



Unione Europea



Repubblica Italiana



Provincia Autonoma di Trento

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

PIANO DI COMUNICAZIONE

del
**PROGRAMMA OPERATIVO
FESR 2007-2013**

- Fondo Europeo di Sviluppo Regionale -

Obiettivo 2
COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE

SOMMARIO

1. PREMESSA	3
2. LA PASSATA ESPERIENZA NELLA COMUNICAZIONE	4
3. ANALISI DEL CONTESTO IN CUI AGISCE IL P.O. FESR 2007-2013	5
4. ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL PROGRAMMA OPERATIVO FESR 2007-2013	8
5. OBIETTIVI	9
6. DESTINATARI	11
<u>6.1 Il grande pubblico</u>	11
<u>6.2 I beneficiari potenziali</u>	12
<u>6.3 I beneficiari effettivi</u>	13
7. STRATEGIA.....	13
<u>7.1 Strategia per il grande pubblico</u>	14
<u>7.2 Strategia per i beneficiari potenziali</u>	16
<u>7.3 Strategia per i beneficiari effettivi</u>	17
8. STRUMENTI E ATTIVITA'	18
<u>8.1 Media</u>	18
<u>8.2 Internet</u>	19
<u>8.3 Eventi</u>	19
<u>8.4 Campagne informative nelle scuole</u>	20
<u>8.5 Materiale informativo</u>	20
9. INDICATORI DI RISULTATO	20
10. BUDGET.....	23
11. RESPONSABILI.....	24
12. CRONOLOGIA	24

1. PREMESSA

I passati periodi di programmazione di interventi cofinanziati dai fondi strutturali comunitari hanno evidenziato, in linea generale, come i cittadini europei non siano sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dall'Unione europea nel promuovere e sostenere programmi finalizzati a potenziare e migliorare la competitività economica, creare posti di lavoro e rafforzare la coesione interna. E' stata pertanto constatata l'effettiva necessità di predisporre un apposito Piano di Comunicazione, con l'intento di programmare il perseguimento di una più diffusa conoscenza delle iniziative previste e poste in essere dalla Provincia Autonoma di Trento con il sostegno dell'Unione europea e dello Stato italiano, nell'ambito dei programmi a valere sui Fondi strutturali e di iniziative agli stessi complementari, attuate mediante risorse messe a disposizione dallo Stato nazionale.

Con ciò si intende dare impulso ad un miglioramento del dialogo con i cittadini, che si basa, come descritto dalla Commissione europea stessa nel luglio del 2005 all'interno del *"Piano di azione della Commissione europea per migliorare l'iniziativa Migliorare l'Europa"* su tre principi cardine:

- ASCOLTARE i cittadini europei;
- COMUNICARE quanto le politiche comunitarie influenzino la vita quotidiana di tutti i cittadini;
- COLLEGARSI agendo a livello locale, cioè adattare localmente i messaggi in funzione del pubblico cui sono destinati.

A livello normativo, il Piano fa riferimento a quanto previsto dall'art 69 del Regolamento (CE) n. 1083/2006 (Regolamento generale) che stabilisce l'obbligo per ciascuna Autorità di Gestione di Programma Operativo di fornire informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni, assicurandone la pubblicità nei confronti dei cittadini dell'Unione europea e dei beneficiari, allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza. In termini più specifici, il presente Piano di Comunicazione si richiama al Regolamento (CE) n. 1828/2006 (di seguito Regolamento d'attuazione), al Capo II, Sezione 1 (artt. 2-10), che precisa gli obblighi e le prescrizioni cui attenersi nella stesura dello stesso Piano.

La predisposizione del Piano di Comunicazione è adempimento di competenza di ciascuna Autorità di Gestione e riguarda in via diretta il singolo Programma Operativo di cui la stessa è responsabile.

Gli obiettivi di tale strumento, che a livello generale possono essere indicati nel superamento della lacuna nella comunicazione e nell'informazione, come sopra richiamato, si connettono in particolare ad una più ampia politica di incremento della trasparenza promossa e messa in pratica dalla Commissione attraverso diversi atti e iniziative degli ultimi anni, quali, in particolare, l'*"Iniziativa europea per la trasparenza"*, nata al termine del 2005 con il fine di rendere più aperte ed accessibili le istituzioni europee, far conoscere meglio le modalità di utilizzo dei fondi messi a disposizione dal bilancio dell'Unione Europea e far sì che le istituzioni europee diffondano maggiormente all'opinione pubblica le informazioni in merito al loro operato.

Il presente Piano di Comunicazione ha quindi l'obiettivo di fare propri tali intendimenti, prevedendo iniziative di ascolto (messe già in atto nella fase di elaborazione del Programma Operativo, attraverso iniziative di programmazione partecipata che caratterizzano nella massima misura possibile la fase di *policy making* della Provincia Autonoma di Trento), di comunicazione e di collegamento, strutturandosi in conformità a quanto previsto dal Regolamento: vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari delle attività di comunicazione, le strategie che verranno messe in atto e gli strumenti che verranno utilizzati per raggiungere gli obiettivi.

2. LA PASSATA ESPERIENZA NELLA COMUNICAZIONE

I nuovi adempimenti inseriti nel Regolamento non solo mantengono, ma addirittura rinforzano l'importanza delle attività di comunicazione rispetto al passato periodo di programmazione. È forse opportuno ricordare che in quest'ultimo l'azione era territorialmente limitata ai Comuni obiettivo 2 e phasing out. Inoltre, il programma Docup 2000-2006 prevedeva una serie molto articolata di misure ed iniziative. Queste caratteristiche hanno avuto rilevanza dal punto di vista della comunicazione, che è stata ovviamente indirizzata in prevalenza alle zone interessate, cioè ai 115 Comuni coinvolti su un totale di 223, interessando una popolazione corrispondente a circa un quinto dei residenti in Provincia (circa 100.000 persone a fronte di una popolazione provinciale di circa 470.000 persone, in base ai dati di censimento al 1998). Gli interventi più significativi che l'Autorità di gestione ha condotto nell'ambito della programmazione 2000-2006 sono stati:

1. Diffusione di un numero monografico dedicato al Docup della rivista EuroP.A.;
2. Periodica pubblicazione di articoli dedicati al Docup sulla rivista EuroP.A.;
3. Diffusione di un CD-ROM dedicato al Docup;
4. Aggiornamento costante del sito internet;
5. Promozione e verifica sulla cartellonistica;
6. Comunicazione ai percettori del contributo della natura comunitaria dello stesso;
7. Diffusione di comunicati stampa in occasione di riunioni del Comitato di Sorveglianza e di iniziative significative.

Volendo dare lo spessore quantitativo alle azioni sopra riportate, possiamo dire che il numero monografico dedicato al Docup è stato distribuito in circa 4.500 copie, così come la stessa rivista EuroP.A., che è capillarmente inviata sia a singoli privati che ne fanno richiesta, che a società ed Enti pubblici distribuiti su tutto il territorio provinciale. Il CD-ROM dedicato al Docup, integrato anche agli interventi realizzati con il programma di Azioni Innovative, è stato invece distribuito in circa mille copie, privilegiando numericamente le zone eleggibili allo stesso Docup, dato il contenuto particolarmente tecnico delle informazioni ivi contenute. Un costante lavoro di aggiornamento è stato dedicato al sito internet, rivisto periodicamente sulla base delle azioni intraprese (ad esempio, la pubblicità dei bandi emanati), delle riunioni del Comitato svolte, delle modifiche apportate al Docup stesso e più frequentemente al Complemento di programmazione, nonché, in generale, per dare comunicazione sulle Strutture provinciali cui rapportarsi per ottenere informazioni relative alle azioni Docup.

