

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 ESECUTIVO DI COMUNICAZIONE 2025-2026

- ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE DA NOVEMBRE 2025 A DICEMBRE 2026 -

(Novembre 2025)

SOMMARIO

PREMESSA.....	3
1. OBIETTIVI DEL PIANO ESECUTIVO	4
2. DESTINATARI DEL PIANO ESECUTIVO.....	5
3. AZIONI DI COMUNICAZIONE.....	7
3.1 Creazione della Rete dei Referenti Comunicazione (RRC).....	8
3.2 Creazione e promozione dell'immagine coordinata	9
3.3 Organizzazione di eventi	9
3.4 Sito web.....	11
3.5 Social Media	14
3.6 Pubblicazioni, materiale editoriale e audiovisivo	15
3.7 Campagne pubblicitarie	16
3.8 Relazioni con i mass media e rassegna stampa	17
4. QUADRO DI SINTESI DELLE AZIONI.....	18
5. MONITORAGGIO.....	18
6. CRONOPROGRAMMA 2025-2026.....	19
7. BUDGET	20

PREMESSA

Il presente documento individua le azioni di informazione e comunicazione del Programma Regionale MOLISE FESR FSE+ 2021-2027 per il secondo semestre 2025 ed il 2026, in linea con quanto definito nella Strategia di Comunicazione, approvata con Delibera di Giunta regionale n. 422 del 25-11-2025 nonché con quanto previsto dal portale Open Coesione https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/ , principale riferimento per le attività di comunicazione dei fondi UE.

In coerenza con le [Linee guida per la pianificazione delle attività di comunicazione, visibilità e trasparenza dei programmi della politica di coesione 2021-2027](#) (versione 1.0 Novembre 2023) curate dalla Rete Inform ITA, verrà utilizzato lo schema strutturato in esse consigliato per la predisposizione del Piano esecutivo annuale della comunicazione di un Programma del ciclo 2021-2027, che suggerisce i paragrafi in cui articolare i contenuti.

Sebbene le Linee guida suindicate suggeriscano che ciascuna Autorità di Gestione debba pubblicare, sul proprio sito web, fra il 31 dicembre e il 30 gennaio successivo di ciascun anno del ciclo di programmazione, un piano esecutivo annuale di comunicazione che definisca obiettivi, pubblici di riferimento, attività e strumenti di informazione e comunicazione da mettere in campo nell'anno solare successivo (1 gennaio – 31 dicembre), il presente piano esecutivo approva la coda dell'anno 2025 nonché le attività di informazione e comunicazione previste per l'anno 2026.

Così come previsto da dette Linee guida, il piano potrà essere soggetto a modifiche e integrazioni nel corso dell'anno di realizzazione, purché tali modifiche siano tracciate con versioni successive adeguatamente pubblicate sul sito web del Programma.

Come sottolineato nella Strategia di comunicazione del PR Molise, la comunicazione nell'ambito dei fondi strutturali e della cosiddetta Politica di Coesione ha conosciuto nell'attuale programmazione 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.

Le priorità della Strategia di Comunicazione del PR Molise FESR FSE+21-27 sono volte ad assicurare la visibilità di tutte le operazioni finanziate dal Programma, attraverso un approccio integrato in linea con le norme comunitarie vigenti (Regolamento (UE) 2021/1060, artt. 46–50) e attraverso un approccio di tipo costruttivo che metta le persone al centro, partendo da una informazione ampia, completa, puntuale ed inclusiva.

La naturale declinazione delle attività di informazione e comunicazione definite nel documento che detta gli indirizzi strategici per il settennio di programmazione è rappresentata dall'elaborazione di Piani annuali esecutivi di comunicazione.

Il presente piano di comunicazione sarà attuato in stretta collaborazione con gli altri Fondi UE, con il Partenariato e con i canali di comunicazione istituzionali, nazionali ed europei.

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

1. OBIETTIVI DEL PIANO ESECUTIVO

Per promuovere le opportunità offerte dal Programma, sensibilizzare i target di riferimento e, dunque, in generale per migliorare la conoscenza, visibilità e trasparenza della Politica di coesione europea e, in particolare, del Programma, le azioni di comunicazione ideate si concentreranno su obiettivi generali che, inevitabilmente, dipendono da quelli definiti nella Strategia di comunicazione.

