che introduce ai contenuti del canale pubblicato in home page del canale. Il canale Twitter è stato utilizzato principalmente per le comunicazioni rivolte a target specialistici, agli stakeholder, ai gatekeeper e ai membri delle reti di comunicatori regionali, nazionali ed europee. La piattaforma di micro-blogging è stata anche lo strumento attraverso cui seguire l'operato degli altri Programmi regionali nazionali.

È stato aperto un account Instagram con lo scopo di intercettare un pubblico più giovane. Infatti, numerosi studi hanno dimostrato che i giovani preferiscono utilizzare il social network delle immagini piuttosto che i social media succitati. Mentre il profilo LinkedIn ha completato la comunicazione social rivolgendosi a un pubblico più specializzato, quello dei cosiddetti stakeholders.

Tutti i post pubblicati dalla UASC oltre a contenere gli hashtag di contesto hanno contemplato gli hashtag proposti dall'Unione, primo fra tutti, #EUinmyRegion.

Inoltre, nell'ambito dell'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR Campania FESR 2014-2020, che prevede lo sviluppo di APP, in occasione degli eventi organizzati per la Festa dell'Europa (Maggio 2018) è stata ideata una challenge. La sfida era finalizzata a stimolare l'ideazione di strumenti digitali in grado di essere utilizzati per la comunicazione digitale del POR Campania FESR 2014-2020 al fine di aumentare la comprensione del ruolo dell'Unione Europea e della Politica di Coesione, la consapevolezza dell'azione della Regione Campania nella programmazione e gestione delle risorse, la conoscenza del FESR e del Programma Operativo 2014-2020. Su questi temi, suddivisi in quattro sfide, si sono cimentati 27 gruppi di lavoro che hanno partecipato a una call pubblica. Il lavoro dei team ha prodotto 27 prototipi di APP per i quali sono stati selezionati quattro prototipi.

### Multimedia

L'ideazione e la produzione di audiovisivi ha rivestito grande importanza in quanto in grado di semplificare la comprensione di argomenti complessi, superando anche il deficit di attenzione che può avere l'utente.

Sono stati realizzati video di diversi generi, 190 produzioni multimediali suddivise tra spot, news e documentari (elenco in appendice). Dai classici spot tv, a clip pensate essenzialmente per il mondo web e dei social. Prodotti video per sostenere il lancio di un bando di finanziamento, per raccontare la storia di un beneficiario che grazie ai fondi europei è riuscito a realizzare un progetto, per mostrare ai cittadini la strategia del programma. A supporto di un evento o di un seminario informativo o semplicemente per testimoniare e diffondere una notizia, relativa al programma.

Tutte le lavorazioni video, realizzate in autoproduzione, hanno seguito un iter di lavorazione che, a partire dall'individuazione dell'azione del Programma da rappresentare, ha visto la UASC impegnata in sopralluoghi e coinvolgimento dei soggetti interessati, passando per la definizione di uno storyboard condiviso, prima di procedere alle riprese e al relativo montaggio. Tutti i prodotti hanno avuto una loro diffusione, on line, attraverso la distribuzione ai mass media o trasmessi in circuiti chiusi in occasione di eventi e manifestazioni.

## COMUNICAZIONE TRADIZIONALE

### Campagne di Comunicazione

Tre campagne con tre messaggi diversificati. Una prima dedicata alla presentazione del Programma nella sua interezza; la seconda, frutto di una collaborazione con Commissione Europea, concentrata su di una realizzazione del Programma; la terza, in corso di definizione, sarà da stimolo e traino allo sforzo congiunto tra Regione Campania e Unione europea per il raggiungimento delle direttive contenute nel "pacchetto economia circolare".

Nel 2018 è stata realizzata una campagna di comunicazione integrata tesa ad informare i cittadini della Campania con l'obiettivo di fornire al grande pubblico un'immagine di insieme del Programma il più aggiornata e veritiera possibile.

I mezzi utilizzati sono stati: carta stampata, web, social network, cartellonistica e tv locali.



