



FONDO SOCIALE EUROPEO 2007-2013 OBIETTIVO "CONVERGENZA"

PROGRAMMA OPERATIVO REGIONE PUGLIA

2007IT051PO005

Decisione C(2007) 5767

Piano di Comunicazione

Premessa.....	4
1. Gli obiettivi generali della comunicazione	8
1.1 Trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle opportunità ..	8
1.2 Identità e ruolo dell'Unione Europea nelle politiche regionali	9
1.3 Obiettivi strategici: economia della conoscenza, qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro, adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori, pari opportunità e intercultura.....	11
2. La strategia di comunicazione.....	16
3. I destinatari delle azioni di comunicazione	19
3.1 Potenziali beneficiari	19
3.2 Beneficiari	19
3.3 Potenziali destinatari	20
3.4 Destinatari.....	21
3.5 Grande pubblico.....	21
3.6 Partenariato istituzionale e socio-economico.....	22
4. Attività del Piano di Comunicazione.....	23
4.1 Coordinamento.....	23
4.1.1 Attività di studio e di ricerca	23
4.1.2 Immagine coordinata e di sistema	23
4.2 Sistemi informativi	24
4.2.1 Numero verde/contact center.....	24
4.2.1.1 Dotazione tecnologica	24
4.2.1.2 Assistenza tecnica (front office e back office).....	24
4.2.2 Portale internet multilingue	24
4.2.2.1 Dotazione tecnologica	26
4.2.3 Web tv	26
4.2.4 Format televisivi per broadcasting	26
4.2.5 Televideo	27
4.2.6 Canali sperimentali, tgov digitale terrestre, agenzie di informazione	27
4.3 Animazione territoriale	27
4.3.1 Convegni.....	27
4.3.2 Seminari.....	28
4.3.3 Conferenze stampa.....	28
4.3.4 Azioni mirate di marketing	28
4.3.5 Mailing mirato	28
4.3.6 Prodotti mediali e multimediali	29

4.3.7	Eventi	29
4.4	Pubblicita' e informazione sui progetti/attivit�	31
4.4.1	Pubblicistica: manuali, cataloghi e brochure	31
4.4.2	Inserzionistica e allegati su stampa	32
4.4.3	Sostegno a trasmissioni su canali televisivi nazionali e regionali	32
4.4.4	Campagne pubblicitarie	32
4.4.5	Planning pubblicitario	33
4.4.6	Mailinglist famiglie pugliesi.....	33
4.4.7	Affissionistica nei comuni	33
4.5	Rete degli operatori.....	33
4.5.1	Architettura del sistema tra operatori (scuole, istituti superiori, Universita')	33
4.5.2	Formazione interna	33
4.5.3	Intranet, banca dati e applicativi ICTavanzati	34
5.	Gli obiettivi operativi	35
5.1	Obiettivo "Economia della conoscenza"	36
5.2	Obiettivo "Qualit� e sicurezza del lavoro e occupabilit� nel lavoro"	41
5.3	Obiettivo "Adattabilit� delle organizzazioni e dei lavoratori".....	46
6.	L'organizzazione dell'Amministrazione	49
6.1	Piano finanziario	50
7.	Monitoraggio e valutazione	51

Premessa

Il presente documento definisce il Piano di Comunicazione del Programma Operativo Fondo Sociale Europeo Obiettivo Convergenza della Regione Puglia approvato dalla Commissione Europea con decisione n. C/2007/5767.

Il Piano di Comunicazione è predisposto in coerenza e in applicazione di quanto previsto dal Regolamento (CE) n.1828/2006 ed in particolare definisce strategie, attività e strumenti finalizzati a diffondere la conoscenza del Programma Operativo Regionale e del ruolo che l'Unione Europea ricopre nelle politiche per l'istruzione, la formazione e il lavoro a livello regionale. Nel capitolo che segue saranno illustrati più approfonditamente gli obiettivi di trasparenza e imparzialità nell'azione amministrativa, gli obiettivi di immagine e quelli operativi e funzionali alla strategia di programmazione del FSE 2007-2013.

L'attribuzione di un ruolo strategico alla comunicazione deriva dal peso sempre crescente che l'Unione Europea le ha conferito nelle fasi di programmazione dei Fondi Strutturali.

In primo luogo il Piano di Comunicazione deve diffondere nell'opinione pubblica gli obiettivi prioritari della nuova programmazione, portando i singoli e la collettività a maturare la consapevolezza che la formazione, insieme con l'istruzione e la ricerca costituisce un elemento di investimento che permetterà alle imprese, ai lavoratori, ai disoccupati di promuovere anziché subire i processi di cambiamento indispensabili in un'economia basata sulla conoscenza.

In secondo luogo la comunicazione deve necessariamente sostenere le azioni volte a superare le criticità individuate nella precedente programmazione e assunte come elementi di attenzione per il prossimo settennio.

E' affidato a questo Piano il compito di rendere tutti i cittadini più consapevoli del ruolo che l'UE riveste nelle politiche regionali. E' necessario comunicare che il cofinanziamento del FSE si traduce in un sistema di opportunità accessibili a cittadini e imprese e, allo stesso tempo, che tale sistema di opportunità rappresenta l'attuazione di più ampie strategie che si pongono quale obiettivo il rafforzamento della coesione economica e sociale dell'Europa, favorendo un

alto livello di occupazione e nuovi e migliori posti di lavoro. L'efficacia e la qualità della programmazione regionale – costantemente monitorata dall'Unione Europea – vuole contribuire a rendere la Puglia una regione innovativa, nella quale gli obiettivi di sostenibilità e competitività dello sviluppo possono essere raggiunti tramite la valorizzazione del lavoro competente e stabile, unitamente a quelli di coesione sociale e di più elevati livelli di qualità della vita. Il successo delle politiche di sviluppo individuate all'interno del POR Puglia 2007-2013 dipende fortemente non solo da un coerente sistema integrato di azioni di informazione, comunicazione di servizio e pubblicità che rifletta i contenuti delle attività dei diversi Programmi, garantendo così la massima trasparenza degli interventi, ma soprattutto da una forte volontà di “ridurre le distanze” tra istituzioni, cittadini, imprese e stakeholders del territorio. Il nuovo Piano di Comunicazione 2007-2013 pertanto è stato elaborato tenendo conto del fabbisogno informativo del territorio in funzione della missione del FSE: «contribuire allo sviluppo dell'occupazione favorendo l'impiegabilità, lo spirito imprenditoriale, la capacità di adattamento, le pari opportunità, nonché investire nelle risorse umane». Il Piano rappresenta anche un'opportunità per valorizzare l'attività dell'amministrazione regionale, per diffondere i risultati ottenuti con le risorse a disposizione, per promuovere le buone prassi amministrative e per migliorare il flusso di informazioni proveniente dal monitoraggio, dalla valutazione e dal controllo finanziario dei Fondi Strutturali. Il Piano di Comunicazione si propone di implementare la strategia di comunicazione, con l'obiettivo di dare specifica rilevanza alle peculiarità della Regione Puglia.

Le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei Fondi Strutturali mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza dell'azione dell'Unione Europea e a dare in tutti gli Stati membri un'immagine omogenea degli interventi in causa.

Il presente Piano condivide i principi enunciati nei documenti chiave di politica comunitaria in materia di comunicazione quali:

- Communiquer sur l'Europe par l'internet. Faire participer les citoyens. SEC (2007) 1742
- Communicating Europe in Partnership COM (2007) 568

- Libro Bianco su una politica europea di comunicazione COM(2006) 35
- Piano D per Democrazia, Dialogo e Dibattito. COM(2005) 494 def.
- Piano di Azione per migliorare la comunicazione della Commissione Europea sull'Europa. Comunicazione alla Commissione SEC(2005) 98

In particolare si riconosce nella definizione dei principi comuni dell'informazione, enunciati nel "Libro Bianco su una politica europea di comunicazione":

*"Il diritto **all'informazione e la libertà di espressione** costituiscono il nucleo vitale della democrazia in Europa. A tali principi si fa preciso riferimento nel trattato UE e nella carta europea dei diritti fondamentali. Questo deve essere il punto di partenza in un processo finalizzato a definire principi comuni e a una visione comune per una politica di comunicazione dell'UE.*

La comunicazione si basa però anche su altri importanti principi:

- *l'**inclusione**. Tutti i cittadini dovrebbero avere accesso, nella propria lingua, alle informazioni su questioni di interesse pubblico. Ciò significa che le informazioni dovrebbero essere rese ampiamente disponibili attraverso una rete estesa di canali, tra cui i mass media e le nuove tecnologie come Internet. Significa anche che tutti i cittadini di tutti i paesi dell'UE dovrebbero essere aiutati a sviluppare le capacità necessarie per accedere e utilizzare tali informazioni. Ciò è particolarmente importante nel caso delle minoranze, dei cittadini disabili e di altre categorie di persone che potrebbero trovarsi sistematicamente escluse dalla partecipazione alla sfera pubblica.*
- *la **diversità**. I cittadini europei provengono da background sociali e culturali estremamente diversi e hanno idee politiche ugualmente varie. La politica di comunicazione dell'UE deve rispettare tale gamma di idee nella sua totalità nell'ambito del dibattito pubblico.*
- *la **partecipazione**. I cittadini devono avere il diritto di esprimere le proprie idee e di essere ascoltati e devono avere l'opportunità di dialogare con i responsabili delle decisioni. A livello dell'UE, in cui è forte il rischio che le*

istituzioni siano lontane dai cittadini, tale principio riveste particolare importanza”.

A livello normativo, invece, il Piano fa riferimento a:

- Regolamento (CE) N. 1083/2006 del Consiglio dell'11 luglio 2006 recante disposizioni generali sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, sul Fondo Sociale Europeo e sul Fondo di Coesione e che abroga il Regolamento (CE) n. 1260/1999 - Capo III, “Informazione e pubblicità”, articolo 69
- Regolamento (CE) N. 1828/2006 della Commissione dell'8 dicembre 2006 che stabilisce modalità di applicazione del Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, sul Fondo Sociale Europeo e sul Fondo di Coesione e del Regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento Europeo e del Consiglio relativo al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale - Capo II Modalità di applicazione del Regolamento (CE) N. 1083/2006, Sezione I “Informazione e pubblicità”, articoli dal 2 al 10.

1. Gli obiettivi generali della comunicazione

Il Piano di Comunicazione del Programma Operativo Regionale Fondo Sociale Europeo Obiettivo Convergenza intende raggiungere obiettivi di trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'azione amministrativa, obiettivi di immagine e obiettivi strategici.

Le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi del Fse mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza dell'azione dell'Unione Europea e a dare in tutti gli Stati membri e le Regioni un'immagine omogenea degli interventi cofinanziati.