Pertanto, al fine di meglio inquadrare gli obiettivi del Piano esecutivo, si riportano quelli già contenuti nella Strategia:

- **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;
- **comunicare le opportunità**, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy;
- **incoraggiare i potenziali beneficiari** ad accedere alle opportunità offerte, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione, in collaborazione con tutte le amministrazioni coinvolte;
- **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;
- **facilitare lo scambio di esperienze** tra i portatori d'interesse e le azioni di rete, anche attraverso la creazione di piattaforme, forum ed eventi;
- **diffondere i risultati raggiunti** e le ricadute sui territori, promuovendo la conoscenza delle buone pratiche.

Il Piano esecutivo 2025-2026 contribuirà al raggiungimento di questi obiettivi facilitando l'accesso alle informazioni relative alle opportunità di finanziamento, al ruolo dell'Unione Europea e al valore aggiunto dei Fondi europei nell'attuazione delle politiche regionali. In particolare, esso favorirà lo sviluppo della Regione, rafforzando la connessione tra istituzioni, stakeholder e cittadini.

Ciò posto, gli obiettivi che si propone di raggiungere il presente Piano esecutivo di comunicazione 2025/2026 sono i seguenti:

- 1. fornire una rappresentazione costante dello stato di attuazione del Programma** in ottica di massima trasparenza e accessibilità delle informazioni sui progetti finanziati attraverso aggiornamenti periodici, report divulgativi e strumenti di monitoraggio consultabili da tutti i cittadini; Una particolare attenzione sarà dedicata alle Operazioni di Importanza Strategica;
- 2. comunicare in modo ampio e organico le tematiche della programmazione europea 2021-2027** nonchè sensibilizzare sulle priorità del Programma;
- 3. costruire percorsi di comunicazione targettizzata** per favorire un coinvolgimento mirato del pubblico sia interno che esterno all'Amministrazione;
- 4. garantire una costante animazione del partenariato nonchè il coinvolgimento attivo** dei beneficiari, degli stakeholder e dei destinatari finali, attraverso azioni partecipative e iniziative di confronto, ascolto e co-progettazione;
- 5. supportare i beneficiari nell'ambito degli obblighi di comunicazione** attraverso la diffusione di linee guida, format standard, tool kit e momenti di formazione dedicati;
- 6.migliorare la qualità percepita della comunicazione istituzionale** con meccanismi di ascolto e valutazione della soddisfazione (ad es. questionari di gradimento/citizen satisfaction).

2. DESTINATARI DEL PIANO ESECUTIVO

I target principali del Programma sono eterogenei per composizione e aspettative e, dunque, la segmentazione del target deve essere presa in considerazione al fine di individuare valori, messaggi e canali più efficaci per impostare le attività di comunicazione.

I destinatari delle attività di comunicazione del presente Piano esecutivo di comunicazione possono essere distinti in:

- **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;
- **addetti ai lavori**, ovvero funzionari, referenti degli organismi intermedi e comunque tutti gli interlocutori che gestiscono interventi finanziati con fondi PR Molise FESR FSE+ 2021/2027;
- **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.

Il Piano si propone quindi di illustrare le azioni che saranno progettate e realizzate nel periodo di riferimento, al fine di conseguire tutti gli obiettivi previsti dalla Strategia di Comunicazione.

Tutte le azioni saranno realizzate sotto il coordinamento dell'AdG FESR e FSE+ nonché Responsabile della Comunicazione del PR MOLISE FESR-FSE+ 2021-2027

3. AZIONI DI COMUNICAZIONE

Le attività saranno pianificate in coerenza con il calendario annuale degli Avvisi, con particolare attenzione alla valorizzazione delle linee di intervento in fase di attuazione, alla comunicazione dei risultati conseguiti e al rafforzamento della percezione positiva delle politiche europee da parte dei cittadini. Nell'ottica di un'ottimizzazione delle risorse si prevedono **azioni di supporto** con il ricorso a professionalità esterne per l'attuazione del Piano al fine di fornire all'Amministrazione regionale una comunicazione efficace e garantita da professionalità esterne, ove non reperibili all'interno dell'Amministrazione.

Tre saranno i principi basilari alla base delle azioni di comunicazione, già individuate nella Strategia: 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.

