

**ASSESSORATO DELL'ISTRUZIONE E DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE**

DIPARTIMENTO DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE

IL DIRIGENTE GENERALE

**DDG n. 757 del 17/06/2025**

**Oggetto: Decreto di approvazione del Piano di comunicazione annuale 2025- del PR Sicilia FSE+ 2021-2027 (CCI - 2021IT05SFPR014) approvato con Decisione di esecuzione C(2022)6184 del 25/08/2022.**

Priorità per l'assistenza tecnica

Codice settore intervento: 179 - "Informazione e comunicazione"

Azione "Supporto alle attività di informazione e comunicazione"

L'atto si compone di 23 pagine



Cofinanziato  
dall'Unione europea



REGIONE  
SICILIANA

## IL DIRIGENTE GENERALE

Autorità di Gestione del PR FSE+ SICILIA 2021-2027

**VISTO** lo Statuto della Regione Siciliana;

**VISTA** la Legge Regionale 15 maggio 2000, n. 10 concernente “*Norme sulla dirigenza e sui rapporti di impiego e di lavoro alle dipendenze della Regione siciliana*”;

**VISTO** l’articolo 22 della legge regionale 14 dicembre 2019, n. 23 con il quale “Alla Tabella A della legge regionale 15 maggio 2000, n. 10 e successive modifiche ed integrazioni le parole “Dipartimento regionale dell’istruzione e della formazione professionale” sono state sostituite dalle parole “Dipartimento regionale dell’istruzione, dell’università e del diritto allo studio - Dipartimento regionale della formazione professionale”

**VISTO** il D.A. n. 980 del 29 maggio 2020 con il quale l’Assessore regionale dell’Istruzione e della Formazione professionale, in via transitoria, ha attribuito le strutture del funzionigramma di cui all’allegato 1 del D.P. Reg. 27 giugno 2019, n. 12 al Dipartimento regionale dell’Istruzione, dell’Università e del Diritto alla Studio e al Dipartimento regionale della Formazione Professionale;

**VISTO** il D. P, Reg. n. 729 del 17/02/2025 con il quale è conferito ai sensi dell’art.11 della legge regionale n. 20 del 3 dicembre 2003 l’incarico di Dirigente generale del Dipartimento regionale della Formazione Professionale dell’Assessorato regionale dell’Istruzione e della Formazione Professionale alla Dott.ssa Rossana Signorino;

**VISTA** la Legge 7 agosto 1990, n. 241 e s.m.i. riguardante “Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi”;

**VISTO** il D.Lgs 23/06/2011, n. 118 e s.m.i. recante le disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di Bilancio delle Regioni e degli Enti Locali e dei loro organismi, a norma degli artt. 1 e 2 della L. 05/05/2009, n. 42”;

**VISTA** la L.R. 13/01/2015, n. 3 riguardante “Applicazione dei principi contabili e schemi di bilancio” e, in particolare, l’art.11 che disciplina le modalità applicative del D.Lgs 23/06/2011, n. 118;

**VISTA** la legge regionale 21 maggio 2019, n. 7 riguardante “Disposizioni per i procedimenti amministrativi e la funzionalità dell’azione amministrativa”;

**VISTO** il Regolamento (UE, Euratom) 2020/2093 del Consiglio dell’Unione Europea del 17 dicembre 2020 che stabilisce il Quadro Finanziario Pluriennale per il periodo 2021-2027;

**VISTO** il Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio recante le disposizioni comuni applicabili al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR), al Fondo Sociale Europeo Plus (FSE+), al Fondo di Coesione, al Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) e le regole finanziarie applicabili a tali fondi e al Fondo Asilo e migrazione, al Fondo per la Sicurezza interna e allo Strumento per la gestione delle frontiere e i visti;

**D.D.G. n. 757 del 17/06/2025**

**VISTO** il Regolamento (UE) 2021/1058 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e al Fondo di Coesione;

**VISTO** il Regolamento (UE) 2021/1057 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo Sociale Europeo Plus (FSE+);

**VISTO** il Regolamento delegato (UE) N. 240/2014 della Commissione del 7 gennaio 2014, recante un codice europeo di condotta sul partenariato nell'ambito dei Fondi Strutturali e d'Investimento Europei (Fondi SIE) oltre a disposizioni sul partenariato per gli Accordi di partenariato e i programmi sostenuti dai Fondi SIE;

