

Programma Regionale FESR FSE+ 2021-2027

Regione Molise

Codice CCI n. 2021IT16FFPR001

Decisione C (2022) 8590 del 22/11/2022

Decisione C (2025) 5660 dell'08/08/2025

PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE

(novembre 2025)

Indice

PREMESSA	3
1. INQUADRAMENTO NORMATIVO	5
2. ANALISI DEL CONTESTO	7
3. GOVERNANCE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	9
4. OBIETTIVI E CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA	10
5. DESTINATARI	12
6. AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	13
<i>Brand Identity</i>	14
<i>Sito web e strumenti di accessibilità</i>	15
<i>Social Media</i>	17
<i>Campagne pubblicitarie</i>	18
<i>Materiale informativo-editoriale</i>	18
<i>Eventi, Seminari e workshop</i>	19
7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	19
8. BUDGET	21
9. AGGIORNAMENTI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI DETTAGLIO E PIANI ANNUALI	21

PREMESSA

Il presente documento ha l'obiettivo di individuare il filo conduttore delle attività di informazione e comunicazione che caratterizzano il settennio di programmazione del PR Molise FESR FSE 2021/2027.

Tale elaborato sconta purtroppo un ritardo che caratterizza tutti i settori dell'Amministrazione regionale a causa del depauperamento delle risorse umane e del carico di lavoro che si ripercuote su ciascun dipendente.

Al solo scopo di fornire un termine di paragone, basti pensare che – alla data del 1° gennaio 2025 - rispetto ad una dotazione organica del personale con qualifica non dirigenziale costituita da n. 682 posti articolati nelle diverse aree contrattuali definite dal CCNL Funzioni locali del 16 novembre 2022, il personale con qualifica non dirigenziale in servizio presso ciascuna delle macrostrutture regionali è pari a n. 344 unità¹.

Fatta questa doverosa premessa, val la pena sottolineare che – soprattutto negli ultimi anni – la comunicazione nell'ambito dei fondi strutturali e della cosiddetta Politica di Coesione in termini più generali ha conosciuto un'evoluzione sostanziale, trasformandosi da insieme di obblighi formali legati alla visibilità dei finanziamenti europei, a strumento strategico per rafforzare il ruolo dell'Unione Europea, la trasparenza nella gestione dei fondi e il senso di appartenenza dei cittadini al progetto europeo.

La Presidente della Commissione europea Ursula von der Leyen nella sua lettera d'incarico al Vicepresidente e Commissario alla coesione e riforme Raffaele Fitto scrive: *«Le chiedo di accrescere la visibilità dei progetti dell'UE. Mi aspetto da Lei che vada a visitare i progetti, faccia opera di sensibilizzazione, rafforzi la comunicazione e parli con le persone sul campo per migliorare l'attuazione e rispondere più efficacemente alle loro esigenze»*.

La lettera contiene anche una parte comune destinata a tutti i Commissari che recita: *«Dovrà [...] dare maggiore visibilità ai progetti dell'UE che cambiano la vita quotidiana delle persone», e «La Commissione avvierà una nuova fase di dialogo con i cittadini e i portatori di interessi. Sarà Suo compito organizzare una prima edizione dei dialoghi annuali con i giovani sulle iniziative politiche nei primi 100 giorni, in modo che i giovani possano essere ascoltati e possano contribuire a plasmare il Suo lavoro»*.

Comunicare l'Europa deve essere sempre più una responsabilità comune, condivisa tra le istituzioni europee, nazionali e locali. In particolar modo nel caso della politica di coesione, dove si applica il cosiddetto **principio della gestione condivisa**.

Comunicare è sinonimo di opportunità perché migliorare la visibilità dei risultati dei finanziamenti dell'UE giova anche alla reputazione delle istituzioni nazionali e locali, che sono in ultima analisi responsabili della realizzazione dei programmi.

Questa è la logica di fondo che deve orientare le attività di comunicazione a cui la Regione Molise intende mirare: un'azione complementare tra il ruolo dell'UE e quello svolto dalle Autorità di Gestione negli Stati membri.

Parimenti, è importante sensibilizzare i beneficiari per comunicare al meglio i loro progetti.

¹ Il dato è stato reperito dal Piano triennale dei fabbisogni di personale 2025 – 2027 di cui al PIAO approvato con Delibera di Giunta regionale n. 141 del 26-05-2025

https://cloud.urbi.it/urbi/progs/urp/ur2DE001.sto?StwEvent=101&DB_NAME=I1200158&IdDelibere=134534

Aumentare la visibilità di un progetto offre molteplici vantaggi, come raggiungere potenziali partner per progetti futuri o attrarre investitori privati.

La *road map* è dunque già tracciata: maggiore presenza, coinvolgimento dei cittadini e dei rappresentanti nazionali e locali, e impegno più incisivo nella comunicazione.

Oggi, comunicare in modo efficace la Politica di Coesione significa molto più che “informare”: vuol dire coinvolgere attivamente i cittadini, favorire la partecipazione dei territori, promuovere una cultura della conoscenza condivisa, della valutazione e del risultato, stimolando il dialogo tra istituzioni, imprese, società civile e comunità locali.

In un contesto segnato da sfide complesse – transizione ecologica, trasformazione digitale, coesione sociale – la comunicazione pubblica assume una funzione abilitante per rendere concreti i valori europei di **inclusione, sostenibilità, trasparenza e responsabilità**.

La definizione della strategia parte da un’approfondita analisi del contesto attuale e dai risultati ottenuti nelle programmazioni precedenti, fondandosi su tre elementi chiave:

- 1 - una narrazione coinvolgente ed empatica che mette in luce i risultati e gli impatti concreti del Programma sulla vita dei cittadini, utilizzando **strumenti di storytelling esperienziale** capaci di suscitare partecipazione e senso di appartenenza;
- 2 - **un’informazione tempestiva, chiara e accessibile**, che renda note le opportunità offerte, adottando modalità inclusive per assicurare la più ampia diffusione possibile;
- 3 - **la valorizzazione delle buone pratiche** sviluppate nel ciclo di programmazione precedente, integrate con le novità introdotte dalla Politica di Coesione 2021–2027, per costruire un *continuum* di innovazione e miglioramento.

Al fine di raggiungere tali obiettivi, la Regione Molise intende adottare una **strategia di comunicazione integrata**, attraverso un approccio di tipo costruttivo che metta le persone al centro, partendo da una informazione ampia, completa, puntuale ed inclusiva relativamente ad ogni fase dell’attuazione del Programma, al fine di garantire quel processo partecipativo che rappresenta il presupposto della buona riuscita delle azioni del PR Molise 21-27.

In tale contesto, il canale di comunicazione privilegiato sarà il sito web tematico dedicato al PR Molise FESR FSE 2021/2027, il quale dovrà essere costantemente aggiornato e diventare strumento di riferimento sia per il pubblico interno che per quello esterno all’Amministrazione regionale.

La comunicazione sarà dunque uno strumento strategico per tradurre la complessità del Programma in messaggi chiari, rendere visibili le opportunità concrete per i cittadini e le imprese, e favorire un impatto reale sul territorio.