Le attività di comunicazione saranno principalmente:

- promozione di una linea grafica coordinata sia nei confronti del pubblico interno che verso quello esterno;
- comunicazione web;
- comunicazione social;
- realizzazione di prodotti audiovisivi;
- campagne di comunicazione;
- organizzazione di eventi.

Fondamentale sarà pertanto l'approccio collaborativo e partecipativo, interno ed esterno, dando spazio alla coprogettazione nel processo di pianificazione e realizzazione delle azioni di comunicazione.

3.1 Creazione della Rete dei Referenti Comunicazione (RRC)

L'approccio strategico sarà quindi orientato ad integrare canali, strumenti ed a confrontarsi 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 e la rete nazionale INFORM ITA.

A tal fine si avvierà nel mese di novembre/dicembre 2025 la costituzione del *Gruppo di lavoro*, la cosiddetta **Rete dei Referenti Comunicazione (RRC)**, la quale dovrà 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 FESR FSE+ 2021-2027.

La Rete dei referenti comunicazione sarà composta sia da membri interni all'Amministrazione regionale coinvolti a seconda degli obiettivi di policy interessati che da portatori di interessi esterni alla Regione (es. Università, Ufficio scolastico regionale, rappresentanti del partenariato economico-sociale e dell'associazionismo).

La Rete sarà costituita dai seguenti membri:

- Responsabile comunicazione PR FESR FSE+ 2021-2027, ovvero 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 Molise 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 interessati dalla tematica oggetto di attività di informazione e/o comunicazione.

Al fine di costituire la Rete dei Referenti la Comunicazione (RRC) sarà trasmesso agli interlocutori sopra individuati un form, tool appartenente alla suite Microsoft 365 al fine di meglio conservare il nominativo che ciascuna struttura riterrà opportuno individuare. Sarà istituito un apposito canale Teams quale repository al fine di garantire una comunicazione efficace e continua tra i membri del team; sarà, inoltre, creata una sezione riservata sul sito per lo scambio di informazioni e documentazione foto, video, interviste, loghi, press kit, comunicati stampa, documentazione tecnica e amministrativa.

Si prevede di organizzare momenti di incontro, tavole rotonde e riunioni periodiche – in presenza o da remoto - per valutare l'andamento del progetto, risolvere criticità e favorire la coesione del gruppo.

3.2 Creazione e promozione dell'immagine coordinata

In ottemperanza con il Regolamento (UE) 2021/1060 in particolare gli artt. 47 - 50 e l'Allegato IX in cui sono definite le disposizioni in materia di visibilità, trasparenza e comunicazione dell'uso dell'emblema, si provvederà a realizzare il **“Manuale d'uso dell'immagine coordinata”** al fine di garantire la visibilità del sostegno dell'Unione in tutte le operazioni finanziate realizzate ad uso interno, e apposite **“Linee guida operative per le azioni di comunicazione”** destinate ai beneficiari al fine di fornire indicazioni circa la corretta applicazione dell'identità visiva del marchio unitario.

Il Manuale definirà appunto gli standard grafici dell'emblema dell'Unione europea e fornirà indicazioni in merito al diritto d'autore, alla riproduzione e alla diffusione dei materiali informativi.

Il Manuale dell'immagine coordinata sarà pubblicato sul sito web dedicato e successivamente (immagini, logo e linee grafiche) declinato su tutti i supporti informativi del PR Molise sia cartacei (pieghevole, brochure, locandine, newsletter, roll up, ecc.) che digitali (banner, web, canali social, ecc.) nonché sui materiali per eventi e gadget previsti per il Comitato di Sorveglianza.

Il Toolkit grafico e Brand book v2.0 personalizzato logo unico 2021- 2027 - Amministrazioni Regionali sarà il punto di partenza per la progettazione di tutti i materiali di comunicazione che saranno realizzati in coerenza con il brand “Coesione Italia” definito dal Dipartimento per le politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri per il periodo 2021-2027.



Cofinanziato
dall'Unione europea

L'identità visiva sarà sviluppata in coerenza con le linee guida comunitarie sia per l'uso della bandiera e del simbolo UE che di quelle contenute nel toolkit grafico contenente il logo “Coesione Italia Molise” disponibili sul sito di Open Coesione al link https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/

Nel periodo di riferimento sarà individuato e definito il *claim* che identifica il connubio Molise-Europa, per il quale l'Autorità di Gestione in qualità di Responsabile della comunicazione proporrà il seguente item: **“Con il Molise in Europa”**.

