

INTERREG V-A
ITALIA - SLOVENIA
2014-2020

CCI 2014TC16RFCB036

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Versione 2 (24.05.2017)

INDICE

ELENCO DELLE ABBREVIAZIONI	3
CAPITOLO 1 - CONTESTO.....	4
1.1. Introduzione	4
1.2 Quadro normativo.....	5
1.2.a Regolamento disposizioni comuni n. 1303/2013	5
1.2.b Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014.....	6
1.2.c Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 della Commissione europea.....	6
1.3 Lezioni apprese	7
1.3.a Valutazione 2007-2013.....	11
CAPITOLO 2 - STRATEGIA	17
2.1 Accettazione dell'iniziativa “Brand Harmonisation”	17
2.2 Approccio	18
2.3 Obiettivi di comunicazione	19
2.4 Principali destinatari e messaggio chiave	21
2.5 Logica di intervento	26
CAPITOLO 3 - ATTIVITÀ, AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	28
3.1 Strumenti di comunicazione.....	29
3.1.a Attività digitali.....	29
3.1.b Pubblicazioni.....	31
3.1.c Eventi	31
CAPITOLO 4 - RESPONSABILITÀ	32
4.1. Comitato di sorveglianza (CS).....	33
4.2 Autorità di gestione (AdG).....	33
4.3 Segretariato congiunto (SC)	34
4.4 Info Point.....	34
4.5 Rappresentanti degli Stati membri: Autorità nazionali e regionali.....	35
4.6 Organismo intermedio (OI)	35
4.7 INTERACT e altri programmi	35
4.8 Progetti.....	35
4.9 Coordinamento con i partner del Programma e gli addetti alla comunicazione dei progetti	36
CAPITOLO 5 - ATTUAZIONE	37
CAPITOLO 6 - RELAZIONI E VALUTAZIONE	38
CAPITOLO 7 - BUDGET	39

ELENCO DELLE ABBREVIAZIONI

OC	Obiettivo di comunicazione
PC	Programma di Cooperazione
CE	Commissione europea
GECT	Gruppo europeo di cooperazione territoriale
FESR	Fondo europeo di sviluppo regionale
ESCO	Energy service company (società per la fornitura di servizi energetici)
CTE	Cooperazione territoriale europea
UE	Unione europea
FVG	Regione Friuli Venezia Giulia
OI	Organismo intermedio
ITA	Italia
ITI	Investimento territoriale integrato
SC	Segretariato congiunto
AdG	Autorità di gestione
CdS	Comitato di sorveglianza
ONG	Organizzazione non governativa
AP	Asse prioritario
Programma	Interreg V-A Italia-Slovenia 2014-2020
Programma 07-13	Programma per la cooperazione transfrontaliera Italia-Slovenia 2007-2013
ERT	Enti di ricerca e tecnologici
SLO	Slovenia
PMI	Piccole e medie imprese
OS	Obiettivo specifico
AT	Assistenza Tecnica
TF	Task Force
VEN	Regione del Veneto
IV	Identità Visiva

CAPITOLO 1 - CONTESTO

1.1. Introduzione

Il Programma Interreg V-A Italia-Slovenia (di seguito indicato come “Programma”) mira a contribuire al raggiungimento degli obiettivi strategici della Strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.

L'obiettivo principale del Programma è quello di “Promuovere l'innovazione, la sostenibilità e la *governance* transfrontaliera per una maggiore competitività, coesione e vivibilità dell'area”.

Le azioni previste nell'ambito della presente Strategia di comunicazione cercheranno di contribuire alla realizzazione dei 5 Assi prioritari del Programma al fine di soddisfare le esigenze e le sfide esistenti di seguito illustrate.



Tabella 1: Obiettivo principale del Programma e Assi prioritari

In questo quadro, la Strategia di comunicazione mira a descrivere il modo in cui il Programma affronterà il tema della comunicazione durante il periodo di programmazione comunitaria 2014-2020. Il presente documento supporterà l'Autorità di gestione/Segretariato congiunto, il Comitato di sorveglianza e, in particolare, i partner di progetto/beneficiari per garantire una coerenza di approccio comunicativo nel tempo.

Negli ultimi anni la **comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale** nei programmi di cooperazione transfrontaliera europea. Una comunicazione buona ed efficace è la base della cooperazione e risulta quindi centrale per l'attuazione del Programma. Inoltre, fornire risultati significativi non solo ai partner di progetto ma anche al pubblico generico, non direttamente

coinvolto nel settore comunitario, è un prerequisito di ogni programma comunitario. La comunicazione è quindi parte integrante delle procedure operative a tutti i livelli di attuazione dei singoli progetti finanziati e dello stesso Programma. La comunicazione si sviluppa su diversi piani, ad esempio, tra i partner di progetto, tra i partner di progetto ed il pubblico di riferimento esterno alla realtà progettuale, tra i progetti e il Programma, tra le diverse autorità e strutture del Programma.

La presente Strategia di comunicazione si incentrerà sull'attività di sensibilizzazione sul Programma, sui suoi Assi prioritari e sulle opportunità di finanziamento, sulla creazione di strumenti di comunicazione che supportino i beneficiari, nonché sulla promozione dei suoi risultati ottenuti e raggiunti.

La presente Strategia ha lo scopo di definire gli obiettivi generali e specifici degli interventi di comunicazione, i principali gruppi di destinatari (cd. *Target group*) e l'approccio strategico, oltre ai ruoli e alle responsabilità per le attività di informazione e comunicazione, i criteri di valutazione, gli indicatori e gli interventi da adottare, il quadro finanziario, il quadro temporale e il necessario supporto a livello amministrativo.

1.2 Quadro normativo

Il Programma di Cooperazione è il documento cardine a cui fa riferimento la presente Strategia di comunicazione. Tuttavia, in considerazione della dimensione di appartenenza del Programma, occorre rispettare il quadro normativo europeo di riferimento. Nel comunicare il contributo del Fondo europeo di sviluppo regionale (di seguito, in breve, "FESR") attraverso l'attuazione dei relativi programmi e progetti cofinanziati da suddetto Fondo, i regolamenti di seguito elencati forniscono norme specifiche per le strategie di sviluppo e attuazione.

Oltre a questi, la Commissione europea e il Programma INTERACT hanno realizzato dei documenti di orientamento che sono stati presi in considerazione durante la redazione del presente documento.

Salvo ove diversamente disposto nei seguenti atti legislativi, sono da applicarsi le leggi e i regolamenti in vigore.

1.2.a Regolamento disposizioni comuni n. 1303/2013¹

Il regolamento (UE) n. 1303/2013 (cd. Common Provisions regulation o "regolamento ombrello") recante disposizioni comuni per i Fondi strutturali e di investimento europei stabilisce, agli articoli da 115 a 117 e nell'Allegato XII, il quadro generale per la comunicazione dei programmi nell'ambito della politica di coesione. Per quanto riguarda la tempistica di redazione, il regolamento prevede che la Strategia di comunicazione sia presentata al Comitato di sorveglianza e da esso approvata in via definitiva entro sei mesi dall'approvazione del Programma. La Commissione europea non approva più la Strategia. Nei successivi anni di attuazione del Programma, i piani di lavoro per la comunicazione e le relazioni sullo stato di

¹ Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, reperito su Eur-Lex ad aprile 2015:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32013R1303>

attuazione della Strategia devono essere presentati al Comitato di sorveglianza una volta all'anno.

In conformità con l'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013, la presente Strategia comprende:

- descrizione dell'approccio comunicativo adottato;
- una descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità;
- una descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione;
- il bilancio indicativo per l'attuazione della Strategia di comunicazione;
- una descrizione delle responsabilità dell'attuazione della Strategia di comunicazione;
- informazioni specifiche e attività di comunicazione, compreso il sito web;
- indicazione di come la Strategia di comunicazione sarà valutata;
- descrizione di come saranno utilizzati i risultati del programma precedente;
- piani di lavoro annuali che descrivono le attività pianificate.

1.2.b Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014²

Il Capo II e l'Allegato II del regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 definisce le caratteristiche tecniche vincolanti delle attività di comunicazione. Vengono fornite le caratteristiche tecniche sia per la applicazione e visualizzazione dell'emblema dell'Unione europea, che per la realizzazione delle targhe permanenti e dei cartelloni temporanei.

1.2.c Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 della Commissione europea³

L'obiettivo del Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 è quello fornire un codice europeo di condotta per sostenere e agevolare gli Stati membri nell'organizzazione di partenariati finalizzati agli accordi di partenariato e ai programmi finanziati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), dal Fondo sociale europeo (FSE), dal Fondo di coesione, dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e dal Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (FEAMP). Tali fondi operano ora nell'ambito di un quadro comune e sono denominati Fondi strutturali e d'investimento europei (di seguito, in breve, "fondi SIE").

² Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 della Commissione, del 28 luglio 2014, reperito su Eur-Lex ad aprile 2015: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014R0821&from=EN>

³ Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 della Commissione, del 7 gennaio 2014, recante un codice europeo di condotta sul partenariato nell'ambito dei fondi ESI: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014R0240&from=EN>

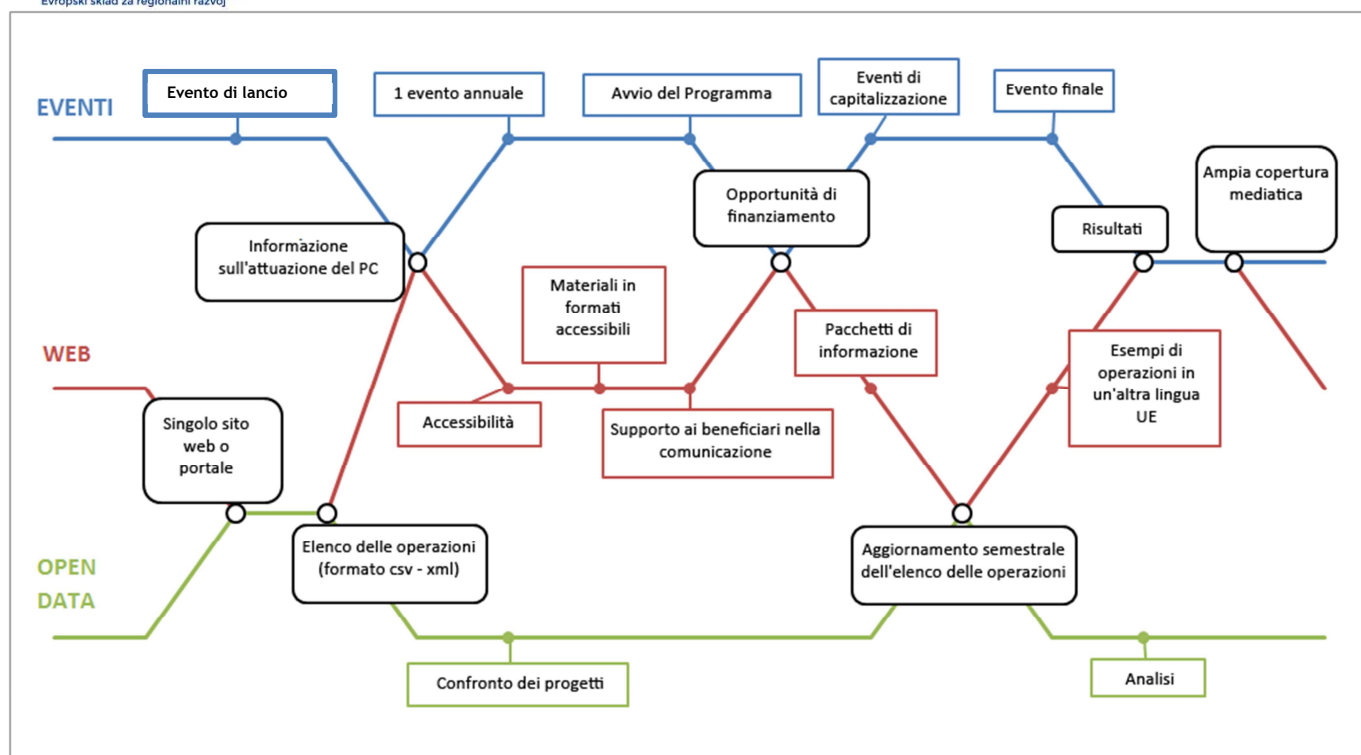


Tabella 2: Mappa della comunicazione ai sensi del regolamento (UE) n. 1303/2013 e dei regolamenti di esecuzione

1.3 Lezioni apprese

Nella stesura della Strategia di comunicazione sono state prese in considerazione anche le esperienze acquisite nel precedente periodo di programmazione, rappresentando le stesse la base per interventi di miglioramento.

