

Estratto del Complemento di Programmazione al Docup Obiettivo 2 2000-2006

relativo al Piano di Informazione e Pubblicità

1.6. Informazione e pubblicità

1.6.1 Premessa

Conformemente a quanto disposto dall'art. 18, paragrafo 3, lettera d), del Regolamento (CE) n.1260/99, e secondo le indicazioni del Regolamento CE n. 1159/2000 della Commissione del 30.05.2000, relativo alle azioni informative e pubblicitarie degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali, nell'ambito del presente Piano vengono definiti:

- gli obiettivi e i destinatari delle azioni informative e pubblicitarie;
- gli organismi competenti per la sua esecuzione;
- i contenuti e le strategie delle azioni;
- il bilancio di previsione del piano di comunicazione;
- i criteri per la valutazione delle azioni realizzate.

1.6.2. Gli obiettivi e il pubblico di riferimento

Il Regolamento CE n.1159/2000 della Commissione indica come le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei Fondi strutturali siano mirate ad incrementare nei confronti dell'opinione pubblica la consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione Europea e dagli Enti nazionali; a dare, in tutti gli Stati membri, un'immagine quanto più possibile omogenea degli

interventi attuati con il contributo dei Fondi strutturali. Esso prevede anche che le azioni informative e pubblicitarie informino i potenziali beneficiari finali (nonché le autorità pubbliche competenti, le organizzazioni economiche e professionali, le parti sociali) sulle possibilità offerte dal programma e sui risultati da esso conseguiti.

Nel Docup della Regione Toscana tali obiettivi si precisano in relazione a due ambiti, rispetto ai quali il Programma può essere considerato ai fini della comunicazione:

- a) *comunicazione dei contenuti specifici del programma.* Essa riguarda gli obiettivi e gli interventi descritti negli Assi e Misure; richiede specifiche azioni informative mirate ai potenziali beneficiari, coinvolgendo le istituzioni locali, soggetti sociali operanti nel settore. Le azioni mirate dovranno essere strutturate in modo che possano configurarsi come specificazioni informative dell'azione generale. In particolare questo obiettivo è stato perseguito nel periodo 2001/2003;
- b) *informazione sui contenuti generali del Programma.* Essa si propone di sensibilizzare, creare interesse, aspettativa, sollecitare richieste di specifiche informazioni; deve essere rivolta all'insieme dell'opinione pubblica regionale, per far conoscere le finalità dell'intervento, i suoi caratteri salienti, il ruolo svolto dall'Unione Europea e dalle istituzioni nazionali (amministrazioni dello Stato, Regione e Enti locali). In particolare questo obiettivo sarà perseguito nel periodo 2004/2006.

La strategia dovrà essere modulata in relazione all'articolazione territoriale del programma e alle istituzioni coinvolte nell'attuazione; ciò potrà richiedere un'organizzazione delle azioni di comunicazione in parte decentrata, pur conservando uno stretto coordinamento informativo.

La comunicazione dei contenuti operativi del Programma si presenta come un intervento di notevole complessità in rapporto:

- ai molteplici destinatari delle azioni del piano, costituiti dall'insieme dell'opinione pubblica regionale e dai potenziali gruppi di beneficiari finali;
- ai diversi organismi di esecuzione delle misure e all'articolazione delle azioni sul territorio;

- all'esigenza di assicurare un coordinamento delle attività di comunicazione, e un'unitarietà dell'immagine visiva;
- alla progettazione e gestione degli strumenti e degli interventi di comunicazione;
- alla valutazione delle azioni di comunicazione realizzate.

Inoltre, anche la durata pluriennale del programma pone delle difficoltà nella costruzione di un assetto organizzativo che consenta una gestione delle attività di comunicazione efficace e stabile nel tempo.