Questa strategia si fonda su **quattro pilastri fondamentali**:

- **Inclusione:** garantire a tutti – comprese le persone con disabilità o con minori competenze digitali – il diritto all’informazione, attraverso una narrazione semplificata, chiara ed accessibile;
- **Partecipazione:** promuovere il coinvolgimento attivo dei destinatari, dei beneficiari, degli stakeholder pubblici e privati e della cittadinanza in tutte le fasi del ciclo di vita del Programma;
- **Sostenibilità:** adottare strumenti e approcci comunicativi coerenti con i principi ambientali, sociali e digitali promossi dall’UE;

- **Condivisione:** diffondere conoscenza ed esperienze, valorizzando le buone pratiche ed i risultati conseguiti.

La Regione Molise, consapevole dell'importanza della comunicazione pubblica come bene comune e leva di sviluppo, si impegna dunque a costruire un sistema comunicativo moderno, multicanale, responsabile, in grado di dare voce ai territori, valore alle risorse europee e visibilità ai risultati del Programma.

1. INQUADRAMENTO NORMATIVO

Il contesto normativo della comunicazione della politica di coesione ha subito un'evoluzione nell'arco dei diversi periodi di programmazione: rispetto agli iniziali requisiti di pubblicità si è passati a veri e propri obblighi di comunicazione e trasparenza sempre più dettagliati.

Il **Regolamento (UE) 2021/1060** - principale atto normativo che stabilisce le **disposizioni comuni** per l'utilizzo dei fondi strutturali e di investimento europei (come il Fondo europeo di sviluppo regionale, il Fondo sociale europeo Plus, il Fondo di coesione, ecc.) per il periodo di programmazione 2021-2027 - stabilisce, in modo chiaro e dettagliato, le disposizioni in materia di visibilità, trasparenza e comunicazione, in particolare agli articoli da 46 a 50 e nell'Allegato IX, il quale definisce appunto gli standard grafici dell'emblema dell'Unione europea e fornisce indicazioni in merito al diritto d'autore, alla riproduzione e alla diffusione dei materiali informativi.

Le disposizioni in materia di informazione e comunicazione per il periodo 2021-2027 tentano di trovare un giusto equilibrio tra il rafforzamento delle responsabilità degli Stati membri, delle Autorità di gestione (Ministeri e Regioni) e dei beneficiari e l'alleggerimento dell'onere normativo a cui gli stessi sono soggetti.

L'articolo 22 del Regolamento (UE) 2021/1060 prevede che ogni Programma definisca una strategia di comunicazione integrata, che espliciti il contributo agli obiettivi strategici dell'UE e promuova la comunicazione dei risultati in modo chiaro e accessibile. Questo impianto normativo mira ad ampliare la disponibilità di dati pubblici online, potenziando la trasparenza sulle opportunità di finanziamento e sull'attuazione concreta dei Programmi Regionali.

Al fine di meglio inquadrare il cambio di passo del settennio 2021/2027 rispetto alle precedenti programmazioni, si riporta uno stralcio dell'art. 22 del Regolamento (UE) 2021/1060

“ciascun Programma stabilisce una strategia che indichi il contributo del programma agli obiettivi strategici (...) e la comunicazione dei risultati”

e che, diversamente dal periodo 2014-2020 nel quale la strategia di comunicazione era descritta all'interno di un documento separato dal Programma e non era soggetta ad una valutazione formale da parte della Commissione europea, contiene in un apposito capitolo,

“l'approccio previsto in termini di comunicazione e visibilità del Programma mediante la definizione dei suoi obiettivi, del pubblico destinatario, dei canali di comunicazione, compresa la diffusione sui social media, ove opportuno, del bilancio previsto e dei pertinenti indicatori di sorveglianza e valutazione”.

Nello specifico, gli obiettivi identificati devono essere chiari, realistici, misurabili e coerenti con il Programma, i destinatari e i canali di comunicazione, compresi i social media, devono essere definiti in maniera chiara, coerente, spiegandone la scelta; il budget destinato; gli indicatori principali e target realistici che consentano di effettuare un adeguato monitoraggio e valutazione.

Allo stesso tempo, il Regolamento rafforza le responsabilità delle Autorità di Gestione in termini di trasparenza e visibilità, secondo quanto riportato all'art. 49. Inoltre, secondo la prescrizione dell'art. 48 comma 2, *“ciascuna Autorità di Gestione individua un responsabile della comunicazione per ciascun programma. Un responsabile della comunicazione può essere responsabile di più di un programma”*. L'art. 50 del Regolamento (UE) 2021/1060 stabilisce infine specifici obblighi in capo ai beneficiari in merito alla trasparenza sul sostegno ricevuto dai fondi e comunicazione sulle operazioni cofinanziate dai Programmi.

Dunque, particolare rilievo è attribuito alla responsabilità degli Stati membri, ai sensi della Sezione I e II del Capo III del Regolamento (UE) 2021/1060, nel garantire:

- a) la visibilità del sostegno dell'Unione in tutte le operazioni finanziate, con attenzione specifica agli interventi di importanza strategica;
- b) la comunicazione ai cittadini dell'UE del ruolo e dei risultati dei fondi, anche attraverso la creazione di un portale web unico nazionale, che consenta l'accesso integrato a tutte le informazioni relative ai programmi cofinanziati.

Oltre al Regolamento succitato, rientrano nella cornice normativa di riferimento in materia di informazione e comunicazione le **Linee Guida per la pianificazione strategica delle attività di comunicazione LG - COM v1.0** (novembre 2023), le **Linee Guida sulla comunicazione delle Operazioni di importanza Strategica - OIS LG - COM OIS v2.0** (novembre 2024), le **Linee Guida per la comunicazione dei Programmi sul portale OpenCoesione LG - COM OC v2.0** (novembre 2024) nonché, più in generale, le Norme sulla comunicazione e la visibilità dei Programmi di finanziamento dell'Unione Europea 2021-2027 – Guida per gli Stati membri.

Le novità introdotte sono principalmente tre:

1 - l'utilizzo di un *brand unico* al posto delle decine sviluppate dai vari Programmi: tale scelta dovrebbe garantire una maggiore riconoscibilità degli interventi e una unitarietà visiva sui territori. A tal proposito, il Dipartimento per le politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri per il periodo 2021-2027 ha definito per la prima volta un *brand* comune per identificare gli investimenti – cofinanziati sia con risorse europee che nazionali – volti a ridurre le disparità territoriali; è stato dunque elaborato il brand **“Coesione Italia”**, lo strumento unitario per la comunicazione dei Programmi regionali e nazionali italiani sostenuti da risorse per la coesione, poi declinato a livello regionale e abbinato alla bandiera europea.

2 - predisposizione di azioni rinforzate di comunicazione per le cosiddette **“Operazioni di importanza strategica”** (interventi altamente qualificanti – e dunque raccontabili – per un territorio) o per progetti che beneficino di un finanziamento di oltre 10 milioni di euro; in questo ambito i beneficiari e le Autorità di Gestione sono tenuti ad attivare azioni di comunicazione, eventi pubblici e altro per presentare queste operazioni (progetti) ai cittadini, ai media e agli stakeholder. Inoltre, le Autorità di Gestione sono tenute a pubblicare sul web un calendario di preavviso degli inviti a presentare proposte;

3 - rafforzamento della comunicazione con azioni concrete: l'Italia si sta muovendo in questa direzione; dimostrazione è il **sito unico nazionale OpenCoesione** (<https://opencoesione.gov.it/it/>), nato come portale basato su dati e monitoraggio civico, si sta trasformando in un collettore di storie, notizie, video di progetti, oltreché punto di accesso per le opportunità di finanziamento.