Il Programma per la cooperazione transfrontaliera Italia-Slovenia 2007-2013, finanziando 87 progetti per un valore complessivo di 119.744.917,71 Euro (AT esclusa), ha contribuito positivamente a migliorare l'attrattività e la competitività dell'area del Programma in linea con il suo obiettivo generale.

Durante il periodo di programmazione 2007-2013, l'Autorità di gestione ha adempiuto alle prescrizioni in materia di informazione e pubblicità dettate principalmente dal regolamento (UE) n. 1083/2006 del Consiglio (art. 60), dal regolamento (CE) n. 1080/2006 (art.15) e dal regolamento n. 1828/2006 (art. 2-10).

Le misure di comunicazione adottate durante il precedente Programma 07-13 avevano lo scopo di:

- promuovere la visibilità del Programma e sensibilizzare il proprio ruolo mediante l'Identità visiva;
- sottolineare maggiormente il valore aggiunto del coinvolgimento UE;
- pubblicare l'elenco dei beneficiari indicante l'importo di fondi pubblici allocati alle singole operazioni/progetti, unitamente all'indicazione dei relativi acronimi;
- fornire informazioni adeguate sugli obblighi e sulle responsabilità in capo ai beneficiari relativamente alle misure di informazione e pubblicità nei confronti del pubblico.

L'attività promozionale del Programma per la cooperazione transfrontaliera Italia-Slovenia 2007-2013 rientrava nell'Asse 4. In particolare, l'intervento 4.3 si prevedeva la:

Promozione del Programma e i progetti finanziati mediante attività di diffusione: attività di comunicazione e informazione in linea con il Piano di comunicazione.

Come per il precedente Programma Interreg IIIA Italia-Slovenia 2000-2006, anche il Programma 07-13 presentava all'interno della Relazione attuativa annuale le attività svolte durante ciascun anno di riferimento.

Risultavano annualmente ricorrenti le seguenti attività:

- pubblicazione (elettronica o in altro modo) dell'elenco dei beneficiari e dei dettagli correlati;
- esposizione della bandiera dell'UE (per una settimana, a partire dal 9 maggio).

In aggiunta alle attività annuali sopra descritte, sono state svolte sviluppate anche le attività principali si seguito dettagliate.

2008-2010

Il 1° ottobre 2008 si stato tenuto a Gorizia l'evento di lancio del Programma 07-13. Nello stesso anno il Programma 07-13 è stato promosso all'interno di due eventi di rilievo dell'area: Friuli Doc (Udine, Italia) e Barcolana (Trieste, Italia).

Nel 2009, l'Autorità di gestione/il Segretariato tecnico congiunto hanno organizzato giornate informative sul lato italiano e sloveno dell'area: per i progetti strategici (prima fase + seconda fase), per i progetti standard e workshop tematici (compresi quelli organizzati per i gruppi di esperti transfrontalieri). Il Programma 07-13 ha altresì partecipato attivamente a manifestazioni note nell'area quali Mittelfest (Cividale, Italia, congiuntamente con il Programma Italia-Austria), Friuli Doc, Gusti di Frontiera (Gorizia, Italia) e Barcolana.

Anche nel 2010 il Programma 07-13 ha garantito la sua presenza ad eventi quali Friuli Doc e Barcolana. Il 2010 è stato anche il primo anno in cui il personale assegnato al Programma è stato coinvolto in incontri, reti e scambi di esperienze. Inoltre, nel 2010 l'Autorità di gestione/il Segretariato tecnico congiunto e l'Info Point sloveno hanno organizzato diversi workshop tematici a supporto dei beneficiari riguardanti, in particolare, le procedure di evidenza pubblica (appalti).

2011-2013

In considerazione dello stato di avanzamento del Programma 07-13 ed in particolare delle procedure per l'approvazione dei progetti, nel 2011 non si segnalano eventi di gran rilievo, ma piuttosto numerose attività di informazione dedicate ai beneficiari e gli infodays a seguito della pubblicazione del Bando pubblico per la presentazione di progetti standard - risorse dedicate alle aree di confine terrestre n. 03/2011.

Nel 2012 il Segretariato tecnico congiunto ha creato l'account Twitter attraverso il profilo @CBCITASLO0713 ed un Calendario online del Programma 07-13. Lo stand del Programma 07-13 alla Barcolana ha costituito la principale attività informativa annuale Nello stesso anno, va ricordato, che il Programma INTERACT promuoveva la prima edizione della Giornata della Cooperazione Europea (cd. EC day) al quale il Programma 07-13 ha partecipato attraverso un

dibattito via Twitter. Sempre in collaborazione con INTERACT, l'Info Point sloveno ha organizzato a Nova Gorica (Slovenia) un seminario di formazione e scambio di esperienze riguardante il Gruppo europeo di cooperazione territoriale (GECT).

Nel 2013 il Programma 07-13 ha aderito, con grande impegno organizzativo, alla Giornata della Cooperazione Europea, promossa da INTERACT, organizzando una escursione congiunta al triplice confine Italia-Slovenia-Austria - M.te Forno/Tromeja (Peč/Ofen) - che ha coinvolto anche i programmi di cooperazione transfrontaliera Italia-Austria e Slovenia-Austria. Nello stesso anno il Programma 07-13 ha confermato la sua presenza alla Barcolana. Il 2013 è stato l'anno in cui il numero di eventi in-formativi sono stati ridotti, mentre maggior spazio è stato dato ad eventi di diffusione dei risultati e di capitalizzazione.

Da novembre 2013 ad aprile 2015, infatti, il Programma 07-13 ha realizzato sette diversi eventi di capitalizzazione nei seguenti ambiti: turismo; sanità transfrontaliera; ricerca, sviluppo e innovazione; green economy; bacino fluviale dell'Isonzo-Soča; trasporto; promozione e protezione delle risorse naturali e culturali.

Parallelamente, l'Info Point sloveno ha organizzato tavole rotonde specifiche tra i beneficiari sloveni riguardanti lo scambio di esperienze e buone prassi nel settore del turismo, dello sviluppo dello spazio del Carso e lungo il fiume Soča/Isonzo. Specifici incontri sono stati dedicati anche alla gestione delle risorse idriche del bacino fluviale Soča/Isonzo.

2014-2015

Nel 2014 e nel 2015 l'Autorità di gestione/Segretariato tecnico congiunto hanno partecipato a tutti gli eventi finali dei progetti finanziati. Si segnala altresì la partecipazione ad eventi di rilievo quali il Giro d'Italia sul M.te Zoncolan e a Trieste e la tradizionale Giornata della Cooperazione Europea, promossa da INTERACT attraverso l'unione degli eventi finali di "EDUKA" e "SIIT", entrambi progetti finanziati attivi nel campo dell'educazione e della cultura nell'area transfrontaliera.

A inizio 2015 l'Info Point sloveno ha organizzato a Nova Gorica le Giornate dell'acqua della Primorska ("*Primorski vodni dnevi 2015*"), un seminario internazionale riguardante la gestione delle risorse idriche e l'assorbimento dei fondi UE 2014-2020.

Nel 2015 il Programma è stato scelto dalla Commissione europea per organizzare il "DG REGIO Road Show", un evento dedicato, tra l'altro, alla promozione del 25° anniversario dell'iniziativa comunitaria Interreg ed al lancio della consultazione online riguardante il superamento degli ostacoli nelle regioni frontaliere. L'evento ha dato di sottolineare i risultati e le prospettive di cooperazione tra l'Italia e la Slovenia, attraverso la presentazione di alcune buone prassi transfrontaliere. Il Programma 07-13 è stato promosso anche alla Barcolana e i progetti finanziati hanno avuto ampio spazio presso le istituzioni europee a Bruxelles sia in occasione dell'incontro annuale delle Autorità di Gestione dei programmi CTE e dedicato alla celebrazione del 25° anniversario dell'iniziativa comunitaria Interreg, sia durante gli Open days di ottobre.

QUADRO FINANZIARIO

L'importo totale speso per le attività di informazione nel periodo di programmazione 2007-2013 è pari ad € 458.957,19, ripartito annualmente come di seguito illustrato:

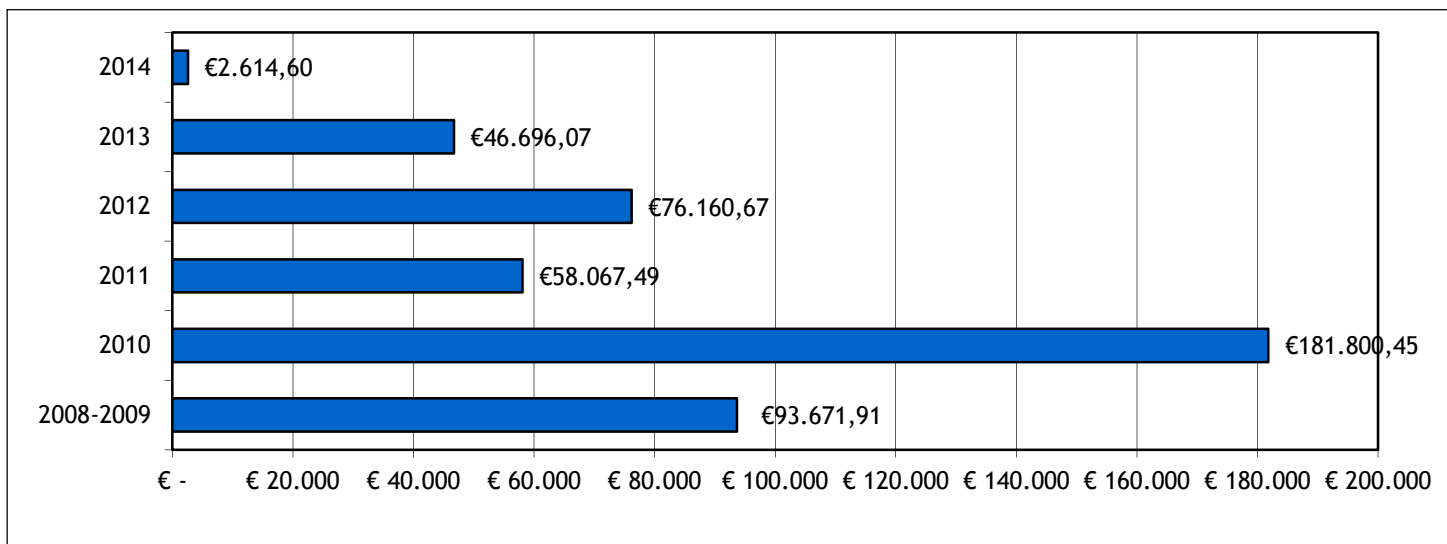


Tabella 3: Costi di comunicazione, 2008-2014

In particolare, le tipologie di attività di informazione e pubblicità che hanno richiesto una maggiore spesa sono stati i gadget promozionali e la creazione dell'identità visiva (cd. Visual Identity), come indicato nel grafico sottostante:

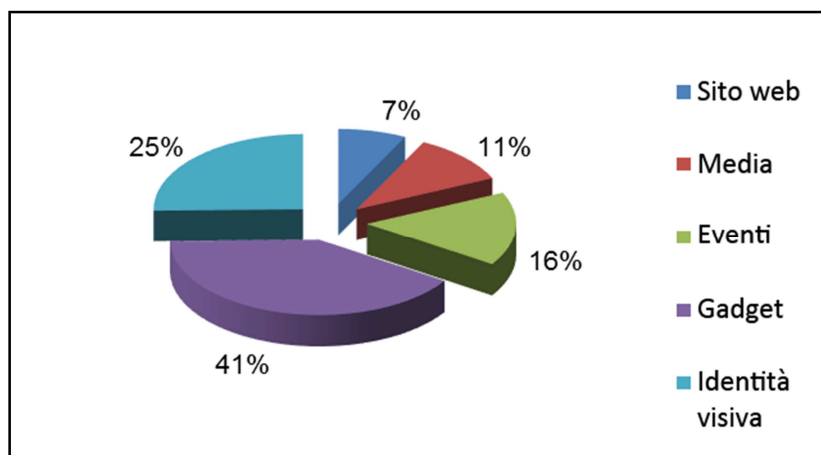


Tabella 4: Strumenti di comunicazione, 2008-2013

1.3.a Valutazione 2007-2013

Secondo i risultati del sondaggio che ha coinvolto i Lead Partner degli 87 progetti finanziati durante il periodo di programmazione 2007-2013, di seguito gli esiti rilevanti nell'ambito dell'informazione e della pubblicità:

- L'informazione regolare e le disposizioni stabilite dalle Linee guida per l'applicazione dell'Identità Visiva (cd. Visual Identity, VI) in conformità con le normative europee di riferimento e le disposizioni del Programma sono tra le attività più soddisfacenti (4,5/5).