Compatibilmente con le tempistiche di attuazione del presente Piano strategico di comunicazione si illustrerà lo stesso alla Rete dei Referenti Comunicazione al fine di ottenerne la loro condivisione.

3.3 Organizzazione di eventi

La comunicazione istituzionale costituisce un momento importante per l'attuazione del presente Piano, sia per rendere sempre più efficiente lo scambio finalizzato a ottimizzare le attività di gestione,

monitoraggio, controllo, sorveglianza e auditing che collaborano alla buona riuscita del PR Molise 21-27 sia per rendere efficace l'interscambio informativo tra i soggetti a vario titolo coinvolti.

La riunione tecnica preliminare e la successiva sessione plenaria del Comitato di Sorveglianza sarà l'occasione per verificare l'avanzamento del programma e illustrare i progressi compiuti ma anche per presentare la strategia di comunicazione, i suoi obiettivi e le sue azioni al fine di condividere con i membri del comitato le azioni comuni affinché si accolga efficacemente l'attività di networking e lo scambio di buone pratiche.

Si prevede l'illustrazione di alcuni progetti particolarmente interessanti che saranno presentati dagli stessi beneficiari.

Verranno curati l'allestimento scenografico (brandizzazione) dei locali individuati quali *location* di particolari eventi in occasione dei quali sarà distribuito del materiale informativo e gadget realizzati in coerenza con l'immagine coordinata.

Seminari informativi - divulgativi

Nel corso del 2026 saranno realizzati diversi seminari di promozione degli Avvisi in pubblicazione/da pubblicare, in riferimento al "calendario degli inviti a presentare proposte" rivolto ai cittadini ed ai potenziali e agli attuali beneficiari nonché al partenariato sociale, istituzionale ed economico a vario titolo coinvolto (webinar informativi); si prevede, inoltre di organizzare seminari o webinar destinati al personale regionale in merito ad alcune tematiche di rilievo (es. su rendicontazione, monitoraggio degli interventi prioritari nei settori strategici della politica di coesione europea individuati ai sensi dell'articolo 4 del decreto-legge 7 maggio 2024, n. 60, convertito con modificazioni dalla legge 4 luglio 2024, n. 95).

Seminari tecnici e workshop

Nel primo semestre del 2026 si prevede di realizzare un workshop rivolto agli addetti ai lavori della Rete Referenti Comunicazione dove saranno fornite contestualmente alla pubblicazione del Manuale dell'immagine coordinata tutte le indicazioni per il suo uso; si realizzerà, inoltre, un seminario rivolto ai beneficiari delle azioni del Programma per informarli sull'uso del toolkit e loro obblighi in materia di comunicazione.

Si prevede, inoltre, la partecipazione agli incontri con la rete italiana dei comunicatori e quella della DG REGIO (INFORM) per un continuo confronto e scambio di buone prassi che possano essere rimodulate anche nella nostra Amministrazione.

Al termine delle iniziative saranno distribuiti questionari di gradimento ai partecipanti per poter redigere un report finale contenente le informazioni sul gradimento, il report includerà anche un'analisi dei dati relativi all'utilizzo dei canali social (visualizzazioni, interazioni e diffusione dei contenuti), al fine di valutare l'efficacia complessiva delle azioni di comunicazione.

Evento annuale

Sarà organizzato nel primo semestre del 2026 un evento annuale con l'obiettivo di:

- diffondere informazioni aggiornate sul Programma sulle opportunità di finanziamento,
- favorire il networking tra enti pubblici, associazioni, imprese e cittadini;
- presentare buone pratiche e progetti finanziati;
- stimolare la partecipazione ai bandi e rafforzare le competenze sui meccanismi di accesso ai fondi.

In quel contesto sarà dato risalto ai due progetti comunicativi: Progetto C.L.A.R.I.T.Y. (Connecting Learning And Rights for Individuals with The intellectual disability) e campagna di sensibilizzazione contro l'abuso di alcool soprattutto tra i giovani e i giovanissimi.