**VISTO** l'Accordo di Partenariato (AP), adottato dalla CE con Decisione C(2022) 4787 final del 15 luglio 2022, con cui l'Italia stabilisce gli impegni per raggiungere gli obiettivi dell'Unione attraverso la programmazione dei Fondi Strutturali e di Investimento Europei (SIE) e rappresenta il vincolo di contesto nell'ambito del quale ciascuna Regione è chiamata a declinare i propri Programmi;

**VISTA** la Decisione C(2022) 6184 del 25 agosto 2022 con la quale la Commissione Europea ha approvato il Programma "PR Sicilia FSE+ 2021-2027" per il sostegno a titolo del FSE+ nell'ambito dell'obiettivo "Investimenti a favore dell'occupazione e della crescita" per la Regione Siciliana in Italia per il periodo compreso tra il 1° gennaio 2021 e il 31 dicembre 2027, presentato nella sua versione definitiva in data 1 agosto 2022;

**VISTA** la D.G.R. n. 569 del 07/12/2022 "Programma Regionale PR FSE+ Sicilia 2021-2027 – Presa d'atto";

**VISTA** la Deliberazione della Giunta Regionale n. 570 del 07/12/2022 "PR FSE (+) 2021/2027 approvazione istituzione Comitato di Sorveglianza ed apprezzamento bozza di regolamento interno del CdS e bozza di metodologia e criteri di selezione delle operazioni finanziate dal FSE+ Sicilia";

**VISTI** i criteri di selezione delle operazioni finanziate dal PR FSE+ come regolati all'art 73 Reg. (UE) 2021/1060 approvati dal Comitato di Sorveglianza del PR Sicilia FSE+ 2021-2027, insediatosi il 13 dicembre 2022;

**VISTO** l'articolo 48 rubricato del Regolamento (UE) 2021/1060 rubricato "Responsabili della comunicazione e reti di comunicazione" il quale al paragrafo 2 prevede che " Ciascuna Autorità di gestione individua un responsabile della comunicazione per ciascun programma"

**VISTO** l'articolo 72 del Regolamento (UE) n. 2021/1060, che attribuisce all'Autorità di Gestione la responsabilità della gestione del programma allo scopo di conseguire gli obiettivi del programma;

**VISTA** la Deliberazione della Giunta Regionale n. 298 del 06 Luglio 2023 recante: "PO FSE+ 2021-2027. Manuale delle procedure, Si.Ge.Co. e Vademecum.";

**VISTO** il DDG n.569 del 24/04/2025 di modifica del documento di programmazione attuativa del PR Sicilia FSE+ 2021-2027 (CCI - 2021IT05SFPR014) approvato con DDG 765 del 28/07/2023;

Cofinanziato  
dall'Unione europeaREGIONE  
SICILIANA

**CONSIDERATO** che il Regolamento (UE) 2021/1060 nell'ambito del Titolo III (Programmazione) ha dedicato il Capo I alle "Disposizioni generali sui fondi" ed in particolare l'articolo 22 "Contenuti del programma", al paragrafo 3, lettera j) dispone che "l'approccio previsto in termini di comunicazione e visibilità del programma mediante la definizione dei suoi obiettivi, del pubblico destinatario, dei canali di comunicazione, compresa la diffusione sui social media, ove opportuno, del bilancio previsto e dei pertinenti indicatori di sorveglianza e valutazione;"

**VISTA** la nota n. 27393 del 03/10/2023 con la quale il Dirigente Generale del Dipartimento della Formazione Professionale p.t., nomina il Dirigente *ad interim* del Servizio 2 il Dott. Antonio Meli quale Responsabile Unico di Progetto ex art. 15 del d.lgs. 36/23, allegato I.2 art. 5 per le attività della "Strategia di comunicazione su Priorità A.T. PR FSE+ 2021/2027" e conferisce altresì al Dott. Giuliano D'Eredità l'incarico di supporto al Responsabile Unico di Progetto;

**VISTO** il generale obbligo in capo all'Autorità di Gestione del Programma previsto del Regolamento 1060/2021 di accrescere la consapevolezza sui risultati dei finanziamenti dell'Unione e informarne il grande pubblico ponendo in essere ogni attività di comunicazione utile a sostegno della massima diffusione e visibilità delle iniziative del Programma medesimo;

