



Programma Operativo Regionale
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020
Regione Lombardia.
Aggiornamento annuale della Strategia di Comunicazione
Ex. Art. 116 Reg. (UE) n.1303/2013



Piano delle attività 2016

INDICE

PREMESSA	3
1. AGGIORNAMENTO 2016 DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE.....	3
1.1. OBIETTIVI.....	3
1.2. INDIVIDUAZIONE DEI PUBBLICI DI RIFERIMENTO	5
1.3. AGGIORNAMENTO ANNUALE 2016	5
2. BUDGET	11

Premessa

Le disposizioni regolamentari¹, in ottica di maggiore flessibilità, prevedono l'adozione di una strategia settennale di comunicazione del Programma Operativo Regionale, che deve essere approvata dal Comitato di Sorveglianza, e l'elaborazione di un aggiornamento annuale che declini la pianificazione delle attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo. L'Autorità di Gestione è quindi tenuta ad informare, almeno una volta all'anno, il Comitato di Sorveglianza sulle attività pianificate per l'anno successivo, unitamente ai progressi nell'attuazione della strategia di comunicazione e all'analisi dei risultati conseguiti.

La Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 è stata approvata dal Comitato di Sorveglianza con procedura di consultazione scritta, ai sensi dell'art.7 del regolamento interno, il 27 luglio 2015.

Il presente documento, che ne rappresenta il primo aggiornamento, presenta la pianificazione annuale delle attività funzionali al rispetto degli adempimenti e all'ottemperamento delle responsabilità in materia di informazione e comunicazione in capo all'Autorità di Gestione e ai beneficiari, secondo quanto previsto dalla Strategia di Comunicazione del POR FESR.

1. Aggiornamento 2016 delle attività di comunicazione e informazione

1.1. Obiettivi

Gli obiettivi della strategia di comunicazione del POR FESR 2014-2020 rispondono alle specifiche finalità previste dall'art. 115 del Reg. (UE) n. 1303/2013.

In linea con l'approccio scelto, la strategia è declinata attraverso obiettivi generali e specifici, che operano:

- a livello trasversale, in ottica integrata tra i due fondi FESR e FSE, focalizzandosi su temi comuni alla politica di coesione dell'Unione per la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva;
- a livello di programma operativo e/o di interventi cofinanziati, evidenziando le specificità degli obiettivi tematici in cui si concentrano gli investimenti promossi dal POR FESR.

Obiettivi generali (OG)

OG1. Assicurare la massima visibilità e comprensione del ruolo, degli obiettivi delle politiche di coesione e dei benefici degli investimenti supportati dall'Unione europea e da Regione Lombardia nell'ambito dei Programmi Operativi Regionali per la competitività del sistema economico e il benessere dei cittadini lombardi.

OG.2 Promuovere semplificazione, trasparenza e accessibilità delle informazioni per accrescere l'interesse, il coinvolgimento e la capacità di tutti i potenziali beneficiari e destinatari di accedere alle opportunità offerte, di comprenderne le modalità di partecipazione e gestione, di assicurare il conseguimento e la diffusione dei risultati derivanti dalla partecipazione alle iniziative promosse dal POR FESR 2014-2020.

¹ Cfr. art. 116 del Regolamento 1303/2013 e punto 4 dell'Allegato XII al Regolamento 1303/2013.

Obiettivi specifici (OS)

- OS1.** Fornire informazioni chiare, puntuali e coerenti sugli obiettivi e sui risultati (attesi e conseguiti) legati alle opportunità offerte dal POR FESR e incoraggiare il dibattito sugli indirizzi dell'Ue e di Regione Lombardia per promuovere un contesto economico e produttivo favorevole allo sviluppo dell'innovazione, al rafforzamento della competitività del tessuto imprenditoriale e alla crescita del territorio in termini di sostenibilità ambientale e benessere per i cittadini.
- OS2.** Coinvolgere i cittadini, le imprese, gli stakeholder come partner e protagonisti delle iniziative, favorendo l'ampia diffusione e la creazione di un brand per l'immediata riconoscibilità delle opportunità offerte dal POR FESR.
- OS3.** Assicurare ai potenziali beneficiari l'accesso alle informazioni sulle opportunità di finanziamento e la disponibilità di strumenti per sostenerli nel corretto adempimento degli obblighi e delle responsabilità previste dai regolamenti UE, inclusi quelli legati all'informazione e comunicazione.
- OS4.** Diffondere al pubblico le informazioni sulle operazioni sostenute, migliorandone la qualità dei contenuti, garantendo al contempo la trasparenza dell'azione amministrativa e la tracciabilità nell'utilizzo delle risorse del programma operativo.