1.1 Trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle opportunità

Un Piano di Comunicazione pubblica deve perseguire obiettivi di comunicazione funzionali alle politiche della programmazione e obiettivi funzionali alla trasparenza e all'imparzialità, alla garanzia dei diritti di accesso all'informazione e di effettiva partecipazione alle opportunità e ai servizi, con la correzione di possibili asimmetrie di accesso alle informazioni.

Un obiettivo del presente Piano è pertanto quello di **garantire trasparenza, efficienza, accessibilità, semplificazione e imparzialità nell'accesso alle opportunità offerte dal PO del FSE in Puglia, mettendo a disposizione di tutti i potenziali destinatari** le informazioni che dovrebbero essere rese ampiamente disponibili attraverso una rete estesa di canali, tra cui i mass media e le nuove tecnologie come Internet, mettendo tutti in condizione di essere aiutati a sviluppare le capacità necessarie per accedere e utilizzare tali informazioni.

Ciò significa favorire non solo una conoscenza episodica delle opportunità offerte, ma agevolare e promuovere tanto tra i beneficiari, ma soprattutto tra i destinatari finali, una conoscenza organica delle possibilità offerte dagli interventi cofinanziati dal FSE.

Gli obiettivi generali della comunicazione del POR, in piena coerenza con i documenti ufficiali dell'Unione Europea, sono:

- sensibilizzare l'opinione pubblica regionale sul **ruolo** svolto dall'Unione Europea e dare un'immagine omogenea dei suoi interventi;
- contribuire alla creazione di un efficiente sistema di **comunicazione interna** fra tutti i soggetti dell'Amministrazione regionale coinvolti nell'attuazione del POR Puglia e di un sistema Puglia efficiente ed innovativo;
- fornire, tramite un sistema informativo capillare e integrato ai processi altri di comunicazione della Regione Puglia, **i dati e le indicazioni su procedure, pratiche ed adempimenti**, formali e sostanziali, da espletare per accedere agevolmente alle risorse nel rispetto della normativa vigente;
- garantire **l'informazione completa e diffusa** su tutto il territorio nazionale riguardo ai contenuti e all'andamento delle attività del POR Fse;
- **sviluppare** presso l'opinione pubblica regionale **il senso di appartenenza all'Europa** valorizzando i risultati raggiunti a livello locale;
- contribuire alla crescita del "**cittadino europeo**".

1.2 Identità e ruolo dell'Unione Europea nelle politiche regionali

Gli obiettivi di immagine rispondono alla necessità di comunicare l'identità costitutiva di un'istituzione, ovvero il suo ruolo, i suoi valori e le sue politiche.

Il modo in cui un'amministrazione comunica può correggere lo scarto tra identità e immagine percepita presso i pubblici di riferimento, favorendo la conoscenza dell'istituzione, della sua attività e della sua funzione.

Trasparenza, accessibilità, imparzialità e semplificazione - sopra citati - sono già potenzialmente in grado di ridefinire il rapporto tra le istituzioni pubbliche e i cittadini. La comunicazione - se considerata non come una delle tante risorse, ma come la risorsa strategica - può da una parte evitare una chiusura autoreferenziale che costituisce un freno ad ogni intervento innovatore, dall'altra può favorire il passaggio da una comunicazione a senso unico a un dialogo consolidato tra cittadini e istituzioni. Il fine dovrebbe essere quello di

un impegno comune di tutte le parti in causa (le istituzioni dell'UE, le autorità nazionali, locali e regionali, le organizzazioni non governative) per rispettare tali principi e garantire che la politica di comunicazione serva gli interessi dei cittadini.

L'obiettivo principale è quello di "ridurre le distanze" con i cittadini: negli ultimi due decenni, l'Unione Europea si è trasformata, ha dovuto affrontare una grande varietà di compiti che toccano da vicino, sia pure in modi molto diversi, le vite dei cittadini, ma la comunicazione dell'Europa con i suoi cittadini non è riuscita a stare al passo.

Che vi sia una grande distanza tra l'Unione Europea e i suoi cittadini è un fatto ampiamente riconosciuto: la democrazia può prosperare solo se i cittadini sanno cosa sta succedendo e possono parteciparvi attivamente.

Nell'utilizzo di risorse comunitarie su scala regionale - pur nel rispetto, anche scrupoloso, degli obblighi di informazione e pubblicità, previsti dai Regolamenti - il ruolo dell'Unione Europea agli occhi del beneficiario, e soprattutto del destinatario, rischia di non essere pienamente messo in valore. Nei sondaggi di opinione Eurobarometro realizzati negli ultimi anni - anni in cui l'Unione Europea si è trasformata assumendo una molteplicità di competenze, molte delle quali toccano sempre più da vicino la vita dei cittadini - molti degli interpellati hanno affermato di sapere poco sull'Unione Europea e avere la sensazione di possedere scarsa influenza sui processi decisionali. Come più volte sottolineato nel "Libro Bianco su una politica europea della comunicazione", l'esigenza di coinvolgere maggiormente i cittadini sul dibattito ad ampio raggio sull'UE - le sue finalità, il suo futuro, e i compiti che dovrebbe svolgere - operando il passaggio decisivo da una comunicazione a senso unico ad un dialogo consolidato, e da una comunicazione basata sulle istituzioni ad una comunicazione basata sui cittadini e, ancora, da un approccio basato su Bruxelles ad un approccio decentrato - riuscirà solo se ad averne consapevolezza e a prendervi parte saranno in molti, non solo a livello nazionale, ma anche regionale e locale.

Il presente Piano, pertanto, si pone come obiettivo quello di diffondere la conoscenza tra tutti i cittadini degli obiettivi, dei benefici attesi e dei risultati del

PO FSE 2007-2013, aumentando la partecipazione e la consapevolezza del ruolo che l'Unione Europea riveste nelle politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società regionale.

Al diritto dei cittadini e del sistema economico-produttivo di conoscere le opportunità che si offrono loro con il concorso di risorse comunitarie, e di conoscere le politiche che le sottendono e il ruolo e l'identità dell'istituzione e delle istituzioni che ne sono a capo - obiettivi che possono intendersi quasi impliciti in un Piano di Comunicazione pubblica ben strutturato e capace di dare valore strategico alla comunicazione e accompagnare le pubbliche amministrazioni verso un reale cambiamento - si aggiungono gli obiettivi di policy definiti a partire dalla strategia generale del PO.

1.3 Obiettivi strategici: economia della conoscenza, qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro, adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori, pari opportunità e intercultura

Gli indirizzi strategici della Regione Puglia - declinati negli obiettivi e nelle azioni all'interno di tutti gli Assi di intervento - sono coerenti con questi principi, in quanto impostati nell'ottica dell'innovazione e competitività, nonché della coesione sociale, evidenziando il duplice ruolo - sociale ed economico - dell'istruzione e della formazione nonché la necessità di provvedere affinché siano messi a punto sistemi di qualità che siano al tempo stesso efficienti ed efficaci.

La Regione Puglia si è posta quale obiettivo strategico della programmazione 2007-2013 di fare in modo che lo sviluppo delle risorse umane diventi la leva per le politiche di sviluppo economico e di coesione sociale. Per raggiungerlo, intende accrescere ulteriormente il livello qualitativo dell'offerta formativa, adeguandola alle sempre più complesse esigenze delle persone e del sistema economico-sociale, attraverso la differenziazione, la specializzazione e la personalizzazione delle opportunità formative, che dovranno essere sempre più flessibili e integrate con il mercato del lavoro, promuovendone una costante innovazione.

L'obiettivo generale delle politiche finanziate dal FSE è quello di conseguire a livello regionale e locale condizioni migliori di occupabilità, di coesione e di inclusione sociale attraverso:

- il miglioramento dell'accesso al mercato del lavoro, rendendo più efficaci le istituzioni del mercato del lavoro e i dispositivi di inserimento occupazionale, ed intervenendo altresì su ogni forma di discriminazione;
- il miglioramento dell'adattabilità dei lavoratori e delle imprese, favorendo la sicurezza e la stabilità occupazionale e la qualità del lavoro;
- l'aumento degli investimenti nella formazione, finalizzato ad elevare le competenze professionali delle persone e la qualità complessiva del sistema formativo.

La strategia complessiva sopra enunciata si realizza attraverso alcune finalità specifiche che interessano in maniera trasversale i diversi Assi prioritari del programma.

In particolare:

- promuovere la competitività del sistema produttivo orientando le competenze dei lavoratori e le strategie delle imprese verso i principali elementi di anticipazione dei cambiamenti e di innovazione organizzativa, tecnologica e di mercato, in grado di valorizzare le produzioni tipiche regionali ma anche le situazioni di eccellenza, dal punto di vista del *know-how* e della capacità di innovazione, presenti nel territorio regionale. In questo ambito dovrà essere prestata una particolare attenzione al coordinamento ed integrazione con le esigenze di sviluppo e riconversione su cui interverranno gli altri Fondi Strutturali, in particolare il FESR, sostenendo soprattutto le strategie adottate per la risoluzione dei punti di debolezza individuati per il settore industriale ed il turismo. In particolare, il turismo può costituire una significativa opportunità di crescita dal punto di vista occupazionale e di sviluppo economico a livello locale, intervenendo per la qualificazione delle

risorse umane in quegli ambiti aziendali dove maggiormente è stato evidenziato un gap con la situazione media nazionale (promozione, accoglienza, ospitalità, ecc.);

- sostenere un deciso orientamento delle attività economiche verso il miglioramento della qualità del lavoro, attraverso una strategia integrata che intervenga contestualmente sulle caratteristiche di qualità delle produzioni, sulla sicurezza del lavoro, sull'emersione del lavoro sommerso;
- intervenire sulle condizioni di accesso al mercato del lavoro e sulle prospettive professionali ed occupazionali delle fasce di popolazione maggiormente a rischio di esclusione e di precarizzazione, quali le donne, le persone con più di 45 anni e quelle con basso titolo di studio, gli immigrati, le categorie svantaggiate, i giovani a rischio di dispersione o che hanno già abbandonato gli studi, gli occupati con contratto di lavoro atipico;
- incentivare con misure differenziate il ruolo dei giovani nel tessuto economico-sociale della regione, attraverso il sostegno alle iniziative specifiche del programma regionale sulle politiche giovanili riguardanti l'accesso al lavoro, il contrasto al precariato, la creazione d'impresa, la formazione per l'inserimento lavorativo, la progettualità di natura scientifica e tecnologica;
- costruire un sistema regionale della formazione lungo tutto l'arco della vita che sia capace di sostenere le scelte professionali, lavorative e di carriera della popolazione attiva, a partire dall'introduzione ed implementazione di riforme dei sistemi dell'istruzione, della formazione e del lavoro;
- contribuire attraverso la qualificazione e riqualificazione delle risorse umane ad un maggior sviluppo delle attività di ricerca e diffusione

tecnologica a supporto delle innovazioni del sistema produttivo e della ricerca a livello regionale e locale;

- riformare la capacità d'intervento delle amministrazioni pubbliche per lo sviluppo economico e sociale, con iniziative di *capacity building*, svolte anche in un contesto di partenariato, di rafforzamento del ruolo e dell'efficacia dei servizi per l'impiego, di scambio transnazionale e interregionale per lo scambio e l'implementazione di buone prassi di *policy*.