88. Il Segretariato tecnico congiunto ha fornito indicazioni al fine di garantire il rispetto dell'Identità Visiva in conformità con la normativa europea di riferimento e le Linee guida del Programma fornendo informazioni utili per la creazione di materiale promozionale ed eventi di disseminazione dei progetti?

	VEN	FVG	E-R	ITA	SLO	Media Programma
Media	● 4,8	● 4,2	● 4,5	● 4,4	● 4,6	● 4,5

96 - Hai garantito, attraverso il Segretariato tecnico congiunto, il rispetto della normativa in materia di informazione e pubblicità, promuovendo l'adozione da parte dei beneficiari di azioni informative e comunicative in linea con l'Identità Visiva appositamente progettata?

●	VEN	FVG	E-R	ITA	SLO	Media Programma
Media	● 4,3	● 4,1	● 4,0	● 4,2	● 4,1	● 4,2

- Considerando i beneficiari sloveni con un punteggio di 4,1 punti su 5 anche l'Info Point sloveno ha avuto un ottimo riscontro per quanto riguarda il supporto ai beneficiari negli eventi di informazione, comunicazione e disseminazione.

93. L'Info Point sloveno ha fornito un supporto ai beneficiari negli eventi di informazione, comunicazione e diffusione?

	SLO
Media	4,1

Secondo un sondaggio coinvolgendo i cittadini partecipanti alla manifestazione della Barcolana, 1/3 degli intervistati dichiara di essere a conoscenza del Programma. Questi dati sono in linea con quanto affermato nel corso dell'evento celebrativo del 25° anniversario di Interreg svoltosi in Lussemburgo il 15 e il 16 settembre 2015. Dal sondaggio è emerso che tra coloro che conoscono il Programma, un'ampia maggioranza (60%) ne conosce anche i contenuti, ossia sa di cosa si occupa il Programma. Tra coloro che conoscono il Programma, inoltre, la maggior parte ha ricevuto informazioni sul luogo di lavoro. Molti ne sono venuti a conoscenza attraverso i media tradizionali (televisione, radio, giornali) come di seguito rappresentato.

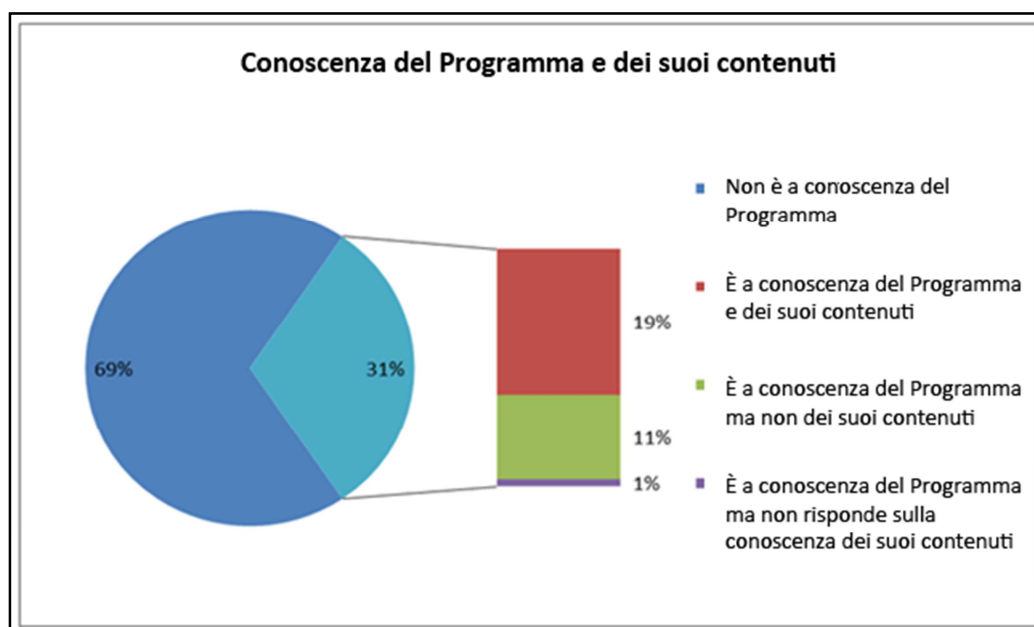


Tabella 5: Conoscenza del Programma e dei suoi contenuti

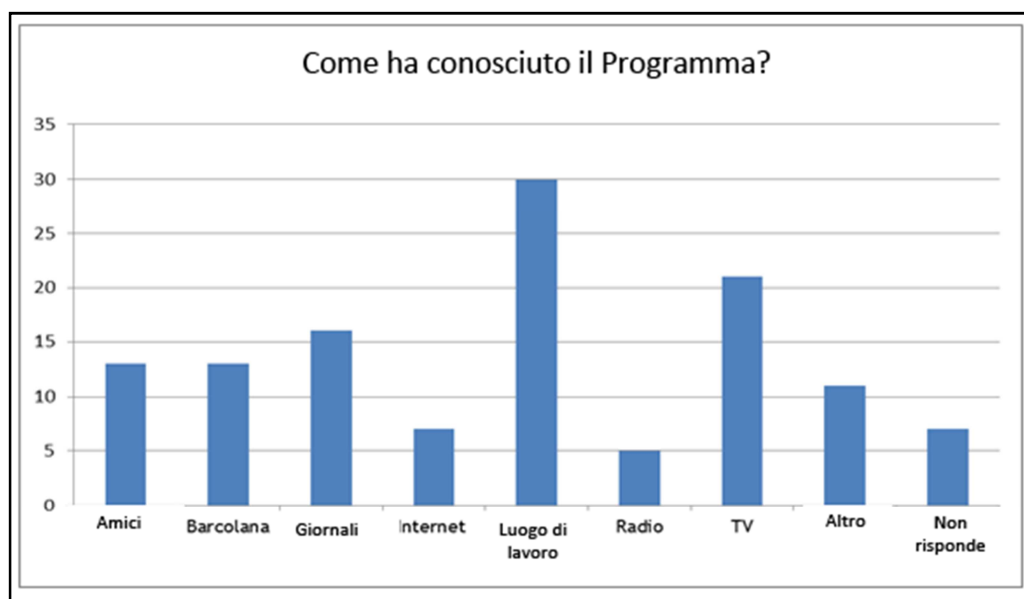


Tabella 6: Mezzi per acquisire consapevolezza sul Programma

Nel 2015 si è svolto il primo sondaggio Eurobarometro⁴ specifico sulle regioni frontaliere. L'obiettivo era quello di misurare l'approccio della popolazione delle regioni frontaliere UE nei confronti dei finanziamenti comunitari, della popolazione confinante e molte altre informazioni utili a effettuare interventi UE più mirati nel futuro. Al fine di analizzare i punti di forza e le debolezze del Piano di comunicazione del Programma 07-13, si è tenuto conto dei risultati dell'indagine sul Programma che coinvolge l'Italia e la Slovenia.

È emerso un risultato positivo in riscontro al primo argomento del sondaggio, **“Conoscenza della cooperazione transfrontaliera finanziata dall'UE”**. Nella zona di frontiera italo-slovena, il 43% degli intervistati era a conoscenza delle attività di cooperazione transfrontaliera finanziate dall'UE. Questo livello di consapevolezza è maggiore rispetto alla media UE del 31%. Il livello di consapevolezza si è rivelato, in generale, simile negli intervistati residenti nelle zone di frontiera tra Italia e Slovenia.

I risultati emersi in merito **“ostacoli percepiti alla cooperazione transfrontaliera tra le regioni di confine”** costituiscono un punto di partenza su cui il Programma dovrebbe lavorare, necessitando al tempo stesso di una analisi più dettagliata.

Il 45% degli intervistati considera vivere in una regione di frontiera come un'opportunità, mentre il 46% ritiene che non comporti alcun effetto sulla propria vita.

L'85% degli intervistati ha individuato almeno un problema che rende difficile la cooperazione transfrontaliera nella loro regione.

⁴ Risultati Eurobarometro, Programma Italia-Slovenia, 14/12/2015, http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/cooperation/european-territorial/cross-border/eb_results/italy-slovenia.pdf

Gli intervistati potevano selezionare diversi ostacoli. Il primo ostacolo rilevato è quello della lingua, il 68% (superiore quindi alla media UE del 57%) degli intervistati identifica le differenze linguistiche come un problema per la cooperazione transfrontaliera.

Similarmente, gli altri 3 ostacoli più citati sono:

- differenze legali ed amministrative (50%, contro una media UE del 45%);
- differenze sociali ed economiche (46%, pari alla media UE);
- differenze culturali (44%, uno dei tassi più alti, rispetto alla media UE è del 32%).

L'ostacolo relativo alla accessibilità è quello meno menzionato (29%, molto vicino alla media UE del 30%).

L'indagine Eurobarometro sopra descritta ha fornito dati interessanti per l'analisi dei punti di forza e delle debolezze emerse dal periodo di programmazione 2007-2013. In tale contesto, la presente Strategia di comunicazione mira a favorire i punti di forza e a superare le debolezze di seguito rappresentate.

La tabella seguente è un'analisi SWOT (Punti di forza, debolezze, opportunità e minacce) che prende in considerazione l'esperienza 2007-2013 nel suo complesso, compresi i documenti prodotti da Programma 07-13, come i Rapporti Annuali di Esecuzione, ma anche i principali fattori che possono influenzare la Strategia di comunicazione del Programma.

Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Efficacia degli eventi e delle attività di informazione (ad es. Info days); 2. Linee guida sull'Identità Visiva ben strutturato e di facile applicazione; 3. Elevato coinvolgimento delle autorità e delle strutture del Programma 07-13; 4. Copertura completa dell'area del Programma 07-13; 5. Partecipazione attiva dei partner del Programma 07-13 e dei beneficiari dei progetti finanziati nelle attività di comunicazione; 6. Linguaggio chiaro e accessibile, che tiene conto del bilinguismo; 7. Strumenti informativi sviluppati con uno stile chiaro, semplice e immediato; 8. Informazione completa, chiara e trasparente per i proponenti progettuali e i beneficiari; 9. Allocazione del budget del Programma 07-13 efficace in base alle necessità di attuazione dello stesso (start-up); 10. Elevato numero di proposte progettuali presentate; 11. Uso di Social media (Twitter) come valido strumento di visibilità. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinazione non efficace delle responsabilità e dei compiti, mancanza di coordinamento tra le autorità e le strutture del Programma 07-13; 2. Scarsa visibilità e riconoscibilità dei progetti; 3. Mancanza di coordinamento tra l'Autorità di gestione e gli enti istituzionali; 4. Scarsa conoscenza dell'impatto del Programma; 5. Scarsa differenziazione degli strumenti di informazione in base ai gruppi di destinatari; 6. Scarsa condivisione e sinergia con gli altri programmi Interreg; 7. Immagine controversa del Programma sui media, a causa anche delle difficoltà emerso nell'attuazione del Programma.
• Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Riconoscibilità del Programma già ottenuta da parte dei potenziali proponenti e beneficiari; 2. Capitalizzazione dei risultati 2013-2017 come incentivo per l'attuale periodo di programmazione; 3. Pubblicazione dei bandi nella prima fase di attuazione del Programma; 4. Quadro condiviso sull'approccio comunicativo tra i partner del Programma; 5. Diffusa conoscenza e uso dei social media come canale di comunicazione. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divari comunicativi tra le autorità e le strutture del Programma, immagine negativa sui media; 2. Selezione tardiva di alcune strutture del Programma (Segretariato congiunto); 3. Budget insufficiente per l'attuazione del Piano di comunicazione; 4. Risorse umane dedicate alle attività di comunicazione incerte e limitate; 5. Inesperienza dei potenziali candidati nel settore della progettazione europea; 6. Perdita del messaggio che si intende comunicare; 7. Materiale promozionale inadeguato.