Le scelte creative legate alla progettazione delle singole iniziative di informazione e comunicazione previste dal Piano saranno coerenti con gli elementi caratterizzanti l'approccio comunicativo delineato dalle direttrici e principi guida della Strategia di Comunicazione del POR FESR². In particolare, in conformità a quanto previsto dall'art.7 del Reg. (UE) 1303/2013, nell'attuazione delle azioni di comunicazione e informazione verrà tenuta in considerazione e promossa la prospettiva di genere e la parità tra uomini e donne e promosso il principio dello sviluppo sostenibile.

In linea con quanto indicato nella strategia, **l'attuazione degli obiettivi specifici in cui si articola la strategia di comunicazione del PO FESR ha uno sviluppo progressivo**, che tiene conto delle fasi che caratterizzano il ciclo di vita del programma operativo e in particolare: avvio, attuazione ed esecuzione, chiusura.

Nel 2016 le azioni di comunicazione e informazione si focalizzeranno in particolare sulla presentazione degli obiettivi e ambiti di intervento del POR FESR (OS1 e OS2), dando enfasi alle opportunità per i potenziali beneficiari e destinatari (OS3). Le azioni promosse in fase di attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR, promuoveranno e sosterranno e inoltre i macro-obiettivi strategici di Regione Lombardia per il 2016 che guidano le politiche regionali in materia di ricerca e innovazione³. In questa fase la comunicazione sui benefici attesi, per accrescere il livello di consapevolezza e fiducia dei cittadini e degli attori economici sul ruolo dell'Ue e delle politiche di coesione, si focalizzerà sulla capitalizzazione dei risultati della precedente programmazione 2007/2013 maggiormente coerenti con gli obiettivi strategici della programmazione del FESR 2014/2020.

² Cfr. il paragrafo 2.1 "Direttrici e principi guida" del capitolo 2 della Strategia POR FESR 2014-2020

³ Cfr. Comunicazione "Priorità strategiche in ambito Università, Ricerca e Open Innovation" dell'Assessore Melazzini alla Giunta Regionale nella seduta del 10 dicembre 2015

1.2. Individuazione dei pubblici di riferimento

I pubblici di riferimento della strategia di comunicazione possono essere ricondotti a quattro gruppi principali:

- **destinatari:** coloro che beneficeranno degli effetti delle differenti azioni, ai quali devono essere fornite informazioni chiare e precise sugli interventi allo scopo di suscitare un interesse a far parte del gruppo target. Le informazioni da trasmettere sono strettamente connesse alla tipologia di intervento previste dal POR FESR;
- **beneficiari:** sono gli attuatori potenziali ed effettivi degli interventi finanziati, ai quali devono essere fornite informazioni sugli adempimenti e sugli obblighi previsti in tutte le fasi del ciclo di vita del progetto (dalla presentazione della domanda di contributo al saldo, ai controlli successivi e alla conservazione della documentazione), attraverso “guide passo-passo” sulle procedure o tutorial, meglio se interattivi rispetto alle sole procedure informatiche;
- **cittadini europei/grande pubblico:** rappresentano il pubblico non direttamente coinvolto nella realizzazione degli interventi ma che beneficia, in quanto parte della comunità, degli investimenti promossi dal POR. E' il target nei confronti del quale operare un'azione di sensibilizzazione e informazione relativamente al ruolo svolto dall'Ue, ai risultati attesi e raggiunti e al valore aggiunto del sostegno del FESR per la crescita della Lombardia;
- **moltiplicatori di informazione:**
 - gruppi di target specifici in base alle tematiche affrontate (Università, Centri di Ricerca, partenariato, associazioni datoriali), di volta in volta individuati in base alle tematiche da promuovere;
 - singoli *opinion leader* in relazione alle tematiche da promuovere (blogger, giornalisti, ricercatori e accademici);
 - mass media, presenti su differenti piattaforme mediatiche e a volte con differenti unità redazionali. A seconda di quale sia lo specifico obiettivo le strategie di attuazione opereranno per massimizzare lo *spread* virale dei contenuti tramite i canali social dei mass media o raggiungere un'informazione più istituzionale tramite i media classici;
 - antenna Europe direct di Regione Lombardia, che attraverso la sede principale a Milano e dodici punti informativi diffusi su tutto il territorio di Regione Lombardia, oltre che con il proprio sito web, offre ai cittadini la possibilità di ottenere informazioni sulle politiche e i finanziamenti dell'Unione;
 - piattaforme di Regione Lombardia dedicate a ricerca e innovazione: Questio (Quality Evaluation in Science and Technology for Innovation Opportunity) www.questio.it e Open innovation www.openinnovation.regione.lombardia.it .