Obiettivo “Economia della conoscenza”

Un obiettivo prioritario del FSE è l'economia della conoscenza quale strumento di crescita individuale e collettiva. Poiché il bisogno di apprendimento, di specializzazione e perfezionamento delle competenze non è sempre consapevole tanto nei singoli quanto nelle organizzazioni occorre:

- Comunicare il diritto di acquisire competenze per poter operare al meglio nel mondo del lavoro;
- Comunicare che la formazione, insieme con l'istruzione e la ricerca, deve costituire un elemento di investimento che permetterà alle imprese, ai lavoratori, ai disoccupati di promuovere anziché subire i processi di cambiamento indispensabili in un'economia basata sulla conoscenza.

Obiettivo “Qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro”

Promuovere la qualità del lavoro - sicuro, regolare, stabile, capace di conciliarsi coi tempi di vita - è un concetto che attraversa trasversalmente diverse policy, il cui perseguimento deve essere una priorità nell'ottica del miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro. All'interno degli interventi finalizzati alla qualità del lavoro, il tema della sicurezza e prevenzione sui luoghi

di lavoro assume un'importanza decisiva in quanto collegata all'organizzazione stessa dei processi produttivi.

A tali obiettivi generali – che si deducono dalla strategia generale – se ne aggiunge uno che ne condiziona ed orienta trasversalmente ogni attività.

Obiettivo “Pari opportunità e interculturalità”

Esso si traduce nella promozione del pieno rispetto del principio di non discriminazione durante tutte le fasi dell'attuazione dei Fondi e in particolare rispetto all'accesso agli stessi. Il tema della prospettiva di genere costituisce un aspetto centrale che - tenendo conto dell'insieme dei ritardi che l'analisi del contesto mette in evidenza - dovrà connotare la programmazione in tutte le sue fasi, attraverso la previsione di interventi a favore del miglioramento delle condizioni di vita e dell'indipendenza delle donne, e un'impostazione sensibile al genere in tutte le misure. Più in generale si tratta di promuovere il principio di pari opportunità per come è visto nella prospettiva comunitaria, ovvero come una pratica istituzionale e sociale contro ogni discriminazione.

La strategia generale di programmazione sopra enunciata è declinata all'interno di sei Assi di intervento che riprendono le priorità previste dall'art. 3 del Regolamento (CE) n.1081/2006.

Asse I: Adattabilità

Asse II: Occupabilità

Asse III: Inclusione sociale

Asse IV: Capitale umano

Asse V: Transnazionalità e interregionalità

Asse VII: Capacità istituzionale

2. La strategia di comunicazione

Per comunicare le strategie del PO FSE 2007-2013 - con riferimento alle attività, agli obiettivi attesi, ai risultati, e al ruolo dell'Unione Europea e delle politiche comunitarie nella crescita economica e sociale della Puglia - è necessario che i cittadini abbiano il diritto di esprimere le proprie idee e di essere ascoltati e devono avere la possibilità di una partecipazione effettiva alle scelte. Affinché i cittadini possano essere effettivamente beneficiari di tale comunicazione si prevede pertanto un approccio integrato che prevede:

- l'integrazione con il **partenariato istituzionale**, per condividere gli obiettivi e gli strumenti di comunicazione che trasmettano una visione regionale generale delle opportunità e delle politiche anche salvaguardando le esigenze di informazione a livello locale;
- l'integrazione con il **partenariato economico-sociale**, nel rispetto di una comunicazione guidata dal principio di *democrazia partecipativa inclusiva*;
- l'integrazione con le attività di comunicazione relative agli altri **Fondi Strutturali** e non, affinché emerga un'identità forte e soprattutto una visione d'insieme del ruolo dell'UE nella strategia di sviluppo regionale;
- l'integrazione con le attività di **comunicazione istituzionale della Regione Puglia**. Occorre, infatti, sviluppare una "visione di sistema" condivisa in Puglia, coerente con la strategia di intervento e con gli obiettivi globali del POR Puglia. E' necessario, inoltre, costruire un metodo comune per la comunicazione interna attraverso strumenti efficaci e creare un sistema di comunicazione fra i soggetti coinvolti nell'attuazione dei POR;
- l'integrazione **di strumenti e di canali** e una comunicazione mirata alle caratteristiche e alle esigenze dei gruppi destinatari, che palesi una visibilità e riconoscibilità unica regionale, operante in modalità

multicanale e multilivello che garantisca trasparenza e visibilità alle politiche di sviluppo del territorio.

La strategia adottata impone di veicolare contenuti che siano:

- **chiari e esaustivi**, ovvero completi di tutte le informazioni necessarie per accedere ad un servizio/opportunità;
- **espliciti**;
- **obiettivi**;
- **pertinenti e circostanziati**, ovvero in linea con le attese;
- **aggiornati** costantemente;
- **efficaci** rispetto alla trasmissione di senso.

Per quanto riguarda il principio di accessibilità, i messaggi devono arrivare a tutti i potenziali beneficiari o destinatari, sia concretamente che cognitivamente, in modo da essere compresi senza difficoltà. Alla comunicazione del PO è affidato un ruolo che non si limita esclusivamente all'informazione. Infatti, alle attività di questo Piano è assegnato anche il mandato di promuovere ed agevolare l'adozione di alcuni atteggiamenti e comportamenti, avvicinando i destinatari della comunicazione alla condivisione delle politiche attuate e persuadendoli rispetto ad alcuni temi e ad alcuni percorsi, tra i quali fondamentali sono la sicurezza sul lavoro e la necessità di formarsi e di aggiornare le proprie competenze per tutto l'arco della vita. Inoltre, alla comunicazione del PO è affidato il compito altrettanto decisivo di avvicinare l'Europa alla società regionale, comunicarne il ruolo, la funzione, gli obiettivi e i benefici rispetto alle politiche locali, correggendo la distanza che continua a esistere tra le realtà locali e le istituzioni europee, rendendo queste ultime più "concrete" rispetto alle scelte e alle opportunità vissute quotidianamente dai cittadini pugliesi. La strategia di comunicazione, pertanto, necessita di integrazione nei termini appena declinati di chiarezza, esaustività, obiettività,

trasparenza, ma implica anche la capacità di accompagnare le persone in una valutazione consapevole dei bisogni individuali e collettivi, e talvolta di persuaderle. Governare, soprattutto nel caso in cui si erogino servizi, significa spesso riuscire a convincere i cittadini ad adottare comportamenti coerenti con le scelte compiute o a sensibilizzarli affinché i bisogni concreti, che spesso non vengono percepiti, emergano con più facilità e chiarezza. E' in questo contesto che la comunicazione diventa non più una semplice scelta ma una necessità e rappresenta, rivestendo una funzione strategica, il completamento di ogni attività.

3. I destinatari delle azioni di comunicazione

Gli obiettivi generali declinati per grandi categorie di target portano ad una *macrosegmentazione* che vede un'ulteriore e più specifica segmentazione nella descrizione degli obiettivi operativi.

3.1 Potenziali beneficiari

Sono definiti a partire dagli interventi previsti dal PO, e corrispondono a tutte le categorie di beneficiari che possono accedere alle opportunità previste. La **priorità** rispetto ai potenziali beneficiari è di garantire il rispetto dei principi di parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità e mutuo riconoscimento che vedono come prerequisito l'accesso alle informazioni. Nei confronti di questo target è fondamentale, infatti, garantire che il PO e le procedure che ne consentono la traduzione in azioni ed interventi, vengano ampiamente diffusi, rendendoli accessibili a tutti i potenziali soggetti interessati.

In riferimento agli Assi, si individuano quali potenziali beneficiari:

- Imprese
- Associazioni di categoria
- Enti bilaterali
- Enti di formazione accreditati
- Persone destinatarie di assegni formativi e di servizi alle persone
- Centri per l'impiego
- Istituzioni scolastiche
- Enti pubblici e private.

3.2 Beneficiari

Sono tutti coloro che accedono alle opportunità previste. La **priorità** rispetto ai beneficiari è di garantire loro informazioni a supporto delle procedure amministrative richieste per dare attuazione agli interventi, responsabilizzandoli sugli obblighi informativi e pubblicitari, sulla messa in rete delle informazioni necessarie per comunicare tempestivamente e in modo uniforme le attività in essere anche attraverso i canali di comunicazione istituzionali (in particolare,

per quanto riguarda ad esempio l'istituzione di un portale FSE con lo spazio dedicato alle notizie e la banca dati regionale delle attività formative) o facenti parte di una rete di partenariato che prenderemo in esame a breve.

3.3 Potenziali destinatari

Sono tutti coloro a cui potenzialmente si rivolgono le opportunità previste dal PO. Alla categoria dei potenziali destinatari corrisponde un pubblico vasto ed eterogeneo, nei confronti del quale sono messe in campo strategie indifferenziate e propedeutiche all'accesso alle opportunità (ad esempio la massima diffusione della conoscenza dei punti informativi on-line o in presenza) e differenziate (materiali editoriali, pagine web, campagne di comunicazione idonei a comunicare azioni del Programma). La **priorità** rispetto ai potenziali destinatari è di individuare nuove strategie, canali e strumenti capaci di informare, in particolar modo, coloro che non sono stati sufficientemente raggiunti dalla precedente programmazione e sono stati assunti quale priorità di quella attuale. Si tratta, ad esempio, dei lavoratori anziani o con bassa qualificazione, dei lavoratori con contratti atipici, a tempo parziale, stagionali, in mobilità, persone che rientrano al lavoro dopo periodi di astensione. Così come è decisivo attivare canali di comunicazione nei confronti di persone in condizione di svantaggio prive di adeguate forme di rappresentanza nella società civile (le cosiddette nuove povertà, le donne immigrate, etc.) o non tutelate da normative specifiche.