Nell'ambito della collaborazione tra Enti, inoltre, è sempre stata favorita un'attività di scambio con gli Enti universitari, attraverso la gestione di stage di approfondimento, cui hanno partecipato sia laureati che laureandi, in materie collegate a diverso titolo alle Istituzioni ed all'azione dell'Unione europea: dal campo del diritto europeo comparato a quello, più operativo, concernente la concreta gestione, in tutti i suoi aspetti, di interventi cofinanziati dal FESR nell'ambito di documenti programmatori pluriennali.

Da ultimo si segnala, sempre relativamente alla passata esperienza nel campo della comunicazione, segnatamente della pubblicistica, la prevista redazione di un volume, ormai di prossima diffusione, che raccoglie e dà risalto agli interventi più significativi realizzati nell'ambito delle varie linee di intervento che compongono le Misure del Docup. Verrà pubblicato in un numero di copie che permetteranno di dare ampia diffusione alle realizzazioni portate a termine con il contributo comunitario e statale e che concorrono all'attuazione della politica europea di sviluppo regionale.

Tuttavia, la natura fortemente composita del Docup 2000-2006 non ha agevolato la strutturazione di una strategia comunicativa unitaria, tale da coprire organicamente non solo le differenti aree di azione, ma anche tutti i gruppi target.

A fronte di queste caratteristiche della passata programmazione (numero limitato di persone direttamente interessate in rapporto alla popolazione e grande variabilità delle tipologie di intervento) si è deciso di privilegiare il contatto diretto con i possibili beneficiari, in particolare, ad esempio, gli Enti locali, implementando parallelamente un'informazione costante (cadenza mensile della rivista EuroP.A.) sull'andamento del Docup, in modo da coprire tutte le misure previste e altri specifici aspetti legati alla programmazione (ad esempio informazioni sul sistema di monitoraggio o sul Comitato di Sorveglianza). Inoltre è sempre stata cura delle Autorità di gestione operativa (Servizi della Provincia Autonoma di Trento), anche nel caso di concessione di contributi a valere su una specifica Legge provinciale, di comunicare ai percettori la provenienza del contributo (in particolare, ad esempio, con riguardo ai soli contributi concessi da parte del Servizio Energia della Provincia il numero dei destinatari di tale comunicazione è superiore alle 1.200 unità).

Il contatto diretto con gli *stakeholders*, su cui si è primariamente basata l'attività di comunicazione della passata programmazione, rappresenta oggi un valore aggiunto ed un'eredità non trascurabile per la nuova programmazione. I contatti ed i buoni rapporti instaurati in passato rendono oggi più semplice anche l'impostazione delle attività di comunicazione.

3. ANALISI DEL CONTESTO IN CUI AGISCE IL P.O. FESR 2007-2013

Vengono riportati di seguito alcuni elementi riguardanti il contesto, dal punto di vista dell'informativa e della comunicazione, in cui è chiamato ad operare il Programma Operativo FESR 2007-2013. Verrà poi di seguito riportata la griglia di indicatori di realizzazione e di risultato che accompagneranno e misureranno le azioni di comunicazione.

In termini generali, per un territorio che conta poco più di 500.000 abitanti, il panorama editoriale del Trentino viene considerato molto ricco e vario, sia per il numero di testate sia

per il numero di lettori/utenti. Assieme alla regione Liguria viene solitamente indicata come la Regione (Trentino Alto Adige) con il maggior numero di lettori.

Schematicamente, il sistema provinciale dei media, relativamente alle sue articolazioni di maggior peso, vede la presenza di tre quotidiani a tiratura provinciale, nonché altre testate minori a tiratura settimanale e/o infrasettimanale. La tiratura del quotidiano più diffuso, l'”Adige”, ha toccato, nel periodo settembre 2006-agosto 2007 una tiratura quotidiana media di n. 31.476 copie, segue il “Trentino” con un numero di copie, nello stesso periodo, pari a n. 25.000 circa. Per l'ultimo quotidiano a tiratura provinciale il “Corriere del Trentino”, non sono disponibili dati di tiratura. Relativamente alle vendite, abbiamo: per l'”Adige” n. 26.504 copie, per il “Trentino” circa n. 20.000 copie, mentre per il “Corriere del Trentino” la media quotidiana è stata, nel corso dell'anno 2006, di n. 11.152 copie. Nello specifico campo delle attività promosse e cofinanziate dall'Unione europea, è attiva, come detto sopra, la rivista EuroP.A., distribuita in n. 4.500 copie. Nel campo dell'emittenza radio-televisiva, le televisioni a diffusione locale, ad esclusione della rete RAI regionale, sono in numero di due. I dati riferiti all'audience, rilevati nel mese di ottobre 2007, sono pari, giornalmente, a n. 153.414 spettatori per “Tele Commerciale Alpina” e n. 159.084 spettatori per “Radio Tele trentino”. Le radio locali private assommano a n. 11, per quali non è, tuttavia, disponibile il dato sugli ascoltatori. Da ultimo, la percentuale di utenti internet sul totale della popolazione del Trentino, è risultata pari, nell'anno 2005, al 37,1. I dati di accesso al sito Internet provinciale nella sezione dedicata all'Europa, ed in particolare alle iniziative con l'Unione europea, aggiornati all'anno 2007, possono essere riassunti nella tabella di seguito riportata:

<i>trimestri 2007</i>	<i>visite al sito</i>	<i>totale visitatori</i>	<i>n. medio di visite per utente</i>	<i>durata media delle visite (minuti)</i>	<i>n. medio pagine viste</i>
I	8.282,00	2.419,00	3,42	7,05	11,25
II	10.618,00	2.719,00	3,91	7,29	12,79
III	11.004,00	2.587,00	4,25	7,14	13,46
IV	7.893,00	2.132,00	3,70	9,55	13,68
media trimestrale	9.449,25	2.464,25	3,82	7,76	12,80

Fonte: Informatica trentina S.p.A.

Nell'ambito della documentazione inserita nella sezione Iniziative con l'Unione europea del sito provinciale, le pagine dedicate al Docup e, nell'ultima parte dell'anno 2007 al P.O. 2007-2013, risultano tra quelle più visitate. Nei prossimi mesi, completata la riorganizzazione del sito, saranno disponibili dati riguardanti più specificatamente le pagine dedicate al Programma Operativo 2007-2013.

Sulla base di quanto evidenziato e considerando rilevante l'atteggiamento e la percezione dell'intera popolazione provinciale rispetto ai temi dell'Europa, è stata attuata, nel mese di maggio del corrente anno 2008, una campagna di rilevazione condotta tramite questionario prevalentemente per mezzo telefonico. Scopo dell'indagine, oltre alla restituzione di un dato numerico in grado di quantificare gli indicatori di risultato previsti nel presente Piano, è quello di valutare la bontà e l'efficacia delle azioni di comunicazione programmate, di valutare nello specifico il grado di successo nel sensibilizzare il grande pubblico e migliorare la conoscenza in merito a Fondi strutturali dell'UE, in particolare il FESR ed alla politica di coesione; di misurare l'impatto complessivo sul grande pubblico delle attività di comunicazione; di fornire un feedback utile per migliorare la strategia di comunicazione (messaggio e canali di comunicazione adeguati, coinvolgimento delle reti di partner locali).