Il luogo scelto sarà personalizzato con totem verticali, corner informativi tematici e roll-up descrittivi con la grafica dell'immagine coordinata, sono previsti schermi per proiezione video e presentazioni.

Saranno realizzati e distribuiti brochure con panoramica sul Programma, bandi attivi con obiettivi, beneficiari, budget e scadenze e contatti utili; gadget del programma e personalizzati per l'evento.

Il video dell'evento e tutto il materiale fotografico saranno pubblicati sul sito web.

Si prevede, infine, la partecipazione con un proprio intervento all'edizione 2026 del Forum PA.

3.4 Sito web

La comunicazione digitale sarà la modalità principale per raggiungere i target di riferimento della comunicazione del Programma. Il nuovo sito web tematico dedicato al PR Molise FESR FSE+ 2021-2027 raggiungibile al link <https://prfesrfse2127.regione.molise.it> sarà on line entro la fine del 2025 e sostituirà l'attuale *landing page* che fornisce tutte le informazioni utili del Programma nonché quanto previsto dal Regolamento (UE) 2021/1060, in particolare al Capo III "Visibilità, Trasparenza e Comunicazione". Esso rappresenterà il canale principale di comunicazione, continuerà a informare tramite notizie, video, infografiche, materiali multimediali, segnalazioni di opportunità e di eventi, garantendo l'accessibilità alle persone diversamente abili con funzionalità di lettura facilitata. La funzione principale del portale consisterà nel garantire la promozione delle opportunità di finanziamento: navigazione agevole, fruibilità ottimale dei contenuti e un adeguato allineamento alle esigenze di una cittadinanza sempre più orientata all'utilizzo di servizi digitali.

Il sito dovrà essere costantemente aggiornato e diventare strumento di riferimento sia per il pubblico interno che per quello esterno all'Amministrazione regionale.

In tal senso, la comunicazione web dovrà 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 la pubblicazione della *brand identity*;
- **multisetorialità**, valorizzando l'integrazione del PR 2021–2027 con le 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.

Migliorare la fruibilità del sito web dedicato alla Programmazione 21-27 significa permettere ai beneficiari, diretti ed indiretti, agli Stakeholder e agli addetti ai lavori di avere maggiore consapevolezza delle risorse messe a disposizione, di avere un “*luogo digitale*” costantemente aggiornato in cui trovare tutte le informazioni.

L'ottimizzazione del sito sarà focalizzata su un *layout* funzionale, progettato per offrire una navigazione semplice ed efficiente.

A livello di organizzazione dei contenuti, il sito sarà organizzato dando priorità alle caratteristiche di seguito riportate, già individuate nel Piano esecutivo strategico di comunicazione.

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 ai relativi approfondimenti;

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 per priorità di intervento. Gli stessi sono classificati in “aperti”, “chiusi” e “preavviso” con etichette graficamente di colore diverso al fine di identificarli più 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: in questa sezione 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: uno spazio dedicato alla pubblicazione dei documenti strategici di comunicazione, ai piani annuali, Manuale dell’immagine coordinata, e le linee guida 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;

Operazioni di Importanza Strategica (OIS) del Programma: una sezione destinata a raccontare le OIS che permetterà di conoscere le operazioni che contribuiscono alla realizzazione degli obiettivi del Programma;

Contatti: dati di contatto dell’Autorità di Gestione e di altre Autorità coinvolte nel Programma (es. Audit, Contabile).

Particolare visibilità verrà data, in coerenza con quanto richiesto dai regolamenti, alla pubblicazione dell’**Elenco operazioni**, il cui aggiornamento dovrà essere garantito almeno ogni 4 mesi, il **Calendario Avvisi**, il cui aggiornamento invece deve avvenire almeno 3 volte l’anno.

I dati saranno 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.

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.

Per rendere immediatamente riconoscibili gli interventi riferiti alla **Piattaforma STEP**, nel calendario degli inviti sarà inoltre introdotta una colonna dedicata, che indicherà in maniera esplicita se ciascuna misura rientra o meno nell’ambito STEP.

3.5 Social Media

Il ruolo dei social media si conferma di fondamentale importanza come strumento strategico per comunicare in modo efficace e mirato ai beneficiari - sia effettivi che potenziali - al fine di promuovere opportunità, bandi, eventi e iniziative di comunicazione e PR, rafforzando il coinvolgimento e l'interesse del pubblico.