Tabella 7: Analisi SWOT 07-13

L'analisi SWOT sopra rappresentata è uno strumento il cui risultato tangibile più rilevante è quello di individuare i punti di forza e debolezza relativi al precedente Programma 07-13, le sue opportunità di miglioramento e le minacce emerse durante la sua attuazione. Come strumento decisionale preliminare, l'analisi SWOT mira a fornire una visione d'insieme adeguata delle principali questioni prese in considerazione nella redazione della presente Strategia di comunicazione. È stato fatto uno sforzo per sfruttare le opportunità e superare le debolezze e, nel contempo, per rendere più efficace il Programma nello sviluppo della propria Strategia di comunicazione.

CAPITOLO 2 - STRATEGIA

In questo capitolo sarà descritta la Strategia di comunicazione complessiva del Programma, dagli obiettivi di comunicazione ai risultati previsti, oltre al pubblico di riferimento, gli approcci e le attività indicative da attuare.

Come già spiegato, il Programma intende la comunicazione come intrinsecamente correlata alla gestione del Programma, così come definito nel Programma di Cooperazione. La logica di intervento di seguito dettagliata evidenzia il modo in cui la comunicazione è integrata al Programma. Sulla base degli specifici obiettivi di comunicazione individuati in linea con il contenuto del Programma di Cooperazione, sono stati definiti gli approcci e le attività. Un tanto per generare cambiamenti nel pubblico di riferimento, che contribuirà direttamente a raggiungere i risultati attesi.

2.1 Accettazione dell'iniziativa “Brand Harmonisation”

Il primo step per la definizione della Strategia di comunicazione del Programma è stato segnata dalla decisione della Task Force del Programma, il 28 aprile 2014⁵, di aderire all'iniziativa promossa da INTERACT e denominata “Brand Harmonisation Initiative” relativa all'utilizzo di un logo comune da parte dei programmi rientranti nella dimensione della Cooperazione Territoriale Europea.

Tale iniziativa di armonizzazione del logo è stata discussa per la prima volta a ottobre 2012 all'interno di un gruppo costituito da addetti alla comunicazione dei programmi CTE e coordinato da INTERACT. L'iniziativa, sviluppata da INTERACT, mirava a dare maggiore visibilità ai programmi CTE nel periodo di programmazione 2014-2020 e aumentarne la consapevolezza tra i cittadini dell'UE.

Sulla base dei riscontri ricevuti, INTERACT, in conformità con la posizione assunta in merito dall'Unità Cooperazione della Direzione Generale Politica regionale della Commissione europea e in linea con il regolamento di esecuzione (UE) della Commissione n. 821/2014 relativo alla comunicazione, la TF del Programma, il 5 maggio 2014⁶, ha approvato il logo del Programma (versione base), come indicato sotto:



Figura 1: Logo base del programma

⁵ La II Procedura scritta relativa all'adesione all'iniziativa di armonizzazione del marchio promossa da INTERACT è stata avviata il 17 aprile 2014 e si è conclusa positivamente il 28 aprile.

⁶ La VI Procedura scritta relativa al nome del Programma e all'approvazione del logo è stata avviata il 24 aprile 2014 e si è conclusa positivamente il 5 maggio.

Essendo il riferimento al FESR obbligatorio, anche se non necessariamente parte del logo, è prevista anche una versione del logo con la dicitura “Fondo europeo di sviluppo regionale - Evropski sklad za regionalni razvoj” come illustrato nella figura 2. Tale versione è da utilizzarsi se, all’interno del documento in cui il logo va inserito, quanto non vi è alcuna indicazione al FESR altrove sulla pagina in cui è mostrato il logo.



Figura 2: Logo del Programma con riferimento al FESR

Al fine di garantire una maggiore visibilità e riconoscibilità del Programma, si ritiene indispensabile mantenere un aspetto uniforme in tutte le attività di comunicazione, sia nella comunicazione interna tra le autorità e le strutture del Programma, sia nella comunicazione esterna con i principali destinatari. A tal fine, il Segretariato congiunto stilerà il Manuale dell'Identità Visiva per l'applicazione del logo e che stabilirà i requisiti formali dei diversi layout. Il logo del Programma e il Manuale grafico predisposto da INTERACT (*Interreg Brand Design Manual*) servirà da base per lo sviluppo del Manuale dell'Identità Visiva.

Il Programma partecipa attivamente al processo di armonizzazione ed è presente su Basecamp, una piattaforma di scambio virtuale sviluppata da INTERACT al fine di facilitare il confronto tra gli addetti alla comunicazione dei diversi programmi CTE.

2.2 Approccio

Riguardo alle caratteristiche dell'approccio comunicativo definito dalla presente Strategia, si evidenzia un tipo di approccio:

- a) integrato, dal momento che prevede l'integrazione sotto diversi profili:
 - partenariato istituzionale (partner del Programma);
 - partenariato economico-sociale, per aumentare la capacità di diagnosi dei bisogni informativi implicite o esplicite di determinati gruppi di destinatari, per favorire una diffusione delle informazioni più mirata, così da moltiplicarne la portata;
 - attività di comunicazione relative ad altri programmi Interreg affinché emerga una visione d'insieme del ruolo dell'UE nella strategia della CTE, ma anche una complementarità tra le attività di comunicazione;
 - gli organi istituzionali e le loro attività di comunicazione nell'area del Programma;
- b) accessibile, dal momento che comunicherà con un linguaggio chiaro e un tono amichevole e che garantirà sempre la trasparenza delle informazioni;
- c) personalizzato in quanto le attività si adatteranno ai diversi interessi dei gruppi di destinatari correlati;
- d) partecipato, dal momento che si basa sul coinvolgimento attivo dei beneficiari e delle loro associazioni e reti.

2.3 Obiettivi di comunicazione

La Strategia di comunicazione mira a promuovere il Programma all'interno dell'area eleggibile, ma anche all'interno dell'Unione europea, offrendo spunti di riflessione sul ruolo dell'UE e del valore aggiunto della Politica europea di coesione, attirando progetti e assicurando la massima trasparenza. Tutte le attività, le azioni e gli strumenti di comunicazione previste mirano a supportare gli Obiettivi del Programma e a far conoscere il Programma stesso. A tal fine sono stati definiti Obiettivi di Comunicazione che mirano ad ottenere il miglior risultato possibile per l'attuazione del Programma.

Gli Obiettivi di Comunicazione, generali (OC) e specifici (OS), previsti per il periodo di programmazione 2014-2020 sono i seguenti:

Tabella 8: Obiettivi generali (OC) e specifici (OS) della Strategia di comunicazione 14-20

OC	OS	Gruppi di destinatari
1. Aumentare la consapevolezza sul Programma e sulle sue opportunità di finanziamento, al fine di attirare progetti di alta qualità	<ul style="list-style-type: none"> a. Aumentare il livello di conoscenza tra i potenziali beneficiari per attirare proponenti; b. Coinvolgere i partner nelle attività di comunicazione per attirare potenziali beneficiari del proprio pubblico di riferimento; c. Informare correttamente i potenziali beneficiari e aiutarli ad accedere alle opportunità di finanziamento. 	Potenziali proponenti/beneficiari
2. Sensibilizzare maggiormente il pubblico e accrescere la reputazione del Programma	<ul style="list-style-type: none"> a. Supportare i progetti nelle attività di comunicazione per sostenere la reputazione del Programma e la sua attrattiva; b. Incoraggiare un ampio coinvolgimento dei pertinenti partner e contribuire a migliorare il loro <i>capacity building</i> nella presentazione e nell'attuazione dei progetti; c. Diffondere i risultati del Programma e dei progetti da esso finanziati; d. Garantire la trasparenza e l'accessibilità completa alle informazioni del Programma, soprattutto riguardo ai beneficiari e ai risultati dei progetti; e. Promuovere sui media la conoscenza e la reputazione positiva del valore aggiunto apportato dal Programma per l'area eleggibile. f. Promuovere le migliori prassi e le soluzioni sostenibili. 	Beneficiari Pubblico generale/cittadini Portatori di interesse (<i>Stakeholders</i>) Media Istituzioni e organismi UE
3. Supportare la gestione efficiente del Programma e l'attuazione del Programma	<ul style="list-style-type: none"> a. Supportare la semplificazione, l'armonizzazione e la riduzione delle procedure amministrative per garantire e attuare in modo efficace il Programma di Cooperazione attraverso molteplici sforzi; b. Supportare il coordinamento e la collaborazione tra diverse istituzioni e partner coinvolti nel Programma; c. Supportare la comunicazione integrata con altri programmi. 	Istituzioni interne Destinatari interni

Obiettivo principale del Programma

Promuovere l'innovazione, la sostenibilità e la governance transfrontaliera per una maggiore competitività, coesione e vivibilità dell'area..

Approcci comunicativi

Integrato, dal momento che prevede l'integrazione sotto diversi profili

Accessibile, che garantisca trasparenza

Personalizzato, in quanto le attività si adatteranno ai diversi interessi dei gruppi di destinatari

Partecipato, che si basa sul coinvolgimento attivo dei beneficiari e delle loro associazioni e reti.

Obiettivi di Comunicazione

OC1

Aumentare la consapevolezza sul Programma e sulle sue opportunità di finanziamento, al fine di attirare progetti di alta qualità

OC2

Sensibilizzare maggiormente il pubblico e accrescere la reputazione del Programma

OC3

Supportare la gestione efficiente del Programma e l'attuazione del Programma

Tabella 9: Approccio comunicativo

2.4 Principali destinatari e messaggio chiave

Con riferimento al pubblico esterno ed in linea con il Programma di Cooperazione, i principali destinatari della comunicazione, dal maggiore al minore, sono i seguenti:

- **Pubblico esterno:**
 - pubblico generale e utenti finali: coloro che utilizzano o che potrebbero essere interessati dagli output di progetto e dai risultati del Programma;
 - influenzatori/moltiplicatori: autorità nazionali, regionali e locali, legislatori, esperti esterni, politici, organizzazioni del terziario, commercio e industria, istituti educativi e di ricerca, centri informazioni UE, rete nazionale dei comunicatori del Fondo⁷ in Italia e Slovenia, stampa e media, ecc.;
 - altri: tra questi si possono comprendere organizzazioni che agiscono come osservatori sul Comitato di Sorveglianza, altre organizzazioni nazionali e internazionali ed i relativi progetti.
- **media**: i media sono un canale, ma anche un obiettivo e pertanto dovrebbero essere un interlocutore principale per la promozione del Programma e dei suoi risultati;
- **potenziali gruppi di destinatari/beneficiari**: organizzazioni che hanno un interesse o hanno la capacità per partecipare a progetti finanziati dal Programma; organizzazioni che hanno partecipato alle opportunità offerte dal Programma nei precedenti periodi di programmazione, oltre alle nuove organizzazioni.
 Lo schema che segue definisce i gruppi di destinatari potenziali e i possibili beneficiari suddivisi per Asse prioritario in conformità con il Programma di Cooperazione;

Tabella 10: Potenziali destinatari di riferimento/Potenziali beneficiari per gli assi prioritari

AP	Potenziali destinatari di riferimento	Potenziali beneficiari
Asse prioritario 1	Oltre a quelli definiti come beneficiari: -organizzazioni pubbliche e private che si occupano di innovazione sociale ed economica imprese (in particolare le PMI); - i loro dipendenti, ricercatori, studenti, start-up/spin-off; - tutti gli individui e/o i gruppi di popolazione interessati dalla questione	- Università, istituti di ricerca e sviluppo; - Autorità nazionali, regionali e locali; - Organismi pubblici e privati nel campo della crescita sostenibile e dell'innovazione sociale; - Organizzazioni di sostegno alle imprese (per esempio Camere di commercio, Agenzie di sviluppo regionale, BIC); - Cluster, intermediari (agenzie, reti d'innovazione, incubatori, ecc.); - GECT; - Società, intermediari (per esempio agenzie d'innovazione, reti d'innovazione, parchi tecnologici e innovativi), organizzazioni che si occupano di ricerca e tecnologia, politecnici; - Istituti pubblici e privati; - Imprese, comprese le PMI;