Una comunicazione più efficace di questi interventi, oltre a rispettare il dettato normativo comunitario, contribuisce a rafforzare la conoscenza dei vantaggi forniti dall'UE alla vita delle persone e a migliorare l'immagine pubblica dell'Unione

2. ANALISI DEL CONTESTO

La definizione della Strategia di Comunicazione più idonea a raggiungere il pubblico di riferimento e gli stakeholder prende le mosse da un'attenta analisi del PR Molise FESR FSE 2021 – 2027 nell'ambito del quale sono stati definiti gli Obiettivi Specifici che costituiscono la cornice programmatica.

La dotazione finanziaria che l'UE ha destinato alla Regione Molise ammonta ad **€ 281.741.990,00**, di cui € 223.621.054,00 per interventi FESR e € 58.120.936,00 € al FSE+, che unitamente alla quota di cofinanziamento statale e regionale cuba un ammontare complessivo del PR pari ad **€ 383.321.040,00** sulla base della ripartizione che di seguito si riporta:

PRIORITÀ 1: Un Molise più intelligente

Dotazione finanziaria: € 60 milioni – FESR

Promuove l'innovazione, la digitalizzazione, la competitività e lo sviluppo delle competenze per la transizione verso un'economia più intelligente.

Obiettivi Specifici:

1. Rafforzare la ricerca, l'innovazione e l'adozione di tecnologie avanzate;
2. Incentivare la digitalizzazione di cittadini, imprese e PA;
3. Sostenere la competitività e l'occupazione nelle PMI;
4. Sviluppare competenze per la transizione industriale e l'imprenditorialità.

PRIORITÀ 2: Un Molise più verde

Dotazione finanziaria: € 66,4 milioni – FESR

Promuove la sostenibilità ambientale, la resilienza ai cambiamenti climatici e l'uso efficiente delle risorse.

Obiettivi Specifici:

1. Adattarsi ai cambiamenti climatici e prevenire i rischi;
2. Favorire la gestione sostenibile dell'acqua;
3. Incentivare l'economia circolare;
4. Proteggere la biodiversità e ridurre l'inquinamento.

PRIORITÀ 3: Un Molise più connesso

Dotazione finanziaria: € 50 milioni – FESR

Mira a superare l'isolamento territoriale, migliorando la mobilità sostenibile e l'accessibilità.

Obiettivo Specifico:

1. Potenziare la mobilità locale, regionale e nazionale, anche in ottica climatica e transfrontaliera.

PRIORITÀ 4: Un Molise più sociale attraverso l'occupazione

Dotazione finanziaria: € 22,6 milioni – FSE+

Contrasta le disuguaglianze promuovendo l'accesso all'occupazione e l'inclusione nel mercato del

lavoro.

Obiettivi Specifici:

1. Facilitare l'ingresso nel mondo del lavoro, soprattutto per giovani e categorie svantaggiate;
2. Favorire la parità di genere e l'equilibrio vita-lavoro;
3. Promuovere ambienti di lavoro sani, adattivi e inclusivi.

 PRIORITÀ 5: Un Molise più sociale attraverso istruzione e formazione

Dotazione finanziaria: 16,6 milioni – FSE+

Punta a migliorare la qualità, l'inclusività e l'aderenza al mercato del lavoro dei sistemi educativi.

Obiettivi Specifici:

1. Rafforzare l'efficacia della formazione e dell'apprendimento permanente;
2. Promuovere percorsi di *upskilling* e *reskilling*, anche in chiave digitale e imprenditoriale.

 PRIORITÀ 6: Un Molise più sociale attraverso inclusione e protezione sociale

Dotazione finanziaria: € 28 milioni – FSE+

Sostiene l'inclusione attiva e l'accesso a servizi essenziali per migliorare la qualità della vita.

Obiettivi Specifici:

1. Promuovere pari opportunità e inclusione attiva;
2. Migliorare l'accesso a servizi sanitari, sociali e abitativi sostenibili.

 PRIORITÀ 7: Un Molise più sociale attraverso l'occupazione giovanile

Dotazione finanziaria: € 12,4 milioni – FSE+

Incentiva l'inserimento lavorativo dei giovani e il contrasto alla disoccupazione giovanile.

Obiettivo Specifico:

1. Facilitare l'accesso all'occupazione giovanile, anche tramite misure di attivazione e autoimpiego.

 PRIORITÀ 8: Un Molise più vicino ai cittadini

Dotazione finanziaria: € 67 milioni – FESR

Riduce le disparità territoriali, valorizzando lo sviluppo integrato delle aree urbane e interne.

Obiettivi Specifici:

1. Promuovere sviluppo e sicurezza nelle aree urbane;
2. Sostenere la crescita integrata nelle aree marginali (in coerenza con la Strategia Nazionale per le Aree Interne).

 PRIORITÀ 9 e 10 – AT FESR e FSE+

Sono state, tra l'altro, introdotte dalla recente riprogrammazione del Programma (Decisione C (2025) 5660 final dell'8 agosto 2025 due nuove Priorità per gli Obiettivi Specifici dedicati a STEP:

 PRIORITÀ 11

Dotazione finanziaria: € 26,2 milioni - FESR

Obiettivo Strategico 1, in linea con il Reg. (UE) 2024/795, dedicato a Tecnologie deep tech, digitali e biotecnologie, con l'obiettivo di sostenere investimenti in queste tecnologie critiche.

 PRIORITÀ 12

Dotazione finanziaria: € 18,5 milioni - FESR

nell'Obiettivo Strategico 2, focalizzato su Tecnologie pulite, per supportare progetti innovativi nello sviluppo e nella produzione di tecnologie critiche strategiche sostenibili ed efficienti in termini di risorse, comprese quelle a zero emissioni nette.

L'aumento consistente delle risorse rispetto alla precedente programmazione impone alla Regione Molise di **rafforzare il proprio sistema comunicativo**, ampliandone la portata, la qualità e l'efficacia delle azioni previste.

La Strategia di Comunicazione deve pertanto essere **ambiziosa, inclusiva e proattiva**, in grado di accompagnare l'intero ciclo di programmazione e facilitare il raggiungimento degli obiettivi del Programma attraverso il coinvolgimento consapevole di tutti gli attori del territorio.

3. GOVERNANCE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

In ottemperanza all'art. 48, comma 2, del Reg. (UE) 1060/2021, l'Autorità di Gestione ha individuato quale Responsabile della Comunicazione il Dirigente pro tempore del Servizio Coordinamento Programmazione Comunitaria Fondo FESR – FSE.

Difatti, in seguito dell'ultimo aggiornamento della governance e dell'organigramma dell'Autorità di Gestione PR FESR-FSE+ 2021-2027, approvato con D.G.R. n. 253 del 4 agosto 2025, il diagramma di sintesi (allegato "A") corredato da brevi istruzioni esplicative, fa coincidere la figura del Responsabile della Comunicazione con quella dell'Autorità di Gestione del PR Molise FESR-FSE+ 2021-2027, la quale - a sua volta - corrisponde al Direttore pro-tempore del Servizio Coordinamento Programmazione Comunitaria Fondo FESR FSE.