I messaggi sono stati opportunamente declinati per i media utilizzati scelti seguendo i criteri oggettivi di selezione dei Media e dei relativi spazi pubblicitari definiti dalla Regione Campania.

Per la carta stampata è stata realizzata una pagina di informazione istituzionale, pubblicata su tutti i quotidiani della Campania, che presentava un focus sulle azioni intraprese nel settore dei Trasporti, dell'Istruzione, del sostegno alle Imprese e alle Infrastrutture di rete, alla Sicurezza al Risanamento Ambientale e alla Rigenerazione Urbana.

La strategia sviluppata sul web ha seguito due linee di azione. Una prima che ha visto la pubblicazione di banner

web sulle versioni on line dei quotidiani utilizzati per la campagna a mezzo stampa. È stato realizzato, nei diversi formati, un banner con chiaro richiamo della grafica e degli slogan presenti sulla pagina istituzionale pubblicata sui quotidiani cartacei in modo da creare riconoscibilità agli utenti. Il link dei singoli banner conduceva alla pagina del POR CAMPANIA FESR 2014-2020 che nel periodo interessato ha registrato oltre 40mila accessi. La seconda linea di azione sul web ha agito sui social network, con il chiaro intento di intercettare un pubblico diverso da quello rappresentato dagli utenti della carta stampata, dalle versioni on line dei quotidiani locali e dagli spettatori delle tv private. Attraverso la pubblicazione di post dedicati alle tematiche sopra esposte si sono promozionati alcuni interventi del POR Campania FESR 2014-2020, tra cui il video, utilizzando anche il canale istituzionale della Regione Campania e quello de "Il Mattino", oltre che la pagina FB del Programma, per amplificare la portata della comunicazione.

**4 TIPOLOGIE DI POST** tra cui il video spot e 3 post con foto dedicati a Fibra Ottica, Sistema dei Trasporti, Sistema della Ricerca che hanno registrato:

Copertura	Impression	Clic sul link	Reazioni ai post
671.434	1.073.058	164.755	157.392

Riportando a cascata sulla Pagina Facebook del Programma

N. tot. "Mi piace"	Copertura dei post	Visualizzazioni totali
5552	175.472	1031

A partire da gennaio 2019 sono state avviate numerose interlocuzioni con la DG REGIO, Direzione Generale della Commissione Europea responsabile della politica dell'UE per le regioni e le città, la quale ha individuato il Polo Universitario di San Giovanni a Teduccio quale best practice degli investimenti europei. Il POR FESR 2014/2020 della Regione Campania è stato infatti individuato dalla Commissione Europea quale beneficiario di una campagna integrata di comunicazione incentrata su alcuni progetti in diverse regioni italiane ed europee (37 complessive), campagna che è realizzata da un'agenzia di comunicazione internazionale selezionata dalla DG Regio e totalmente gratuita per l'Amministrazione.

L'UASC ha concordato con una agenzia incaricata dalla UE una proposta di comunicazione (che è stata predisposta sulla base del claim analogo per tutte le regioni) e ha organizzato una campagna di comunicazione specifica per la Campania. L'elemento centrale della campagna dedicata a San Giovanni a Teduccio sarà un totem multimediale interattivo che sarà inaugurato lunedì 6 maggio 2019 presso il complesso UNINA di San Giovanni a Teduccio a Napoli. Il lancio della campagna sarà l'occasione per fare un primo bilancio dell'insediamento che ha avuto la lungimiranza di riconvertire un'area industriale abbandonata utilizzando risorse Europee afferenti ai fondi di coesione FESR e FSE.