⁷ Regolamento (UE) N. 1303/2013 Art. 117, punto 2:
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0320:0469:EN:PDF>

		<ul style="list-style-type: none"> - Operatori senza fini di lucro.
Asse prioritario 2	<p>Oltre a quelli definiti come beneficiari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizzatori finali del trasporto pubblico; - Turisti; - Cittadini coinvolti in azioni di mobilità a basse emissioni o di risparmio energetico; - Persone con mobilità ridotta; - Persone che vivono in zone meno accessibili/rurali; - PMI. 	<ul style="list-style-type: none"> - Autorità nazionali, regionali e locali; - Operatori energetici, istituti di gestione energetica, società che offrono servizi integrati volti al perseguimento dell'efficienza energetica (c.d. ESCO); - Operatori del trasporto pubblico; - Agenzie e istituzioni che si occupano di mobilità; - Organismi pubblici e privati che si occupano di energia e cambiamento climatico, ambiente e risorse naturali; - Agenzie di sviluppo regionali e locali; - Associazioni e istituti specializzati nella sensibilizzazione dei cittadini e nella comunicazione; - Organizzazioni senza fini di lucro e altri professionisti e associazioni della società civile che si occupano di energia, cambiamento climatico, ambiente, risorse naturali; - Camere di commercio, organizzazioni e associazioni di imprese, imprese private e cluster; - Imprese e PMI; - Università, parchi scientifici e tecnologici, incubatori d'innovazione istituti specializzati nella ricerca, nell'istruzione, nella formazione e nella <i>capacity building</i>
Asse prioritario 3	<p>Oltre a quelli definiti come beneficiari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - potenziali visitatori (cittadini, turisti, studenti); - strutture che forniscono ospitalità turistica o servizi; - PMI e settori creativi; - organismi decisionali (cd. decision makers), dipartimento dell'ambiente, dipartimenti per lo sviluppo economico delle autorità locali, regionali o nazionali; - agenzie per l'ambiente; - organizzazioni per la gestione delle aree protette; - proprietari terrieri e usufruttuari; - operatori economici; - cittadini /consumatori finali. - cittadini e aziende, in qualità di produttori di rifiuti; - comunità locali residenti delle aree soggette a interruzioni idriche e al rischio idrogeologico; - comunità locali concentrate in aree che presentano un elevato livello di urbanizzazione; - società, imprese/PMI operanti nel ciclo dei rifiuti e delle risorse idriche e nel settore dell'energia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Autorità nazionali, regionali e locali - Enti pubblici e privati che si occupano dell'ambiente e del patrimonio naturale e culturale - Enti pubblici e privati che si occupano di ambiente, biodiversità, gestione dei rifiuti e dell'acqua, risorse naturali - Agenzie di sviluppo, marketing territoriale e agenzie turistiche - Aree protette, organizzazioni per la gestione dei siti del patrimonio naturale e culturale - ONG, organizzazioni no-profit e altre associazioni professionali e della società civile che si occupano di questioni ambientali, sociali, culturali e relative alle risorse naturali <ul style="list-style-type: none"> • - Camere di commercio, organizzazioni e associazioni professionali di categoria, imprese private e cluster - Imprese, PMI - Università e istituti specializzati nella ricerca, nell'istruzione, nella formazione e nella <i>capacity building</i> - Associazioni e istituti specializzati nella consapevolezza delle persone e nella comunicazione
Asse prioritario 4	<p>Oltre a quelli definiti come beneficiari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aziende e PMI impegnate nei settori più esposti alla concorrenza internazionale e all'innovazione; 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabili politici e manager pubblici, enti di formazione pubblici - Autorità nazionali, regionali e locali - Agenzie di sviluppo regionali e locali - Aree protette, organizzazioni per la gestione dei siti

	Protezione civile e organizzazioni che si occupano di gestione dei rischi ambientali; Soggetti vulnerabili ad alti rischi di salute Operatori sanitari Disoccupati con basse qualifiche	del patrimonio naturale e culturale - ONG, organizzazioni senza scopo di lucro e altre associazioni professionali e della società civile - Università, centri di ricerca, parchi scientifici e tecnologici, istituti specializzati nella ricerca, nell'istruzione, nella formazione e nella <i>capacity building</i> ; - Aziende e piccole medie imprese - Enti pubblici che si occupano di ambiente, rischi naturali, energia, salute e inclusione sociale.
--	--	--

- **Portatori di interesse (Stakeholders):** una persona, gruppo o organizzazione interessato dal Programma. I portatori di interesse possono influenzare o essere influenzate dalle azioni, dagli obiettivi e dalle politiche del Programma. Tra questi vi sono le autorità nazionali, regionali e locali, le Camere di Commercio, le organizzazioni commerciali e aziendali, le PMI, gli operatori economici, le reti e i cluster, le università/i centri di ricerca/i centri tecnologici/i parchi scientifici/i centri di formazione, le ONG;
- **beneficiari finali:** organizzazioni che ricevono fondi dal Programma;
- **UE:** in questa categoria rientrano la Commissione europea, INTERACT e le altre istituzioni e programmi UE.

Con riferimento ai destinatari interni e in base al Programma di cooperazione, i principali destinatari sono i seguenti:

- **Autorità e strutture del Programma:** organizzazioni e gruppi coinvolti nella governance del Programma. Tra questi sono compresi l'Autorità di Gestione, il Segretariato Congiunto, il Comitato di sorveglianza, l'Autorità di audit, l'Info Point sloveno, gli Enti intermedi (GECT GO/EZTS GO), i rappresentanti nazionali e regionali presenti ai comitati del Programma per entrambi i Paesi.

Il messaggio chiave della comunicazione del Programma deriva dall'obiettivo principale che viene così conferito *“il Programma supporta il rafforzamento del livello di coesione dell'area del Programma”*.

Questo messaggio si traduce in messaggi mirati, come illustrato sotto.

Tabella 11: Destinatari e messaggi chiave

Destinatari	Messaggi chiave	Cosa devono sapere?
<p>Pubblico esterno e Media</p>	<p>I messaggi indirizzati al pubblico esterno e ai media riguarderanno i risultati della cooperazione e l'attuazione del Programma.</p>	<p>I dati e le cifre relativi al Programma: quanto, dove, quando, chi, come? I benefici del Programma vicini a loro e relativi a temi che li interessano; I risultati e l'impatto del Programma e dei suoi progetti; Informazioni che possono diffondere nel loro Paese in diversi destinatari di riferimento, preparate dall'Autorità di Gestione/Segretariato Congiunto; Informazioni sugli impatti del programma nel loro Paese; Condivisione della conoscenza sulla metodologia di valutazione e sui risultati (altri programmi Interreg); Cooperazione nella condivisione dei risultati (altri programmi Interreg); Informazioni sull'impatto del Programma/della cooperazione Interreg, storie di singoli (pubblico generale).</p>
<p>Potenziali proponenti/ Potenziali beneficiari</p>	<p>Il Programma supporta gli sforzi congiunti per aumentare la capacità di cooperazione dei potenziali proponenti/potenziali beneficiari dell'area del Programma al fine di promuovere l'innovazione, la sostenibilità e la governance transfrontaliera per una maggiore competitività, coesione e vivibilità dell'area.</p>	<p>Informazioni chiare sul Programma: obiettivi, procedure, benefici e risultati; Disponibilità dei finanziamenti: quanto, quando, chi e come fare domanda? Migliori pratiche come esempi di cooperazione; Come predisporre una buona proposta progettuale; Dove e come trovare i partner; Informazioni relative al tema su come la CTE ha cambiato le cose vicino a loro; Motivazione per la cooperazione futura.</p>
<p>Portatori di interesse</p>	<p>I messaggi indirizzati ai portatori di interesse riguarderanno gli obiettivi, le procedure, i benefici e i risultati del Programma.</p>	<p>Informazioni chiare sul Programma: obiettivi, procedure, benefici e risultati; I benefici del Programma a loro vicini e relativi ai temi di loro interesse: possibilità di sollevare questioni transfrontaliere in materie oggetto dei progetti, come usare gli output dei progetti, come diffondere i risultati.</p>

Destinatari	Messaggi chiave	Cosa devono sapere?
Beneficiari finali	I messaggi indirizzati ai beneficiari riguarderanno gli obblighi dei beneficiari (compresa la promozione del progetto, del Programma e del supporto dell'UE), la diffusione dei risultati, l'orientamento ai risultati.	<p>Informazioni chiare sul Programma: obiettivi, procedure, benefici e risultati;</p> <p>Come mettere in pratica un progetto nel modo migliore;</p> <p>Come avere successo nella comunicazione del progetto;</p> <p>Come diffondere i risultati;</p> <p>Esperienze di altri progetti in diverse attuazioni dei progetti e questioni tematiche;</p> <p>Informazioni sull'impatto dei progetti sui risultati complessivi del Programma;</p> <p>Motivazione per il futuro e ringraziamento per il lavoro svolto.</p>
Autorità e strutture del Programma	Il Programma è gestito in modo cooperativo, efficiente e trasparente.	<p>Il loro ruolo e la loro responsabilità nell'attuazione del Programma;</p> <p>Informazioni continue e questioni relative ai compiti degli addetti al Programma;</p> <p>Progresso nell'attuazione del Programma;</p> <p>Informazioni su cosa potrebbe essere ulteriormente migliorato durante l'attuazione del Programma (Autorità di Gestione, Segretariato Congiunto, Autorità di Audit);</p> <p>Informazioni su come funziona il Programma (Comitato di Sorveglianza);</p> <p>Informazioni che potrebbero influenzare ogni potenziale bando futuro (Autorità di Gestione, Comitato di Sorveglianza).</p>
UE	I messaggi indirizzati ai portatori di interesse riguarderanno le disposizioni normative UE.	<p>Informazioni chiare sul Programma: obiettivi, procedure, benefici e risultati;</p> <p>Progresso nell'attuazione del Programma;</p> <p>Risultati e impatto dei progetti;</p> <p>Buone prassi e sfide dei progetti;</p> <p>Informazioni complete sui risultati della valutazione, non limitate alla relazione di valutazione finale.</p>

2.5 Logica di intervento

La necessità di comunicare verso i diversi destinatari di riferimento deriva dalla necessità di coinvolgere il gruppo in questione. Pertanto le attività e gli approcci variano a seconda dei destinatari di riferimento.