1.6.3. Organi competenti per l'esecuzione delle azioni

L'attività informativa e pubblicitaria è stata di competenza dell'Area Comunicazione e Informazione del Dipartimento della Presidenza e degli affari legislativi e giuridici, e a partire dal luglio 2004 sarà realizzata da "Toscana Promozione" (organismo in house della Regione Toscana) di concerto con l'Autorità di gestione, la quale provvederà a nominare un nuovo responsabile del piano, e in collaborazione con le altre strutture regionali coinvolte, nonché, con le amministrazioni provinciali. Le strutture competenti per le attività di comunicazione si articolano su due livelli:

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| • una struttura di direzione | • una struttura operativa |
|------------------------------|---------------------------|

1.6.3.1 La struttura di direzione

La struttura di direzione è composta da:

- | | |
|--|---|
| • Il Responsabile per la Comunicazione del Programma (che la coordina) | • Un Rappresentante dell'Assistenza Tecnica del programma |
| • L'Autorità di gestione del programma | • Un Rappresentante delle Province |
| • Un responsabile di Toscana Promozione | |

La struttura di direzione ha il compito di definire e coordinare gli indirizzi strategici e le scelte da compiere, in termini di interventi, strumenti e modalità, per la promozione delle singole misure del programma e dei suoi contenuti generali. Essa ha il compito altresì di sovrintendere, controllare e coordinare l'attività della struttura operativa. Essa si avvarrà della consulenza di

agenzie di comunicazione e opererà in stretto raccordo con l'Autorità di gestione del Programma.

La struttura di direzione si riunisce periodicamente con i responsabili del Programma per esaminare lo stato di avanzamento del programma stesso, concordare il piano di lavoro ed eventuali azioni urgenti per sostenere interventi che richiedano un particolare investimento in comunicazione mirata.

Essa promuove interventi in collaborazione con i servizi delle Pari opportunità e dell'Autorità ambientale della Giunta regionale, e con le organizzazioni professionali ed economiche per azioni di animazione volte a suscitare attenzione e interesse sul programma.

1.6.3.2 La struttura operativa

La struttura operativa sarà composta da:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Il Responsabile per la Comunicazione del Programma• Un Rappresentante dell'Assistenza Tecnica | <ul style="list-style-type: none">• Un rappresentante di Toscana Promozione• Un giornalista professionista• Un redattore Web (<i>Web master</i>) |
|--|--|

Essa si avvarrà della collaborazione e integrazione con:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• I settori della Comunicazione e Informazione della Giunta Regionale (Ufficio stampa, eventi, pubblicità, rapporti con i media ecc.)• i settori dell'Area di Coordinamento dei sistemi informativi e della comunicazione della Giunta Regionale (rete web, centro stampa, Urp)• i referenti per la comunicazione delle Amministrazioni provinciali | <ul style="list-style-type: none">• il referente per la comunicazione della D.G. Sviluppo Economico• agenzie esterne di comunicazione• i referenti per la comunicazione degli organismi di esecuzione |
|---|---|

La struttura operativa ha il compito di elaborare i contenuti dei messaggi da comunicare all'esterno, rendendoli facilmente accessibili e comprensibili da parte dei potenziali interessati, e di gestire direttamente gli interventi di comunicazione. Per quanto attiene le misure gestite da enti o organi di esecuzione esterna, la struttura potrà avvalersi della collaborazione di referenti

di tali strutture, che potranno assumere la gestione di alcuni interventi di comunicazione secondo modalità operative che saranno definite dalla struttura operativa.

1.6.4. I contenuti e gli strumenti di intervento

La struttura operativa sarà dotata di alcuni strumenti di comunicazione che per le loro caratteristiche avranno la funzione di basilari *infrastrutture di servizio*, di *unificazione* e *coordinamento* dei messaggi informativi e per il raccordo con i soggetti coinvolti. Tali strumenti sono:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• i layout esecutivi di tutti gli strumenti di comunicazione | <ul style="list-style-type: none">• il sito Web• la Newsletter periodica.• un Call Center |
|--|---|

L'unificazione della comunicazione è, inoltre, legata alla progettazione di un *marchio*, un elemento di identificazione comunicativa, e al suo utilizzo in tutti gli strumenti che veicheranno l'immagine o le informazioni del programma: dalle copertine delle relazioni, ai depliant, agli opuscoli, ai tabellari e spot pubblicitari, alle pagine Web, ecc.