In riferimento agli Assi, si individuano quali potenziali destinatari:

- Lavoratori e lavoratrici, con particolare attenzione a quelli anziani, con bassa qualificazione, contratti atipici, a tempo parziale, stagionali, in mobilità, persone che rientrano al lavoro dopo periodi di astensione (per maternità, malattia, etc.)
- Imprenditori e manager
- Lavoratori autonomi e professionali
- Operatori del sistema della formazione continua
- Imprese

- Persone disoccupate, inoccupate e inattive
- Immigrati
- Persone con disabilità fisiche e mentali e alle altre persone in condizioni di svantaggio
- Centri di ricerca
- Università

3.4 Destinatari

Sono tutti coloro che accedono ai servizi/opportunità realizzati nell'ambito del PO. La **priorità** rispetto ai destinatari è saper comunicare in quale contesto hanno usufruito delle opportunità del FSE, informarli rispetto al ruolo dell'Unione Europea nelle politiche occupazionali e di sviluppo, contestualizzare i singoli interventi nell'ambito delle politiche regionali, nazionali e comunitarie. Altrettanto decisiva è la loro "fidelizzazione" rispetto alla conoscenza delle opportunità, soprattutto nel caso in cui siano venuti a conoscenza dell'attività frequentata o del servizio erogato attraverso canali non formali.

3.5 Grande pubblico

Con questa categoria si fa riferimento all'opinione pubblica, intesa in senso globale. In linea di massima le azioni pensate per il Grande Pubblico si rivolgono ai cittadini e alle cittadine della Regione Puglia, ma non si sottovaluta l'opportunità di raggiungere un pubblico più vasto, nazionale ed europeo. Al Grande Pubblico è indirizzata prioritariamente la comunicazione volta a diffondere il grado di conoscenza del ruolo dell'Unione Europea nelle politiche occupazionali e di sviluppo regionale e sui risultati ottenuti, fornendo informazioni su strategie, obiettivi e risultati raggiunti dal PO. Tutti i cittadini - in particolare attraverso i media e i prodotti editoriali diffusi in modo capillare sul territorio regionale - saranno regolarmente informati sul programma, sulle fasi di realizzazione e sui risultati. Al Grande Pubblico è indirizzata anche la comunicazione che veicola messaggi di sensibilizzazione verso i temi cardine

dello sviluppo regionale: l'investimento sul capitale umano, il sapere e la qualità del lavoro, le pari opportunità e l'intercultura.

3.6 Partenariato istituzionale e socio-economico

Si tratta di un vasto gruppo di soggetti che - quando non coincide con i beneficiari - deve essere coinvolto affinché la comunicazione delle attività della programmazione 2007-2013 sia progettata sulla base di una aumentata capacità di rilevazione dei bisogni informativi impliciti o espliciti di determinati pubblici (in particolar modo quelli identificati come prioritari nella strategia del PO), e trovi una diffusione più mirata, e allo stesso tempo una moltiplicazione dei canali. Tra i soggetti del partenariato rientrano le seguenti categorie:

- Istituzioni locali
- Associazioni di rappresentanza delle imprese e dei lavoratori
- Sistema di istruzione e formazione
- Università e centri di ricerca
- Organizzazioni non governative
- Intermediari dell'informazione

Partner privilegiati per la diffusione delle informazioni relative alle azioni messe in campo e per la progettazione di iniziative comuni sono le strutture informative locali ed europee quali:

- Rete regionale Uffici per le Relazioni con il Pubblico (URP)
- Rete regionale Europe Direct
- Rappresentanza della Commissione europea in Italia
- Rete dei Centri di Documentazione Europea (CDE)
- Rete dei Centri per l'Impiego
- Rete dei Comuni
- Rete degli Informagiovani

4. Attività del Piano di Comunicazione

Le attività di informazione e pubblicità copriranno l'intero periodo di programmazione del POR Puglia Fse 2007/13 al fine di rendere chiari, trasparenti e conosciuti gli obiettivi di programmazione, gli steps di attuazione e i risultati conseguiti con il cofinanziamento comunitario.

Sarà inoltre data opportuna pubblicità ai risultati della valutazione in itinere relativa all'attuazione del programma.

Nei paragrafi successivi sono delineate le tipologie di attività di comunicazione e informazione che accompagneranno il ciclo di vita del programma.

4.1 Coordinamento

4.1.1 Attività di studio e di ricerca

La principale finalità delle attività di studio e di ricerca è quella di realizzare un'adeguata analisi del contesto e del target di riferimento, al fine di attuare le giuste strategie attraverso gli strumenti ritenuti indicati per la loro realizzazione. Tali attività forniscono, inoltre, monitoraggio e assistenza tecnica ad ogni step programmato.

4.1.2 Immagine coordinata e di sistema

Il marchio già definito nella precedente Programmazione sarà rielaborato al fine di renderlo più semplice, immediatamente riconoscibile e facilmente riproducibile.

Per la gestione e l'attuazione del Piano ci si avvarrà della collaborazione della rete interna ed esterna e dell'assistenza tecnica di una società individuata mediante gara pubblica.

4.2 Sistemi informativi

4.2.1 Numero verde/contact center

Questa azione assolve principalmente a due funzioni:

- fornire servizi informativi generali e specialistici sul FSE in Puglia;
- orientare l'utente alla fonte di informazione più corretta in relazione alle esigenze poste, ove la richiesta non riguardi strettamente il Fse.

Il Numero verde/Contact Center è rivolto a:

- potenziali beneficiari e/o destinatari finali delle azioni previste dal Fse in Puglia;
- potenziali beneficiari di un'azione di formazione/occupazione delle azioni previste dai programmi cofinanziati dal Fse in Puglia;
- intermediari dell'informazione e parti economiche e sociali;
- opinione pubblica.

4.2.1.1 Dotazione tecnologica

Ogni postazione utilizzata dagli operatori del Contact Center deve essere dotata della strumentazione tecnologica necessaria allo svolgimento delle funzioni: computer, telefono, fax, stampante, connessione internet.

4.2.1.2 Assistenza tecnica (front office e back office)

Per garantire l'adeguato funzionamento degli strumenti necessari, il Contact Center si deve avvalere di presente e continua assistenza tecnica.

4.2.2 Portale internet multilingue

Le principali finalità che si intendono perseguire attraverso il sito web sono:

- raggiungere con un' unica comunicazione differenziata per aree e livelli di approfondimento tutta l'utenza: il grande pubblico, i destinatari delle opportunità, i beneficiari, il partenariato istituzionale e sociale, i media;
- fornire informazioni puntuali e aggiornate in tempo reale sulle principali novità contenute nel Por FSE Puglia e sull'iter relativo all'attuazione degli Assi, sull'andamento dei progetti e delle iniziative realizzate in Puglia nell'ambito del FSE in termini di elaborazione, avvio, procedure e risultati degli interventi;
- mettere a disposizione dell'utenza, generale e specialistica, archivi di documenti e dati, dai quali ricavare le informazioni utili per meglio utilizzare i canali di finanziamento comunitari;
- costruire e mantenere nel tempo un archivio della documentazione relativa alla programmazione, progettazione, selezione e approvazione, gestione e rendicontazione delle attività cofinanziate dal FSE per tutto l'arco della programmazione;
- permettere visibilità extraregionale delle opportunità e attività erogate con FSE dalla Regione Puglia e favorire l'interregionalità e la transnazionalità;
- fornire informazioni puntuali sui lavori del Comitato di Sorveglianza del POR in merito soprattutto alla gestione, sorveglianza e valutazione degli interventi;
- proporre ai componenti della Rete interna ed esterna un'area riservata;
- accessibilità con password, ove sono disponibili una serie di strumenti operativi per verificare e aggiornare le informazioni.

In particolare di creare **una sezione dedicata del portale** in cui sarà pubblicato l'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento.

4.2.2.1 Dotazione tecnologica

Il portale internet, al fine di perseguire le finalità previste, si deve avvalere di una piattaforma tecnologica che garantisca il buon funzionamento degli strumenti.

4.2.3 Web tv

La Web TV è l'unico sistema con cui le notizie locali possono raggiungere le diverse comunità sparse nei cinque continenti. I sistemi audiovisivi e quelli telematici sono posti sullo stesso piano della stampa tradizionale. La Web TV permette una comunicazione diretta con costi di impianto e di gestione contenuti. Un'accezione tuttavia molto usata di Web TV corrisponde ad una costruzione di una vera e propria televisione fruibile unicamente via Internet, e dunque non la mera ripetizione della programmazione via etere o satellite. Il vantaggio principale è di poter usufruire su base senza limiti geografici di una interconnessione estesa a tutto il globo, senza i limiti del numero dei canali, delle concessioni governative ed altro.

4.2.4 Format televisivi per broadcasting

L'emergere di format televisivi nel mondo delle TV digitali (satellitari e via cavo), dai contenuti specialistici, intercettano un target di "spettatori" sempre più segmentato e distante dalla pubblicità tradizionale, sviluppano nuovi modelli di pubblicità e di comunicazione istituzionale per la televisione. Gli utenti telespettatori sono, così, messi al centro del sistema televisivo che sposa una logica di consumer centric. Nuove opportunità di visione sono offerte dai contenuti fruiti in modalità on demand, disponibili ad esempio sulla broadband TV, che imporranno un ripensamento ai palinsesti oggi costruiti in modo troppo rigido.

4.2.5 Televideo

Tra i canali utilizzati per mettere in circolo i flussi informativi, il televideo rappresenta una possibilità di elevata diffusione tra i cittadini.

4.2.6 Canali sperimentali, tgov digitale terrestre, agenzie di informazione

Altri canali saranno utilizzati in via sperimentale per la diffusione dei flussi informativi.

Grazie alla TV digitale terrestre, i cittadini, con il semplice utilizzo di pochi tasti del telecomando, possono avere a disposizione servizi informativi ed interattivi. In questo modo, vengono agevolati quei cittadini che percepiscono la televisione come mezzo più familiare e di più immediato utilizzo rispetto ad altri media.

La scelta si è orientata verso quei servizi che:

- sono di interesse verso ampie fasce di popolazione
- richiedono azioni semplici, di facile comprensione e rapida esecuzione
- non richiedono alfabetizzazione informatica
- non necessitano di documenti (es. ricevute) a valore legale

Si tratta di soggetti che sono in grado di veicolare in maniera capillare e maggiormente aderente al target di riferimento le opportunità formative e professionali offerte.

4.3 Animazione territoriale

4.3.1 Convegni

L'azione è finalizzata, in modo specifico, a garantire l'informazione completa e diffusa su tutto il territorio regionale riguardo ai contenuti degli interventi Fse in

Puglia (risultati conseguiti, criticità riscontrate e prospettive di intervento incontrate nella gestione delle risorse).

4.3.2 Seminari

I seminari sono concepiti per rispondere alle esigenze informative espresse dai soggetti beneficiari delle azioni dislocate sul territorio, dalle organizzazioni non governative e dagli intermediari dell'informazione e sono organizzati in collaborazione con i soggetti interessati.