La Tabella 12 mostra una panoramica della logica di intervento della Strategia di comunicazione per obiettivi di comunicazione, destinatari di riferimento, approccio comunicativo, principali azioni di comunicazione secondo il Programma di cooperazione e gli strumenti di comunicazione.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

OC1
Aumentare la consapevolezza sul Programma e sulle sue opportunità di finanziamento, al fine di attirare progetti di alta qualità

OC2
Sensibilizzare maggiormente il pubblico e accrescere la reputazione del Programma

OC3
Supportare la gestione efficiente del Programma e l'attuazione del Programma

DESTINATARI DI RIFERIMENTO

Potenziali candidati/beneficiari (ad es. enti pubblici e privati, associazioni e istituzioni, imprese), portatori di interesse e influenzatori/moltiplicatori (ad es. autorità nazionali, regionali e locali), UE, pubblico generale

Beneficiari finali, influenzatori/moltiplicatori (esperti esterni), UE, pubblico generale

Autorità e strutture del programma, programmi UE e CE

PRINCIPALI AZIONI DI COMUNICAZIONE

Redarre documenti informativi per i candidati e i beneficiari per guidarli nella preparazione delle candidature e nell'attuazione, nella valutazione, nel controllo e nella comunicazione

Organizzare formazioni su questioni specifiche relative all'attuazione, quali la gestione finanziaria e del progetto, le informative, il controllo, l'audit, la comunicazione e la messa in rete per rafforzare la capacità del beneficiario di attuare operazioni approvate, nuova legislazione UE sugli appalti pubblici

Redigere e attuare la strategia di comunicazione del Programma, incluse l'indicazione e l'attuazione di misure relative alle informazioni e alla comunicazione e strumenti in linea con l'articolo 115 del Regolamento UE n.1303/2013

Organizzare eventi per la consultazione, le informazioni, la formazione e lo scambio per rafforzare la capacità dei candidati di preparare delle candidature che contribuiscano agli obiettivi specifici del Programma e ai risultati attesi

Sviluppare strumenti di informazione e scambio (ad es. documenti analitici, incontri bilaterali, eventi mirati, ecc.) e organizzare eventi transfrontalieri e nazionali per rafforzare il coinvolgimento dei partner interessati nell'attuazione del Programma

Creare una rete di controllori finanziari delle autorità nazionali/regionali/ Info Point/controllori finanziari, coordinata da un segretariato congiunto, allo scopo di scambiare informazioni e buone prassi a livello transazionale

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Pubblicazioni digitali e cartacee, eventi (conferenze, riunioni, seminari, giornate informative, principali eventi pubblici), materiale promozionale

Pubblicazioni digitali e cartacee, eventi pubblici e mirati (giornate informative e workshop), kit di comunicazione

Incontri, attività di formazione interna, intranet, mailing list, raccolta feedback

Tabella 12: Logica di intervento

CAPITOLO 3 - ATTIVITÀ, AZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Secondo il Regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII, punto 4, lettere a), b), c), le attività di comunicazione indicative organizzate dal Programma devono rispettare le seguenti linee guida di sviluppo:

- azioni informative generali, trasversali e bilingui nei confronti dell'**opinione pubblica** sui contenuti generali del Programma e sulla sua attuazione;
- azioni informative mirate nei confronti dei **potenziali beneficiari** al fine di informarli sull'intervento del Programma e sui criteri di selezione;
- attività di informazione per i **beneficiari**.

Azioni rivolte all'opinione pubblica:

- organizzare:
 - un evento di lancio per presentare i contenuti del Programma di cooperazione;
 - almeno un'attività informativa principale all'anno per presentare i risultati e i traguardi raggiunti del Programma;
- pubblicare sul sito web:
 - un elenco delle operazioni, ai sensi dell'art. 115 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, da aggiornarsi almeno a cadenza semestrale, al fine di promuovere la diffusione delle informazioni sui risultati di successo e sulle buone prassi;
 - esempi di operazioni nelle due lingue ufficiali UE del Programma: italiano e sloveno;
 - informazioni e documenti riguardanti l'attuazione del Programma;
 - l'elenco dei membri del Comitato di sorveglianza;
- pubblicare i documenti del Programma e il contenuto delle operazioni online e in formato cartaceo, ad es. volantini e brochure;
- esporre l'emblema UE presso i locali delle principali autorità e strutture del Programma;
- istituire una rete di biblioteche contenenti tutte le pubblicazioni digitali e cartacee prodotte durante le attività di cooperazione transfrontaliera, secondo gli standard bibliotecari di riferimento (archivi), al fine di fornire in loco materiali culturali e di studio ai cittadini, agli studenti, ai turisti e a tutti i cittadini interessati.

Azioni rivolte ai potenziali beneficiari:

- organizzare conferenze, incontri, seminari, giornate informative e altre attività volte a sensibilizzare sugli specifici obiettivi del Programma di cooperazione e sulle opportunità di finanziamento;
- mettere a disposizione sul sito web la documentazione di supporto per l'attuazione del Programma per fornire informazioni chiare e complete su: criteri di ammissibilità in linea con il Programma di cooperazione, descrizione delle procedure di valutazione delle domande e termini, criteri di ammissibilità dei progetti; elenco delle persone di riferimento delle principali autorità e strutture.

Azioni rivolte ai beneficiari:

Informazioni sulle procedure amministrative richieste per l'attuazione degli interventi:

- creazione di manuali/linee guida per la gestione dei progetti;

- inserire negli atti relativi alla concessione del finanziamento:
 - a) un riferimento esplicito all'inclusione del nome del beneficiario, della descrizione dei progetti e dell'importo del finanziamento nell'elenco delle operazioni pubblicato sul sito web;
 - b) un preciso riferimento alle regole riguardanti l'attuazione obbligatoria del logo nelle sue diverse versioni, della progettazione grafica e dei formati per la creazione del materiale informativo e di altri strumenti di comunicazione usati dai beneficiari per le loro attività di informazione e pubblicità.

Supportare l'attuazione di attività di informazione e comunicazione:

- definire un manuale/linee guida sull'Identità Visiva del Programma, un formato grafico per tutte le misure di comunicazione da rendere disponibile ai beneficiari che saranno tenuti a usarlo al fine di assicurare un'immagine coordinata univoca e riconoscibile;
- pubblicare sul sito web il manuale sull'Identità Visiva del Programma e le versioni del logo del Programma;
- organizzare conferenze/riunioni e altri eventi per sensibilizzare i beneficiari sulle disposizioni in materia di informazione e per diffondere le informazioni e le buone prassi apprese attraverso le reti di comunicazione nazionali e UE;
- coinvolgere i progetti in eventi congiunti;
- assicurare che i beneficiari rispettino le norme di comunicazione/visibilità;
- aiutare i beneficiari a ottenere la massima visibilità del progetto;
- promuovere le migliori prassi e le soluzioni sostenibili.

La documentazione scaricabile (linee guida, modelli, ecc.) sarà a disposizione dei beneficiari e comprenderà i modelli in formato elettronico al fine di aiutarli a rispettare i requisiti di visibilità UE, ai sensi del punto 3.2.2 dell'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013.

Uno dei principi guida per tutte le attività di comunicazione è la facilità d'uso: è fondamentale sviluppare attività di comunicazione facilmente utilizzabili e comprensibili, in modo da comunicare un argomento complesso come la cooperazione transfrontaliera ai non addetti ai lavori, al pubblico generale in due lingue, così da ridurre il carico amministrativo per i beneficiari e favorire la presentazione di proposte progettuali di alta qualità.

3.1 Strumenti di comunicazione

Questa parte presenta le attività e gli strumenti di comunicazione indicativi per il periodo di programmazione 2014-2020. Le attività e gli strumenti indicati non sono intesi come mutualmente esclusivi, al contrario portano a risultati migliori quando vengono utilizzati in modo integrato.

Tutti gli strumenti dovrebbero essere usati con giudizio e in modo ben pianificato, con il massimo coinvolgimento possibile del pubblico di riferimento interessato.

3.1.a Attività digitali

Gli strumenti digitali comprendono innanzitutto il sito web del Programma, ma anche le mail dirette, i social media, le videoconferenze e gli strumenti multimediali in senso ampio.

Ove possibile il Programma impiegherà le nuove tecnologie al fine di consentire alle persone affette da disabilità di accedere in modo più semplice ai media digitali.

1) Sito web del Programma - Il sito web del Programma diventa una fonte importante, efficace e trasparente di informazioni non solo sul Programma, sulla sua attuazione e sulle attività da esso svolte, ma anche sui progetti finanziati e sui loro risultati. I vari destinatari, dai potenziali proponenti ai portatori di interesse, potranno trovare tutte le informazioni necessarie sul sito web www.ita-slo.eu.

Come richiesto dalla normativa UE in materia, sul sito web saranno pubblicati i seguenti contenuti:

- l'elenco delle operazioni finanziate dal Programma, pubblicate in conformità con l'art. 115 del regolamento disposizioni comuni, sarà aggiornato regolarmente (almeno ogni sei mesi⁸);
- esempi di operazioni nelle due lingue ufficiali del Programma: italiano e sloveno⁹;
- informazioni aggiornate sull'attuazione del Programma di cooperazione, compresi i suoi risultati principali¹⁰.

Gli utenti saranno guidati in modo intuitivo attraverso i contenuti disponibili, mediante un layout chiaro e una navigazione semplice. L'accessibilità e l'usabilità interattiva e senza barriere sarà pienamente integrata nel sito web, al fine di consentire anche alle persone con disabilità di accedere a tutte le informazioni.

Il design efficiente, semplice, adeguato a dispositivi mobili rifletterà l'identità del marchio del Programma e consentirà un'integrazione semplice dei social media (Twitter). Il sito web si concentrerà inoltre sulla creazione di una comunità (*community building*) tra i proponenti e i beneficiari attraverso uno spazio riservato (Intranet) e metterà a disposizione tutti i risultati dei progetti.

Prevedrà inoltre le statistiche che consentano al Segretariato congiunto di vedere quali pagine sono più visitate e quali hanno prestazioni inferiori.

Il sito web ufficiale del Programma sarà semplice ma anche originale, di facile utilizzo, trasparente e incentrato sui risultati.

Il sito web conterrà pagine dedicate ai singoli progetti, al fine di evitare la frammentazione delle informazioni, di garantire una disponibilità duratura dei risultati, di mantenere un aspetto coerente in linea con il marchio del Programma e di rafforzare il legame tra il Programma e i suoi progetti.

Tuttavia, l'Info Point sloveno può optare per siti web integrati nel sito web dell'istituzione ospitante rispettando al contempo tutti i requisiti di Identità Visiva. In tal caso, il sito web del Programma conterrà un collegamento a questo sito web.

2) E-mail dirette - Il Programma informerà le Autorità e le strutture del Programma, nonché i proponenti e i beneficiari in modo più diretto sugli sviluppi relativi alla gestione e all'attuazione del Programma attraverso mail dirette.

3) Social media - Con social media si definiscono le tecnologie e le prassi online che le persone utilizzano per condividere opinioni, punti di vista, esperienze e prospettive. Gratuito e facile da usare, il social media Twitter sarà utilizzato anche nel periodo di programmazione in corso per accedere a un ampio pubblico, rafforzare i collegamenti e le interazioni con i proponenti, i beneficiari e i portatori di interesse. Il linguaggio utilizzato sarà di facile comprensione e il meno tecnico possibile. Le attività dei social media mirano a far conoscere il Programma, generando traffico sul sito web. Il Programma riconosce che l'uso dei social media sia un valido strumento di visibilità. Infatti, il Programma incoraggerà molto i beneficiari a fare uso dei Social media, alla luce dei seguenti vantaggi: sono gratuiti e facili da usare, incredibilmente diffusi, non hanno problemi di design, offrono ampie opzioni in termini di monitoraggio, pubblicità a basso

⁸ Regolamento (UE) n. 1303/2013 art. 115, punto 2

⁹ Regolamento (UE) n. 1303/2013 Allegato XII, punto 2.1

¹⁰ Ibid.

costo, destinatari di riferimento, sinergia trasversale nel Programma/progetto, messa in rete.

- 4) **Media** - La visibilità sui media è vista come uno strumento adeguato a far conoscere e a suscitare interesse verso i benefici del Programma e dei fondi europei in generale. Questo gruppo è rappresentato in particolare dai media dell'intera area del Programma a livello regionale e nazionale, siano essi stampati che audiovisivi, al fine di consentire un più facile coinvolgimento dei progetti.
- 5) **Altri multimedia** - Il Programma si riserva il diritto di usare varie forme di contenuti informativi ad es. testo, audio, grafica, videoconferenza, animazione, video e infografica che, in aggiunta al sito web e alle pubblicazioni del Programma, saranno usati come contenuti da veicolare attraverso i canali social media.

3.1.b Pubblicazioni

Sarà compreso tra le pubblicazioni qualsiasi tipo di prodotto stampato (o digitale stampabile), come

- documenti informativi;
- manuali vari sul Programma;
- manuale relativo all'applicazione dell'Identità Visiva del Programma e dei progetti;
- volantini, brochure, studi e relazioni contenenti informazioni sul Programma e sui progetti da esso finanziati.

Al fine di avere un approccio rispettoso dell'ambiente, il Programma cercherà di ridurre al minimo la quantità di materiali stampati.

Il manuale relativo all'applicazione dell'Identità Visiva sarà ispirato al logo armonizzato promosso da INTERACT. Spiegherà le norme base sulla visibilità e sarà conciso e conterrà esempi su come applicare il logo.