Durante le interlocuzioni con la DG REGIO, direzione generale della Commissione Europea responsabile della politica dell'UE per le regioni e le città, la pagina Facebook del POR Campania FESR 2014-2020 è stata scelta come beneficiaria anche di un piccolo budget per sponsorizzazioni a pagamento via Facebook. La DG REGIO, infatti, apprezzando il lavoro svolto e la pianificazione fatta ha finanziato la pagina per attività di comunicazione relative all'evento #EUinMyRegion e alla partecipazione a Giffoni Experience 2019. Le inserzioni sponsorizzate sulla pagina del POR Campania FESR 2014-2020 dal 4 maggio 2019 al 15 settembre, hanno avuto una copertura di 303.610 persone, ottenendo 650.651 impression.

Per l'evento #EuinMyRegion, tenutosi a Napoli nel complesso tecnologico di San Giovanni a Teduccio, sono state create due inserzioni. La prima inserzione è stata un save the date video mentre la seconda un save the date grafico. Il video ha ottenuto una copertura di 104.477 persone e 153.871 impression, la grafica ha ottenuto invece una copertura 169.434 persone e 244.112 impression. Un'ulteriore inserzione è stata pubblicata in occasione dell'evento finale di ASOC/Racconta Europa. Ancora una volta, viste le buone performance in termini di copertura/costo, è stato utilizzato un contenuto video che ha ottenuto una copertura di 49.201 persone e 54885 impression. Per sostenere la candidatura del polo tecnologico di San Giovanni a Teduccio a REGIOSTARS 2019, la competizione annuale dell'UE che premia i progetti regionali più innovativi, è stata creata un'inserzione grafica che al prezzo di € 17,09 ha avuto una copertura di 60.367 persone e 67.211 impression.

Infine, in occasione del Giffoni Film Festival (Giffoni Experience 2019) è stata creata un'inserzione video che ha invitato i cittadini campani a visitare lo stand del POR Campania FESR e ha raccontato il contributo del Programma in Campania. L'inserzione ha ottenuto una copertura di 90.592 persone e 130.572 impression al costo di € 27,54.

Inoltre, sempre nel 2019, è stata progettata una Campagna di Comunicazione integrata di Educazione Ambientale con focus sull'utilità sociale degli impianti di compostaggio che sarà realizzata nei primi mesi del 2020.

### Partecipazione a eventi, manifestazioni, workshop

Essere presenti a una fiera, a un evento o organizzare un workshop significa essere tra la gente, favorire l'interazione umana, andare oltre gli slogan e poter approfondire le tematiche oggetto del Programma. Nell'attuare la strategia di Comunicazione, la UASC è sempre stata molto attenta nel cercare di essere presente a un sufficiente numero di manifestazioni che le dessero la possibilità di raggiungere i diversi pubblici di cui si compone il Programma oltre che valutare l'aderenza alle tematiche del Programma. Il criterio generale è stato quello di cercare di massimizzare le possibilità di trasferimento delle informazioni e favorendo l'incontro tra i beneficiari e gli stakeholder. Inoltre, si è data assistenza nell'ambito delle attività di cooperazione istituzionale che hanno visto la Regione Campania incontrare i rapporteur della UE, rappresentanti del Governo Centrale e i beneficiari impegnati nella realizzazione di opere e lavorazioni di particolare interesse.

Sono state più di 60 (elenco in appendice) le manifestazioni a cui il Programma è stato presente tra eventi, convegni e workshop. Per ciascuno di essi è stata garantita la presenza di personale qualificato all'interno degli spazi istituzionali. Durante gli eventi si è provveduto a diffondere materiale e fornire informazioni sul Programma, con particolare attenzione alle tematiche oggetto degli eventi.

Per ogni evento sono state svolte attività di Studio preliminare e scelta location, programmazione, gestione e organizzazione delle attrezzature multimediali, contatti con i relatori e pubbliche relazioni, sino alla creazione di una immagine grafica coordinata e alla produzione e distribuzione del materiale informativo, a cui si affiancano realizzazioni multimediali ad hoc (spot e produzioni multimediali) e di Ufficio stampa.

## RELAZIONI CON I MOLTIPLICATORI

Anche in questo campo la UASC ha lavorato su più fronti. Produzione e condivisione di informazioni da un lato, costruzione di rapporti e linguaggi condivisi con gli operatori dell'informazione e scambio di best practices con del mondo della comunicazione istituzionale dall'altro.