**DATO ATTO** che, al fine di delineare obiettivi e strumenti di comunicazione ed informazione, coniugandone operativamente i parametri di attuazione, è stato elaborato il "Piano di comunicazione triennale 2025-2027" che si recepisce come parte integrante del presente provvedimento;

**VISTA** la Delibera n. 164 del 27.05.2025 della Giunta di Governo, che apprezza il documento «Piano di comunicazione triennale FSE+ Sicilia 2021-2027» trasmesso dall'Assessore regionale per l'istruzione e la formazione professionale con nota 26 maggio prot. 3284/Gab

**VISTO** il D.D.G. n. 724 del 10.6. 2025 che approva il Piano di comunicazione triennale FSE+ Sicilia 2021-2027;

**RITENUTO** di dovere adottare il Piano di comunicazione annuale 2025-del PR Sicilia FSE+ 2021-2027 (CCI - 2021IT05SFPR014) approvato con Decisione di esecuzione C(2022)6184 del 25/08/2022;

Per le motivazioni di cui in premessa, che qui si intendono integralmente riportate e trascritte

## DECRETA

### Articolo 1

E' approvato il Piano di comunicazione annuale 2025 per il PR Sicilia FSE+ 2021-2027 (CCI - 2021IT05SFPR014), di cui all'Allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente decreto,

### Articolo 2

Il presente decreto sarà trasmesso al Comitato di Sorveglianza ed a tutti i competenti Centri di Responsabilità coinvolti nell'attuazione del PR Sicilia FSE+ 2021-2027, come anche all'Organismo di Valutazione presso la Presidenza della Regione per la revisione degli obiettivi apicali dei Dirigenti Generali;

### Articolo 3

Il presente decreto sarà pubblicato sul sito del PR FSE+ Sicilia 2021-2027 all'indirizzo [www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it) e sul sito istituzionale del Dipartimento Regionale della Formazione Professionale all'indirizzo <https://www.regione.sicilia.it/istituzioni/regione/strutture-regionali/assessorato-istruzione-formazione-professionale>.

F.TO  
IL DIRIGENTE SERVIZIO 1  
Antonio Meli

F.TO  
IL DIRIGENTE GENERALE  
Rossana Signorino



# Allegato 1

# Programma Fse Plus 2021-2027

# Regione Siciliana

Decisione C(2022)5300 del 18 luglio 2022

## Piano di comunicazione annuale 2025

Attività di comunicazione da Gennaio 2025 a Dicembre 2025

A cura di Giuliano D'Eredità  
Responsabile della comunicazione del  
PR FSE+ Sicilia 2021-2027

## Indice

|  |    |
|--|----|
| Premessa .....   | 2  |
| 1.Obiettivi generali .....                               | 3  |
| 1.1 Obiettivi specifici del Piano di comunicazione ..... | 4  |
| 1.2Caratteristiche del Piano di comunicazione .....      | 4  |
| 2. Pubblico di riferimento .....                         | 4  |
| 3. Azioni e interventi .....                             | 7  |
| 3.1 Comunicazione digitale.....                          | 7  |
| 3.1.1 Il portale FSE+ Sicilia.....                       | 7  |
| 3.1.2I social e altri canali di comunicazione.....       | 8  |
| 3.2 Relazione con i media ed editoria .....              | 9  |
| 3.3Materiali informativi e promozionali .....            | 10 |
| 3.4 Animazione territoriale .....                        | 11 |
| 3.5 Campagne pubblicitarie.....                          | 16 |
| 3.6 Attività di Partenariato .....                       | 16 |
| 3.7 Rassegna Stampa .....                                | 17 |
| 4.Monitoraggio e valutazione .....                       | 17 |
| 5.Budget .....   | 19 |

### ***Premessa***

Questo documento descrive il Piano di comunicazione annuale 2025 del Programma regionale del Fondo sociale europeo Plus 2021-2027 (Programma Fse+), approvato dalla Commissione Europea con [Decisione6184del25agosto2022](#), illustra le azioni che si



intendono realizzare **da Gennaio 2025 a Dicembre 2025** e al contempo restituisce una sintesi delle attività realizzate nel 2024 completa del set di indicatori comuni a livello nazionale, forniti dal Dipartimento per le Politiche di coesione.