1.3. Aggiornamento annuale 2016

Il piano annuale presenta un elenco indicativo delle attività di comunicazione e informazione programmate per il periodo Gennaio 2016 - Dicembre 2016 e, per ciascuna di esse, fornisce le principali informazioni in relazione all'individuazione dei pubblici di riferimento, agli elementi caratterizzanti l'attività, al periodo di attuazione. In linea con la strategia è prevista la possibilità di effettuare aggiornamenti intermedi, di cui verrà data informativa al Comitato di sorveglianza, secondo le modalità previste dai regolamenti.

Le attività previste riguardano i seguenti ambiti:

- la pubblicizzazione presso i cittadini del ruolo e delle realizzazioni dei fondi SIE;
- l'informazione e la comunicazione sul POR FESR 2014-2020;
- l'informazione e la comunicazione ai potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR;

- il supporto ai beneficiari nell'adempimento delle responsabilità legate alle misure di informazione e comunicazione;
- il monitoraggio e la valutazione della strategia di comunicazione.

N.	Attività di comunicazione	Gruppi Target	Breve descrizione attività/strumenti	Periodo di attuazione
1	Sviluppo e implementazione del sito web	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Sviluppo e implementazione delle pagine web dedicate alla programmazione europea 2014-2020 in Regione Lombardia (www.ue.regionelombardia.it) e in particolare al programma finanziato dal FESR. Contributo all'aggiornamento del portale unico nazionale (www.opencoessione.gov.it)	Gennaio – Dicembre 2016
2	Sviluppo e implementazione delle pagine web del sito POR FESR relative ad esempi di operazioni cofinanziate	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Progettazione e sviluppo, nell'ambito del sito web di Regione Lombardia dedicato al POR FESR della sezione che verrà dedicata alla presentazione di esempi di operazioni cofinanziate. L'AdG renderà disponibili sul sito web del POR FESR, in conformità al dettato regolamentare, esempi di operazioni. L'informazione avente ad oggetto esempi di progetti sarà assicurata anche in lingua inglese.	Nell'ultimo trimestre del 2016 e in base allo sviluppo attuativo del Programma e all'avanzamento delle operazioni
3	Implementazione dell'elenco delle operazioni	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Pubblicazione dell'elenco delle operazioni, aggiornato con cadenza semestrale, contenente informazioni sui beneficiari e sui contenuti dei progetti (secondo la struttura minima prevista dall'Allegato XII al Regolamento 1303/2013) in un formato aperto (XML o CSV)	Gennaio - Dicembre 2016 con aggiornamento semestrale
4	Creazione dell'immagine grafica coordinata e degli strumenti tecnici per la corretta gestione degli elementi grafici		In linea con le indicazioni contenute nella Strategia di comunicazione e nello studio preliminare dell'immagine coordinata dei POR FSE e FESR, l'AdG commissionerà la creazione dell'immagine coordinata del POR FESR, la creazione di un brandbook e la sua integrazione con quello di Regione Lombardia. Verranno inoltre predisposti gli strumenti per la corretta gestione degli elementi grafici a supporto dei beneficiari (ad esempio le linee guida per il brand book; gli strumenti esecutivi quali: gli esecutivi stampa per ogni formato incluso nel brandbook (annunci stampa, esterna, strumenti per eventi come totem/badge, etc); i template per strumenti sia digitali (minisiti, applicativi, template powerpoint, template keynote) che di altri media (stampa, brochure, materiale, etc); i template per media digitali per ogni formato incluso nel brandbook (banner display, social, adwords/solo testo, etc); i template video (logo animato, intro, outro, piedino, etc).	Gennaio -Aprile 2016
5	Creazione di un kit informativo per i beneficiari	Beneficiari	L'AdG predispone, in conformità al dettato regolamentare,	Gennaio - Maggio 2016