I contenuti, da concordare nel dettaglio con i soggetti coinvolti, riguardano principalmente:

- lo scenario del FSE (la politica strutturale e di riequilibrio regionale, il funzionamento dei Fondi, le novità introdotte con i nuovi regolamenti, etc.);
- la programmazione e attuazione del Por Fse 2007-2013 in Puglia;
- analisi dei risultati e valorizzazione dei progetti maggiormente significativi per il territorio.

4.3.3 Conferenze stampa

Per presentare i risultati e l'aggiornamento del Por Fse 2007/13 verranno organizzate delle conferenze stampa dirette particolarmente agli addetti stampa delle Istituzioni pubbliche, delle organizzazioni private e delle testate giornalistiche più diffuse.

4.3.4 Azioni mirate di marketing

L'azione è finalizzata ad individuare strumenti di divulgazione informativa, utilizzando adeguate strategie di marketing.

4.3.5 Mailing mirato

L'attività di mailing risponde all'esigenza di:

- inviare materiale promozionale ed informativo;
- raggiungere in modo rapido ed efficace gli utenti;
- distribuire newsletter, informando in modo sintetico su eventi, scadenze, novità relative al Fse.

4.3.6 Prodotti mediali e multimediali

Sono realizzati a supporto delle azioni comprese nella misura “Animazione territoriale” per rendere l’informazione rivolta all’utenza gradevole e immediata. Hanno come obiettivo la valorizzazione dei risultati raggiunti con il cofinanziamento del Fse in Puglia e il sostegno all’attuazione degli interventi comunitari attraverso la diffusione di dati e informazioni utili.

4.3.7 Eventi

Iniziativa di lancio del PO, da realizzarsi nell’autunno del 2008 (settembre-ottobre), sarà indirizzata al Grande Pubblico per illustrare l’inizio di una nuova “stagione” del FSE in Puglia con l’obiettivo di valorizzare il ruolo dell’UE e trasmettere una conoscenza del sistema di opportunità che il cofinanziamento comunitario permette di concretizzare.

Si ritiene necessario diffondere nell’opinione pubblica gli obiettivi prioritari della nuova programmazione, portando i singoli e la collettività a maturare la consapevolezza che mettere al centro la persona ed il proprio progetto di crescita e di sviluppo deve costituire, nella nuova programmazione 2007-2013, un elemento di investimento.

E’ necessario, inoltre, comunicare che il cofinanziamento del FSE si traduce in un sistema di opportunità accessibili a cittadini e imprese e, allo stesso tempo, che tale sistema di opportunità rappresenta l’attuazione di più ampie strategie che si pongono quale obiettivo il rafforzamento della coesione economica e sociale dell’Europa, favorendo un alto livello di occupazione e nuovi e migliori posti di lavoro.

In particolare, l’evento pubblico che si prevede di organizzare coinvolgerà a vario titolo tutti gli stakeholders del territorio pugliese che rappresentino le forze del mercato del lavoro, i sindacati, le rappresentanze datoriali, le associazioni del terzo settore, il partenariato istituzionale, le reti sociali, le reti

degli enti di formazione e delle società di consulenza operanti sul mercato della formazione professionale e delle politiche attive del lavoro, le scuole e le Università, le rappresentanze della Commissione Europea, dei Ministeri Capofila dei fondi strutturali italiani. Gli obiettivi principali dell'iniziativa verteranno sulla presentazione degli obiettivi del Por Fse 2007/13 della Regione Puglia e sulla raccolta di sollecitazioni e proposte di operazioni finanziabili con il programma al fine di intraprendere una programmazione partecipata con il territorio.

Iniziative annuali per l'informazione sull'andamento dell'attuazione della Programmazione 2007-2013 e almeno un evento specifico all'anno, preferibilmente in concomitanza con la redazione del RAE, ove saranno comunicati i risultati del programma operativo raggiunti, con la specificazione anche dell'elenco dei beneficiari, della denominazione delle operazioni, delle buone pratiche, la comparazione delle esperienze, la valutazione dei benefici reali e il ritorno sugli investimenti e diffusione dei risultati della valutazione del PO.

In particolare, sarà realizzato almeno una volta l'anno un evento di ampia portata che preveda lo svolgimento di seminari informativi tematici e workshop di studio dedicati ai vari temi di attuazione delle politiche strategiche delineate nel POR FSE 2007/13 della Regione Puglia, all'avanzamento degli raggiungimento degli obiettivi come descritti dagli indicatori di monitoraggio dei vari Assi, nonché ad evidenziare le criticità e i punti di forza delle operazioni finanziate nell'anno e all'andamento dei target di spesa.

I materiali di tali iniziative saranno poi oggetto di pubblicazione dedicata sul sito istituzionale della Regione Puglia e si prevede di organizzare anche alcune conferenze stampa con i rappresentanti delle testate giornalistiche locali sia della carta stampata che delle tv e delle radio.

Iniziative per il Grande Pubblico, incontri, eventi, mostre, proiezione di audiovisivi, etc per avvicinare le cittadine e i cittadini alle priorità e ai temi chiave del FSE: la società della conoscenza, il sapere quale leva di sviluppo individuale e collettivo, la qualità del lavoro e il contrasto alla de-

professionalizzazione e alla precarietà, l'inclusione sociale come motore del sistema economico-produttivo.

Eventi per i giovani organizzati nelle scuole e nelle altre istituzioni educative e formative.

Partecipazione a Fiere a carattere nazionale o internazionale

Festa dell'Europa per festeggiare, ogni anno, la giornata dell'Europa sul territorio regionale. Inoltre si prevede l'esposizione della bandiera dell'Unione Europea davanti alla sede dell'AdG per una settimana a partire dal 9 maggio.

4.4 Pubblicità e informazione sui progetti/attività

4.4.1 Pubblicità: manuali, cataloghi e brochure

Mirano a dare indicazioni per l'uso delle risorse, a rendere noti i risultati degli interventi cofinanziati dal Fse il periodo 2007-2013 e a diffondere esempi concreti di progetti realizzati e finanziati che consentano di imparare dall'esperienza.

Sono destinate a supportare l'attività di animazione territoriale, i convegni, i seminari e gli eventi.

Periodico d'informazione rivolto ai cittadini per diffondere la conoscenza delle opportunità del FSE.

Manuale per i beneficiari, una pubblicazione rivolta ai beneficiari che ne riassume i "diritti e doveri" di comunicazione, responsabilizzandoli rispetto agli obblighi di informazione e pubblicità dei regolamenti, fornendo linee guida ed esempi, illustrando i canali di comunicazione del FSE in Puglia e riassumendo indicazioni e suggerimenti per una comunicazione integrata ed efficace delle iniziative cofinanziate.

Glossario per la stampa che ricostruisce a partire dalle parole/testi chiave logiche, opportunità e modalità di funzionamento dei Fondi Strutturali ed in particolare del PO del FSE, contestualizzandoli nella programmazione regionale unitaria delle politiche dell'istruzione, della formazione e del lavoro.

4.4.2 Inserzionistica e allegati su stampa

Il mezzo stampa conferisce autorevolezza e prestigio in un contesto qualificante. Come mezzo a forte identificazione locale, consente visibilità "istituzionale". La comunicazione attraverso il mezzo stampa, infine, è mirata agli Enti e alle Amministrazioni Locali, agli opinion leaders e ai segmenti più evoluti della popolazione.

E' prevista la pianificazione delle più importanti testate locali di informazione, scelte per valori di lettura e capacità di copertura territoriale.

4.4.3 Sostegno a trasmissioni su canali televisivi nazionali e regionali

Il mezzo televisivo è in grado di generare, in tempi brevi, forte notorietà della comunicazione. Permette, inoltre, di evidenziare il contesto editoriale di identificazione e appartenenza territoriale.

Favorisce, infine, la copertura trasversale della popolazione.

E' prevista la pianificazione di sostegno a trasmissioni sui principali canali Tv presenti sul territorio, che rappresentano una realtà molto penetrante verso la popolazione.

4.4.4 Campagne pubblicitarie

Elaborare campagne di comunicazione mirate ai target di riferimento sulle attività promosse dalla Regione Puglia migliora la qualità e l'approfondimento dell'informazione rivolta ai cittadini e alle istituzioni.

In particolare saranno promosse azioni finalizzate all'accrescimento della consapevolezza del ruolo svolto dall'UE nella crescita dell'economia della conoscenza e degli obiettivi strategici delle politiche del PO.

Sviluppare una qualità dell'informazione introducendo strumenti innovativi di comunicazione sono principi necessari per sostenere le attività della Regione.

4.4.5 Planning pubblicitario

Si tratta di attività informative dirette ai mezzi di comunicazione di massa (note e comunicati stampa, annunci pubblicitari, inserti sui giornali più diffusi), realizzate per pubblicizzare la realizzazione delle diverse attività previste nel Piano di Comunicazione.

4.4.6 Mailinglist famiglie pugliesi

L'attività di mailing risponde all'esigenza di:

- inviare materiale promozionale ed informativo;
- raggiungere in modo rapido ed efficace gli utenti;
- distribuire newsletters, informando in modo sintetico su eventi, scadenze, novità relative al FSE.

4.4.7 Affissionistica nei comuni

La presenza capillare di affissioni nei Comuni dell'intera Regione, consente il presidio dell'intero territorio regionale. La comunicazione di questo tipo è mirata alle singole Amministrazioni Locali essendo visibile alla totalità della cittadinanza.

4.5 Rete degli operatori

4.5.1 Architettura del sistema tra operatori (scuole, istituti superiori, Università)

È l'implementazione di una Rete che includa gli URP, le Università, le Scuole, le Accademie, gli Informagiovani e i diversi operatori preposti al rapporto con i giovani pugliesi, per ottenere una comunicazione ad alto dettaglio informativo.

4.5.2 Formazione interna

E' rivolta ai funzionari dell'Amministrazione che compongono la Rete Interna e ha l'obiettivo di:

- aggiornare il personale coinvolto nel funzionamento del sistema, sia dal punto di vista delle conoscenze in materia di Fondi Strutturali ed in particolare FSE, che delle competenze necessarie alla realizzazione delle attività;
- garantire un buon livello di integrazione e coordinamento tra i soggetti che operano nell'ambito della Rete Interna ed Esterna degli operatori.

4.5.3 Intranet, banca dati e applicativi ICT avanzati

Si tratta di un'area ad accesso ristretto, cioè di una sezione del sito web nella quale si trovano documenti e dati disponibili solo agli operatori della Rete.