Tutte le indicazioni relative alle azioni di comunicazione e visibilità dei Fondo europei 2021-2027 sono riportate nel [Regolamento\(Ue\)n.1060/2021](#), nello specifico dagli artt. 46 agli artt. 50 che considerano la comunicazione quale leva strategica della politica di coesione e fattore moltiplicatore della visibilità dell'azione dell'Unione Europea e degli effetti delle politiche dell'UE sul miglioramento della qualità della vita delle persone, definendo le disposizioni comuni applicabili ai diversi programmi e introducendo importanti novità in materia di comunicazione.

Un ruolo fondamentale, nella programmazione 2021-2027, è svolto dall'**Autorità di Gestione** (AdG) che, con il D.D.G. n. 760 del 09.07.2024, ha approvato il Piano di Comunicazione triennale del Programma per il periodo 2024-2026 e, contestualmente, ha individuato il **Responsabile della comunicazione del PR FSE+ Sicilia 2021-2027**. In coerenza con quanto previsto da tale Regolamento e in attuazione della politica di coesione regionale 2021-2027, il PR FSE+ Sicilia definisce l'approccio previsto nei termini di comunicazione e visibilità attraverso l'elaborazione di una strategia che comprende obiettivi specifici, identificazione dei potenziali beneficiari e del pubblico destinatario, nonché la scelta dei canali, degli strumenti di comunicazione, di un budget previsto e degli indicatori di monitoraggio e valutazione.

**Priorità della Strategia di comunicazione del PR FSE+ Sicilia** è contribuire al raggiungimento degli obiettivi del Programma Regionale coniugando la conoscenza delle opportunità e quella del ruolo dell'Unione Europea e del valore aggiunto che il Fondo apporta alle politiche regionali.

Focalizzazione sugli obiettivi specifici, integrazione delle opportunità di finanziamento, approccio strategico, in linea con gli obiettivi del Pilastro europeo dei diritti sociali, forte sinergia con i programmi regionali FESR e FEASR, contribuzione agli obiettivi principali di Agenda 2030 e il perseguimento della Strategia Regionale dell'Innovazione per la Specializzazione Intelligente (S3 Sicilia) sono i **principi fondanti** che indirizzano trasversalmente ogni azione di comunicazione. L'**obiettivo del FSE+ in Sicilia** è di costruire un **contesto sociale equo ed inclusivo** con un orientamento strategico attento a **valorizzare e rafforzare le opportunità di lavoro** e quindi di sviluppo che, in un territorio come quello siciliano ancora relativamente povero di servizi di cura alle persone, si possono offrire a coloro i quali, in particolare donne, sono in cerca di occupazione. Un approccio che intende investire nello sviluppo di competenze di alto profilo per la formazione di figure di ricercatori ad alta specializzazione scientifica e di figure professionali.

Il PR si rifarà agli ambiti e alle tematiche prevalenti individuate dagli orientamenti strategici comunitari per il prossimo decennio, partendo dalle esigenze reali del mondo del lavoro per programmare in modo efficace le attività del Programma.

Sarà necessario adeguare i linguaggi e le modalità di comunicazione ad una realtà in continua evoluzione, creando un **coinvolgimento sempre più diretto con i cittadini** e ampliando il raggio di intervento per raggiungere un pubblico sempre più ampio.

## 1. Obiettivi generali

La nuova comunicazione del FSE+ vuole **far conoscere le azioni e le politiche comunitarie**, suscitare un dialogo all'interno delle opinioni pubbliche per promuovere una maggiore partecipazione dei cittadini.

L'intento del Piano è quello di sensibilizzare, contrastare l'ignoranza e l'indifferenza in modo da creare una base solida per una corretta attuazione delle politiche, dei programmi e degli interventi, per una *governance* fondata su una buona intesa tra Unione Europea e cittadini. Si tratta, in primo luogo, di migliorare la percezione che il cittadino ha dell'Unione Europea, perché diventi maggiormente consapevole della dimensione europea della sua cittadinanza e di elaborare un'autentica pedagogia che aiuti a spiegare il ruolo del PR FSE+ e sostenga l'attuazione della programmazione, sulle opportunità che offre e la diffusione dei risultati raggiunti.

