



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE  
E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE  
E SICUREZZA SOCIALE

Direzione Generale

## Piano di Comunicazione 2015



## Premessa

Il Regolamento UE 1303/2013 prevede la predisposizione di un piano annuale, finalizzato a descrivere le attività di comunicazione ed informazione in coerenza con la Strategia di Comunicazione del POR FSE Sardegna 2014-2020. Il presente documento riporta in sintesi obiettivi, gruppi target e azioni di comunicazione previste per il 2015.



## Obiettivi

Il 2015 costituisce per la programmazione del Fondo Sociale Europeo un passaggio di sostanziale rilievo sotto il profilo della comunicazione: da un lato, il termine del Programma Operativo 2007/2013 richiede un articolato percorso di diffusione capillare dei risultati e di valorizzazione degli interventi di maggiore successo, sottolineando il ruolo svolto della Unione Europea e della Regione Sardegna; dall'altro l'avvio del PO 2014/2020 necessita di una specifica attività di comunicazione volta ad illustrarne i contenuti e le novità in essa presenti rispetto alla precedente programmazione.

In questa direzione l'approccio strategico generale prevede la realizzazione di un Piano di Comunicazione Annuale capace di garantire attraverso il complesso multimediale delle azioni e dei mezzi, un effetto moltiplicatore e capillare ai contenuti e ai messaggi diffusi.

Le azioni che verranno poste in essere si concentreranno sui seguenti obiettivi:

- garantire la trasparenza dei processi e l'accessibilità al Programma, promuovendo le opportunità e la tempistica di realizzazione degli interventi;
- valorizzare il ruolo svolto dalla Regione Sardegna nel Programma, destinato a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro e a rafforzare la coesione economica;
- assicurare la diffusione e la conoscenza della nuova Programmazione POR FSE 2014-20.

L'ideazione, l'organizzazione e la gestione del Piano di Comunicazione si avvarrà di un articolato complesso di strumenti, sia tradizionali che innovativi, insieme a interventi diretti sul territorio regionale, con l'obiettivo di coinvolgere con immediatezza e facilità il più ampio numero di utenti possibile.

## Gruppi target

In linea con la Strategia di Comunicazione, i gruppi target possono essere così definiti:

- i potenziali Beneficiari;
- i Beneficiari effettivi;
- il Grande Pubblico;
- i Moltiplicatori dell'Informazione.

## Azioni previste

Rivisitazione del logo e dell'immagine coordinata già in uso	Rivisitazione del logo e definizione di un format grafico declinato nei vari strumenti di comunicazione per favorire la riconoscibilità delle azioni
Monitoraggio e supporto per l'aggiornamento dei contenuti della sezione del POR FSE del sito web istituzionale	Aggiornamento costante della sezione del sito, per le parti di competenza del POR FSE Costruzione di una sezione dedicata agli esempi di iniziative Pubblicazione del primo elenco delle operazioni finanziate dal POR
Campagna di comunicazione multimediale	Promozione di avvisi, eventi o temi di rilievo per l'intervento del POR FSE
Pubblicazione e diffusione di materiali informativi	Progettazione e realizzazione di materiali divulgativi e relativa distribuzione capillare
Newsletter/magazine	Informazione, cartacea e digitale, rivolta alla popolazione con contenuti di carattere generale e approfondimenti relativi al POR FSE

Organizzazione e realizzazione di eventi

- **Evento di lancio**, finalizzato a presentare il POR FSE
- **Iniziative territoriali/Desk itinerante** volte a divulgare su tutto il territorio regionale le finalità del programma, gli obiettivi, le opportunità offerte
- **Road show / Social Bus**, un autobus abbigliato sulla base delle linee e degli elementi di identità visiva del POR FSE
- **Contest Social4Sound**, contest musicale sui temi del Fondo Sociale Europeo rivolto ad artisti e band emergenti
- **Comitato di Sorveglianza**.
- **Showcooking/L'Europa in cucina**, contest culinario mirato a rafforzare nelle giovani generazioni la conoscenza dei temi del POR FSE
- **Evento annuale 2015**

## Cronoprogramma

	<b>I TRIMESTRE</b>	<b>II TRIMESTRE</b>	<b>III TRIMESTRE</b>	<b>IV TRIMESTRE</b>
<b>Rivisitazione del logo e dell'immagine coordinata già in uso</b>				
<b>Monitoraggio e supporto per l'aggiornamento dei contenuti della sezione del POR FSE del sito web istituzionale</b>				
<b>Campagna di comunicazione multimediale</b>				
<b>Pubblicazione e diffusione materiali informativi</b>				
<b>Newsletter/magazine</b>				
<b>Organizzazione e realizzazione di eventi</b>				

## Budget

Il budget indicativo per le attività di comunicazione dell'anno 2015 è pari a € 75.000,00, a valere sulle risorse della programmazione 2014-2020. Tale importo è stato definito considerando che l'anno in questione è un anno a cavallo fra la chiusura della programmazione del 2007-2013 e l'avvio della nuova programmazione 2014-2020.



Pertanto concorrono alla promozione dell'avvio del PO anche le numerose attività ed iniziative realizzate con il PO 2007-2013, in cui la diffusione dei risultati della programmazione in chiusura si intreccia con la presentazione delle nuove linee programmatiche, valorizzando la continuità delle iniziative di successo.