5. Gli obiettivi operativi

Gli obiettivi generali saranno tradotti in obiettivi operativi al fine di:

1. individuare nel dettaglio i **contenuti** della comunicazione;
2. individuare i **target di riferimento**;
3. definire il messaggio della comunicazione e il canale più efficace per raggiungere ogni singolo gruppo di destinatari.

La sistematica declinazione degli obiettivi generali in obiettivi operativi è stata realizzata per gli obiettivi strategici definiti in “economia della conoscenza”, “qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità del lavoro” e “adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori”. Tale scelta comporta alcune premesse di contesto in riferimento ai singoli obiettivi. L’obiettivo di garantire **trasparenza, efficienza, accessibilità, semplificazione e imparzialità** nell’accesso alle opportunità offerte dal PO FSE - come precedentemente affrontato e declinato in quanto direttrice principale, qualifica e orienta ogni azione del Piano. **L’interculturalità e le pari opportunità** sono trasversali ad ogni azione e si traducono nell’attenzione a:

- pensare l’integrazione di materiali per consentire l’accesso e l’utilizzo delle informazioni;
- individuare una rete di luoghi diversi presso i quali distribuire materiali informativi.

Con il presente Piano, tuttavia, occorre ricordare che non si intende solo garantire pari opportunità di accesso a informazioni e servizi, ma promuovere nell’opinione pubblica il principio di pari opportunità come una pratica istituzionale e sociale contro ogni discriminazione. Pensiamo di raggiungere l’obiettivo di comunicazione **Immagine e identità dell’Europa** nella Regione Puglia non solo con le iniziative specifiche, ma soprattutto attraverso:

- la valorizzazione di momenti specifici di informazione/formazione sull’Europa nelle attività formative;

- la presenza del messaggio comunicativo che contraddistingue e identifica tutte le iniziative **“Investiamo sul vostro futuro”**;
- il rafforzamento della rete di partenariato, in particolare con le Antenne Europe Direct;
- il rafforzamento della comunicazione integrata con gli Organismi Intermedi e le altre Direzioni titolari di Programmi Comunitari;
- una periodica attività di monitoraggio del grado di conoscenza dell'UE da parte del Grande Pubblico attraverso due sondaggi, il primo in vista del 2010 e il secondo a conclusione della Programmazione;
- il rispetto degli obblighi di informazione e pubblicità.

Per garantire tali requisiti e il rispetto da parte di tutti i soggetti coinvolti di quanto previsto dai Regolamenti Comunitari in materia di informazione e pubblicità, sarà necessario predisporre alcuni prodotti editoriali, tra cui il Manuale per i beneficiari e il Glossario per la stampa.

Date tali premesse metodologiche si declinano, per ciascun obiettivo generale di policy, gli obiettivi operativi.

5.1 Obiettivo “Economia della conoscenza”

Promuovere lo sviluppo delle competenze verso i principali elementi di innovazione risulta fondamentale, soprattutto se si vuole realizzare che le risorse umane siano in grado di promuovere anziché subire i processi di cambiamento indispensabili in un'economia basata sulla conoscenza. Il bisogno di apprendimento, di specializzazione e perfezionamento delle competenze non è sempre consapevole tanto nei singoli quanto nelle organizzazioni. Oltre a promuovere il sistema di opportunità offerte dal FSE 2007-2013, rispondendo al diritto di informazione, di trasparenza e di accessibilità, un obiettivo di questo Piano è quello di sensibilizzare i cittadini, i lavoratori e il sistema economico-produttivo a riconoscere il diritto all'apprendimento e alla formazione lungo tutto l'arco della vita. Ad ogni obiettivo generale del Piano corrisponde una campagna istituzionale.

L'obiettivo generale della comunicazione "**Economia della conoscenza**" costituisce pertanto il tema principale della prima campagna istituzionale del nuovo Programma Operativo del FSE, necessaria per comunicare all'Opinione Pubblica, ai beneficiari, ai destinatari finali, ai media e al partenariato istituzionale, sociale ed economico, i temi relativi alla centralità del sapere e dell'investimento sulle risorse umane nella nuova programmazione, alle opportunità dell'offerta regionale, utilizzando i canali e gli strumenti più idonei per essere costantemente aggiornati.

L'obiettivo "Economia della Conoscenza" si traduce in otto obiettivi operativi:

1. Rafforzare la filiera formativa tecnico-scientifica e i percorsi post-laurea in collegamento con le esigenze di competitività e di innovazione dei sistemi produttivi;
2. Sostenere l'innalzamento della qualificazione e delle professionalità aumentando la frequenza ai percorsi di formazione permanente;
3. Prevenire la dispersione scolastica con interventi di recupero delle competenze ed erogazione di servizi di sostegno;
4. Sostenere l'accesso delle donne nel mercato del lavoro e ridurre le disparità di genere;
5. Promuovere la creazione di reti tra Università, Centri di Ricerca, Istituti Superiori e Mondo Economico Produttivo;
6. Sostenere la partecipazione al mercato del lavoro e l'inserimento occupazionale tramite l'offerta di misure attive e preventive rivolte in particolare ai giovani, ai disoccupati di lunga durata e alle persone con basso titolo di studio;
7. Supportare l'inserimento e il reinserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati.

Economia della conoscenza: obiettivi operativi e strategia d'integrazione

Obiettivi operativi	Target	Strumenti	Partner	Principale asse di riferimento
1. Rafforzare la filiera formativa tecnico-scientifica e i percorsi post-laurea in collegamento con le esigenze di competitività e di innovazione dei sistemi produttivi	Ragazzi e ragazze inseriti in percorsi educativi e formativi, anche universitari Famiglie Opinione Pubblica	Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Format TV e radiofonici Spot TV e radiofonici Prodotti audiovisivi Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Brochure del FSE Animazione territoriale Eventi nelle Scuole e nelle Università Fiere Iniziativa per il Grande Pubblico	Partenariato istituzionale Istituti Scolastici Enti di formazione Università Associazioni studentesche Rete Europe Direct	Occupabilità Capitale Umano
2. Sostenere l'innalzamento della qualificazione e delle professionalità aumentando la frequenza ai percorsi di formazione permanente	Ragazzi e ragazze inseriti in percorsi educativi e formativi, anche universitari. Famiglie Grande Pubblico	Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Format TV e radiofonici Spot TV e radiofonici Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Animazione territoriale Eventi nelle scuole Fiere	Partenariato istituzionale Istituti Scolastici Enti di formazione Università Associazioni studentesche Rete Europe Direct URP	Occupabilità Capitale Umano

<p>3. Prevenire la dispersione scolastica con interventi di recupero delle competenze ed erogazione di servizi di sostegno</p>	<p>Ragazzi e ragazze inseriti in percorsi educativi e formativi</p> <p>Famiglie</p> <p>Grande Pubblico</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Format televisivi e radiofonici Numero verde e punti informativi</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Brochure del FSE</p> <p>Animazione territoriale Eventi nelle Scuole e nelle Università Fiere Iniziative per il Grande Pubblico</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Istituti Scolastici</p> <p>Enti di formazione</p> <p>Università</p> <p>Associazioni studentesche</p> <p>Rete Europe Direct</p> <p>URP</p>	<p>Capitale Umano</p>
<p>4. Sostenere l'eccesso delle donne nel mercato del lavoro, per ridurre le disparità di genere</p>	<p>Donne disoccupate o con contratti di lavoro precari</p> <p>Famiglie</p> <p>Grande Pubblico</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Cataloghi online dell'offerta formativa Servizi di consulenza online Format radiofonici</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Brochure del FSE</p> <p>Animazione territoriale Convegni e seminari</p>	<p>Organizzazioni datoriali e sindacali</p> <p>Centri risorse donne</p> <p>Centri per l'Impiego</p> <p>Servizi orientamento</p> <p>URP</p>	<p>Occupabilità</p>

<p>5. Promuovere la creazione di reti tra Università, Centri di Ricerca, Istituti Superiori e Mondo Economico Produttivo</p>	<p>Sistema d'istruzione e formazione Università Centri di Ricerca Sistema economico-produttivo</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Prodotti audiovisivi</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Eventi nelle Università Convegni Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Organizzazioni datoriali e sindacali</p> <p>Sistema d'istruzione e formazione</p> <p>Università</p>	<p>Capitale Umano</p>
<p>6. Supportare l'inserimento e il reinserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati</p>	<p>Sistema economico-produttivo, in particolare PMI Persone in condizioni di svantaggio</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo Produzione di materiale audiovisivo</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico informativo del FSE</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Organizzazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Inclusione sociale</p>

5.2 Obiettivo “Qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro”

L'obiettivo è orientato a promuovere la qualità del lavoro attraverso una strategia integrata che intervenga contestualmente sulle caratteristiche di qualità delle produzioni, sulla sicurezza del lavoro, sull'emersione del lavoro sommerso, sull'innovazione tecnologica ed organizzativa per ridurre gli squilibri del mercato del lavoro e contribuire alla crescita occupazionale, unitamente agli obiettivi di coesione sociale e a più elevati livelli di benessere e qualità della vita. L'obiettivo generale della comunicazione **“Qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro”** costituisce il tema principale della seconda campagna istituzionale, necessaria per comunicare al pubblico più ampio (dal Grande Pubblico ai beneficiari, dai destinatari finali ai media, dal partenariato istituzionale a quello sociale ed economico) la **qualità e la sicurezza del lavoro e l'innovazione** quali elementi decisivi per un aumento strutturale della competitività del sistema produttivo pugliese, migliori condizioni di occupabilità ed elevati livelli di coesione ed inclusione sociale.

L'obiettivo **“Qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro”** si traduce nei seguenti obiettivi operativi:

1. Potenziare la capacità d'intervento dei servizi per il lavoro;
2. Sostenere l'emersione, la legalità e la sicurezza del lavoro;
3. Sostenere la partecipazione al mercato del lavoro e l'inserimento occupazionale tramite l'offerta di misure attive e preventive rivolte in particolare ai giovani, ai disoccupati di lunga durata e alle persone con basso titolo di studio;
4. Sostenere la nuova imprenditorialità in particolare nei settori strategici;
5. Sostenere l'inserimento lavorativo dei migranti;
6. Accompagnare i processi di innovazione e adattabilità dell'organizzazione del lavoro e dei sistemi produttivi per accrescere la competitività nel sistema economico in un'ottica di coesione sociale e qualità dello sviluppo.