Di tale attività si è occupato il Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento predisponendo un campione pari a 766 famiglie con quote vincolate per sesso e classe d'età degli intervistati:

SESSO	ETA'	INTERVISTE
maschi	18-34 anni	109
maschi	35-54 anni	166
maschi	55-74 anni	110
femmine	18-34 anni	105
femmine	35-54 anni	159
femmine	55-74 anni	117

I risultati della rilevazione si sono resi disponibili col mese di giugno del corrente anno 2008.

Schematicamente, si elencano di seguito gli indicatori di realizzazione e di risultato previsti nell'asse "Assistenza tecnica" del P.O.

Indicatori di realizzazione

Obiettivo operativo	Indicatore di realizzazione	Valore atteso a fine programma
Implementare un efficace supporto alle attività di preparazione, gestione, sorveglianza e controllo del Programma Operativo	N. rapporti annuali e finali di esecuzione	9
Assicurare ed accompagnare il complesso delle attività legate all'attuazione del sistema di monitoraggio del Programma Operativo	Sistemi di monitoraggio implementati	2
Fornire un'adeguata informazione e pubblicità al Programma Operativo ed alle sue iniziative, sia a livello generale e complessivo, sia in relazione ai potenziali beneficiari degli interventi	N. azioni di informazione, pubblicità e di diffusione dei risultati del programma (incontri sul territorio, brochure informative, articoli su riviste, pubblicazioni sul sito web, seminari, ecc..)	10
Realizzare le attività di valutazione del Programma Operativo nonché studi e seminari sui temi collegati alla programmazione	N. rapporti di valutazione	3
	N. studi e seminari sul programma	8

Fonte: Provincia Autonoma di Trento

Indicatori di risultato

Obiettivo Specifico	Indicatore di risultato	Valore attuale	Valore atteso
Assicurare un corretto, efficace ed efficiente sistema di gestione ed attuazione del Programma Operativo	Popolazione a conoscenza del P.O. (valore percentuale)	2,9%	> 30%
	<i>di cui con percezione positiva</i>	<i>36,5%</i>	<i>80%</i>
	Riduzione del tempo medio di istruttoria dei progetti cofinanziati dal PO (giorni)	90	70
	Numero di Enti locali coinvolti	0	> 100

Fonte: Provincia Autonoma di Trento

4. ELEMENTI CARATTERIZZANTI IL PROGRAMMA OPERATIVO FESR 2007-2013

Il P.O. riprende e sviluppa temi di importanza fondamentale per la Provincia di Trento, in linea con quanto definito dal Programma di sviluppo provinciale per la XIII Legislatura; tale documento programmatico è impostato inoltre coerentemente con i principi cardine dettati a livello comunitario e nazionale: la Strategia di Lisbona e la Strategia di Göteborg, gli Orientamenti Strategici Comunitari (OSC) per la Coesione ed il Quadro Strategico Nazionale (QSN).

La struttura portante della strategia sottesa al P.O. è suddivisa in quattro “Assi prioritari”, che rappresentano altrettante macro-aree di intervento:

❖ *Asse 1: Energia/Ambiente e Distretto Tecnologico*

L’Asse si propone di promuovere la ricerca industriale e la competitività su prodotti e sistemi a valenza energetico-ambientale, rafforzando così l’immagine di un territorio orientato alla sostenibilità.

Nello specifico, gli interventi e le operazioni che ricadono in tale Asse sono indirizzati all’incentivazione della ricerca industriale nei settori del risparmio energetico, delle fonti energetiche alternative, della tutela ambientale e dei sistemi tecnologici applicati, anche attraverso lo sfruttamento delle potenzialità offerte dal Distretto Tecnologico provinciale.

Ulteriori interventi saranno indirizzati alla promozione dell’edilizia sostenibile e della gestione del territorio.

❖ *Asse 2: La Filiera delle Tecnologie dell’Informazione e della Comunicazione (TIC)*

La priorità dell’Asse è quella di colmare il cosiddetto “digital divide”, sostenendo il territorio ed il mercato nell’adozione e nell’utilizzo efficace delle nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione.

Gli obiettivi specifici sono dunque volti in una triplice direzione: promuovere la ricerca industriale e lo sviluppo sperimentale nel settore delle TIC; incrementare la competitività del mercato locale di settore e favorire l’utilizzo delle TIC da parte dei cittadini, PMI e Pubblica Amministrazione.

❖ *Asse 3: Nuova Imprenditorialità*

Si tratta di un Asse volto a rafforzare la competitività del sistema imprenditoriale trentino promuovendo in particolar modo la creazione e lo sviluppo di nuove imprese.

❖ *Asse 4: Sviluppo locale sostenibile*

L’Asse è indirizzato a sostenere l’attrattività e la competitività del territorio, valorizzando il patrimonio ambientale, naturale e storico-culturale.

Gli interventi che ricadono in tale Asse sono rivolti in particolar modo a favorire iniziative per lo sviluppo del turismo sostenibile e la capacità competitiva degli operatori di settore.

Agli Assi prioritari sopraccitati se ne aggiunge un quinto, di carattere strumentale, rivolto specificamente all'Assistenza Tecnica, ovvero ad assicurare una corretta ed efficace gestione ed attuazione del P.O. (attività di sorveglianza e controllo, monitoraggio, informazione e pubblicità, valutazione, studi specifici e seminari).

Si riporta schematicamente il Piano finanziario del P.O. per l'intero periodo di programmazione, suddiviso per Asse e per contributo comunitario e nazionale:

Assi prioritari	Contributo comunitario	Controparte nazionale	Ripartizione indicativa della controparte nazionale		Finanziamento totale	Tasso di cofinanziamento (*)	Per informazione	
	(a)	(b) ¹ = [(c) + (d)]	Finanziamento nazionale pubblico (c)	Finanziamento nazionale privato (d)	(e) = (a) + (b)	(f) = (a) / (e)	Contributi BEI	Altri finanziamenti
Asse 1	10.028.943	23.400.370	23.400.370	0	33.429.313	30%	0	0
Asse 2	5.014.471	11.700.186	11.700.186	0	16.714.657	30%	0	0
Asse 3	1.157.186	2.700.043	2.700.043	0	3.857.229	30%	0	0
Asse 4	2.314.371	5.400.086	5.400.086	0	7.714.457	30%	0	0
Asse 5	771.457	1.800.029	1.800.029	0	2.571.486	30%	0	0
Totale	19.286.428	45.000.714	45.000.714	0	64.287.142	30%	0	0

¹ Il contributo della Provincia Autonoma di Trento è di € 19.286.428, pari al 30% della dotazione finanziaria complessiva del programma e corrisponde al 43% del totale del contributo nazionale.

(*) Questo tasso può essere arrotondato al numero intero più vicino nella tabella. Il tasso preciso utilizzato per il rimborso dei pagamenti è il fattore (f).

Le modalità di attuazione degli interventi co-finanziati dal P.O. FESR 2007-2013 prevedono, così come è accaduto per il ciclo di programmazione del Docup 2000-2006, il ricorso prevalente a bandi per singole iniziative progettuali e l'utilizzo degli strumenti normativi provinciali di settore. Sarà assicurato inoltre il coordinamento con gli interventi co-finanziati dal Programma Operativo FSE e dal Programma di Sviluppo Rurale (PSR) per le iniziative a valere sul FEASR.