	per supportarli nell'adempimento delle responsabilità legate alle misure di informazione e comunicazione	AdG ed Enti gestori coinvolti nella gestione del POR	<p>strumenti informativi e modelli operativi per aiutare i beneficiari a rispettare gli obblighi di comunicazione.</p> <p>Verranno inoltre resi disponibili gli strumenti esecutivi realizzati nell'ambito della creazione dell'immagine coordinata (cfr. azione n.4), incluse le indicazioni per le caratteristiche tecniche dei cartelloni temporanei e delle targhe permanenti o cartelloni pubblicitari che devono essere esposti durante l'esecuzione di un'operazione e entro tre mesi dal completamento dell'operazioni (nei casi previsti dalle disposizioni regolamentari).</p>	
6	Campagna di comunicazione ombrello e creazione strumenti su fondi SIE e posizionamento POR FESR 2014-2020	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Iniziativa finalizzata a divulgare sul territorio gli obiettivi del POR FESR 2014-2020 e le opportunità offerte, ad esempio attraverso divulgazione di materiale informativo, gadget e acquisto spazi sui media.	Gennaio - Dicembre 2016
7	Iniziative su specifici target di beneficiari/destinatari e/o su specifiche aree tematiche del POR FESR in relazione allo sviluppo della programmazione (in occasione del lancio del bando)	Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	<p>Verranno sviluppate azioni di informazione e assistenza ai beneficiari potenziali a supporto dell'accesso alle opportunità di finanziamento offerte dal Programma (ad esempio info day tematici, seminari di presentazione dei bandi e delle procedure di invio delle proposte progettuali, materiali informativi, attivazione numero verde – help desk, comunicati stampa, acquisto spazi sui media)</p> <p>Di seguito, un elenco indicativo delle iniziative previste con riferimento agli Assi del POR:</p> <p>Asse I “Rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Bandi R&S Aggregazioni, Voucher, e Cluster Tecnologici Lombardi</u> <ul style="list-style-type: none"> - Presentazione dell'iniziativa sul territorio presso stakeholder (Università, Centri di ricerca, Associazioni imprenditoriali di categoria, Sistema camerale); - Pubblicazione estratto bandi R&S Aggregazioni su quotidiani di rilievo nazionale (Sole24Ore, Corriere della Sera) anche per raggiungere gli Organismi di Ricerca con sede operativa fuori Regione Lombardia; • <u>Presentazione Voucher II^ call</u> sul territorio presso stakeholder (Università, Centri di ricerca, Associazioni imprenditoriali di categoria, Sistema camerale). <p>Asse II “Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime”</p>	<p>Gennaio - Dicembre 2016 in base allo sviluppo attuativo del POR</p> <p>Febbraio - Giugno 2016</p> <p>Febbraio – Marzo 2016</p> <p>Settembre - Ottobre 2016</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Campagna di sensibilizzazione rivolta sia al comparto pubblico (comuni in particolare) sia al privato (con focus sulle aziende), in collaborazione con le Camere di Commercio lombarde, finalizzata all'abbattimento del cultural divide; - Restyling del minisito banda larga del portale regionale per una più efficace comunicazione verso l'esterno. 	<p>Giugno - Dicembre 2016</p> <p>Febbraio – Giugno 2016</p>
		<p>Asse III “ Promuovere la competitività delle piccole e medie imprese”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Bando Smart Fashion & Design (pubblicazione bando febbraio 2016):</u> <ul style="list-style-type: none"> - sintesi della strategia di specializzazione; - promozione bando con campagna on line. - 2° semestre 2016 evento di lancio e presentazione progetti; • <u>Bando Azione I.1.b.1.2 – moda e design:</u> <ul style="list-style-type: none"> - campagna web, mirata ai target di riferimento; - direct e-mail marketing. • <u>Bandi Azione III.3.b.1.1 e Azione III.3.b.1.2 internazionalizzazione :</u> <ul style="list-style-type: none"> - campagne web, radio e stampa; - incontri di presentazione sul territorio. • <u>Bando Azione I.1.b.1.2 – turismo:</u> <ul style="list-style-type: none"> - campagne web, mirata ai target di riferimento; - direct e-mail marketing; - Incontri a Palazzo Lombardia e sul territorio. • <u>Bandi Azione III.3.c.1.1 Linea Innovazione MPMI (strumento finanziario evoluzione FRIM) e azione III.3.d.1.1 linea controgaranzie:</u> <ul style="list-style-type: none"> - campagne web, radio, stampa; - incontri di presentazione sul territorio. • <u>Bandi Azione III.3.a.1.1 e Azione III.3.d.1.3 Start up:</u> <ul style="list-style-type: none"> - campagne web, radio e stampa; - incontri di presentazione sul territorio; • <u>Bando patrimoni Unesco e lirica lombarda presso Palazzo Lombardia</u> <ul style="list-style-type: none"> - Incontro di presentazione dell’iniziativa 	<p>Febbraio – Giugno 2016</p> <p>Febbraio – Giugno 2016</p> <p>Giugno – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p> <p>Marzo – Dicembre 2016</p>
		<p>Asse 4 “Sostenere la transizione verso un’economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori”</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Bandi Illuminazione Pubblica e Riqualificazione Energetica Edifici Pubblici:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Promozione, informazione e formazione tramite incontri sia di propria iniziativa (presso STER) che su invito degli Sta- 	<p>Gennaio - Dicembre 2016</p>