Il Responsabile della Comunicazione svolge un ruolo centrale nel garantire il coordinamento, la supervisione e il monitoraggio delle azioni previste dalla strategia di comunicazione. Tra le sue responsabilità rientrano le attività di informazione, pubblicità e divulgazione, la gestione dei rapporti con i beneficiari e il partenariato, nonché l'interazione con le strutture regionali coinvolte. Cura, inoltre, la realizzazione di campagne e eventi, fornisce supporto organizzativo ai Comitati di Sorveglianza e si occupa dell'implementazione e della gestione dei sistemi e degli strumenti informativi.

Infine, assicura tutte le attività necessarie per la valutazione della strategia stessa.

A supporto del Responsabile della Comunicazione dovrà essere costituito un *Gruppo di lavoro*, la cosiddetta **Rete dei Referenti Comunicazione (RRC)**, la quale dovrà essere in grado di fornire un efficace supporto all'amministrazione regionale nella definizione degli indirizzi e nella progettazione, attuazione, monitoraggio e valutazione delle iniziative di informazione e comunicazione del PR MOLISE 2021-2027.

La Rete sarà costituita dai seguenti membri:

- Responsabile comunicazione PR FESR FSE 2021-2027, Dirigente pro tempore Servizio Coordinamento Programmazione Fondo FESR – FSE Regione Molise;
- n. 1 funzionario referente per ogni Servizio gestore di OP individuato dal rispettivo Direttore pro tempore;
- n. 1 referente per ciascun Organismo intermedio (Sviluppo Italia Molise, Autorità Area Urbana)

- n. 1 referente nell'ambito dell'Assistenza Tecnica PR FESR FSE 2021-2027;
- n. 1 referente della software house Molise Dati Spa per le attività di manutenzione del sito web e con competenze di graphic design e social media;
- n. 1 referente Ufficio Scolastico Regionale;
- n. 1 referente Università degli Studi del Molise;
- n. 1 o più referenti del partenariato economico - sociale di volta in volta interessate dalla tematica oggetto di attività di informazione e/o comunicazione.

Al fine di poter garantire una comunicazione efficace e continua tra i membri del team, verranno adottati strumenti digitali funzionali e facilmente accessibili, che favoriscano la collaborazione, la condivisione immediata di informazioni e il coordinamento delle attività. Per lo scambio di informazioni, oltre alle e-mail, verrà creato un apposito canale Teams quale repository di aggiornamenti operativi e documentazione foto, video, interviste, loghi, press kit, comunicati stampa, documentazione tecnica e amministrativa):.

Verranno organizzate riunioni operative periodiche – in presenza o da remoto - per valutare l'andamento del progetto, risolvere criticità e favorire la coesione del gruppo.

Tabella 1. Struttura responsabile della Strategia di Comunicazione

Struttura responsabile della Strategia di Comunicazione	
Responsabile della Comunicazione	Dirigente pro tempore Servizio Coordinamento Programmazione Comunitaria Fondo FESR – FSE
Indirizzo	Via XXIV Maggio n.130, 86100 Campobasso
E-mail	alberta.delisio@regione.molise.it comunicazionefesrfse@regione.molise.it

4. OBIETTIVI E CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA

L'obiettivo strategico, come in precedenza evidenziato, delle iniziative di comunicazione sarà quello di **porre al centro della comunicazione le persone, i cittadini, i beneficiari e il partenariato economico e sociale**, affinché l'informazione non sia solo un flusso unidirezionale, ma un processo dinamico, trasparente e partecipato.

La presente strategia si pone i seguenti obiettivi generali:

- 1. pubblicizzare la nuova programmazione**, attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione utilizzando i diversi canali e le diverse forme della comunicazione;
- 2. comunicare le opportunità**, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy;
- 3. incoraggiare i potenziali beneficiari** ad accedere alle opportunità offerte, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione, in collaborazione con tutte le amministrazioni coinvolte;
- 4. promuovere la conoscenza** e l'informazione degli interventi, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo, anche individuando uno o più **Ambassador** (testimonial) del PR FESR FSE Molise 2021/2027;

5. facilitare lo scambio di esperienze tra portatori d'interesse e le azioni di rete, anche attraverso la creazione di piattaforme, forum ed eventi;

6. diffondere i risultati raggiunti e le ricadute sui territori, promuovendo la conoscenza delle buone pratiche.

In tal senso, la comunicazione si configura come strumento essenziale per garantire:

- **trasparenza**, attraverso informazioni complete, chiare, accessibili e tempestive;
- **bidirezionalità**, riconoscendo ai destinatari un ruolo attivo nel dialogo e nella co-progettazione della comunicazione;
- **personalizzazione**, mediante strumenti e linguaggi adattati alle specifiche esigenze dei diversi target;
- **coerenza**, grazie a una visione unitaria e integrata delle attività comunicative;
- **visibilità**, con il rafforzamento dell'identità del Programma attraverso una *brand identity* riconoscibile;
- **multisetorialità**, valorizzando l'integrazione del PR 2021–2027 con le ulteriori politiche di coesione e comunque nel quadro della programmazione unitaria della Regione Molise;
- **accessibilità**, progettando e contenuti che possano essere compresi, utilizzati e apprezzati da tutti, indipendentemente dalle capacità fisiche, sensoriali o cognitive.
- **decentramento**, promuovendo una comunicazione diffusa, radicata nei territori e rivolta a tutti gli stakeholder coinvolti nella gestione delle politiche pubbliche.

In particolare, due saranno le tematiche principali attorno alle quali Regione Molise – con l'aiuto dei finanziamenti europei del PR Molise FESR FSE 2021/2027 – svilupperà le proprie iniziative di sensibilizzazione:

1. Progetto C.L.A.R.I.T.Y. (Connecting Learning And Rights for Individuals with The intellectual disability) presentato al Forum PA2024, il cui obiettivo principale è garantire che tutte le persone con disabilità - in particolare quelle con disabilità intellettiva - possano partecipare attivamente alla vita sociale e politica, avendo la possibilità di informarsi e comprendendo le questioni che riguardano i loro diritti e opportunità, facilitando una maggiore comprensione delle questioni europee e promuovendo la consapevolezza dei diritti e delle opportunità disponibili sul territorio.

2. Attività di sensibilizzazione contro abuso alcool soprattutto tra i giovani e i giovanissimi: tale esigenza nasce dal triste primato che attribuisce al Molise il primo posto in Italia per percentuale (36,6%) di consumatori di alcol 'a maggior rischio' per la salute, per quantità o modalità di assunzione, il doppio rispetto alla media nazionale (17,8%). Analogo 'primato' (25,7%) per gli adulti che hanno dichiarato consumi episodici eccessivi di bevande alcoliche, il cosiddetto *Binge drinking*. È quanto si rileva dal report del sistema di sorveglianza PASSI (Progressi delle Aziende Sanitarie per la Salute in Italia), redatto dall'Istituto Superiore di Sanità (ISS) e riferito al biennio 2023-2024², le cui risultanze sono state pubblicate nel mese di giugno 2025. Tali dati lanciano un vero e proprio allarme per **l'abuso di alcool tra i giovani**, con il Molise regione ad alto rischio: qui si eccede anche in età giovanissima. Sotto accusa le “abbuffate alcoliche”: si beve fino a stare male; shottini di rum e vodka, o cocktail e

² Per approfondimenti, è possibile verificare il dato su <https://www.epicentro.iss.it/passi/dati/alcol?tab-container-1=tab1>

superalcolici ingeriti per ore, con serate che finiscono spesso in tragedia e con ragazzini finanche in coma etilico.