5. OBIETTIVI

Il presente Piano intende perseguire i seguenti obiettivi:

1. Far conoscere le opportunità offerte dal Programma Operativo alle categorie interessate e al pubblico

E' l'obiettivo principale del presente Piano di Comunicazione. La partecipazione dei potenziali beneficiari ai bandi va sostenuta con importanti iniziative di pubblicità, in quanto la validità del Programma Operativo sarà misurata anche sulla base della capacità di attrarre gli attori principali del tessuto socio-economico trentino.

Il Programma Operativo della Provincia Autonoma di Trento interessa gruppi target definiti. E' su questi gruppi target, anche tramite le loro associazioni o Enti rappresentativi e tramite gli organismi di partenariato già attivi a livello provinciale o che verranno costituiti, che si concentrerà l'azione informativa.

2. Evidenziare il valore aggiunto del Programma Operativo a livello provinciale e valutare la consapevolezza dei cittadini del ruolo svolto dalla Comunità Europea

Il valore aggiunto del Programma Operativo si declina nei vari settori dallo stesso interessati e la comunicazione rappresenta il mezzo più utile per darne evidenza. Per questo motivo è di fondamentale importanza che il Piano di Comunicazione ponga fra gli obiettivi prioritari l'esplicitazione di tale aspetto agli occhi dei cittadini. Deve emergere come la programmazione dispieghi risorse a livello locale indirizzando le dinamiche di sviluppo verso aree strategiche. Il risultato è anche quello di orientare i *policy-makers* locali verso politiche più integrate e coerenti fra loro, favorendo, tra l'altro, il processo di internazionalizzazione. Altro aspetto interessante che dovrebbe emergere è come la programmazione dei Fondi Strutturali incoraggi le dinamiche di *partnership*, che a loro volta sono fattore fondamentale che assicura trasparenza, cooperazione e coordinazione fra i vari livelli di governo locale. Le attività che verranno finanziate dal Programma Operativo della Provincia vedranno spesso come protagonisti, per fare alcuni esempi, Enti locali, Organismi di ricerca e piccole e medie imprese: sono queste le sinergie che devono emergere.

Il Programma Operativo della Provincia Autonoma di Trento, a fronte di una dotazione limitata in rapporto alle complessive disponibilità finanziarie della Provincia, ha scelto di concentrare la propria azione in settori ben specifici, innovativi e potenzialmente di grande visibilità. Il Piano di Comunicazione deve pertanto prevedere azioni di diffusione dei risultati e attività di report del *work in progress*.

3. Assicurare un adeguato livello di trasparenza delle operazioni attuate tramite il Programma Operativo

I nuovi Regolamenti dei Fondi Strutturali assegnano molta importanza a questo aspetto della comunicazione, in un'ottica di massima trasparenza nell'assegnazione dei contributi. Il presente Piano prevede a questo proposito, nell'apposita sezione, forme di pubblicità dei nominativi degli assegnatari dei contributi.

Sempre nell'ottica di assicurare massima trasparenza, è stata fatta una scelta che segna una discontinuità con la passata programmazione: mentre il Docup utilizzava diffusamente, per la selezione delle domande e l'assegnazione dei finanziamenti, criteri già previsti da specifiche disposizioni di settore, il presente P.O. prevede che i finanziamenti vengano di regola erogati sulla base di procedure di selezione specifiche, attraverso bandi mirati. Il sistema del bando assicura una maggiore trasparenza sia nella fase iniziale del procedimento, in quanto esso deve essere opportunamente pubblicizzato, sia nella fase finale, in quanto i nominativi degli assegnatari sono resi noti con specifiche forme di pubblicità. Inoltre, il

destinatario del finanziamento acquisisce maggior consapevolezza della provenienza europea dei fondi. Contestualmente, il destinatario diviene consapevole anche dell'apporto dei fondi del cofinanziamento nazionale.

Vanno nella direzione di assicurare il massimo livello di trasparenza anche tutte le attività previste a vario titolo per la diffusione dei risultati delle operazioni finanziate.

4. Valutare e implementare la consapevolezza dei cittadini sul ruolo svolto dalla Comunità e nello specifico dal FESR

Durante il periodo di programmazione è fondamentale anche la verifica del livello di conoscenza da parte dei cittadini delle possibilità che la Comunità Europea offre nei settori di competenza del FESR e dei risultati di cui la comunità provinciale potrà godere in termini di sostenibilità ambientale, sviluppo economico sostenibile, innovazione tecnologica. Si deve infatti evitare il rischio di "diluire" la rilevanza del contributo europeo nella percezione degli interventi da parte dei cittadini.

Tale verifica servirà anche per valutare la qualità delle iniziative messe in atto con il presente Piano di Comunicazione e dunque sarà il momento in cui verrà misurato il raggiungimento dei precedenti obiettivi. Questo punto rappresenta dunque insieme un obiettivo ed un mezzo.

6. DESTINATARI

Il Piano di Comunicazione prevede più tipologie di attività, diversificate sulla base dei destinatari di tali attività e stabilite in accordo con le prescrizioni del Regolamento.

6.1 Il grande pubblico

La conoscenza da parte della popolazione residente in Provincia delle possibilità offerte dai finanziamenti FESR e del valore aggiunto degli stessi nell'impostazione di una politica di innovazione e di sostenibilità ambientale è uno dei punti fondamentali per assicurare visibilità non solamente al Programma Operativo, ma anche alle istituzioni europee ed al loro ruolo ed impatto nella vita di tutti i giorni.

L'attività di pubblicizzazione dell'utilizzo dei Fondi europei e del FESR in particolare, presso il pubblico genericamente inteso, presenta due aspetti rilevanti: il primo è quello di rendere conoscibili ad un pubblico più ampio possibile le attività comprese nei singoli Assi che comportano benefici direttamente rivolti ai singoli cittadini. Il secondo aspetto rilevante è quello più generico, ma non per questo meno fondamentale, di rendere visibili gli *output* del Programma Operativo, cioè i benefici di cui godrà tutta la comunità locale grazie alle attività finanziate da fondi europei.

Nel primo caso verranno dunque messe in atto specifiche iniziative di comunicazione rivolte ai potenziali beneficiari, ovvero, per alcune attività, tutti i privati cittadini (ad esempio, per la promozione e il sostegno all'avvio di una nuova attività d'impresa), nel secondo caso sarà necessario strutturare una campagna informativa di più ampio respiro.

La popolazione provinciale, genericamente intesa, rappresenta un soggetto target di non facile coinvolgimento per il Programma Operativo FESR della Provincia Autonoma di Trento. L'impatto che le politiche implementate grazie ai finanziamenti FESR avranno in prospettiva sulla vita quotidiana dei cittadini risulta infatti in apparenza meno immediato, ad esempio, di quanto non lo sia per azioni di altri programmi (FSE e FEASR-PSR), essendo queste ultime maggiormente rivolte ai cittadini in via diretta, anziché, come per il FESR, prevalentemente ad operatori economici, Imprese, Organismi di ricerca, soggetti pubblici. E' dunque ancor più importante, anche nel caso del Programma Operativo FESR, prevedere forme di coinvolgimento del pubblico tenendo conto del fatto che la presente programmazione è estesa a tutto il territorio provinciale e che potranno essere utilizzati mezzi di comunicazione che raggiungano la totalità della popolazione. La popolazione nel suo complesso, anche se non fruisce direttamente del finanziamento europeo, potrà comprendere e percepire l'importanza di determinati progetti destinati ad influenzare il modello di sviluppo del territorio, la qualità dell'ambiente, l'efficacia delle comunicazioni, il modo di produrre beni e servizi per la popolazione, con l'obiettivo comune di incrementarne le opportunità e il benessere collettivo locale.