			<p>keholder;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione brochure con i punti cardine della misura da diffondere presso comuni e sedi territoriali; - Informazione e diffusione presso gli Enti Locali delle nuove normative in ambito di impianti termici, efficienza energetica in edilizia e certificazione energetica, con organizzazione incontri presso gli STER anche mediante predisposizione vademecum cartaceo e/o formato web. <p>Asse 5 “Sviluppo urbano sostenibile”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campagna di informazione ai residenti delle diverse fasi di intervento di riqualificazione nei quartieri di Milano e Bollate (campagne web, radio, stampa, incontri sul territorio, volantini informativi) 	Marzo – Dicembre 2016
9	Evento annuale 2016	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	L'AdG organizza un'attività informativa principale all'anno dove presenta i risultati del programma operativo, compresi esempi di progetti e contestualmente promuove le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite	L'evento annuale sarà programmato nel periodo compreso tra Maggio e Novembre 2016
10	Realizzazione newsletter	Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Istituzione casella di posta elettronica dedicata, creazione mailing list POR FESR 2014-2020, redazione e pubblicazione News e newsletter	Gennaio - Dicembre 2016
11	Partecipazione a fiere ed eventi	Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Partecipazione ad eventi e manifestazione fieristiche con presidio (stand) o workshop/sessioni di approfondimento	Gennaio - Dicembre 2016
12	Avvio indagine campionaria per la verifica del tasso di conoscenza dei fondi SIE e in particolare del FESR e quantificazione degli indicatori di risultato della strategia di comunicazione POR FESR		Attività prevista nella strategia di comunicazione per la quantificazione degli indicatori di risultato.	Gennaio – Aprile 2016
13	Attività di monitoraggio della strategia di comunicazione	Cittadini europei/grande pubblico Beneficiari Destinatari Moltiplicatori di informazione	Sviluppo e implementazione degli strumenti di monitoraggio della strategia di comunicazione in relazione alle iniziative previste dal Piano 2016 (ad esempio attraverso le statistiche fb e tw, statistiche accesso pagine web, accessi streaming, like, customer satisfaction / survey research). Valutazione in itinere della Strategia di Comunicazione in linea con le attività previste dal Servizio di Valutazione indipendente del POR FESR 2014-2020.	Gennaio – Dicembre 2016

2. Budget

La strategia di comunicazione del POR FESR dispone di un budget complessivo per il periodo 2014-2020 pari a 4.000.000,00 di euro.