Stante le due tematiche di forte impatto sociale che l'Amministrazione ha ritenuto potessero rappresentare il *fil rouge* che accompagnerà il PR Molise FESR FSE 2021/2027 – accanto alla classica comunicazione relativa ai risultati più intrinseci della programmazione regionale – il principale strumento di veicolazione è rappresentato dallo **storytelling**, dalla narrazione.

Ovviamente, l'approccio strategico sarà comunque di tipo integrato: si cercherà di confrontare canali e strumenti con le iniziative di altri Programmi relativi ai Fondi europei anche grazie alla partecipazione e co-progettazione delle attività con il network europeo **Inform Eu**, la rete nazionale "**Rete nazionale INFORM ITA**" e le iniziative della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud fornite dal portale https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/.

Si porrà particolare attenzione al raggiungimento di risultati concreti, attraverso la produzione di contenuti chiari, immediatamente utilizzabili e orientati a soddisfare le esigenze informative del pubblico.

La strategia è pensata per garantire anche la necessaria flessibilità operativa, così da poter reagire rapidamente a eventuali cambiamenti normativi, tecnologici o di contesto.

L'obiettivo principale consiste nel far sì che la comunicazione non accompagnerà semplicemente l'attuazione del Programma, ma agirà come **leva strategica**, in grado di migliorare sia il benessere socio-economico della comunità territoriale che la comprensione dell'impatto positivo degli interventi, favorendo la trasparenza, la responsabilità e la fiducia dei cittadini nelle istituzioni.

In coerenza con quanto definito nelle "*Linee Guida per la pianificazione strategica delle attività di comunicazione*" LG - COM v1.0, in particolare l'*Allegato 1 - Format operativi per il Piano annuale della comunicazione* del Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud, la naturale declinazione della strategia sarà elaborata in un **piano di comunicazione esecutivo annuale** che dovrà saper cogliere l'opportunità di proporre un mix delle attività di comunicazione in termini di pianificazione e adeguamento ai fabbisogni che possono emergere nel corso del tempo e che saranno definiti in considerazione dei risultati raggiunti grazie agli indicatori di monitoraggio.

Il *leitmotiv* nella definizione dei Piani annuali di comunicazione sarà rappresentato da tre principi basilari: la sostenibilità, il contrasto alle discriminazioni e la sensibilizzazione rivolta a target specifici della comunità locale.

A tali principi corrispondono scelte di comunicazione, quali l'utilizzo prevalente di media sostenibili, l'accessibilità delle informazioni, con una particolare attenzione per le persone con disabilità e in condizione di emarginazione, l'adozione di una comunicazione attenta alle diversità e, in generale, la promozione della massima partecipazione e dialogo tra cittadini, partner e stakeholder.

In questo modo, si contribuirà a costruire un'immagine istituzionale positiva, concreta e tangibile, che rafforzerà l'efficacia complessiva degli interventi e valorizzerà il ruolo fondamentale del Programma regionale.

5. DESTINATARI

I destinatari delle attività di comunicazione possono essere distinti nei seguenti gruppi target:

- **beneficiari potenziali**, ai quali devono essere fornite informazioni sulle attività finanziabili e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti;

- **beneficiari effettivi**, che devono essere informati degli obblighi regolamentari ai sensi dell'art. 50 del Regolamento (UE) 2021/1060 in quanto fruitori di finanziamenti del PR e assistiti/coadiuvati nel loro espletamento, ad esempio attraverso la predisposizione e diffusione di modelli e esempi per gli adempimenti relativi alla comunicazione;

- **grande pubblico in genere**, verso il quale divulgare informazioni sul ruolo dell'UE e il valore aggiunto del sostegno FESR e FSE+ unitamente a fondi nazionali e regionali e ai risultati di tale intervento;

- **moltiplicatori di informazione** ovvero, oltre ai mass media (che per loro natura sono divulgatori di informazioni), specifici gruppi di destinatari in grado di ritrasmettere e veicolare le informazioni.

Sarà prevista anche una forma di **comunicazione interna**, dedicata al personale regionale, attraverso l'utilizzo di canali e strumenti diversificati che supporteranno dirigenti, funzionari, tecnici e collaboratori a vario titolo interessati dal PR Molise. Assicurare una comunicazione interna efficiente è essenziale per garantire una corretta e puntuale informazione all'esterno.

La necessità di svolgere un'attività di comunicazione rivolta a target distinti si traduce nell'individuazione di azioni di comunicazione specifiche che saranno pianificate in modo sinergico al fine di poterne garantire una migliore visibilità e una maggiore efficacia.

La segmentazione del target deve essere assolutamente presa in considerazione al fine di individuare valori, messaggi e canali più efficaci per impostare le attività di comunicazione.

6. AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

In linea con gli obiettivi e i destinatari sopracitati, e allo scopo di offrire la massima visibilità al Programma e garantire la trasparenza degli interventi e l'accessibilità ai finanziamenti, si intende mettere in campo una serie di azioni di comunicazione e informazione per accompagnare l'attuazione del Programma lungo tutto il corso della sua durata.

Rientrano a titolo non esaustivo le seguenti azioni:

- gli **interventi di comunicazione on line ed off line** per fornire ai potenziali beneficiari informazioni chiare e trasparenti in merito alle opportunità di finanziamento;
- gli **interventi di informazione** (es. kick off meeting, webinar, seminari etc.) rivolti ai beneficiari selezionati per rendere chiare le informazioni in merito ad attuazione e rendicontazione degli interventi;
- la **realizzazione di strumenti digitali** per il sostegno ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari selezionati (esempio implementazione e costante aggiornamento del sito web del PR, utilizzo social network etc.);
- gli **interventi di formazione** diretti a personale interno alla Regione Molise ed alle parti sociali coinvolte nella realizzazione di interventi strategici;
- la **realizzazione di campagne di comunicazione** per informare sui risultati raggiunti dal Programma e relativamente ai due grandi temi di cui al paragrafo 4 del presente documento, ovvero partecipare attivamente alla vita sociale e politica per gli interlocutori con disabilità intellettiva e sensibilizzare alla lotta contro l'abuso dell'alcool.