La strategia annuale prevista sarà incentrata sugli Avvisi che avranno corso nel 2025, facendo riferimento al "*calendario degli inviti a presentare proposte*", per i quali si intende garantire una **copertura comunicativa puntuale e mirata, attraverso la pubblicazione di un calendario degli inviti in formato aperto (art.49, comma 2 Regolamento 1060/2021)**. Nello specifico, il workflow già attivo per ogni azione del PR sarà potenziato mediante l'impiego di strumenti diversificati: campagne digitali sponsorizzate, eventi tematici, materiali multimediali, acquisto di spazi pubblicitari e collaborazioni con media locali.

Accanto alla promozione delle opportunità, la comunicazione, nel 2025, dedicherà particolare attenzione ai seguenti elementi:

- **Rappresentazione costante dello stato di attuazione del Programma** in ottica di massima trasparenza e accessibilità delle informazioni sui progetti finanziati. Particolare attenzione sarà dedicata alle Operazioni di Importanza Strategica;
- **Animazione del partenariato e coinvolgimento attivo dei beneficiari**, degli stakeholder e dei destinatari finali, attraverso azioni partecipative e iniziative di confronto, ascolto e co-progettazione;
- **Rafforzamento del coordinamento tra il FSE+ e gli altri strumenti di programmazione comunitaria e nazionale**, come il FESR e le politiche complementari, anche mediante l'utilizzo di **cruscotti di governance e monitoraggio dedicati**. Al fine di garantire una strategia comunicativa organica, sinergica e orientata allo scambio di esperienze si promuoverà la partecipazione a momenti di confronto con le altre realtà regionali e network di comunicatori.

### 1.1 Obiettivi specifici del Piano di comunicazione

In coerenza con gli obiettivi generali del Programma, la strategia di comunicazione per l'annualità 2025 individua una serie di obiettivi specifici, differenziati per target e finalizzati a garantire un'efficace diffusione delle opportunità, una maggiore partecipazione e un miglioramento della qualità della comunicazione istituzionale. In particolare attraverso le attività 2025 si tenderà a:



- Aumentare il livello di conoscenza del Programma, incrementando la consapevolezza rispetto alle finalità, alle opportunità e ai risultati del FSE+, anche attraverso il potenziamento delle campagne informative e l'utilizzo di strumenti digitali efficaci ed accessibili;
- Favorire l'accesso informato alle misure previste dal Programma da parte di tutti gli stakeholder e delle categorie prioritarie, in particolare giovani, persone disoccupate e soggetti fragili, mediante azioni di comunicazione mirate e segmentate, con l'obiettivo di aumentare le interazioni con i contenuti dedicati;
- Incentivare la **partecipazione** attiva degli stakeholder attraverso iniziative di animazione territoriale, eventi tematici e spazi di confronto;
- Garantire trasparenza e piena accessibilità, anche a persone con disabilità, alle informazioni sulle opportunità di finanziamento, sulle modalità di accesso e sulle operazioni selezionate, anche attraverso strumenti digitali ad hoc, contenuti multilingua e materiali informativi;
- **supportare i beneficiari nell'ambito degli obblighi di comunicazione** la diffusione di linee guida, format standard, tool kit e attività formative dedicate;
- **Rendere visibile e accessibile l'avanzamento dell'attuazione del Programma**, con particolare attenzione alle Operazioni di Importanza Strategica, attraverso aggiornamenti periodici, report divulgativi e strumenti di monitoraggio consultabili da tutti i cittadini;
- **Favorire un approccio integrato e coordinato della comunicazione tra fondi**, promuovendo sinergie tra FSE+, FESR e altri strumenti comunitari e nazionali. Si prevede a tal proposito la partecipazione ai network nazionali dei comunicatori e lo scambio di esperienze tra amministrazioni;
- **Migliorare la qualità percepita della comunicazione istituzionale** con meccanismi di ascolto e valutazione della soddisfazione.

## 1.2 Caratteristiche del Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione sarà:

- **integrato** con il Partenariato istituzionale, il Partenariato economico-sociale, le attività di comunicazione istituzionale della Regione e i Fondi Strutturali;
- **partecipato, flessibile e rivolto a tutto il territorio regionale**;
- **mirato e differenziato in base ai vari target di riferimento**.