Su questo ultimo punto la UASC è stata promotrice della costituzione di una rete interna dei comunicatori della Regione Campania al fine di coordinare le azioni di comunicazione relative le Politiche di Coesione al fine di uniformarne alcuni passaggi chiave e massimizzare l'efficacia del risultato. Agli stessi la UASC ha riportato le buone pratiche apprese durante la partecipazione attiva alle riunioni della Rete nazionale dei Comunicatori e alle riunioni della Rete europea INFORM.

Per quanto riguarda la produzione e condivisione di informazioni le attività sono costituite essenzialmente nella realizzazione di schede informative a supporto della comunicazione della Regione Campania, della Dg Regio o direttamente per organi di informazione regionali, nazionali e sovranazionali, con lo scopo, non solo di precisare date e cifre, ma anche per contestualizzare bene le opere con il fine di fornire informazioni utili alla composizione di comunicati stampa e la redazione di articoli e speciali dedicati all'attuazione del Programma.

Inoltre, per migliorare la comprensione, anche lessicale, e il rapporto con i rappresentanti del mondo dell'informazione la UASC ha organizzato dei corsi di formazione professionale con gli operatori dei media. In collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti della Campania, si sono svolti 5 incontri validi anche per la formazione professionale degli operatori dell'informazione, durante i quali si sono affrontati numerosi capitoli spinosi della comunicazione dei Fondi europei, soprattutto quelli legati alla spesa o alla "restituzione" dei Fondi stessi. Una occasione per spiegare i cicli delle Politiche di Coesione al fine di favorire la comprensione del lavoro svolto e comunicare sempre con maggiore chiarezza al cittadino le attività in essere attraverso la programmazione regionale dei fondi strutturali europei.

## ASSISTENZA AI BENEFICIARI IN MATERIA DI COMUNICAZIONE

Per supportare i beneficiari nel loro ruolo di comunicatori la UASC ha predisposto le seguenti attività: Materiale informativo

Guida cartacea e online ai principali impegni e obblighi del beneficiario. Le "linee guida e manuale d'uso per le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità a cura dei beneficiari dei finanziamenti del POR Campania FESR 2014-2020" sono uno strumento che l'Autorità di Gestione mette a disposizione dei beneficiari dei finanziamenti per supportarli nell'assolvimento dei loro obblighi di comunicazione e contengono informazioni sulle disposizioni in materia, sui format grafici e sugli elementi d'identità visiva ed esempi e modelli della cartellonistica. Sono state approvate con Decreto n. 44 del 20.03.2017 e pubblicate sul sito del Fesr al seguente indirizzo: <http://porfesr.regione.campania.it/attuazione/comunicazione/linee-guida-e-manuale-d-uso-per-le-azioni-di-comunicazione-informazione-e-pubblicita-a-cura-dei-beneficiari?page=1>

### Informative nei bandi

Predisposizione specifici testi da inserire nei bandi per chiarire gli obblighi di comunicazione ai potenziali beneficiari. Il Manuale di attuazione del Por stabilisce che il Responsabile del procedimento amministrativo apprevi, nel rispetto delle indicazioni contenute nel Manuale stesso, e successivamente pubblici l'Avviso/Bando che contenga, tra gli elementi essenziali, gli obblighi del beneficiario. (cfr pag. 32). Tali obblighi sono elencati al paragrafo 3.5 pag. 21 del Manuale stesso e includono il rispetto delle misure di informazione e comunicazione per il pubblico sul sostegno fornito dai fondi, come dettagliatamente descritte nel Manuale stesso. I bandi/avvisi quindi, conformemente alle prescrizioni del Manuale di Attuazione, contengono l'informativa sugli obblighi di comunicazione dei beneficiari.