All'interno dell'ampia definizione di "grande pubblico", verranno opportunamente evidenziate categorie distinte di destinatari di azioni del presente Piano. Più precisamente, a fianco di interventi rivolti indistintamente a tutti, si potranno prevedere operazioni mirate a categorie ristrette di persone e/o comunità sociali quali: giovani, studenti, donne, fasce protette, immigrati, scuole, comunità montane, ecc.

6.2 I beneficiari potenziali

I beneficiari potenziali variano in funzione dell'Asse del Programma Operativo in considerazione:

- **ASSE 1 - Energia/Ambiente e Distretto Tecnologico**
 - Organismi di Ricerca
 - PMI
 - Enti e Istituzioni pubbliche
 - Imprese

- **ASSE 2 - La Filiera delle Tecnologie dell' informazione e della Comunicazione (TIC)**
 - Organismi di ricerca
 - PMI singole e associate
 - Enti e Istituzioni pubbliche
 - Organizzazioni di categoria

- **ASSE 3 - Nuova Imprenditorialità**
 - Imprese e neoimprenditori

- Organismi di ricerca
 - Gruppi e Associazioni di Imprese
- **ASSE 4 - Sviluppo locale sostenibile**
 - Enti pubblici
 - Enti Parco e Gestori di aree protette
 - Enti museali e soggetti operanti nel settore culturale
 - PMI
 - Enti e Associazioni operanti nel settore turistico e culturale

6.3 I beneficiari effettivi

Beneficiari effettivi saranno considerati, ovviamente, tutti coloro che, nell'insieme più grande dei beneficiari potenziali, avranno effettivamente avuto accesso ai finanziamenti messi a disposizione dal Programma.

L'informativa destinata loro sarà di natura più specifica, dettagliata e operativa rispetto a quella più generale indirizzata ai beneficiari potenziali, comprendendo informazioni e supporto sulle particolari procedure e obblighi che accompagnano l'utilizzo di risorse cofinanziate dall'Unione europea e dallo Stato italiano rispetto a quelle ordinarie previste dalla nostra provincia. Particolare cura verrà assicurata nel comunicare, ai beneficiari effettivi, adempimenti comportanti obblighi informativi e pubblicitari, come quello dell'inclusione del nominativo in un elenco dei beneficiari che verrà reso pubblico.

I beneficiari effettivi, attraverso queste modalità di utilizzo dei fondi, diventano in sostanza *testimonial* diretti del valore aggiunto delle politiche comunitarie.

7. STRATEGIA

Il Programma Operativo 2007-2013 presenta caratteristiche sia strutturali che di contenuto diverse rispetto alla precedente programmazione 2000-2006, prestandosi quindi ad una diversa impostazione delle strategie di comunicazione.

Il Programma è infatti:

- rivolto alla totalità della popolazione residente, in quanto è venuto a mancare l'elemento della zonizzazione;
- più concentrato dal punto di vista delle iniziative che verranno finanziate: gli interventi saranno riconducibili alle quattro aree prioritarie individuate e saranno presumibilmente meno dispersivi.

Queste due caratteristiche rendono più semplice l'individuazione dei gruppi target e la pianificazione di attività di comunicazione da estendere a tutto il territorio.

Delineati gli obiettivi del presente Piano di Comunicazione e i gruppi target a cui lo stesso intende rivolgersi, di seguito viene delineata la strategia di comunicazione che verrà utilizzata per ciascun gruppo target, coerentemente con i suddetti obiettivi e con le prescrizioni del Regolamento.

7.1 Strategia per il grande pubblico

Per raggiungere gli obiettivi precedentemente illustrati ed in conformità con il Regolamento, sono previste le seguenti attività:

- **EVENTO DI LANCIO DEL PROGRAMMA OPERATIVO**

Al fine di comunicare il concreto avvio delle attività connesse alla programmazione 2007-2013 la Provincia Autonoma di Trento in data 21 maggio del corrente anno 2008 ha organizzato un evento di lancio del Programma Operativo aperto al pubblico ed adeguatamente pubblicizzato in via preventiva.

Il convegno, a cui sono stati direttamente invitati i rappresentanti dei beneficiari potenziali delle iniziative in programma (vd. Par 7.2), ha visto un'ottima risposta in termini di partecipazione dal parte del pubblico ed in particolare dei rappresentanti delle istituzioni locali e del sistema imprenditoriale trentino, che giocheranno un ruolo decisivo nel dare impulso all'attuazione degli interventi ed iniziative che saranno attivate sul nuovo Programma. Le persone che hanno partecipato all'evento si possono contare in qualche centinaio.

I temi trattati in tale sede sono stati introdotti dall'Assessore alla Programmazione, Ricerca e Innovazione Gianluca Salvatori e dal Dirigente Generale del Dipartimento Programmazione, Ricerca e Innovazione dott. Diego Loner, che hanno illustrato le principali linee strategiche provinciali per il periodo 2007-2013, evidenziandone l'apporto degli attori sia pubblici che privati per ciascuno dei settori tematici considerati.

E' stata posta particolare enfasi sulla descrizione degli interventi più significativi programmati per i diversi "Assi strategici" del Programma Operativo FESR 2007-2013, illustrandone caratteristiche e modalità di realizzazione. Particolare attenzione è stata rivolta al settore della ricerca industriale e dello sviluppo precompetitivo del sistema trentino, nonché agli interventi di sostegno finanziario (mediante strumenti innovativi quali il "seed capital") alle nuove imprese.

I rappresentanti della Commissione Europea e del Ministero per lo Sviluppo Economico hanno evidenziato i buoni livelli di performances complessivi raggiunti dalla Provincia di Trento nel ciclo di programmazione 2000-2006.

Di significativo rilievo sono stati inoltre gli interventi dei rappresentanti del Distretto Energia-Ambiente "Habitech", del Comitato E-Society, nonché di Trentino Sviluppo S.p.A. Il primo ha evidenziato l'impegno di "Habitech" nel conseguimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale che caratterizzano l'azione del Programma Operativo; il secondo ha focalizzato l'intervento sulle iniziative che saranno attivate nel settore delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione, rivolgendo particolare attenzione alla promozione ed incentivazione all'adozione di strumenti informatici contraddistinti da codice "aperto" e sull'interoperabilità dei sistemi nelle imprese e nella Pubblica Amministrazione; il Presidente di Trentino Sviluppo S.p.A. ha fornito un quadro d'insieme sugli interventi promossi in questi

anni da Trentino Sviluppo, a supporto delle imprese operanti in Provincia, richiamandosi in particolare ai risultati più significativi in termini di innovatività dei prodotti, grazie soprattutto all'apporto e al contributo delle idee provenienti dalla stessa "base imprenditoriale".

Infine, sono stati illustrati, quali esempi di "buone pratiche", alcuni progetti significativi finanziati dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale durante il ciclo di programmazione 2000-2006. E' stato descritto il progetto di rete a banda larga realizzato nei Comuni e frazioni della Vallarsa. I punti di accesso creati nell'ambito di tale intervento hanno permesso una migliore fruizione dei principali servizi essenziali per la popolazione locale, in particolar modo con riferimento alla telemedicina.