## 2. Pubblico di riferimento

In coerenza con gli obiettivi indicati dal Piano di Comunicazione triennale del PR FSE+ 2021-2027 la strategia comunicativa del 2025 mira non solo a **informare**, ma anche a **coinvolgere** i target individuati, rendendoli parte attiva dell'attuazione del Programma, attraverso attività partecipative, di ascolto e di condivisione delle scelte comunicative che rafforzi, in ultima istanza, il **legame tra istituzioni europee e cittadinanza**. Per far questo, la strategia comunicativa del 2025 si fonda sulla differenziazione dei linguaggi, dei canali e degli

strumenti, in funzione delle caratteristiche, dei bisogni informativi e dei livelli di coinvolgimento dei diversi gruppi target,

- **grande pubblico:** cittadini da sensibilizzare e informare sulle opportunità e i risultati del PR;
- **beneficiari potenziali:** tutte le categorie di soggetti che possono accedere alle opportunità di finanziamento del PR FSE+ Sicilia;
- **beneficiari effettivi:** tutte le categorie di soggetti che hanno avuto accesso alle opportunità di finanziamento del PR FSE+ Sicilia. Essi rappresentano non solo destinatari delle risorse, ma anche il veicolo della comunicazione sul territorio, in quanto esemplificazione della visibilità delle operazioni finanziate e attori centrali nella diffusione dei risultati;
- **destinatari:** i soggetti che beneficiano dell'esecuzione dei progetti e delle realizzazioni da essi prodotte; attenzione specifica sarà prestata, a titolo esemplificativo a:
  - giovani, in particolare NEET;
  - persone disoccupate o in cerca di prima occupazione;
  - soggetti in condizione di fragilità economica o sociale;
  - persone con disabilità;
  - lavoratori e lavoratrici in transizione o a rischio esclusione;
  - donne, in particolare in condizione di svantaggio nell'accesso al mercato del lavoro;
  - migranti e minoranze etniche.
- **stakeholders:** il Partenariato economico e sociale, le PA e altri soggetti coinvolti nella programmazione, attuazione o valutazione delle politiche del lavoro e dell'inclusione sociale. A essi si rivolge una comunicazione tecnica e strategica, affinché possano svolgere la funzione di moltiplicatori di informazioni; a titolo esemplificativo Europe Direct e reti di informazione europea, organismi rappresentanti della società civile (partner ambientali, parità di genere, non discriminazione e inclusione sociale); gruppi target in base agli Avvisi emanati (università, scuole, poli formativi, centri di ricerca, partenariato, associazioni datoriali); enti del terzo settore e volontariato, sistema camerale, fondazioni, rappresentanze sindacali e datoriali, dipartimenti regionali, rete regionale URP, centri per l'impiego, media e *opinion leader*.
- **Operatori della comunicazione e media,** locali e nazionali, con cui si intende attivare un rapporto strutturato per amplificare la portata e la qualità dell'informazione pubblica, valorizzando esempi virtuosi e facilitando la diffusione di contenuti rilevanti.
- **comunità scolastiche, universitarie e giovanili,** target chiave per una strategia educativa di medio-lungo periodo, capace di promuovere la cittadinanza attiva, il senso di appartenenza europea e la conoscenza degli strumenti messi in campo per la crescita del territorio.

Per ogni azione si effettuerà una **segmentazione del pubblico di riferimento** su *cluster* omogenei in base ai benefici derivanti dalle informazioni veicolate dal PR (es. beneficiari e destinatari degli avvisi; *stakeholder* e media che veicolano le informazioni ecc.), rispetto alla

Cofinanziato  
dall'Unione europeaREGIONE  
SICILIANA

tipologia di messaggio da veicolare (es. promozione Avviso, visibilità evento, news...), di tipo geografico (territori interessati da eventi, avvisi, e altre iniziative di comunicazione del PR) e socio-demografico (fasce di età o genere, interessate da Avvisi, eventi e altre iniziative di comunicazione del PR).