### Network beneficiari

Attivazione della community online del POR Campania FESR. Un applicativo di lavoro condiviso, destinato a gruppi riservati e previsto dal vigente Piano di Rafforzamento. Esso Nasce allo scopo di facilitare il dialogo e lo scambio di informazioni tra i soggetti coinvolti nella programmazione, attuazione, monitoraggio, controllo e sorveglianza del POR quali Autorità di Audit e Certificazione, Nucleo Controlli, Responsabili di Obiettivo Specifico, team di obiettivo e beneficiari. La Community nasce allo scopo di facilitare il dialogo e lo scambio di informazioni, opinioni e documenti tra i soggetti coinvolti, a vario titolo, nella programmazione, attuazione, monitoraggio, controllo e sorveglianza del Por Campania Fesr 2014-2020. È uno strumento di lavoro destinato a gruppi riservati e mira a supportare la semplificazione procedurale, con particolare riferimento agli oneri a carico dei beneficiari. La Piattaforma Community è nata per rispondere a due esigenze: avere uno strumento di confronto tra gli uffici regionali che lavorano sul POR (Ros, Autorità di Gestione, Certificazione, Audit, ecc.); supportare i beneficiari effettivi dei finanziamenti, a seguito della sottoscrizione delle convenzioni/accordi, nell'adempimento dei vari obblighi previsti dal Manuale di Attuazione (precedurali, connessi al monitoraggio, alla comunicazione, ecc.). In base all'ultima relazione attività della sessione di monitoraggio del Piano di Rafforzamento Amministrativo, presentata in data 31/08/2019, l'intervento è concluso e sono stati raggiunti 28 utenze nella fase di sperimentazione.

## PROGETTI SPECIALI

Nel periodo di riferimento si è provveduto a dare vita ai progetti speciali contenuti nella Strategia di Comunicazione in un'unica azione di comunicazione complessiva che è stata denominata Racconta Europa. Questa azione comprende i progetti di animazione del territorio Racconta all'Europa Chiedi all'Europa, il Monitoraggio Civico e i Cantieri Porte Aperte.

L'obiettivo di Racconta Europa è stato quello di invogliare i cittadini a conoscere gli interventi previsti nel ciclo della Politica di Coesione e favorire la loro partecipazione e il monitoraggio civico rendendo ciascun cittadino consapevole di come gli investimenti finanziati con i fondi SIE incidano sulla vita dei singoli apportando cambiamenti e miglioramenti nel quotidiano, e rendendo i cittadini maggiormente consapevoli degli interventi in corso, dell'utilizzo dei Fondi Europei sul proprio territorio.

Per questo motivo nel 2018 la Regione Campania, con Racconta Europa, è divenuta partner di "A scuola di Open Coesione" progetto di monitoraggio civico e cittadinanza attiva sulle Politiche di Coesione.

L'azione ha previsto Integrazione del piano didattico di "A Scuola di Open Coesione" con approfondimenti dedicati alla programmazione delle Politiche di Coesione nazionali e comunitarie a livello regionale e con l'obiettivo di dare organicità e completezza ai progetti speciali previsti all'interno della Strategia di Comunicazione del POR Campania FESR 2014-2020, in modo da moltiplicarne gli effetti comunicativi, rafforzando il messaggio unico a sostegno della conoscenza dei Fondi Strutturali e d'investimento Europei (Fondi SIE) nel loro complesso e dei Programmi Operativi Regionali (POR) della Campania che li distribuiscono strategicamente sul territorio.

La collaborazione tra il progetto Racconta Europa e il progetto ASOC ha visto per l'anno scolastico 2018-2019 la partecipazione di ben 39 team campani provenienti da 23 città diverse, facendo registrare la Campania come prima regione per team iscritti. Risultato confermato anche per l'annualità 2019/2020 con 40 team iscritti alla competizione nazionale.