Di seguito una tabella esplicativa dei principali strumenti di comunicazione ed informazione e relativi target di destinatari:

Canali e Strumenti	Target
Sito web	Cittadine e cittadini; Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Moltiplicatori di informazione
Newsletter	Cittadine e cittadini; Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Moltiplicatori di informazione
Social Media	Cittadine e cittadini (soprattutto giovani) Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Moltiplicatori di informazione
Inserzioni pubblicitarie web	Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Destinatari di interventi
Eventi pubblici informativi e seminari specifici	Cittadine e cittadini; Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Moltiplicatori di informazione
Pubblicazioni, produzioni audiovisive e materiale promozionale/informativo	Beneficiari effettivi; Destinatari di interventi; Moltiplicatori di informazione
Comunicati stampa	Cittadine e cittadini; Beneficiari potenziali; Beneficiari effettivi; Moltiplicatori di informazione

Un'attenzione particolare sarà riservata alla semplificazione dei contenuti e dei linguaggi, soprattutto nelle comunicazioni digitali, per migliorare l'usabilità e favorire una fruizione più ampia e immediata.

Brand Identity

Per il periodo di programmazione 2021-2027, in particolare, il Regolamento (UE) n. 1060 del 2021 Disposizioni comuni ai fondi (RDC), in particolare art. 46, 47, 48, 49 e 50, incoraggia la costruzione di un percorso di riconoscibilità armonica e unitaria degli investimenti europei, anche per generare migliori impatti sulla visibilità dei risultati che quotidianamente entrano nella vita delle comunità e dei cittadini europei. Per affiancare i territori nel cogliere questa sfida anche a livello nazionale, il Dipartimento per le politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha confermato anche per il periodo

2021-2027 il portale OpenCoesione quale portale nazionale per la comunicazione e la pubblicazione dei dati relativi ai programmi cofinanziati, e ha definito per la prima volta un *brand* comune per identificare gli investimenti – cofinanziati sia con risorse europee che nazionali – volti a ridurre le disparità territoriali. Nasce così il brand “Coesione Italia”, lo strumento unitario per la comunicazione dei Programmi regionali e nazionali italiani sostenuti da risorse per la coesione.

Il nuovo *brand* unitario, le cui caratteristiche di semplicità, armonicità e modularità consentono una agile applicazione a tutti gli strumenti e per tutti i diversi attori e stakeholder coinvolti, ha l’obiettivo di favorire una migliore riconoscibilità di programmi, progetti e risultati, riducendo la frammentazione identitaria che negli anni si è rivelata un punto di debolezza per promozione e disseminazione di queste politiche.

La Regione Molise, in conformità con gli artt. da 46 a 50 del Regolamento (UE) 2021/1060 e dell’Allegato IX, garantirà la declinazione del [Toolkit grafico e Brand book v2.0 personalizzato logo unico 2021-2027 - Amministrazioni Regionali](#) in un “Manuale d’uso dell’immagine coordinata” e/o nella realizzazione di apposite “Linee guida operative per le azioni di comunicazione” destinate sia ai beneficiari interni che soprattutto a quelli esterni al fine di fornire indicazioni per l’applicazione corretta dell’identità visiva del marchio unitario.



Le iniziative e tutti i materiali di comunicazione del PR Molise FESR FSE+ 2021/2027 saranno realizzati seguendo le specifiche tecniche pubblicate nel Toolkit grafico anzidetto e saranno sempre contraddistinti dalla presenza di almeno quattro loghi: al marchio unitario “Coesione Italia” Molise si aggiungono l’emblema dell’Unione Europea, l’emblema della Repubblica italiana e l’emblema della Regione Molise:



Nel caso in cui vengano visualizzati altri loghi in aggiunta a quello dell’Unione (es. quelli dei beneficiari o dei finanziatori), l’emblema UE deve essere mostrato almeno con lo stesso risalto e la stessa visibilità degli altri loghi e avere almeno le stesse dimensioni, misurate in altezza e larghezza, del più grande degli altri loghi. Nessun logo deve essere, inoltre, fuso con l’emblema dell’Unione.

Sito web e strumenti di accessibilità

Uno dei principali strumenti di comunicazione digitale è il **sito web** dedicato al PR Molise 21-27, nel quale saranno pubblicate tutte le informazioni circa obiettivi, attività, opportunità di finanziamento e risultati raggiunti.

Come previsto dall’art. 49 del Regolamento UE n. 1060/2021 l’Autorità di Gestione:

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

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

- mette a disposizione del pubblico l'**elenco delle operazioni selezionate per ricevere sostegno dai fondi** sul sito web in almeno una delle lingue ufficiali delle istituzioni dell'Unione e aggiorna l'elenco almeno ogni quattro mesi. A ciascuna operazione è attribuito un codice unico.

L'elenco contiene gli elementi seguenti:

- a) per le persone giuridiche, il nome del beneficiario e, nel caso di appalti pubblici, del contraente;
- b) se il beneficiario è una persona fisica, nome e cognome, nel rispetto delle disposizioni in materia di privacy (da rimuovere due anni dopo la pubblicazione iniziale sul sito);
- c) la denominazione dell'operazione;
- d) lo scopo dell'operazione e i risultati attesi o conseguiti;
- e) la data di inizio dell'operazione;
- f) la data prevista o effettiva di completamento dell'operazione;
- g) il costo totale dell'operazione;
- h) il fondo interessato;
- i) l'obiettivo specifico interessato;
- j) il tasso di cofinanziamento dell'Unione;
- k) l'indicatore di località o di geolocalizzazione per l'operazione e il paese interessati;
- l) per le operazioni mobili o che riguardano diverse località, la località del beneficiario se si tratta di una persona giuridica; o la regione a livello NUTS 2 se il beneficiario è una persona fisica;
- m) la tipologia di intervento dell'operazione in conformità dell'articolo 73, paragrafo 2, lett. g del RDC.

I dati sono pubblicati sul sito web in formati aperti e leggibili meccanicamente, come stabilito all'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva (UE) 2019/1024 del Parlamento europeo e del Consiglio, che consentano di ordinare, utilizzare in operazioni di ricerca, estrarre, comparare e riutilizzare i dati.

Prima della pubblicazione, l'Autorità di Gestione informa i beneficiari che i dati saranno resi pubblici.

L'Autorità di Gestione provvede affinché i materiali inerenti alla comunicazione e alla visibilità, anche

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

Il sito **web** sarà uno dei mezzi privilegiato di comunicazione, gli interventi sul sito saranno rivolti ad aumentare e favorire la divulgazione delle informazioni, assicurandone la chiarezza e l'accessibilità. Sarà usato un approccio più visivo, sarà incentivato l'uso di immagini affinché la navigazione risulti piacevole ed efficace.

Si darà valore **alla trasversalità dei contenuti** così come richiesto dalle norme vigenti in materia di accessibilità dei servizi.

Il sito sarà sviluppato in coerenza con le [Linee Guida relative all'accessibilità dei servizi](#), in attuazione del D. Lgs. n. 82/2022 che ha recepito la Direttiva Europea 2019/882, nota come *European Accessibility Act (EAA)* **per garantire senza discriminazioni l'accesso a prodotti e i servizi digitali**.

Parlare di **accessibilità digitale** vuol dire dare quella possibilità di accedere, utilizzare servizi e contenuti tecnologici, indipendentemente dalle caratteristiche fisiche, sensoriali o cognitive degli utenti.

Fornire una piena accessibilità web a tutti significa che le informazioni fornite dovranno essere percepibili, comprensibili e accessibili attraverso più canali sensoriali, dovranno essere disponibili in formati testuali compatibili con i supporti assistivi.