Qualità e sicurezza del lavoro e occupabilità nel lavoro :” obiettivi operativi e strategia d’integrazione

Obiettivi operativi	Target	Strumenti	Partner	Principale asse di riferimento
<p>1. Potenziare la capacità d’intervento dei servizi per il lavoro;</p>	<p>Disoccupati e disoccupate</p> <p>Lavoratori e lavoratrici con contratti di lavoro non subordinato</p> <p>Immigrati e immigrate</p> <p>Sistema economico-produttivo</p>	<p>Sistemi informativi</p> <p>Radio e TV</p> <p>Portale del FSE</p> <p>Newsletter per il sistema economico-produttivo</p> <p>Spot televisivi e radiofonici</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività</p> <p>Periodico d’informazione del FSE</p> <p>Brochure informative (multilingue)</p> <p>Animazione territoriale</p> <p>Convegni e Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p> <p>Centri per l’Impiego</p> <p>URP</p>	<p>Occupabilità</p>

<p>2. Sostenere l'emersione, la legalità e la sicurezza del lavoro</p>	<p>Lavoratori e lavoratrici con particolare attenzione a: lavoratori anziani, lavoratori con bassa qualifica, lavoratori a tempo parziale, stagionali, lavoratori in mobilità, persone che rientrano al lavoro dopo periodi di astensione</p> <p>Sistema economico-produttivo, in particolare PMI e settori quali l'edilizia</p> <p>Grande Pubblico</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Brochure</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Occupabilità</p>
<p>3. Sostenere la partecipazione al mercato del lavoro e l'inserimento occupazionale tramite l'offerta di misure attive e preventive rivolte in particolare ai giovani, ai disoccupati di lunga durata e alle persone con basso titolo di studio</p>	<p>Giovani in uscita dai percorsi di istruzione e formazione e dai percorsi universitari</p> <p>Lavoratori e lavoratrici con contratti di lavoro non subordinato</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Servizi di consulenza online</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Iniziative pubbliche e nelle scuole</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Occupabilità Adattabilità</p>
<p>4. Sostenere la nuova imprenditorialità in particolare nei settori strategici</p>	<p>Giovani in uscita dai percorsi di istruzione e formazione e dai percorsi universitari</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Occupabilità Adattabilità</p>

	Lavoratori e lavoratrici con contratti di lavoro non subordinato	<p>produttivo Format radiofonici Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari Iniziativa per il Grande Pubblico</p>	Centri per l'Impiego URP	
5. Sostenere l'inserimento lavorativo dei migranti	<p>Sistema economico-produttivo</p> <p>Lavoratori migranti</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo Spot radiofonici</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Brochure</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari Iniziativa per il Grande Pubblico</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p> <p>Centri per l'Impiego</p> <p>Altri servizi per il lavoro</p>	<p>Adattabilità Occupabilità Transnazionalità Interregionalità</p>

<p>7. Accompagnare e i processi di innovazione e adattabilità dell'organizzazione del lavoro e dei sistemi produttivi per accrescere la competitività nel sistema economico in un'ottica di coesione sociale e qualità dello sviluppo</p>	<p>Sistema economico-produttivo, in particolare PMI</p> <p>Università</p> <p>Centri di Ricerca</p> <p>Istituti Superiori</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo Punti informativi</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Settori Attività Produttive, Commercio, Turismo</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Capitale Umano Adattabilità Transnazionalità Interregionalità</p>
---	--	---	--	---

5.3 Obiettivo “Adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori”

L'obiettivo è quello di promuovere processi di qualificazione continua dei lavoratori per rafforzare sia la **competitività del sistema produttivo**, incidendo sul rafforzamento delle imprese e sul loro posizionamento di mercato, che il cambiamento della Pubblica Amministrazione locale perché possa essere una infrastruttura nevralgica dello sviluppo. L'obiettivo generale della comunicazione “**Adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori**” costituisce il tema principale della terza comunicazione istituzionale, necessaria per comunicare al pubblico più ampio (dal Grande Pubblico ai beneficiari, dai destinatari finali ai media, dal partenariato istituzionale a quello sociale ed economico) che l'investimento nella formazione continua e l'adattabilità dei lavoratori e delle imprese devono diventare delle esigenze irrinunciabili al fine di assicurare alle persone, sia occupate che disoccupate, la possibilità di allargare e arricchire la propria professionalità, e alle imprese la capacità di porsi a livelli più elevati dello sviluppo.

L'obiettivo “**Adattabilità delle organizzazioni e dei lavoratori**” si traduce nei seguenti obiettivi operativi:

1. Accompagnare i processi di innovazione e adattabilità dell'organizzazione del lavoro ed dei sistemi produttivi per accrescere la competitività del sistema economico in un'ottica di coesione sociale e qualità dello sviluppo;
2. Sostenere le riorganizzazioni aziendali e il reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori nel caso di crisi produttive aziendali, settoriali e territoriali;
3. Promuovere l'innovazione e il rafforzamento delle competenze e degli assetti organizzativi della Pubblica Amministrazione.

Obiettivi operativi	Target	Strumenti	Partner	Principale asse di riferimento
<p>1. Accompagnare i processi di innovazione e adattabilità dell'organizzazione del lavoro e dei sistemi produttivi per accrescere la competitività del sistema economico in un'ottica di coesione sociale e di qualità dello sviluppo</p>	<p>Sistema economico-produttivo, in particolare PMI</p> <p>Dipendenti Pubbliche Amministrazioni locali</p> <p>Lavoratori e lavoratrici con particolare attenzione a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lavoratori anziani - lavoratori con bassa qualificazione - lavoratori a tempo parziale, stagionali - lavoratori in mobilità - persone che rientrano al lavoro dopo periodi di astensione 	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Convegni e Seminari</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Adattabilità Trasnazionalità Interregionalità</p>
<p>2. Sostenere le riorganizzazioni aziendali e il reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori nel caso di crisi produttive aziendali, settoriali e territoriali</p>	<p>Lavoratori e lavoratrici con particolare attenzione a: lavoratori anziani, lavoratori con bassa qualifica, lavoratori a tempo parziale, stagionali, lavoratori in mobilità, persone che rientrano al lavoro dopo periodi di astensione</p> <p>Sistema economico-produttivo</p>	<p>Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo Format televisivi e radiofonici</p> <p>Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE</p> <p>Animazione territoriale Iniziative</p>	<p>Partenariato istituzionale</p> <p>Associazioni datoriali e sindacali</p>	<p>Adattabilità</p>

		pubbliche Convegni e Seminari Iniziative di sensibilizzazione		
3. Promuovere l'innovazione e il rafforzamento delle competenze e degli assetti organizzativi della Pubblica Amministrazione	Lavoratori della Pubblica Amministrazione	Sistemi informativi Radio e TV Portale del FSE Newsletter per il sistema economico-produttivo Pubblicità e informazione sui progetti/attività Periodico d'informazione del FSE Animazione territoriale Convegni e Seminari	Partenariato istituzionale Associazioni datoriali e sindacali	Istituzionale

6. L'organizzazione dell'Amministrazione

Il responsabile del Piano di Comunicazione è il Settore Formazione Professionale presso l'Assessorato Lavoro, Cooperazione e Formazione Professionale, che risponde dell'informazione e della pubblicità sui Fondi Strutturali e curerà quindi la parte sulla comunicazione e pubblicità da inserire nel rapporto annuale e in quello finale di esecuzione, coadiuvato dal responsabile URP del CRP.

Il Settore Formazione è il servizio amministrativo che curerà l'attuazione, il monitoraggio e la valutazione del Piano, con il supporto del Settore Comunicazione Istituzionale. La realizzazione del Piano di Comunicazione richiede un'organizzazione che garantisca adattabilità della strategia di comunicazione alle scelte di governo del POR e allo stesso tempo rapidità e flessibilità di azione nelle fasi attuative. Per questo si individuano due livelli di responsabilità, uno decisionale e di guida e uno operativo e di gestione. Il primo livello è costituito dal Settore Formazione Professionale, che svolge i compiti di indirizzo, di coordinamento e di verifica del Piano di Comunicazione.

Il secondo livello è costituito dall'Unità Operativa di composizione interna mista Settore Formazione Professionale e Comunicazione Istituzionale per la comunicazione, per la pubblicità, l'informazione ed il sistema informativo che, adeguatamente supportata, da professionalità esterne selezionate tramite gare d'appalto, realizza le azioni e cura il raccordo con tutti i soggetti interni ed esterni all'amministrazione regionale chiamati a collaborare per la piena realizzazione degli obiettivi di comunicazione.

Servizio Responsabile attuazione, monitoraggio, valutazione del Piano	Assessorato Lavoro, Cooperazione e Formazione Professionale Settore Formazione professionale
Indirizzo:	Viale Corigliano 1 – z.i. 70123 BARI
Posta elettronica:	settoreformazione@regione.puglia.it
Telefono:	0805405411

Servizio Responsabile Presidenza, Settore Comunicazione Istituzionale
per l'informazione

Indirizzo: Lungomare Nazario Sauro 33, 70121 Bari

Posta elettronica: comunicazione@regione.puglia.it

Telefono: 0805406098

6.1 Piano finanziario

Per le azioni di informazione e pubblicità previste nel presente Piano di comunicazione sono destinati finanziamenti a valere sulle risorse dell'Asse VI Assistenza tecnica del POR FSE pari a circa 8.000.000,00 di euro.

2008	2009	2010	2011	2012	2013
2.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	2.000.000
euro	euro	euro	euro	euro	euro

Bilancio indicativo per attività principale

Attività principale	Percentuale del budget complessivo
Coordinamento	5%
Sistemi informativi	25%
Animazione territoriale	30%
Pubblicità e informazione sui progetti/attività	35%
Rete degli operatori	5%

Gli affidamenti esterni saranno attuati nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

7. Monitoraggio e valutazione

Saranno analizzate le informazioni di interesse sviluppate dalle azioni P.O. attraverso il rilievo assegnato dai media regionali e nazionali. Attraverso le tecniche di mediascreening saranno monitorati gli impatti mediatici delle azioni realizzate, gli obiettivi di visibilità e consapevolezza del PO, il ruolo della UE, l'immagine e l'identità dell'Europa.

La valutazione dei processi comunicativi non può prescindere da una piena assunzione, per il valutatore, del punto di vista dei fruitori della comunicazione, della mutabilità di tali punti di vista, della loro contingenza legata comunque a fattori sociali e cognitivi individuali.

Sette sono le condizioni entro le quali si può realizzare l'analisi valutativa:

1. reale fattibilità della valutazione
2. chiara precisazione dell'oggetto sottoposto a studio
3. attribuzione dell'autorità e della responsabilità al valutatore
4. accertamento della disponibilità di amministratori e di operatori a tener conto dei risultati
5. creazione delle condizioni adeguate per lo studio valutativo (risorse finanziarie, personale qualificato, accesso alle fonti)
6. coinvolgimento dei soggetti interessati al processo
7. precisazione concettuale e flessibilità nelle tecniche e nelle procedure valutativa

Per l'analisi di questi è utile fare riferimento ad una schematizzazione, che racchiude in sette attività fondamentali i passaggi chiave.