Una partnership che la UASC ha voluto celebrare nel 2019 coordinando la presenza del progetto ASOC e delle altre Regioni partner (Sardegna, Sicilia e Calabria) alla Settimana europea delle Regioni e delle Città (edizione 2019). Durante la settimana è stato allestito uno stand nell'agorà dello Square center di Bruxelles sede della manifestazione e si è tenuto un workshop sul tema per portare l'esperienza regionale di ASOC in ambito europeo anche in vista del progetto pilota dedicato ad alcuni Paesi dell'Unione. Nei giorni interessati la prima classe campana in graduatoria nazionale AOSC è stata presente a Bruxelles anche svolgendo attività didattiche presso sedi europee.

Nel corso dei due anni di partenariato la UASC ha realizzato numerosi appuntamenti formativi e aggregativi. Tra queste le 10 aperture straordinarie di "Cantieri Porte Aperte" alla presenza dei beneficiari, rappresentanti delle istituzioni locali e regionali, insieme a rappresentanti dell'Autorità di gestione di riferimento. Le aperture e le visite hanno dato la possibilità a cittadini, operatori della comunicazione e stakeholder di visitare alcune delle opere in corso o di opere appena concluse.



### Festa dell'Europa - #UEinmyRegion

In occasione della Festa dell'Europa, e nell'ambito della campagna #UEinmyRegion, nel 2018 e nel 2019 si sono organizzati eventi presso il campus universitario della Federico II di Napoli a San Giovanni a Teduccio, che rappresenta uno dei principali interventi di rigenerazione urbana realizzato con il co-finanziamento del POR Campania FESR.

Il campus è stato aperto alla cittadinanza e alle scuole campane con visite guidate, workshop didattici (gestiti da formatori accreditati, sulle competenze digitali con l'obiettivo di avvicinare studenti e docenti delle scuole secondarie superiori agli sviluppi più recenti nelle metodologie e nelle tecnologie per la didattica), playground, conferenze e convegni sui temi dell'Europa e dell'Innovazione fornendo un'occasione per conoscere la Città della Università che, oltre al raddoppio della facoltà di Ingegneria ospita 30 grandi laboratori per servizi all'industria.

Inoltre, nelle edizioni 2017, 2018 e 2019, per promuovere l'iniziativa Racconta Europa e premiare i team più meritevoli la UASC ha organizzato un presidio fisso, attraverso stand, presso il Festival internazionale del Cinema per ragazzi di Giffoni Valle Piana dove, oltre a tenere uno sportello informativo sul Programma, è stata offerta ai giovani vincitori la possibilità di partecipare a masterclass sulle tecniche di comunicazione multimediale e di visitare la Multimedia valley realizzata con i Fondi Europei.



## MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA

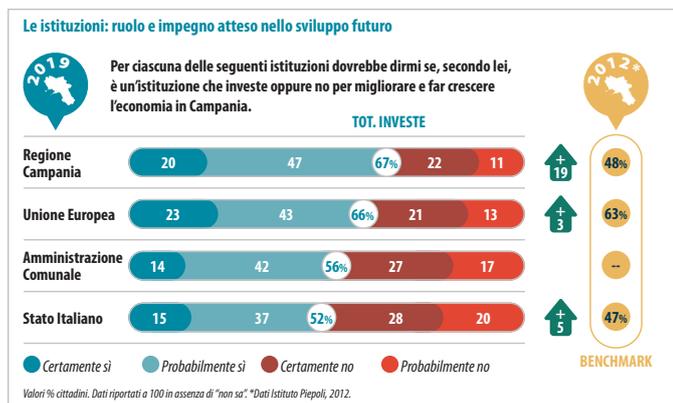
Come specificato dalla strategia di comunicazione nell'annuale relazione di attuazione del 2019 e nella relazione di attuazione finale un focus deve essere dedicato ai risultati delle misure di informazione e comunicazione nell'ambito della Strategia di comunicazione. Questa scelta consente, durante il periodo di programmazione, di rispondere efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti e dare la possibilità all'Autorità di gestione di dare avvio a una eventuale modifica della strategia.