A livello di **organizzazione di contenuti**, il sito prevede almeno le seguenti sezioni:

- **Home page:** vi saranno riportate le principali notizie relative al Programma (pubblicazione di bandi, scadenze, contatti, articoli di divulgazione) nonché le principali notizie legate all'attuazione. Ciascuna delle notizie sarà linkabile e porterà immediatamente;
- **Documenti:** sezione dedicata alla normativa e agli atti propri del PR (Sistema di Gestione e Controllo SiGeCo, VAS, ecc.);
- **Organizzazione:** in questa sezione saranno descritte le responsabilità, le principali attività e i contatti della struttura di gestione ed indirizzo del Programma (AdG, Autorità di Audit, Autorità Contabile, Responsabili degli interventi, Assistenza tecnica, Assessorato);
- **Opportunità e finanziamenti:** in questa sezione saranno riportati i bandi attuativi degli interventi previsti dal Programma. Gli stessi sono classificati in "aperti", "chiusi" e "preavviso" con etichette di colore diverso al fine di identificarli facilmente, in base al loro effettivo stato, e nelle pagine resterà sempre disponibile la relativa modulistica (schema di bando, allegati, determine etc...). Nella stessa sezione saranno altresì pubblicate le FAQ (Frequently Asked Questions) opportunamente aggiornate;
- **Monitoraggio e valutazione:** a queste due attività sarà dedicata questa sezione in cui saranno pubblicati i documenti relativi all'osservazione e allo studio dell'andamento e delle realizzazioni del Programma (dati di monitoraggio, valutazioni tematiche e valutazioni periodiche obbligatorie e facoltative);
- **Comunicazione e relativi obblighi per i beneficiari:** anche la comunicazione stessa avrà un suo spazio dedicato in cui saranno pubblicati: la strategia di comunicazione, i piani annuali e i documenti che indicano ai beneficiari gli obblighi da seguire per "pubblicizzare" il contributo FESR e FSE+ ricevuto; in questa sezione rientrano anche le *news* ed i comunicati stampa riguardanti il PR.
- **Comitato di sorveglianza:** spazio riservato ai membri del Comitato di Sorveglianza, dove saranno pubblicati gli atti del Comitato.
- **Contatti:** dati di contatto dell'Autorità di Gestione e di altre Autorità coinvolte nel Programma (es. Audit, Contabile);

Particolare importanza verrà data alla **pubblicazione del calendario degli inviti** a presentare proposte previsti che, come definito nell'art 49 del Regolamento (UE) 2021/1060 dovrà essere aggiornato almeno tre volte l'anno e l'elenco delle operazioni da aggiornare almeno ogni quattro mesi.

Social Media

Sarà rafforzato l'uso dei social network da parte della Regione Molise. Gli account già esistenti con la precedente programmazione (Facebook e Youtube) saranno implementati attraverso la redazione di piani editoriali personalizzati e strategici da condividere preliminarmente con l'AdG.

Per coinvolgere i cittadini in maniera proattiva sarà molto importante fornire un servizio costante e affidabile nella pubblicazione dei contenuti. Verrà individuato un solo hashtag – almeno inizialmente – che dovrà rendere evocativo e riconoscibile il sostegno dell'UE nel PR Molise FESR FSE 2021/2027.

Sui canali social troveranno spazio anche narrazioni diverse e verrà data voce ai protagonisti dei progetti finanziati, i primi Ambassador del Programma.

Attraverso questo processo di gestione dei social la Regione si **rivolgerà direttamente alle audience** con interessi specifici.

Dovrà essere sviluppata anche una **social media policy**, necessaria per affrontare eventuali crisi comunicative e/o incidenti che potrebbero verificarsi e a cui si dovrà tempestivamente porre rimedio.

Campagne pubblicitarie

Relativamente ai due temi posti al centro della strategia di comunicazione, ovvero partecipare attivamente alla vita sociale e politica per gli interlocutori con disabilità intellettiva e sensibilizzare alla lotta contro l'abuso dell'alcool, verranno ideate campagne di comunicazione utilizzando lo strumento dello *storytelling*, episodi di narrazione che dovranno comunicare un messaggio ben preciso ad target group bene definiti.

Ai fini di una più capillare diffusione dell'informazione e di una adeguata promozione e conoscenza del PR, sarà previsto anche l'utilizzo dei media classici, attraverso delle campagne pubblicitarie mirate e strategiche.

A titolo esemplificativo saranno previsti spot su radio e tv locali.

Per alcuni interventi verrà programmato l'acquisto di spazi pubblicitari esterni e/o interni su mezzi di trasporto pubblico locale.

Materiale informativo-editoriale

Il **materiale informativo** rappresenta il naturale completamento del messaggio trasmesso con gli altri media e ne **estende** i contenuti attraverso informazioni mirate e di approfondimento.

Pertanto, in riferimento ai diversi destinatari, si terrà conto della specificità di ciascuno strumento, i cui contenuti saranno declinati per target di utenza.

Tutti gli strumenti saranno personalizzati con la grafica della campagna di comunicazione, presentando i loghi e le diciture che bisogna necessariamente inserire.

Saranno realizzati materiali (**brochure, locandine, opuscoli, pieghevoli, totem, roll-up**) dedicati all'attuazione e ai risultati raggiunti dal Programma.

Per ciascun intervento – unitamente alla pubblicazione dell'Avviso – verrà predisposta una **infografica** che – in maniera chiara e semplice – aiuterà i potenziali beneficiari a capire la logica dell'intervento stesso (descrizione, contributo previsto, termini di scadenza partecipazione).

Ove stampati, tutti i materiali saranno realizzati secondo i più rigidi parametri di sensibilità ambientale: verranno utilizzate carte ecologiche prive di clorina (e/o comunque di agenti chimici sbiancanti) con consistenza fibrosa per il 30% derivata da riciclo.

La stampa, in litografia, sarà realizzata con inchiostri ecologici ad acqua.

Inoltre, in alcuni materiali verrà inserito il **Q-R-code** di collegamento diretto tramite PC o Mobile al sito di riferimento istituzionale dal quale sarà poi possibile scaricare i materiali e ottenere tutte le informazioni necessarie.

A tal riguardo si suggerirà l'utilizzo ai beneficiari del [On line generator](#), strumento messo a disposizione dalla Commissione Europea e dedicato ai beneficiari per la creazione dei poster, cartelloni, targhe. Per alcuni interventi soprattutto rivolti ai giovani – di volta in volta individuati nel Piano annuale di comunicazione – si procederà all'acquisto di coperti da fornire agli esercizi pubblici frequentati dal target group (es. pub, ristoranti, pizzerie) con un messaggio legato alla diffusione di un'iniziativa o di un risultato raggiunto dal PR Molise. Il tutto ovviamente sarà caratterizzato da una grafica accattivante.

Eventi, Seminari e workshop

Gli eventi saranno di due tipi:

1- informativo - divulgativo rivolto ai cittadini ed ai potenziali e agli attuali beneficiari nonché al partenariato sociale, istituzionale ed economico a vario titolo coinvolto (webinar informativi);

2 - tecnico (es. workshop), rivolto agli addetti ai lavori e/o ai beneficiari delle azioni del Programma; Quest'ultima tipologia sarà molto importante per rafforzare la partecipazione attiva del **partenariato** e dei referenti per il piano di comunicazione.