L'evento di presentazione si è concluso illustrando i principali risultati del progetto di animazione territoriale nei Comuni trentini classificati, per il ciclo 2000-2006, in obiettivo 2, con particolare evidenza alle iniziative imprenditoriali avviate in Valle del Chiese.

- EVENTI ANNUALI DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

È prevista a cadenza annuale, la realizzazione di eventi di presentazione dei risultati e delle iniziative della Programmazione in corso.

Questi eventi permetteranno il raggiungimento di una pluralità di scopi:

- assicurare la trasparenza dell'attività amministrativa tramite un report sistematico di quello che avviene anno per anno;
- orientare progressivamente il programma sulla base di quello che è stato realizzato e/o messo in cantiere, dando evidenza dell'avanzamento in relazione agli obiettivi;
- trasmettere al pubblico un messaggio di continuità della Programmazione.

Nell'ambito degli eventi di cui sopra, la cui frequenza ed entità sarà stabilita in funzione dell'avanzamento delle iniziative in programma, oltre alla presentazione dei risultati saranno contestualmente annunciate le iniziative a venire e i bandi previsti per il periodo immediatamente successivo.

- ESPOSIZIONE BANDIERA

Verrà esposta la bandiera dell'Unione Europea per una settimana ogni anno a partire dal 9 maggio, presso la sede dell'Autorità di gestione ed ulteriori sedi e strutture in cui sia ritenuto opportuno.

- TRASPARENZA

Il sistema di assegnazione dei finanziamenti tramite bandi assicura un elevato grado di trasparenza. Il bando dà modo al percettore potenziale del contributo di conoscere preventivamente sia la provenienza del finanziamento sia, tramite la pubblicità dei criteri di selezione, le modalità di lavoro delle commissioni esaminatrici delle domande.

E' prevista la pubblicazione sul sito dedicato al FESR dell'elenco dei beneficiari, della denominazione delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni. E' inoltre prevista una adeguata pubblicità successivamente alla assegnazione definitiva dei finanziamenti ai beneficiari, da attuare sia attraverso il sito internet che mediante la rivista EuroP.A., redatta a cura e sotto la direzione del Servizio Rapporti Comunitari e Sviluppo Locale, Autorità di gestione del P.O. FESR. Questi due adempimenti assicurano la trasparenza e la facile reperibilità delle informazioni a tale riguardo da parte del pubblico.

- MEDIA

Come evidenziato precedentemente, la competenza territoriale del Programma Operativo 2007-2013 è estesa a tutto il territorio provinciale. Questa differenza con la passata Programmazione fa sì che si possano mettere in atto più diffusamente attività di comunicazione tramite i media a larga diffusione. Saranno quindi realizzate, a beneficio del pubblico, iniziative di comunicazione mediante mezzi di stampa, radiofonici e televisivi locali. La collaborazione con l'Ufficio Stampa della Provincia assicurerà un adeguato supporto per la scelta dei mezzi e delle modalità più opportune.

- SPECIFICHE INIZIATIVE

Nel caso di iniziative e/o bandi rivolti a tutti i cittadini (ad esempio, presumibilmente, nelle attività previste dall'Asse 3 - "Nuova imprenditorialità") saranno messe in atto iniziative rivolte al pubblico riguardanti l'iniziativa specifica.

- CAMPAGNE INFORMATIVE NELLE SCUOLE

Nell'ambito del grande pubblico, si annette particolare importanza al coinvolgimento dei giovani, con particolare riferimento al mondo della scuola, all'interno della quale si prevede possano essere condotte con profitto, dal punto di vista della risonanza e diffusione del messaggio promosso, campagne di informazione sui temi europei.

7.2 Strategia per i beneficiari potenziali

Ai beneficiari potenziali indicati nel rispettivo paragrafo verranno fornite tutte le informazioni previste dal Regolamento, ossia:

- le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento nel quadro del Programma Operativo;
- una descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- i criteri di selezione delle operazioni da finanziare;
- le persone di riferimento che possono fornire informazioni sul Programmi Operativo.

A differenza delle attività di comunicazione previste a favore del grande pubblico, i beneficiari potenziali, in quanto identificabili a priori, potranno usufruire di specifiche iniziative a loro rivolte e incentrate sull'Asse di particolare interesse (Si veda a questo proposito il seguente capitolo).

Come specificato nel Programma Operativo, verranno utilizzati, nello svolgimento delle attività previste dal Programma stesso, i tavoli di partenariato già esistenti in ambito provinciale. L'attività di comunicazione e pubblicità si gioverà particolarmente della collaborazione dei partner il cui supporto, in quanto rappresentativi di specifici gruppi di beneficiari potenziali e/o *stakeholders*, risulta fondamentale per la diffusione capillare delle informazioni, nonché per l'elaborazione dei messaggi, che dovranno risultare il più possibile rispondenti al target individuato. Il Programma Operativo prevede inoltre che "In relazione alle necessità attuative del P.O. il partenariato può essere esteso ad altri soggetti collettivi o para-istituzionali portatori di interessi specifici": potranno dunque venire attivate *partnerships* ad hoc in caso di attività specifiche che lo richiedano.

I partners che verranno coinvolti a vario titolo nella realizzazione delle campagne informative indirizzate ai beneficiari potenziali sono:

- Rappresentanza Unitaria dei Comuni, o Consorzio dei Comuni trentini, per il Consiglio delle Autonomie locali;
- Distretto tecnologico Energia/Ambiente, per le imprese e gli ulteriori soggetti coinvolti nelle iniziative relative;
- Strutture di rappresentanza delle categorie produttive;
- Comitato E-Society, per le azioni nel settore delle tecnologie di comunicazione;
- Organizzazioni ambientaliste.

7.3 Strategia per i beneficiari effettivi

I beneficiari effettivi verranno adeguatamente informati sugli adempimenti da svolgere in quanto percettori di contributi europei.

Gli aspetti che verranno trattati approfonditamente con i beneficiari saranno:

- pubblicazione del percepimento del contributo, anche mediante il sito internet e la rivista EuroP.A.;
- "cartellonistica", fondamentale per la riconoscibilità immediata degli interventi finanziati con fondi europei;
- partecipazione ad eventi o seminari di sensibilizzazione o per la presentazione delle buone pratiche.

La cartellonistica merita un approfondimento, in quanto è uno degli aspetti fondamentali delle strategie atte a dare visibilità al Programma Operativo ed alle istituzioni europee in generale. Ai beneficiari finali verranno date indicazioni precise su misure, materiali e posizionamento dei cartelli. Si cercherà di fare in modo che tutti i cartelli siano

omogenei tra loro, in modo da rendere immediatamente riconoscibile e chiaro che l'opera in questione è stata realizzata con fondi europei.

Le attività da svolgere per quanto riguarda la cartellonistica sono fondamentalmente due:

- **CARTELLONISTICA DI CANTIERE**

Sarà cura dell' Autorità di Gestione controllare e monitorare la cartellonistica di cantiere, su cui spesso in passato si sono rilevate mancanza di uniformità e carenze nel rispetto delle proporzioni dei simboli. Verrà controllato che sia dato il giusto risalto ai simboli dell'Unione Europea e dello Stato italiano e che i materiali usati siano durevoli, onde evitare un veloce deterioramento con conseguente perdita di visibilità dei simboli.