Per supportare l'azione di comunicazione sviluppata sul web sarà rafforzato l'uso dei social network esistenti, aperti in occasione della passata programmazione. Gli account già esistenti - Facebook e Youtube - saranno implementati attraverso la redazione di **piani editoriali personalizzati e strategici**. Nell'ottica di integrazione con la comunicazione istituzionale dell'Amministrazione regionale che utilizza come canale social anche Instagram, nel corso del 2026 verrà attivato anche il canale Instagram del PR Molise allo scopo di incrementare il livello di *awareness* presso il target delle giovani generazioni.

La **Social Media Strategy** sarà differenziata e partecipata, assicurando la coerenza con le altre azioni e canali del Piano e garantendo differenti obiettivi e modalità di *engagement* a seconda del canale social presidiato.

Verrà valutato, inoltre, il ricorso di affidamento all'esterno per l'individuazione di professionalità dotate di competenze specifiche nella gestione dei social network, laddove solo con le risorse interne non si riesca a garantire l'efficacia e la corretta gestione delle attività di comunicazione social.

Verrà individuato un solo hashtag – **#MolisEyoU** che dovrà rendere evocativo e riconoscibile il sostegno dell'UE nel PR Molise FESR FSE+ 2021/2027.

Sui canali social troveranno spazio narrazioni che daranno voce ai protagonisti dei progetti finanziati, i primi Ambassador del Programma.

L'attivazione di questi canali consentirà di migliorare la diffusione dei contenuti informativi, delle iniziative realizzate, degli eventi e seminari tematici per rafforzare il dialogo con gli utenti e valorizzare in modo più efficace le iniziative e i risultati delle attività istituzionali.

Potranno essere programmati *contest* rivolti a target particolari per la creazione di *reel* tematici.

3.6 Pubblicazioni, materiale editoriale e audiovisivo

Tutti le pubblicazioni cartacee o digitali saranno progettate tenendo conto dei target di riferimento: saranno personalizzati con la grafica dell'immagine coordinata seguendo le specifiche tecniche pubblicate nel Toolkit grafico elaborato. Tutti i materiali saranno 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.

Saranno realizzati, nel periodo di riferimento, **brochure informative** che sintetizzino le priorità del Programma, con l’inserimento di un **QR code** nei materiali con collegamento al sito web come strumento molto efficace per rendere immediato l’accesso alle informazioni.

Si prevede di realizzare **opuscoli e/pieghevoli informativi**, con una infografica chiara e semplice, che illustrino alcuni interventi di particolare interesse.

Saranno realizzate **infografiche** – anche avvalendosi di tool di AI - unitamente alla pubblicazione dell’Avviso con l’obiettivo di supportare i potenziali beneficiari a comprendere la logica dell’intervento stesso (descrizione, contributo previsto, termini di scadenza partecipazione).

Si prevede la realizzazione di **totem, roll-up informativi** da utilizzare in occasione di eventi o seminari.

Saranno realizzati **due podcast**, al fine di accompagnare la campagna di promozione sociale sulla sensibilizzazione sulle tematiche del progetto C.L.A.R.I.T.Y. (Connecting Learning And Rights for Individuals with The intellectual disability), l’altro per la campagna di promozione sociale contro abuso di alcool.

Si prevede di realizzare **gadget** come penne con logo, shopper in cotone con grafica dell’immagine coordinata, in occasione di eventi e/o incontri specifici.

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.

3.7 Campagne pubblicitarie

Le attività di comunicazione e informazione previste dal presente Piano prevederanno l'ideazione di **concept creativi e progettazione strategica di campagne promozionali**. Le attività saranno pianificate in coerenza con il calendario annuale degli Avvisi, con particolare attenzione alla valorizzazione delle linee di intervento in fase di attuazione, alla comunicazione dei risultati conseguiti e al rafforzamento della percezione positiva delle politiche europee da parte dei cittadini. Nel 2026 si prevede di realizzare, facendo ricorso a professionalità esterne – valutando anche l'adesione ad Accordi quadro CONSIP relativi a “Servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione e d'informazione istituzionale” – attività relativamente ai due temi posti al centro della strategia di comunicazione, due campagne di promozione sociale:

1. Campagna di *sensibilizzazione contro abuso alcool*- per la realizzazione di questa campagna si prevede l'individuazione di una Agenzia che dovrà fornire una proposta progettuale utilizzando lo strumento dello **storytelling**, “strutturare una storia” che potrebbe essere **declinata in episodi** per rendere il messaggio più incisivo.