Tale progetto sarà definito attraverso trattativa privata su invito rivolto a tutte le agenzie di pubblicità iscritte all'albo fornitori della Regione, da espletarsi presumibilmente entro il 2001 a cura dell'Area Informazione e Comunicazione della Giunta Regionale.

Alle specifiche degli applicativi grafici e di comunicazione dovranno attenersi tutti i soggetti gestori degli interventi informativi o pubblicitari. Gli applicativi saranno forniti in formato digitale. Per il loro uso sarà definito un rapporto di assistenza con l'agenzia di progettazione.

Il sito Web costituisce la struttura portante di tutte le informazioni concernenti il Programma e le singole misure. All'interno del sito è prevista un'area riservata al Comitato di sorveglianza. In questa saranno di norma contenuti i documenti relativi alle riunioni periodiche del Comitato. Nel sito "pubblica" saranno, inoltre, resi disponibili i testi del Docup e del Complemento di programmazione, nonché di tutti i documenti ufficiali. Esso dovrà costruirsi con la logica di un piccolo portale, strutturando le informazioni in modo tale da corrispondere alle domande e ai bisogni dei potenziali interessati e beneficiari delle diverse misure.

Oltre alle informazioni sull'andamento del programma (Newsletter periodica), saranno inseriti in rete anche i riferimenti agli adempimenti procedurali per la richiesta dei contributi e per la presentazione delle domande, nonché la modulistica necessaria alla candidatura, così da conferire al sito Web il carattere di uno "sportello telematico" unificato per tutto il Docup, con funzioni di interazione con i cittadini, per rispondere, ad es., a richieste di informazioni. L'impianto del sito sarà realizzato tramite l'Area Infrastrutture tecnologiche e servizi per l'informazione della Giunta regionale con l'impiego del redattore Web.

La Newsletter costituirà lo strumento stabile di informazione, aggiornamento, notizie utili sull'intero Programma. L'edizione cartacea, che sarà resa disponibile anche in rete, avrà periodicità trimestrale o quadrimestrale e sarà inviata anche alle istituzioni e alle organizzazioni economiche e sociali del territorio. Le notizie della Newsletter serviranno anche per veicolare le informazioni su altri mezzi di comunicazione.

Strumenti e specifiche modalità di comunicazione saranno impiegati, con mirate azioni che la struttura di direzione progetterà nel corso del processo di realizzazione del Programma, valutando i target di riferimento e gli obiettivi da conseguire, in riferimento sia ai contenuti complessivi e sia alle singole misure del Docup, per i diversi ambiti economici e sociali da associare nella sua attuazione.

Strumenti e media sono di seguito descritti:.

Tipologia di strumenti utilizzabili:

• Cartelloni, targhe e manifesti	• Materiale a stampa e brochure informative
• Conferenze stampa	• Format radiotelevisivi
• Inseri pubblicitari	• Comunicati stampa e supporti di presentazione informatica
• Programmi di approfondimento	
• Banche dati	

Tipologia di media utilizzabili:

• Sito web con link e banner mirati	• Emittenti Radiofoniche locali
• Emittenti televisive regionali e locali	• Quotidiani, periodici ed house organ di settore
• Affissioni	• Network di condivisione
• Eventi (seminari, incontri, convegni)	

La particolarità degli interventi attuati comporta l'attivazione di specifiche strategie, con alto tasso di elasticità ed adattabilità alle variabili di ordine sociale, ambientale, territoriale e temporale. Agli strumenti e media indicati precedentemente potranno infatti aggiungersi ulteriori azioni; ad esempio:

- *azioni integrate* per la realizzazione di convegni tematici sul FESR e per la partecipazione a manifestazioni in target. Si tratta di una azione volta a creare condizioni forti di trasferimento di informazioni in contesti mirati e selezionati, utilizzando al meglio i media che di volta in volta paiono più efficaci al raggiungimento del target (forum radiofonici, conferenze on line, chat, talk show di approfondimento, ecc.);
- sviluppo e gestione di *strumenti di assistenza informativa ed informatica* agli operatori dei settori oggetto d'intervento; azione questa che tende a garantire fili diretti multimediali in grado di assistere gli operatori sia in sede di progettazione che di successiva presentazione degli interventi alle amministrazioni competenti.