Potranno, infatti, essere organizzati incontri strutturati in 'tavole rotonde' e tavoli di concertazione', pensati come "sessioni di lavoro" che daranno la possibilità agli intervenuti di interagire tra loro su tematiche specifiche, al fine di:

- ✓ mettere in evidenza le esigenze e le aspettative di ciascun segmento e accogliere suggerimenti e indicazioni;
- ✓ mettere in rete le best practice e analizzarle al fine di cogliere gli aspetti che hanno reso i progetti vincenti;
- ✓ sensibilizzare gli attori del PR affinché contribuiscano alla diffusione delle informazioni implementando di fatto il Piano di Comunicazione.

Tale rete potrà collegarsi al gruppo di lavoro denominato **Rete dei Referenti Comunicazione (RRC)** di cui si è già parlato nel paragrafo 3 del presente documento.

Saranno organizzati **eventi tematici** con partecipazione dei soggetti destinatari delle misure in cui potranno mettere a fattore comune la propria esperienza e i vantaggi conseguenti agli aiuti ricevuti. Certamente saranno realizzati l'**evento annuale** e l'**evento di chiusura** del PR Molise FESR FSE+ 2021/2027.

L'organizzazione degli eventi seguirà diverse modalità, per garantire la massima partecipazione potranno altresì tenersi in modalità ibrida in presenza o da remoto.

In occasione dei webinar e degli altri possibili eventi virtuali o ibridi previsti da contratto, è possibile gestire le seguenti attività:

- **Scelta della piattaforma** più idonea e creazione di layout creativi: è fondamentale scegliere la piattaforma migliore in base agli obiettivi dell'evento.
- **Contenuti on demand** per estendere il ciclo di vita dell'evento e utilizzarlo come contenuto on demand. I contenuti degli eventi digitali possono essere scaricati per l'utilizzo offline: podcast, documenti, galleria fotografica, ecc.

7. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

In coordinamento costante e diretto con l'AdG verrà effettuata una costante **attività di analisi e monitoraggio** delle iniziative di comunicazione.

Le iniziative di valutazione e di monitoraggio sono essenziali per apportare le azioni correttive e migliorative necessarie a realizzare in modo concreto le azioni di informazione e visibilità del Programma.

Gli indicatori di monitoraggio si basano sul quadro comune di rilevazione e misurazione sistemica dell'efficacia delle azioni di comunicazione per il ciclo 2021-2027 definito a livello nazionale.

Tali indicatori, descritti in modo puntuale nelle relative note metodologiche, si riferiscono a due proposte di base per gli indicatori di output e due proposte di base per gli indicatori di risultato.

Pertanto, le attività saranno monitorate utilizzando le linee guida fornite dal Dipartimento della coesione https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027 :

- ✓ ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati; ISOCOM_1IT - Campagne di comunicazione Integrate;
- ✓ ISRCOM_1IT – Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma;
- ✓ ISRCOM_2IT – Grado di conoscenza della politica di coesione.

Questa attività fornirà report di analisi e monitoraggio completi all'AdG e sarà la base di condivisione per valutare le azioni da intraprendere al fine di conseguire gli obiettivi prefissati nella strategia di comunicazione. Il **monitoring** sarà la base per innescare processi circolari, è infatti a partire dai risultati monitorati in tempo reale che si possono modificare le strategie adottate, prevenire le eventuali crisi e ottimizzare quanto si sta realizzando.

Ad uso interno, verrà comunque utilizzata la matrice di seguito riportata al fine di riportare i dati secondo la fiche metodologica degli indicatori ISOCOM e ISRCOM su riportati.

Obiettivo Specifico	Indicatore (KPI)	Unità di Misura / Fonte	Orizzonte Temporale
1. Ampliare la portata comunicativa verso cittadini e beneficiari	Numero di utenti raggiunti tramite sito e social media	Dati analytics (Google Analytics, strumenti social)	Annuale
2. Migliorare il supporto informativo e l'accessibilità	Numero di richieste di informazione/assistenza ricevute e gestite	e-mail, helpdesk	Annuale
3. Garantire il rispetto degli obblighi di visibilità da parte dei beneficiari	Percentuale di beneficiari conformi agli obblighi di comunicazione	Monitoraggio ex post su progetti finanziati	Annuale
4. Aumentare la qualità e la quantità dei contenuti informativi	Numero e tipologia di contenuti prodotti (articoli, video, podcast, eventi)	Report redazionale, calendario editoriale	Annuale
5. Rafforzare la presenza sui media	Numero di articoli, interviste e servizi stampa/pubblicazioni	Rassegna stampa, media monitoring	Annuale
6. Monitorare la percezione e la soddisfazione degli stakeholder	Grado di soddisfazione misurato tramite survey e feedback strutturati	Questionari online, focus group, interviste	Biennale

7. Valutare l'efficacia comunicativa in termini di impatto

Incremento della partecipazione a bandi e iniziative promosse

Dati amministrativi e Biennale comparativi tra cicli di comunicazione

8. BUDGET

L'attuazione della Strategia di Comunicazione è finanziata dalle risorse stanziare nell'ambito Priorità per l'assistenza tecnica a norma dell'articolo 36, paragrafo 4, del CPR 10. "Assistenza Tecnica": il PR Molise FESR FSE+2021-2027 destina l'importo complessivo (quota FESR e quota FSE+) di € 1.218.188,00, contribuzione UE, al settore di intervento Informazione e Comunicazione (cod. 179).

A tale importo è da aggiungere la quota Stato (21%) pari ad € 365.456,40 e la quota Regione (9%) pari ad € 156.624,17.

Ciò premesso, l'importo complessivo destinato alle attività di informazione e comunicazione del PR FESR FSE+ 2021/2027 è pari ad **€ 1.740.268,57**.

Il dettaglio delle spese che si intendono sostenere sarà contenuta nei diversi piani annuali di attuazione della presente strategia approvati dall'AdG all'inizio dell'annualità.

Nel ciclo di programmazione 2021–2027, la Regione Molise dispone di una dotazione finanziaria complessiva pari a **€ 281.741.990,00** per la sola quota UE. Un aumento significativo rispetto al passato, che comporta un ampliamento tanto del pubblico da raggiungere quanto delle azioni da mettere in campo.

Per l'attuazione della Strategia, la progettazione e la declinazione operativa dei Piani annuali, l'Autorità di Gestione potrà prevedere il coinvolgimento di soggetti con competenze specialistiche e con significativa esperienza nel settore della comunicazione dei Fondi Strutturali nonché di testimonial, anche facendo ricorso ad affidamenti esterni nel rispetto della normativa vigente in materia di appalti.

9. AGGIORNAMENTI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DI DETTAGLIO E PIANI ANNUALI

In sede di esame dell'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità di cui all'art.40, comma 1 lettera f), del Reg (UE) 2021/1060, l'Autorità di Gestione informa il Comitato di Sorveglianza sulle azioni svolte e condivide la previsione del dettaglio delle attività da farsi, declinate nei singoli piani annuali, recependo eventuali elementi migliorativi e correttivi ivi emersi.

È, altresì, l'occasione per eventuali aggiornamenti della presente Strategia di Comunicazione.