Ad esempio, utilizzando il filo conduttore che una piccola scelta può prevenire un grande rischio ogni episodio potrebbe mostrare una situazione reale e identificabile dal pubblico più giovane. Gli episodi potrebbero essere interpretati da giovani attori oppure da testimonial locali (sportivi, infermieri, volontari, giovani musicisti) per aumentarne autenticità ed empatia.

La campagna sarà declinata sui vari canali social e sul sito web, su manifesti e locandine da distribuire in scuole, palestre, centri giovanili, bar, locali, biblioteche e uffici pubblici utilizzando delle infografiche che riportino dati scientifici sugli effetti dell'alcool su corpo, mente e riflessi.

2. Campagna di promozione sociale progetto CLARITY- per la realizzazione di questa campagna si prevede l'individuazione di una Agenzia che dovrà fornire una proposta progettuale strutturata e completa utilizzando format ludico (“game”).

Obiettivo della campagna sarà promuovere la consapevolezza sul diritto delle persone con disabilità a partecipare pienamente alla vita sociale, culturale e politica; combattere stereotipi e barriere culturali, in modo semplice e coinvolgente; valorizzare le capacità, le competenze e il contributo delle persone con disabilità intellettiva ed educare i giovani alla cittadinanza inclusiva attraverso un approccio ludico e partecipativo.

Si prevede di coinvolgere scuole, associazioni e comunità locale, la collaborazione con influencer sensibili ai temi della disabilità.

La campagna sarà declinata sui vari canali social con hashtag dedicato e sul sito web, su manifesti e locandine da distribuire in scuole, associazioni, biblioteche e uffici pubblici utilizzando delle infografiche

Per entrambe le campagne di promozione verrà previsto l'acquisto di spazi pubblicitari esterni e/o interni su mezzi di trasporto pubblico locale.

3.8 Relazioni con i mass media e rassegna stampa

Per tutte le iniziative previste, saranno redatti appositi comunicati stampa che verranno trasmessi alla stampa locale al fine di garantire la massima diffusione dell'informazione e promuovere in modo capillare le attività realizzate.

Sarà svolta un'attività continuativa di monitoraggio delle uscite sui media (stampa, web, TV, radio e canali social) in occasione delle conferenze stampa e della diffusione dei comunicati relativi al Programma, le campagne di sensibilizzazione, gli eventi, ecc. A cadenza semestrale verrà inoltre elaborata un'analisi quali-quantitativa della rassegna stampa, finalizzata a evidenziare i temi maggiormente ricorrenti, il sentiment complessivo e i canali di comunicazione più coinvolti nella diffusione del Programma.

4. QUADRO DI SINTESI DELLE AZIONI

Si riporta di seguito il quadro di sintesi delle attività di comunicazione previste per il periodo oggetto del presente Piano esecutivo di Comunicazione, sulla base del format “Allegato Format_Operativo_Piano-annuale.xlsx” alle Linee guida per la pianificazione delle attività di comunicazione, visibilità e trasparenza dei programmi della politica di coesione 2021-2027 della rete INFORM ITA LG COM 1.0 (novembre 2023_vers. 1.0)