La UASC per meglio rispondere a queste esigenze ha operato su di un doppio binario. Da un lato ha mappato le proprie attività anche in maniera analitica, in modo da avere degli indicatori di realizzazione a cui fare riferimento per verificare la quantità delle azioni svolte (vedi appendice), dall'altro ha affidato a una società di rilevamento ed elaborazione statistica, la SWG, un'indagine demoscopica di conoscenza e opinione circa la conoscenza degli interventi e della politica di coesione in Campania.

I risultati, sia quantitativi che qualitativi, premiano l'impianto della Strategia di Comunicazione che ha dimostrato di essere sufficientemente elastica per definire piani di Comunicazione annuali in grado di soddisfare gli obiettivi individuati a inizio Programmazione.

In questi anni, infatti, è cresciuto il grado di consapevolezza che l'Unione europea e Regione Campania sono i principali attori della Politica di Coesione. Soprattutto sembra essere chiaro il ruolo svolto dalle due istituzioni nell'investimento di risorse a favore della crescita.

Sebbene, a causa di un clima politico particolarmente gravoso per gli istituti politici in generale, il giudizio sull'operato della Regione non sia particolarmente positivo, il dato ci indica che c'è un incremento (addirittura un raddoppio) di chi pensa che la Regione stia operando in maniera positiva.



Soprattutto il dato che vede una metà di cittadini consapevoli del fatto che esistano dei progetti in essere della Regione Campania, cofinanziati dall'Europa per migliorare la qualità della vita appare essere un risultato soddisfacente, ancor di più se parametrato con con la media del Sud Italia. Non solo, di questo 50% possiamo apprezzare come il 60% sia convinto che essi abbiano effettivamente una ricaduta positiva sul territorio.

Un grado di conoscenza che appare essere ancora più profondo tra gli stakeholder i quali ricordano perfettamente alcuni degli interventi oggetto delle azioni di comunicazione a dimostrazione del fatto che le campagne integrate raggiungono il loro scopo soprattutto quando l'oggetto della comunicazione risponde alle esigenze reali del territorio.

La parte relativa agli stakeholder ci restituisce anche valutazione positiva alle azioni di comunicazione intraprese, ma da essa emerge anche la richiesta di uno spazio web maggiormente semplice e operativo.

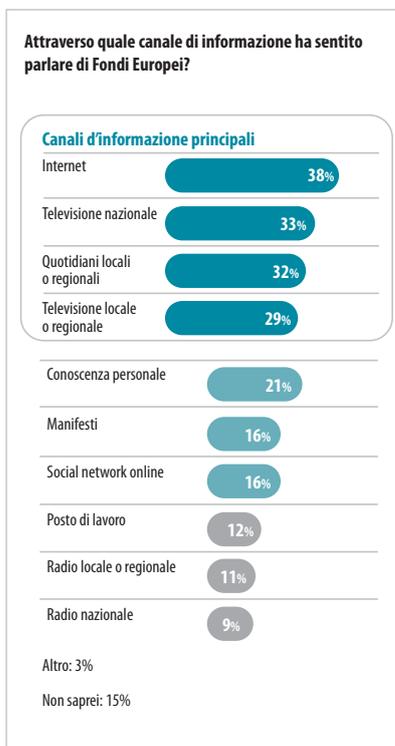
### Conclusioni

Dalla valutazione emergono due chiare indicazioni che saranno alla base delle attività di comunicazione che verranno inserite nel Piano di Comunicazione 2020.

Per quanto riguarda i cittadini appare importante consolidare l'immagine della Regione Campania e dell'Europa quali principali attori della Politica di Coesione e istituzioni impegnate per la crescita del territorio. Questo risultato si potrà ottenere attraverso azioni di comunicazione che mostrino e rappresentino meglio il lavoro sinergico e non separato dell'Ue e della Regione. Per questo ci si

adopererà per aprire uno spazio web che già dal suo nome renda chiara questa mission (europa.regione.campania.it). Uno spazio che possa da un lato assolvere al compito di inquadrare il contesto generale e dall'altro essere lo strumento che gli stakeholder richiedono ove trovare info operative chiare e veloci per essere sempre aggiornati su novità e opportunità.