3.1.c Eventi

Sarà compreso tra gli eventi qualsiasi tipo di conferenza, mostra, campagna, road show o altro evento/attività su larga scala diretto a un pubblico più ampio. Lo scopo sarà quello di ospitare eventi in larga misura senza barriere e di integrare contenuti di eventi multimediali al fine di migliorare l'esperienza e il lavoro in rete dei partecipanti.

- 1) Evento di lancio: a giugno 2016, l'Autorità di gestione organizzerà una grande attività di informazione che pubblicizzi il lancio del Programma di cooperazione.
- 2) Principali eventi annuali: dal 2017 l'Autorità di gestione organizzerà un evento di informazione principale l'anno mirato a presentare le prospettive e i risultati del Programma.
- 3) Le giornate informative e i laboratori per i candidati e i beneficiari dei programmi si svolgeranno nell'intera area di Programma, al fine di trattare le questioni specifiche del Programma di cooperazione.
- 4) Attività di formazione interne, ad es. incontri tra le autorità e le strutture di Programma.
- 5) Attività di formazione esterne organizzate nell'area del Programma per facilitare i beneficiari a comprendere le norme e i manuali del Programma. Per questo motivo, ove necessario, sarà fornito un servizio di traduzione simultanea. Il Programma organizzerà speciali sessioni sulla comunicazione a livello di progetto in modo da dare ai beneficiari l'opportunità di fare domande e trovare soluzioni sostenibili.
- 6) Partecipazione agli eventi europei e di altri Programmi, ad es. Giornata della cooperazione europea (ECday)/INTERACT.
- 7) Partecipazione agli eventi dei progetti finanziati. Il Programma supporterà la comunicazione dei singoli progetti non solo utilizzando strumenti specifici come il manuale relativo all'applicazione dell'Identità Visiva, i rapporti sull'avanzamento del progetto, le consultazioni personali, il sito web del Programma, ma anche la

partecipazione alle attività di comunicazione dei singoli progetti o che coinvolgono i progetti in possibili eventi congiunti, ad es. nell'ambito della Giornata della cooperazione europea (ECday).

CAPITOLO 4 - RESPONSABILITÀ

La comunicazione del Programma è una responsabilità congiunta dell'Autorità di gestione/Segretariato congiunto, del Comitato di sorveglianza, dell'ITI, dell'Info Point e dei progetti.

Il Programma fornisce alle strutture amministrative misure di supporto per i progetti di successo e stabilisce condizioni favorevoli per una buona comunicazione a livello progettuale. In particolare, il Programma supporta le attività di comunicazione dei progetti a livello transfrontaliero. Il Comitato di sorveglianza agisce da organismo direttivo e decisionale, non solo in merito alla decisione sull'approvazione del progetto, ma anche alla Strategia di comunicazione. I progetti, che si occupano di specifiche questioni tematiche e destinatari, svolgono attività di comunicazione all'interno delle comunità di esperti sul tema.

4.1. Comitato di sorveglianza (CS)

Il Comitato di sorveglianza sovrintende le attività di comunicazione. La sua responsabilità è quella di valutare e approvare la Strategia di comunicazione entro i primi sei mesi dopo l'approvazione del Programma. A cadenza annuale, il Comitato di sorveglianza valuterà e approverà il piano di lavoro annuale delle attività comprendente le attività di comunicazione. In aggiunta, il Comitato di sorveglianza contribuirà al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione.

4.2 Autorità di gestione (AdG)

L'Autorità di gestione/Segretariato congiunto coordinerà l'attuazione della Strategia di comunicazione. L'Autorità di gestione/Segretariato congiunto provvederà a che siano soddisfatti i requisiti delle attività di informazione e comunicazione, così come definiti dal quadro normativo UE. L'Autorità di gestione/Segretariato congiunto relazionerà a cadenza annuale al Comitato di sorveglianza circa lo stato di attuazione.

L'Autorità di gestione del Programma di cooperazione è la seguente:

Regione autonoma Friuli Venezia Giulia

Direzione centrale finanze, patrimonio, coordinamento e programmazione politiche economiche e comunitarie, Servizio per la cooperazione territoriale europea, aiuti di Stato e affari generali di Trieste (Italia).

Ai sensi del regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di gestione è responsabile di:

- redigere una Strategia di comunicazione per il Programma di cooperazione;
- realizzare un singolo sito web o portale che fornisca informazioni sul Programma di cooperazione;
- informare i potenziali beneficiari sulle opportunità di finanziamento;
- pubblicizzare i risultati della politica di coesione nei confronti dei cittadini;
- organizzare un'attività di informazione principale che pubblicizzi il lancio del Programma di cooperazione;
- organizzare ogni anno un'attività di informazione principale che promuova le opportunità di finanziamento e le strategie seguite e che presenti i risultati raggiunti dal Programma di cooperazione;
- pubblicare in formato elettronico l'elenco delle operazioni (progetti e beneficiari) da aggiornare ogni sei mesi;

- fornire esempi di operazioni sul sito web utilizzando una lingua ufficiale dell'Unione europea ampiamente utilizzata, anziché la lingua o le lingue ufficiali del Paese membro;
- aggiornare le informazioni sul sito in materia di attuazione del Programma di cooperazione;
- apporre l'emblema dell'Unione europea presso i propri locali.

È responsabilità dell'Autorità di gestione fare in modo che i beneficiari siano a conoscenza delle loro responsabilità. L'Autorità di gestione monitora anche la loro conformità alle norme.

4.3 Segretariato congiunto (SC)

Il Segretariato congiunto ha sede presso i locali dell'Autorità di gestione a Trieste, così come stabilito dal Programma di cooperazione. Per quanto riguarda la comunicazione, il Segretariato congiunto supporta l'Autorità di gestione nell'attuazione delle attività di comunicazione.

In particolare, è responsabile delle seguenti attività:

- agire come primo “punto di contatto” per i potenziali beneficiari e fornire loro ulteriori informazioni, in collaborazione con l'Info Point con sede in Slovenia (che fornirà informazioni sul territorio sloveno);
- supportare l'Autorità di gestione nell'attuazione delle attività di comunicazione (compresi gli eventi, le giornate informative, la Strategia di comunicazione);
- redigere e mettere a disposizione i documenti necessari per attuare i progetti (schede di progetto, linee guida per la presentazione delle proposte, linee guida sull'ammissibilità della spesa, termini di riferimento/bando, modelli per il contratto di finanziamento e per l'accordo di partenariato) approvati dal Comitato di sorveglianza;
- informare i Lead Partner sui risultati delle procedure di selezione dei progetti.

L'attuazione della Strategia di comunicazione è un compito orizzontale di tutto il personale del Programma. Ciò avviene mediante la pianificazione e il monitoraggio delle attività all'interno del Programma da parte del Responsabile della comunicazione, che è responsabile del coordinamento e dell'attuazione della Strategia di comunicazione.

L'Autorità di gestione ha incaricato una persona quale responsabile dell'informazione e della comunicazione a livello di Programma e ha informato la Commissione di tale incarico (art. 117, regolamento disposizioni comuni). A tal fine, le persone di contatto dell'Autorità di gestione/Segretariato congiunto responsabili della comunicazione del Programma saranno indicate sul sito web ufficiale del Programma www.ita-slo.eu.

4.4 Info Point

In linea con l'esperienza 2007-2013, l'Info Point sloveno con sede a Štanjel (Slovenia) ed istituito dall'Autorità nazionale competente - Ufficio governativo della Repubblica di Slovenia per le Politiche di sviluppo e di coesione europea (GODC), supporterà l'Autorità di gestione nella diffusione delle informazioni sulle fasi di attuazione del Programma nel territorio sloveno.

Lo staff dell'Info Point lavorerà in stretta collaborazione con il Segretariato congiunto nell'attuazione delle seguenti attività:

- agire come primo “punto di contatto” per i potenziali beneficiari, per fornire informazioni e consigli ai partner di progetto sul territorio sloveno;
- supportare l'Autorità di gestione nell'attuazione delle attività di comunicazione (compresi gli eventi, le giornate informative, la Strategia di comunicazione);
- consigliare e assistere i beneficiari che partecipano alle operazioni approvate,
- informare i portatori di interesse sui risultati del Programma;
- supportare la gestione del Programma.

4.5 Rappresentanti degli Stati membri: Autorità nazionali e regionali

Gli Stati membri supporteranno l'Autorità di gestione al fine di assicurare l'applicazione effettiva dei requisiti di informazione e di comunicazione compiendo azioni adeguate alla diffusione di informazioni e che diano pubblicità all'interno del loro territorio. A questo proposito, l'Info Point sloveno e le due Regioni italiane forniranno supporto nell'adempiere ai compiti di comunicazione e alle disposizioni di riferimento.

In Italia, la Regione autonoma Friuli Venezia Giulia e la Regione del Veneto supporteranno l'Autorità di gestione nel diffondere informazioni sulle fasi di attuazione del Programma nei loro rispettivi territori:

- agendo come primo “punto di contatto” per i potenziali beneficiari, per fornire informazioni e consigli ai partner di progetto nei loro territori;
- supportando l'Autorità di gestione nell'attuazione delle attività di comunicazione nei loro territori (compresi gli eventi, le giornate informative, la Strategia di comunicazione);
- consigliando e assistendo i beneficiari provenienti dai loro territori che partecipano alle operazioni approvate;
- informando i portatori di interesse provenienti dai loro territori sui risultati del Programma;
- supportando la gestione del Programma.

La Regione autonoma Friuli Venezia Giulia e la Regione del Veneto indicheranno all'Autorità di gestione la corrispondente persona di riferimento per le attività di comunicazione sui rispettivi territori.

4.6 Organismo intermedio (OI)

In linea con il Programma di cooperazione, l'Organismo intermedio per la gestione e l'attuazione dell'Investimento territoriale integrato (ITI) è il GECT denominato “GECT GO/EZTS GO”. Le sue attività e funzioni saranno disciplinate da uno specifico accordo di governo sottoscritto dall'Autorità di gestione e dal GECT GO/EZTS GO.

L'Organismo intermedio fornirà informazioni sulla disponibilità di finanziamenti, sui processi di selezione, sulle scadenze, sui criteri di ammissibilità e sui regolamenti associati riguardanti i finanziamenti UE attraverso tutti i canali appropriati.

L'OI promuoverà le priorità/i temi per cui è responsabile, utilizzando i vari canali a propria disposizione, tra cui il sito web, le pubblicazioni di settore, i gruppi aziendali/di comunità, le pubblicità, i volantini informativi e seminari e conferenze selezionati.

4.7 INTERACT e altri programmi

Insieme agli altri programmi transnazionali e transfrontalieri, INTERACT ha sviluppato una strategia per il logo (*brand*) armonizzato dei Programmi Interreg. La finalità è quella di unire gli sforzi e aumentare la visibilità di Interreg, in particolare nei confronti degli organismi decisionali e dei moltiplicatori a livello UE.

Lo scambio attraverso le reti di condivisione della conoscenza sulla comunicazione consente al Programma di condividere le buone prassi sulla gestione della comunicazione, aumentare la visibilità di Interreg e raggiungere meglio i destinatari di riferimento attraverso attività congiunte.

4.8 Progetti

I progetti rappresentano il legame tra il Programma e le comunità all'interno dell'Area del Programma. I progetti sono innanzitutto responsabili della comunicazione nei confronti dei loro principali destinatari di riferimento in relazione agli output di progetto in fase di sviluppo e dei relativi risultati, rendendo sempre noto il supporto ricevuto dal Programma. In secondo luogo, ci

si aspetta che i progetti condividano esempi di materiale promozionale, storie di successo e descrizioni degli esiti.

In linea con l'Allegato XII del regolamento (UE) n. 1303/2013¹¹, i beneficiari dei progetti sono responsabili di:

- esporre cartelloni pubblicitari e targhe permanenti sui siti dei progetti infrastrutturali con un contributo pubblico superiore a € 500.000;
- questi devono contenere la bandiera UE, nonché i riferimenti all'UE e ai relativi fondi;
- i beneficiari con un sito web esistente devono rendere noto il supporto UE ricevuto su tale sito.