Approccio strategico*	Obiettivi di comunicazione*	Macro-attività*	Pubblici /Segmenti*	Azioni e strumenti*	Veicoli	Periodo
* rispondere attraverso il menu a tendina che si apre da ogni cella da compilare					Specificare veicoli: es. TV, radio,	
A1. Integrato	O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione	MA2. Informazione e Trasparenza	P7. Combinazione di diversi pubblici	Web & Social Media	Sito web	2025-2026
A1. Integrato	O3. Incrementare la reputazione del Programma e della politica di coesione	MA4. Comunicazione	P7. Combinazione di diversi pubblici	Web & Social Media	Social media	2025-2026
A3. Partecipato	O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner	MA3. Supporto interno e di Rete	P5. Partner e Reti	Seminari e workshop e webinar	Sito web, iniziative territoriali, social media	2025-2026
A2. Differenziato	O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione	MA4. Comunicazione	P7. Combinazione di diversi pubblici	Materiali informativi, editoriali, promozionali	Brochure, opuscoli, gadget	2025-2026
A3. Partecipato	O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner	MA1. Sensibilizzazione	P7. Combinazione di diversi pubblici	Eventi	stampa, social media	giu-26
A2. Differenziato	O2. Incrementare la conoscenza dei progetti	MA2. Informazione e Trasparenza	P2. Beneficiari effettivi	Seminari e workshop e webinar	Linee guida beneficiari	2026
A2. Differenziato	O2. Incrementare la conoscenza dei progetti	MA2. Informazione e Trasparenza	P4. Influencer, Giornalisti e Moltiplicatori di informazione	Comunicati stampa	media	2026
A3. Partecipato	O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner	MA4. Comunicazione	P7. Combinazione di diversi pubblici	Campagne	Social media, radio , cartellonistica, brochure, opuscoli, gadget	2026

5. MONITORAGGIO

Nel ciclo di programmazione 2021–2027, l’approccio alle misure di informazione e comunicazione si caratterizza, a livello comunitario, per una forte attenzione al rafforzamento della visibilità armonica degli investimenti della politica di coesione. Le disposizioni europee promuovono la costruzione di una regia unitaria: a tal riguardo, la Regione Molise ha aderito nel strutturare il proprio set degli indicatori in linea con quanto definito a livello nazionale.

L’indicatore di output (ISOCOM 1IT) valuta il numero di iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati;

L’indicatore (ISRCOM 2IT), di risultato, valuta il grado di conoscenza della Politica di Coesione.

Verranno alimentate e aggiornate con cadenza mensile le tabelle di monitoraggio, sulla base della seguente matrice

Azioni e strumenti	nov-25	dic-25	gen-26	feb-26	mar-26	apr-26	mag-26	giu-26	lug-26	ago-26	set-26	ott-26	nov-26	dic-26	TOT
Site web															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. pagine pubblicate															
N. news pubblicate															
ISRCOM_11T - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma															
Visitatori unici sito web del Programma															
Download da sito web															
Materiali informativi, editoriali, promozionali															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. di prodotti realizzati (opuscoli, brochure, pubblicazioni)															
Eventi, Seminari, workshop e webinar															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. di seminari, workshop e webinar															
N. di eventi															
Social media															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. account attivati o utilizzati															
ISRCOM_11T - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma															
N. di messaggi inviati sui diversi canali social (post FB + video YouTube)															
N. Post Instagram															
N. Post Facebook															
N. Tweet															
N. di stories Instagram															
N. Video su YouTube															
Visualizzazioni su YouTube															
Like su YouTube															
Visualizzazioni dei post / reel su Instagram															
Visualizzazioni stories su Instagram															
Like+commenti Post Instagram															
Like Stories Instagram															
Follower Instagram															
Follower Youtube															
Prodotti audio-video e multimediali															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. di video realizzati															
Ufficio stampa															
ISOCOM_11T - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati															
N. di comunicati stampa diffusi															

6. CRONOPROGRAMMA 2025-2026

Di seguito si riporta l'ipotesi di cronoprogramma per le attività di informazione e comunicazione presentate nel presente Piano esecutivo.

Azioni e strumenti	nov-25	dic-25	gen-26	feb-26	mar-26	apr-26	mag-26	giu-26	lug-26	ago-26	set-26	ott-26	nov-26	dic-26
Creazione rete Regionale														
Web e identità Digitale														
Brand identity														
Evento annuale														
Social Media e networking														
Materiale informativo ed editoriale														
Seminari tematici														
Seminari informativi														
Comitato di sorveglianza														
Campagna comunicazione														

7. BUDGET

A titolo indicativo, il budget previsionale delle azioni di comunicazione riportate nel presente documento da accertare, impegnare con successivi atti e ripartire in funzione della dotazione finanziaria complessiva delle Priorità 9 e 10 settore di intervento Informazione e Comunicazione (cod. 179) del PR Molise FESR FSE+ 2021-2027 è pari a circa € 600.000,00.