Nell'adozione di tutti gli strumenti menzionati verranno adottate le seguenti *linee guida*:

- al fine di garantire la trasparenza nei confronti dei destinatari e beneficiari potenziali saranno divulgate tutte le informazioni necessarie a garantire la loro partecipazione agli interventi (pratiche amministrative, criteri di selezione, criteri di valutazione, referenti per ottenere informazioni, ecc.);
- il Piano sarà realizzato ricercando la cooperazione con i soggetti pubblici e privati competenti nei vari ambiti di intervento;
- tutti gli strumenti utilizzati, coordinati visivamente con grafica unificata e di qualità, verrà indicata la partecipazione dell'Unione europea nel finanziamento delle azioni;
- la Commissione e i suoi uffici di rappresentanza saranno preventivamente informati di manifestazioni ed eventi collegati alle riunioni del Comitato di sorveglianza;

- per la realizzazione di cartelloni, targhe esplicative, manifesti, materiale d'informazione e comunicazione, manifestazioni informative, si farà riferimento alle indicazioni dell'allegato al Regolamento n. 1159/2000, punto 6;
- nel sito WEB della Regione Toscana e, ove applicabile, in quelli delle Province, verranno pubblicati il Docup e i suoi aggiornamenti, il complemento di programmazione e i suoi aggiornamenti, documenti sullo stato di attuazione del programma e sui lavori del Comitato di sorveglianza, i bandi ed avvisi pubblici per l'assegnazione dei contributi del FESR;
- nel rapporto annuale di esecuzione, di cui all'art. 34 del Regolamento CE n. 1260/99, sarà previsto un capitolo sulle azioni informative e pubblicitarie;
- per le azioni più rilevanti, o per le azioni che presentano un preoccupante stato di avanzamento, la struttura definirà una proposta di intervento, individuando in rapporto al pubblico cui sono rivolte, le forme e i mezzi più efficaci, e attivando la struttura operativa per l'attuazione.

La Regione Toscana sottoporrà al Comitato di sorveglianza una relazione sulla qualità ed efficienza delle azioni informative e pubblicitarie sulla base di appositi indicatori.

L'inserimento delle informazioni in rete Web, e la produzione dei contenuti comunicativi dell'intervento saranno il primo adempimento attuativo, che sosterrà gli interventi di comunicazione individuati, alcuni dei quali (ad esempio le notizie ai mass media) di immediata operatività.

Al fine di ampliare i canali stabili di comunicazione attraverso i mass media saranno anche promosse collaborazioni informative con periodici specializzati (a partire dalle riviste del mondo economico), con le radio e televisioni regionali, così da rendere il più possibile fluida e diffusa la trasmissione dei messaggi sul territorio. Particolarmente importante anche la collaborazione con le organizzazioni economiche per interventi mirati di comunicazione e per organizzare incontri promozionali

1.6.5. Bilancio di previsione

La progettazione dei singoli interventi dovrà tenere conto del budget delle risorse finanziarie disponibili. Sulla base di queste all'inizio dell'anno la struttura di direzione d'intesa con i responsabili del Programma provvederà a fare una previsione di massima della spesa in rapporto ai più rilevanti interventi di comunicazione da gestire per l'attuazione del Programma.

Per la realizzazione del Piano di informazione e pubblicità verranno stanziati stanziati complessivamente circa 3.000.000,00 Euro, a valere sulle risorse della misura di Assistenza tecnica.

1.6.6. Criteri di valutazione delle azioni realizzate

La valutazione delle azioni informative e pubblicitarie verrà effettuata con:

- sondaggi a campione su target intermedi e finali;
- indici di ascolto delle trasmissioni radiotelevisive;
- indici di distribuzione delle pubblicazioni realizzate;
- n. uscite e diffusione annunci sugli organi di stampa;
- stima dei presenti alle manifestazioni organizzate;
- n. accessi al sito web;
- n. telefonate al call center;
- n. comunicati stampa prodotti;
- n. conferenze stampa organizzate;
- n. articoli apparsi sulla stampa.