- **CARTELLONISTICA PERMANENTE**

L'Autorità di Gestione valuterà l'opportunità di assumere direttamente l'onere della predisposizione dei cartelli permanenti. Il fine di questa disposizione, tra l'altro suggerita dalla stessa Commissione, è quello di ovviare alle carenze precedentemente indicate (esigenze di uniformazione ed adeguatezza) e inoltre persegue l'obiettivo della riconoscibilità immediata del simbolo europeo e del FESR: infatti disseminando sul territorio immagini omogenee si crea la ricorrenza di immagini necessaria a rendere un simbolo riconoscibile immediatamente.

8. STRUMENTI E ATTIVITA'

Nel precedente capitolo sono stati sommariamente individuati, parlando di strategie, gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati nel corso della Programmazione. In questo capitolo verranno elencati in maniera dettagliata. E' importante sottolineare nuovamente che il Piano di Comunicazione del Programma Operativo sarà revisionato e rivisto nel corso della Programmazione, proprio per adattarne i contenuti e gli strumenti alla operatività del Programma.

8.1 Media

Come già evidenziato, la dimensione territoriale del Programma Operativo, estesa in questa Programmazione a tutto il territorio provinciale, consente l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa locali.

- **SPOT RADIOFONICI E TELEVISIVI**

Il fine degli spot è quello di creare, con immagini e frasi ricorrenti e riconoscibili, una consapevolezza collettiva dell'esistenza del Programma Operativo, dei finanziamenti europei e in generale dell'influenza anche a livello locale delle istituzioni europee. Gli spot saranno pensati per diffondere un messaggio generico, ad esempio utilizzando la frase suggerita dal Regolamento "INVESTIAMO NEL VOSTRO FUTURO" che ben si adatta ai contenuti del Programma Operativo della

Provincia Autonoma di Trento. In tale sede sarà dato adeguato risalto anche alla partecipazione dello Stato Italiano attraverso il cofinanziamento nazionale.

- CARTA STAMPATA

In collaborazione con l'Ufficio stampa della Provincia verranno emanati comunicati stampa in occasione dell'uscita dei nuovi bandi, di eventi particolari (vedi sopra), per pubblicizzare la messa in onda di trasmissioni radio-televisive.

- RIVISTA EUROP.A.

La rivista EuroP.A. ricopre un ruolo molto importante non solo per la diffusione di notizie, ma anche come fattore di continuità nell'attività di comunicazione fra le diverse programmazioni. La rivista è pubblicata in 4.500 copie e conta circa 4.000 abbonamenti (di cui 1.400 sono famiglie, la restante parte raggiunge istituzioni, enti, biblioteche ecc), la si trova inoltre nella gran parte degli uffici pubblici e sul sito internet della Provincia Autonoma di Trento. La rivista ospita mensilmente una rubrica dal titolo "Fondo Europeo di Sviluppo Regionale", tramite la quale vengono diffuse buone pratiche, informazioni tecniche o specifiche, commenti, novità. Il ruolo della rivista sarà rafforzato ulteriormente in quanto verranno su di essa pubblicati maggiori dati e informazioni sui bandi e sui relativi assegnatari.

8.2 Internet

L'uso di internet come mezzo di comunicazione verrà potenziato tramite un totale rinnovamento del sito, che sarà reso più *user-friendly*. Anche l'accesso sarà reso più semplice, prevedendo una connessione diretta dal sito della Provincia: se ne prevede l'operatività entro la primavera 2008.

Sul sito sarà pubblicato tutto ciò che concerne il Programma Operativo: scadenze, bandi, eventi, appuntamenti, novità, moduli e liste degli assegnatari di finanziamenti sui bandi. Verrà inoltre fornita la documentazione istituzionale relativa al funzionamento del Comitato di Sorveglianza. Per rendere la comprensione più agevole possibile, verranno predisposte pagine di sintesi che illustreranno le procedure che si dovranno seguire per poter ottenere i finanziamenti.

E' previsto infine di attuare l'invio di una newsletter mensile/bimestrale con le novità e le scadenze.

8.3 Eventi

- EVENTO DI LANCIO DEL PROGRAMMA OPERATIVO

Come precedentemente esposto, con il concreto avvio delle iniziative è stato realizzato il programmato evento di lancio del Programma, in forma di incontro pubblico. L'evento è stato preceduto da adeguata attività promozionale: comunicati stampa, brochure, internet, inviti diretti. Per gli inviti diretti dei potenziali beneficiari ci si avvalsi del supporto dei partners.

- **EVENTI ANNUALI DI PRESENTAZIONE DEI RISULTATI**

Gli eventi periodici di presentazione dei risultati, a cadenza annuale, saranno effettuati sotto forma di incontro con il pubblico con eventuale conferenza stampa.

- **EVENTO DI PRESENTAZIONE INTERMEDIO**

Alla metà del periodo di programmazione ed in occasione di un'eventuale revisione del Programma verrà organizzato un evento strutturato come quello di lancio del Programma, con l'intento di presentare i risultati del medio periodo. Sarà un'occasione di confronto con il pubblico e gli *stakeholders* in un'ottica non solo di esposizione di risultati, ma anche di ascolto e di individuazione di eventuali punti critici.

- **INCONTRI SUI SINGOLI ASSI**

Sono previsti incontri tecnici specifici per ogni Asse. In tali incontri, riservati ai potenziali beneficiari, contattati anche grazie ai vari tavoli di *partnership*, saranno illustrate in maniera specifica e dettagliata le caratteristiche dei vari Assi, le disponibilità finanziarie e le possibilità di finanziamento.

8.4 Campagne informative nelle scuole

Nel corso della programmazione saranno condotte campagne informative a beneficio degli studenti delle scuole trentine con l'intento di diffondere elementi informativi di carattere generale e specifico sulle istituzioni comunitarie, sugli strumenti e scopi che presiedono l'utilizzo di risorse finanziarie europee nella crescita e nello sviluppo socio economico della nostra comunità provinciale. Per fare ciò verrà cercato il coinvolgimento di società e istituzioni con esperienza in questo particolare settore.

8.5 Materiale informativo

Nel corso della programmazione saranno distribuiti vari materiali di tipo informativo.

Saranno inoltre elaborati dei pieghevoli illustrativi specifici per i diversi assi, da distribuire ai potenziali beneficiari sia in occasione degli incontri sui singoli assi, sia in occasione degli altri incontri. Ne verrà assicurata la reperibilità durante l'intero arco della Programmazione tramite le associazioni rappresentative di categoria. In tali brochure saranno fornite informazioni sull'Asse, sulle tipologie di iniziative, sulle strutture e persone da contattare per maggiori informazioni, nonché ulteriori riferimenti utili.

9. INDICATORI DI RISULTATO

Le attività di monitoraggio e di valutazione dell'efficacia del Piano di comunicazione sono una delle novità più rilevanti previste dal Regolamento. Tali attività risultano indispensabili nell'ottica di migliorare in corso d'opera le previsioni del presente Piano di Comunicazione. E' solo durante l'effettiva realizzazione del Programma Operativo che è infatti possibile valutare l'impatto e l'adeguatezza delle politiche comunicative messe in atto.

Mentre l'attività di monitoraggio è continua, prevede un costante controllo dell'andamento dell'attività di comunicazione e verrà effettuata dall'Autorità di Gestione sulla base dell'osservazione di una serie di parametri, l'attività di valutazione verrà svolta con il supporto del Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento ed in momenti specifici e significativi per la rilevazione dei dati.