Essi sono:

1. Definizione dell'assetto e del mandato valutativo del Piano di Comunicazione;

2. Definizione degli obiettivi e delle domande valutative;
3. Accertamento delle risorse a disposizione;
4. Esplorazione dello spazio semantico;
5. Stipulazione dei valori valutativi;
6. Raccolta ed analisi dei dati;
7. Sostegno e utilizzo della valutazione.

Strumento	Peculiarità
Sondaggio	Strumento utilizzato per sottoporre specifici quesiti ad un campione di utenza, utile per verificare la distribuzione di un fenomeno sottoposto ad indagine (dati quantitativi). La metodologia più corretta per quanto attiene la somministrazione prevede la presenza di un intervistatore esperto che ponga le domande e compili, mediante interpretazione, la griglia di risposta. Altre modalità prevedono la somministrazione di questionari via postale (o via web) o, in alternativa, mediante intervista telefonica.
Giudizi degli esperti (con particolare riferimento al focus group)	Questa tecnica prevede l'esame del parere di alcuni "testimoni privilegiati" del fenomeno sottoposto ad indagine. In questo caso il termine "esperto" non si riferisce tanto alla "persona colta", all'accademico, quanto piuttosto a chi conosce concretamente il fenomeno sottoposto ad indagine, per avervi in qualche misura preso parte, per averlo progettato o aver contribuito alla sua realizzazione. Lo scopo che si vuole ottenere mediante il coinvolgimento di esperti è quello di approfondire la conoscenza del

	<p>fenomeno, oltrechè quello di rilevare elementi di giudizio e pareri per la piena comprensione della problematica esaminata. Una delle modalità di coinvolgimento degli esperti, caratterizzata da modalità sincrona, è il focus group, un colloquio di gruppo, animato da un facilitatore, finalizzato ad approfondire la conoscenza di un problema da vari punti di vista, quelli degli esperti messi a confronto. Il numero ideale di partecipanti è pari a 5 - 10 persone. L'aspetto rilevante di questa modalità di indagine è la possibilità di approfondimento e di confronto cui dà luogo, anche se occorre sottolineare come il ruolo del facilitatore debba tendenzialmente essere rivestito da una persona esperta nella conduzione di <i>focus group</i>.</p>
Assemblee di cittadini	<p>In questo caso si descrive una modalità di coinvolgimento degli utenti e di partecipazione che si ritiene utile segnalare in questa sede come modalità di azione che permette, con specifico riferimento al caso in esame, di rilevare, mediante l'osservazione diretta condotta dal valutatore – osservatore, aspetti del fenomeno preso in esame “dall'interno” dello stesso, in qualità di osservatore – partecipante. La finalità legata all'organizzazione di assemblee aperte ai cittadini potrebbe consistere, nel caso in esame, nella rilevazione di concetti chiave per una piena comprensione del fenomeno esaminato, vale a dire dei vari punti di vista dei partecipanti rispetto allo stesso, oltrechè delle proposte segnalate dagli stessi, etc. Rispetto all'organizzazione di questo evento e all'uso di questa tecnica si segnalano alcuni elementi particolarmente rilevanti ai fini</p>

	<p>valutativi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • target di utenza (chi partecipa all'evento); • tipologia di tematiche e problematiche sollevate; • tipologia di segnalazioni evidenziate, eventuali aspettative e reazioni emerse; • ordine e sequenza dei "significati" emersi (es. ordine dei problemi evidenziati, con riferimento alla frequenza, concentrazione e distribuzione degli stessi rispetto a specifici criteri classificatori, come il target di utenza).
<p>Analisi dei reclami e delle segnalazioni dell'utenza</p>	<p>Anche questa tecnica viene descritta con particolare riferimento all'utilità potenziale che può rivestire in relazione allo specifico caso preso in esame. La rilevazione e analisi dei dati provenienti dalle segnalazioni dell'utenza, al di là del fondamentale valore che può rivestire in termini di agevolazione della partecipazione civica, rappresenta al tempo stesso, a fini strettamente valutativi, un elemento con potenzialità di fatto limitate, dal momento che in questo caso occorre tenere ben presente che la tipologia dei cittadini abituati a ricorrere a tale strumento è fortemente condizionata da fattori individuali che condizionano la partecipazione civica.</p>
<p>Analisi dei media locali</p>	<p>Lo scopo legato a questo tipo di analisi è quello di verificare quanto e quale rilievo viene assegnato "esternamente" (sulle testate locali, tv e radio) all'oggetto della valutazione (ciò che si è deciso di valutare) e con quali modalità. Tecnicamente si procede stabilendo una griglia di analisi dei testi, basata sulla fissazione di criteri e indicatori: quanto viene rappresentata sulla stampa la medesima</p>

	<p>problematica e in che modo (quali tipologie di aggettivi vengono utilizzati nel testo, anche con riferimento a specifiche parti di esso es. titolo, occhiello, catenaccio, quale enfasi viene data agli argomenti, etc.). In questo modo il risultato sarà sia di tipo quantitativo (numero di righe dedicate all'argomento, etc.) che qualitativo (qualità degli aggettivi utilizzati, etc.).</p>
<p>Analisi del numero e della tipologia di richieste di benefici inoltrate all'ente in seguito all'intervento oggetto di valutazione</p>	<p>Per verificare il livello di "penetrazione" di un determinato messaggio è possibile esaminare il numero e la tipologia di domande di beneficio, rivolte all'ente (naturalmente questa rilevazione è possibile nel caso in cui vi sia un nesso di causalità tra la campagna informativa e la possibilità, da parte dei beneficiari, di usufruire di particolari benefici o agevolazioni che la campagna stessa abbia promosso). Questo tipo di analisi può fornire utili indicazioni in merito all'efficacia del messaggio, anche se è necessario tenere presente e ponderare eventuali vincoli esterni o fattori di rigidità che possono aver influito sul numero di domande di beneficio presentate (es. la presenza di una normativa di difficile comprensione che condizioni l'accesso al beneficio stesso).</p>
<p>Tecnica Delphi</p>	<p>Questa tecnica, nata per fornire elementi utili ad una valutazione ex ante, viene correntemente utilizzata anche per quella ex post. Si tratta di una tecnica asincrona, basata su interviste ripetute nei confronti dei medesimi destinatari (esperti rispetto al tema oggetto di indagine, caratterizzati da omogeneità disciplinare o meno). Con questa tecnica si creano "gruppi virtuali" di esperti, dal momento che il tema</p>

	<p>sviluppato è comune ma la modalità di intervista è individuale, con un effetto “ad imbuto” (caratterizzato da un livello di complessità e di specificità crescente in corso di tempo, man mano che le interviste vengono ripetute). Questa tecnica permette un elevato approfondimento del problema, ma sconta alcune criticità dovute al rischio di caduta di attenzione, da parte degli intervistati, rispetto al tema oggetto di indagine. Per questo motivo in alcuni casi è utile prevedere meccanismi di ricompensa, diretti o indiretti, per i partecipanti. Il numero ideale di destinatari è di 10 – 12 persone.</p>
Brain storming	<p>Questa tecnica, utilizzata a fini valutativi, ha lo scopo di esplorare lo spazio semantico rilevante ai fini della conoscenza del contesto rilevante per l’analisi valutativa. Si tratta, in altre parole, di creare una sorta di concettualizzazione collettiva per la comprensione del problema, in modo propedeutico alla successiva pianificazione di strategie ed azioni specifiche. La modalità è opposta a quella del focus group, dal momento che in tal caso, anziché circoscrivere e approfondire il problema, si cerca di “espanderlo” e di analizzarlo a tutto campo, da punti di vista diversi e con una particolare attenzione al contesto in cui il problema si colloca. I destinatari del brain storming sono esperti del fenomeno analizzato (anche in questo caso non nel senso di detentori di un sapere accademico ma di “esperienza” e conoscenza concreta, maturata sul campo). La modalità logica utilizzata per conoscere il problema è in questo caso quella induttiva: le idee rilevate nel corso della prima fase (libera espressione di idee</p>

	<p>senza censure o limitazioni, una vera e propria “tempesta di menti”) sono liberamente espresse dai partecipanti, senza seguire un preciso ordine logico; in seguito si procede alla classificazione delle idee evidenziate (da parte del gruppo) mediante la costruzione di una logica interpretativa comune, condivisa dal gruppo; infine si effettua una sorta di “sintesi” classificatoria, mediante la costruzione di indicatori. Il brain storming viene normalmente condotto da un facilitatore con competenze specifiche.</p>
--	---

La valutazione sarà condotta analizzando i seguenti indicatori di realizzazione.

Attività	Strumenti	Indicatore di realizzazione
Web	Portale	n. di pagine realizzate n. di pagine visitate n. siti correlati
	Newsletter	n. newsletter n. uscite/periodicità n. iscritti
Numero Verde, Contact Center e punti informativi	Punto informativo regionale URP	n. punti informativi attivati
	Rete regionale punti informativi	n. punti informativi attivati
Pubblicità e informazione sui progetti	Periodico FSE	n. uscite/periodicità n. copie
	Brochure FSE	n. edizioni n. copie
	Documentazione PO	n. edizioni n. copie
	Kit beneficiari	n. edizioni n. copie
	Kit Stampa	n. edizioni n. copie
Animazione territoriale	Iniziative di lancio PO	Pubblico partecipante
	Iniziativa annuale	Pubblico partecipante
	Convegni e seminari	n. edizioni

		Pubblico partecipante
	Iniziative per i media	n. edizioni Pubblico partecipante
	Eventi per i giovani	n. edizioni Pubblico partecipante
	Sponsorizzazioni	n. edizioni Pubblico partecipante
Format televisivi e radiofonici	Format televisivi	n. format n. puntate
	Format radiofonici	n. format n. puntate
Spot televisivi e radiofonici	Spot televisivi	n. spot
	Spot radiofonici	n. puntate
Audiovisivi	Prodotti audiovisivi	n. audiovisivi n. copie realizzate n: proiezioni pubbliche
Inserzioni stampa	Stampa quotidiana	n. inserzioni n. testate
	Stampa periodica	n. inserzioni n. testate
Campagne di comunicazione	Campagne istituzionali	n campagne n. mezzi utilizzati
	Campagne informative	n campagne n. mezzi utilizzati
Relazioni con i media	Conferenze stampa	n. conferenze n. articoli in rassegna stampa
	Comunicati stampa	n. comunicati n. articoli in rassegna stampa
	Videocomunicati	n. videocomunicati n. servizi andati in onda
	Interviste	n. interviste