Abbiamo parlato di canali di comunicazione, come appare dall'indagine internet è appunto la fonte primaria e su quella si agirà in prevalenza, ma senza incorrere nell'errore di abbandonare il mezzo televisivo e la stampa locale che, ancora oggi, rivestono una discreta importanza presso il grande pubblico.



Una grande attenzione dovrà essere dedicata, invece, nella individuazione e nella narrazione di storie di successo ottenute grazie alla Politica di Coesione campana. Un modo concreto per restituire forza all'immagine della Regione attraverso la pratica dimostrazione di casi concreti in cui le opportunità messe a disposizione dal Programma hanno potuto cambiare la vita delle persone.

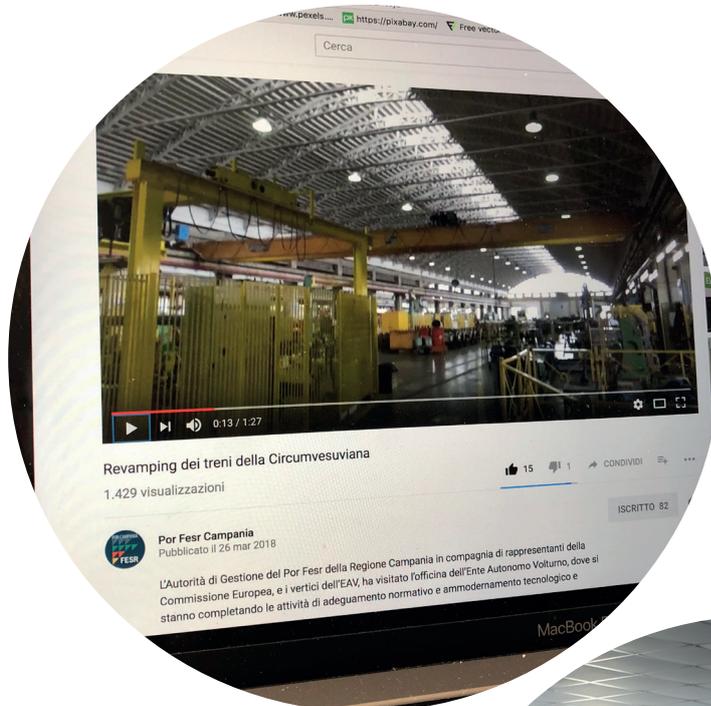
Per quanto riguarda il linguaggio, ci si adopererà sempre più per snellire e semplificare, concentrandosi nel creare prodotti comunicativi che agiscano su due livelli. Un primo la percezione: ovvero l'impegno congiunto della Regione e della Ue per lo sviluppo del territorio. Un secondo: stimolare l'attenzione di chi potrebbe avere l'interesse ad approfondire le informazioni portandolo su di una piattaforma semplice e immediata dalla quale trarre le informazioni utili ad accedere ai finanziamenti.

Infine, la scelta di affidare la comunicazione a una unità, come la UASC, in grado di realizzare in autoproduzione tutte le attività di comunicazione sopraesposte, appare essere positiva nella misura in cui le azioni di comunicazione, seppur con continui adeguamenti, mantengono un impianto comune che ne facilita la riconoscibilità e la comprensione creando un percorso di crescita e di miglioramento graduale capace di accompagnare la popolazione verso una comprensione sempre più profonda dell'operato della Regione Campania nell'attuazione delle Politiche di Coesione.

Non una comunicazione spot che perde di significato con la conclusione dell'azione, ma una vera e propria attività complessa e continua in grado di far sedimentare convinzioni che sono alla base della riconoscibilità dell'azione politica comune regionale ed europea.

La UASC è integrata da un gruppo di lavoro di professionisti della comunicazione istituzionale con verticali specializzazioni nei seguenti ambiti: giornalistico, web e social media, eventi, grafico editoriale e audiovisivo.

**175**  
spot  
video  
videodoc



**73**  
eventi  
convegni  
workshop