Le autorità e le strutture del Programma incaricate della comunicazione devono introdurre misure a supporto dei beneficiari favorendo gli sforzi degli stessi progetti per la diffusione dei risultati e garantendo la conformità con i requisiti di comunicazione del Programma. A tale proposito, dovrà essere messa a disposizione un manuale sulla comunicazione con consigli pratici per l'attuazione delle azioni di comunicazione del progetto. Il Segretariato congiunto incoraggerà e faciliterà le sinergie tra il Programma e i progetti durante la loro attuazione, organizzando anche speciali sedute di formazione sulla comunicazione incentrate sulle regole da seguire, oltre che sugli esempi. Il sito web ufficiale del Programma dovrà avere una nuova interfaccia di facile utilizzo con un design interattivo e contenere tutte le informazioni in materia sulla comunicazione.

4.9 Coordinamento con i partner del Programma e gli addetti alla comunicazione dei progetti

Come stabilito dal Programma di cooperazione, l'Autorità di gestione e il Segretariato congiunto lavoreranno in coordinamento con l'Info Point sloveno, i partner del Programma e gli addetti alla comunicazione dei progetti nella loro attività di ottimizzazione dell'attuazione delle attività di comunicazione.

In caso di speciali richieste o specifiche necessità, dovrà essere possibile organizzare incontri con i rappresentanti dei partner del Programma, gli addetti alla comunicazione dei progetti, l'Organismo Intermedio, INTERACT e gli esperti esterni al fine di scambiare esperienze nell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione, scambiare informazioni sui risultati dell'attuazione della Strategia di comunicazione e le buone prassi.

Lo scambio reciproco di dati, informazioni e consigli dovrà avvenire mediante corrispondenza scritta ed e-mail.

¹¹ Regolamento (UE) N. 1303/2013 Allegato XII, punto 2.2

CAPITOLO 5 - ATTUAZIONE

Con l'avanzamento del Programma, si svilupperanno anche le necessità e le attività di comunicazione.

In questo capitolo sono definite le diverse fasi della comunicazione durante il periodo di programmazione di riferimento: preparazione, lancio, consolidamento, revisione, miglioramento e regolazione, concentrazione e valutazione. Ciascuna fase ha diverse priorità e utilizza metodi e strumenti specifici.

Durante il primo anno, si porrà maggiore attenzione sulla pianificazione e sul lancio del Programma. Lo scopo è quello di favorire la conoscenza del Programma, promuoverlo e mobilitare i portatori di interesse al fine di attirare progetti di alta qualità e avere il supporto necessario.

Gli anni successivi all'avvio sono caratterizzati dal consolidamento della comunicazione, l'orientamento verso le priorità del Programma, uno spostamento verso una migliore comunicazione a livello progettuale e l'intensificazione delle attività di comunicazione a livello nazionale.

Il 2017 è considerato un anno di esame preliminare, in cui saranno valutate l'efficienza e l'adeguatezza della comunicazione e sarà richiesto un feedback per apportare le necessarie modifiche e migliorare la comunicazione secondo necessità più specifiche dei destinatari di riferimento.

Negli anni successivi alla fase di esame, la comunicazione diventa più mirata, più tematicamente specializzata. L'ultimo anno è invece dedicato a diffondere gli obiettivi raggiunti e i risultati del Programma e ai preparativi per le prossime generazioni di fondi.

L'evoluzione indicativa della comunicazione durante il periodo di programmazione 2014-2020 è descritta nell'Allegato 1.

CAPITOLO 6 - RELAZIONI E VALUTAZIONE

In linea con l'articolo 116 del regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di gestione dovrà informare il Comitato di sorveglianza almeno una volta l'anno sui progressi nell'attuazione della Strategia di comunicazione e sulla sua analisi dei risultati, nonché sulle attività di informazione e comunicazione previste da svolgersi nell'anno successivo.

Il budget e le attività della Strategia di comunicazione possono essere rivisti periodicamente e le versioni riviste saranno approvate dal Comitato di sorveglianza.

Secondo il regolamento (UE) n. 1303/2013¹², lo scopo della valutazione è quello di analizzare l'efficacia delle attività di comunicazione e comprendere il potenziale comunicativo del Programma.

Per quanto riguarda la tempistica, le misure di informazione e comunicazione del Programma svolte ai sensi della Strategia di comunicazione saranno valutate nelle Relazioni annuali da presentarsi nel 2017 e nel 2019 e nella Relazione finale.

La valutazione si basa sugli strumenti e sugli indicatori di realizzazione e di risultato. Al fine di consentire un'attuazione, un monitoraggio e una valutazione adeguati delle attività relative alle informazioni e alla comunicazione, è stato sviluppato un sistema di indicatori di risultato e di realizzazione (Allegato 2 "Valutazione della strategia di comunicazione"), in base al principio SMART che prevede l'identificazione di indicatori specifici, misurabili, realizzabili, realistici e temporali. Il sistema di valutazione si incentra su indicatori quantitativi per il periodo di programmazione, dove l'indicatore di realizzazione deve misurare l'attività compiuta per stabilire la rispettiva misura e l'indicatore di risultato mostra qual è il risultato diretto dell'azione.

La valutazione avviene su base continua, al fine di consentire possibili correzioni della Strategia in tempo utile.

I risultati delle valutazioni saranno utili per realizzare modifiche alla Strategia di comunicazione. Il processo di valutazione è descritto nell'Allegato 2.

¹² Regolamento (UE) No 1303/2013, Allegato XII punto g), la strategia di comunicazione deve contenere "l'indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti".

CAPITOLO 7 - BUDGET

Considerando il ruolo cruciale delle attività di comunicazione e al fine di supportare e facilitare la loro attuazione su base annuale, il Programma ha riservato un budget adeguato sull'Asse prioritario 5 (Assistenza tecnica, AT).

I costi indicativi per l'attuazione di attività di comunicazione ammontano a 220.000 €.

Il budget di comunicazione è approvato dal Comitato di sorveglianza nell'ambito del budget complessivo.

La percentuale indicativa della dotazione finanziaria (soggetta a possibili modifiche) durante il ciclo di vita del Programma per le misure di informazione e comunicazione per ogni anno e le risorse di finanziamento sono presentate di seguito, in base al piano finanziario di AT.

Le Tabelle 13 e 14 descrivono le “attività centrali dell'Autorità di gestione” del bilancio AT, così come approvate dalla prima riunione del Comitato di sorveglianza tenutasi a Nova Gorica (Slovenia) l'8 marzo 2016, con riguardo alle attività di informazione e di comunicazione.

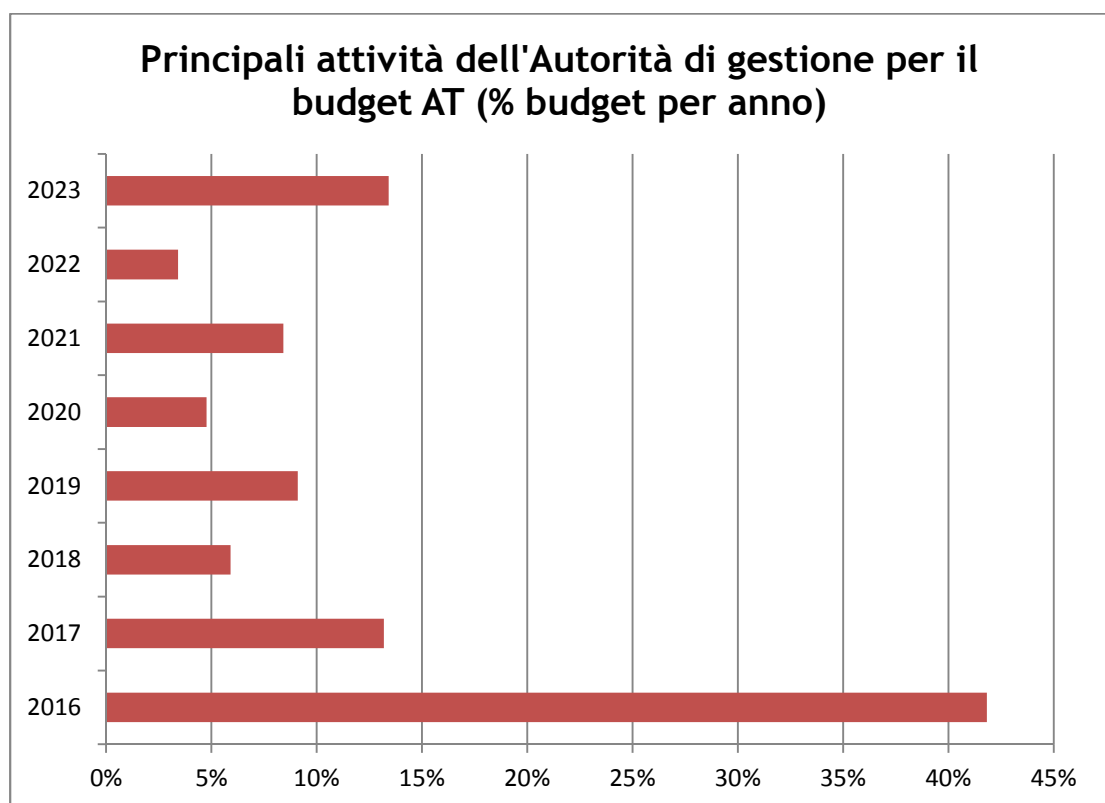


Tabella 13: dotazione indicativa percentuale del budget AT per le “attività centrali dell'Autorità di gestione” per ogni anno per l'attuazione delle attività di informazione e di comunicazione

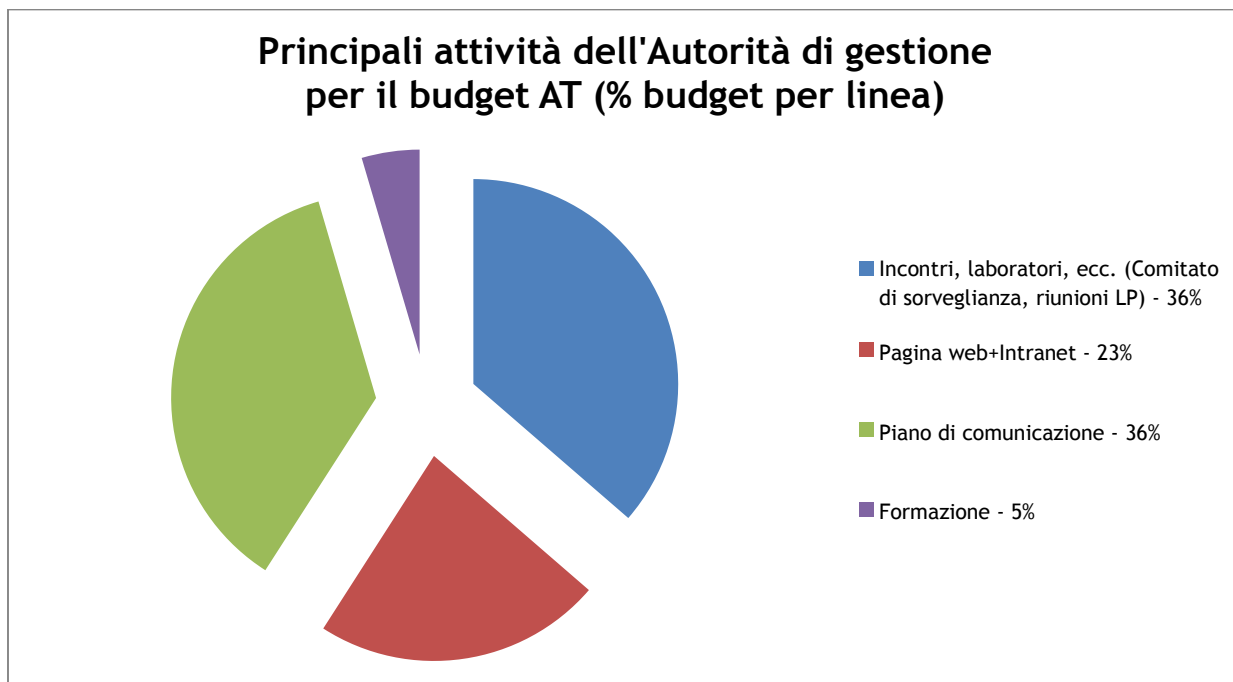


Tabella 14: dotazione delle spese indicativa percentuale del budget AT per le "attività centrali dell'Autorità di gestione" per attività di comunicazione