Si cercherà in particolare di implementare i seguenti indicatori di risultato legandoli agli obiettivi sopra indicati:

OBIETTIVO	INDICATORE DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	METODO DI RILEVAZIONE	VALORE ATTUALE	VALORE ATTESO AL 2015
Consapevolezza del ruolo dell'Unione europea	Popolazione consapevole del ruolo dell'Unione europea (grande pubblico)	%	Indagine/questionario	76,5	> 90%
Comunicazione delle iniziative dell'Unione europea	Percezione adeguatezza della comunicazione (grande pubblico)	%	Indagine/questionario	15,4	> 30%
Conoscenza del PO	Popolazione a conoscenza del PO (grande pubblico)	%	Indagine/questionario	2,9	> 30%
Consapevolezza degli obiettivi del FESR	Popolazione consapevole degli obiettivi del FESR (beneficiari potenziali)	%	Indagine/questionario	23,6	> 80%
Livello di trasparenza delle operazioni attuate tramite il PO	Percezione trasparenza (beneficiari potenziali)	%	Indagine/questionario	64,2	> 80%
Informazione e assistenza ai beneficiari	Cartelloni e targhe esplicative conformi (beneficiari effettivi)	%	Monitoraggio/controlli	95% (*)	100%
Informazione e assistenza ai beneficiari	Valutazione positiva rispetto agli strumenti e alle informazioni fornite (beneficiari effettivi)	%	Indagine/questionario	62,8	> 80%

(*) = dato derivante da proiezione sul totale degli interventi a partire da controlli di I e II livello effettuati su campioni significativi di azioni

- MONITORAGGIO

Il monitoraggio dell'efficienza ed efficacia del presente Piano di Comunicazione verrà effettuato sulla base di una serie di parametri oggettivi/quantitativi.

La seguente tabella ne indica alcuni, suddivisi in base al mezzo di comunicazione da valutare, il dato numerico da prendere in considerazione e gli indicatori di realizzazione.

Gli indicatori saranno implementati e rivisti nel corso della Programmazione: sarà infatti opportuno testarne l'efficacia "in corso d'opera".

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	INDICATORI DI REALIZZAZIONE con unità di misura	VALORE ATTESO AL 2015
Spot radiofonici/televisivi	N. di spot realizzati N. di messe in onda	Almeno 1/anno Almeno 30/anno
Carta stampata	N. di comunicati stampa N di articoli rilevanti N. lettori	Almeno 2/anno Almeno 4/anno > 50% dei lettori stampa locale
EuroP.A.	N. copie	N. copie distribuite (> 4.000) N. copie scaricate dal Sito Web
Sito Web	Pagine pubblicate Data base inseriti	N. visitatori N. utilizzatori accreditati
Newsletter	N. di newsletter pubblicate	N. di iscritti
Eventi informativi (lancio, periodico, intermedio, sul singolo asse)	N. di eventi organizzati N. Campagne informative nelle scuole	N. partecipanti N. richieste di ulteriori informazioni n. 2
Materiale informativo	N. di depliant illustrativi stampati/distribuiti N. richieste informazioni e contatti con l'Ufficio	> 10.000 > 300/anno

- VALUTAZIONE

L'attività di valutazione sarà svolta con il supporto del Servizio Statistica della Provincia Autonoma di Trento, e adempierà a quanto previsto dall'art. 4.2 del Regolamento (CE) n. 1828/2006: in particolare gli interventi informativi e pubblicitari verranno valutati in un apposito capitolo del Rapporto annuale d'esecuzione al 31 dicembre 2010 nonché del

Rapporto finale d'esecuzione. La verifica prevista al 2010 permetterà di valutare la pertinenza e l'efficacia delle azioni realizzate, consentendo se necessario la loro correzione e/o modifica.

Gli esperti del Servizio effettueranno una ricerca di tipo statistico rilevando il livello di conoscenza del FESR e dei Fondi Strutturali da parte del pubblico e dei potenziali beneficiari. Tale ricerca sarà il dato di base con cui comparare le analoghe rilevazioni che verranno effettuate a metà Programmazione e alla fine della stessa. La valutazione della conoscenza del FESR verrà effettuata avendo come target di riferimento il grande pubblico.

L'Autorità di gestione provvederà ad informare il Comitato di Sorveglianza riguardo al Piano di comunicazione e ai progressi della sua attuazione, agli interventi informativi e pubblicitari realizzati e ai mezzi di comunicazione utilizzati. Inoltre, in occasione di ogni Comitato di Sorveglianza verrà predisposto un comunicato stampa in cui sarà data notizia delle principali decisioni prese in sede di Comitato.

10. BUDGET

Per far fronte alle spese stimate si intende utilizzare orientativamente il 10% delle risorse previste per l'assistenza tecnica, ovvero circa € 260.000 di costo complessivo, cui il FESR contribuisce con circa € 78.000. Tale cifra potrà ovviamente subire variazioni nel corso del tempo, in armonia con quanto previsto dal presente Piano di Comunicazione ed in funzione delle necessità che si evidenzieranno nel corso del programma.

ATTIVITA'	COSTO TOTALE	QUOTA NAZIONALE	QUOTA COMUNITARIA	% SU TOTALE
Spot radiofonici/televisivi	78.000	54.600	23.400	30
Carta stampata	65.000	45.500	19.500	25
EuroP.A.				=
Sito Web				=
Newsletter	13.000	9.100	3.900	5
Eventi informativi (lancio, periodico, intermedio, sul singolo asse)	65.000	45.500	19.500	25
Materiale informativo	39.000	27.300	11.700	15
TOTALE	260.000	182.000	78.000	100

11. RESPONSABILI

L'ufficio responsabile del presente Piano di Comunicazione è l'Ufficio Fondi strutturali del Servizio Rapporti Comunitari e Sviluppo Locale della Provincia Autonoma di Trento, Autorità di gestione del Programma Operativo FESR 2007-2013.

Servizio Rapporti Comunitari e Sviluppo Locale
Ufficio Fondi Strutturali
Via Romagnosi, 9-Centro Europa 38100 Trento
e.mail: uff.fondistrutturali@provincia.tn.it
tel. 0461-495311

Il Responsabile per la comunicazione è:

Dott. Deluca Roberto
Servizio Rapporti Comunitari e Sviluppo Locale
Ufficio Fondi Strutturali
Via Romagnosi, 9- Centro Europa
38100 Trento
e.mail: roberto.deluca@provincia.tn.it
tel. 0461-495323

12. CRONOLOGIA

La realizzazione del Piano di comunicazione può essere schematicamente suddivisa in tre momenti distinti:

- fase iniziale (2007-2009) in cui si concentrano alcune attività legate alla messa a punto, alla partenza e diffusione dello strumento P.O.;
- fase intermedia (2010-2012) che raccoglierà e vaglierà il feed-back derivante dalla fase iniziale e che potrà prevedere eventualmente un momento di rivisitazione e riprogrammazione delle azioni previste;
- fase finale (2013-2015) concentrata prevalentemente sulla valutazione e diffusione dei risultati raggiunti.

Il cronoprogramma riportato di seguito dà conto della scansione temporale programmata per le attività.

ATTIVITA'	ANNO								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Approvazione PO									
Definizione Piano di Comunicazione									
Evento lancio iniziale									
Media									
Rinnovamento del sito internet									
Implementazione del sito internet									
Newsletter									
Evento annuale									
Evento di medio termine									
Distribuzione materiale									