### 3. Azioni e interventi

Il presente piano di comunicazione, relativo all'anno 2025, prevede l'ideazione di **concept creativi e progettazione strategica di campagne promozionali**. Le attività saranno pianificate in coerenza con il calendario annuale degli Avvisi, con particolare attenzione alla valorizzazione delle linee di intervento in fase di attuazione, alla comunicazione dei risultati conseguiti e al rafforzamento della percezione positiva delle politiche europee da parte dei cittadini. Nell'ottica di un'ottimizzazione delle risorse si prevedono **azioni di supporto** con il ricorso a professionalità esterne per l'attuazione del Piano al fine di fornire all'Amministrazione regionale una comunicazione efficace. La strategia si articolerà in sette macro-categorie di azioni:

- Comunicazione digitale
- Relazione con i media ed editoria
- Materiali informativi e promozionali
- Animazione territoriale
- Campagne pubblicitarie
- Attività di Partenariato
- Rassegna Stampa

#### 3.1 Comunicazione digitale

##### 3.1.1 Il portale FSE+ Sicilia

Entro la fine del 2025 la comunicazione sarà veicolata tramite il portale [fse.regione.sicilia.it](https://fse.regione.sicilia.it/). Il rinnovato spazio digitale permetterà all'utente di accedere alla documentazione relativa alle attività del Programma Regionale e al beneficiario dei corsi formativi di poter consultare la propria storia professionale. All'interno del portale, inoltre, sarà possibile accedere alla piattaforma operativa del Fondo sociale europeo Plus.

Per il **sito web del PR FSE+ Sicilia** (<https://fse.regione.sicilia.it/>) nel corso del 2025 si intensificheranno le attività di **creazione di contenuti** e **aggiornamento costante** degli stessi. Sarà attivata un task per il **monitoraggio** costante degli accessi, delle visualizzazioni, ecc... al fine di fornire informazioni aggiornate sugli indici di penetrazione.

Inoltre, **in coerenza con quanto richiesto dai regolamenti**, particolare visibilità sarà data a:

- Operazioni di importanza strategica
- Punto di contatto, quale organo di garanzia individuato dal Regolamento (UE) 2021/1060.
- Elenco operazioni (in formato aperto), aggiornamento almeno ogni 4 mesi
- Calendario Avvisi (in formato aperto) aggiornamento almeno 3 volte l'anno
- Manualistica > SIGECO e Manuale procedure
- Pubblicazione sul sito dei dati trasmessi dall'Autorità di Gestione del Programma alla Commissione europea (art. 42 del Regolamento (UE) 1060/2021)

Il portale, inoltre, rafforzerà la portata comunicativa tramite notizie, video, infografiche, materiali multimediali e segnalazioni di opportunità ed eventi.

Al fine di rendere i contenuti più fruibili si opererà su due dimensioni:  
- **Architettura informativa** per integrare contenuti divulgativi (es. sezioni con video e contenuti di storytelling con docufilm di beneficiari che raccontano la loro esperienza con un linguaggio semplice).

-**Percorsi di navigazione** su base profilo, che in funzione delle caratteristiche socio/demo di chi naviga, indirizza verso i possibili benefici di cui può disporre.

### **3.1.2 I social e altri canali di comunicazione**

Il ruolo dei social media si conferma di fondamentale importanza come strumento strategico per comunicare in modo efficace e mirato ai beneficiari, sia effettivi che potenziali per promuovere opportunità, bandi, eventi e iniziative di comunicazione e PR, rafforzando il coinvolgimento e l'interesse del pubblico. Successivamente, i *social media* diventano un mezzo essenziale per condividere e valorizzare i progetti realizzati, evidenziando i risultati attesi e quelli raggiunti, con l'obiettivo di consolidare la trasparenza, la fiducia e la partecipazione attiva degli *stakeholder*.

Per supportare l'azione di comunicazione sviluppata sul web verrà ulteriormente potenziata l'attività dei social media, anche mediante le sponsorizzate a pagamento.

Appare quindi opportuno predisporre il nuovo piano editoriale annuale dedicato al potenziamento e all'ottimizzazione dei canali social fin qui utilizzati, con una particolare attenzione all'uso degli strumenti delle piattaforme e a iniziative mirate all'incremento dei *follower*, all'allargamento della platea di riferimento, che possa essere raggiunta attraverso la distribuzione organica ed eventuali iniziative di inserzione sponsorizzata dei contenuti.

Risulta strategico il canale **Facebook**, che attualmente conta circa 10.000 *follower* e che consente di amplificare la comunicazione di notizie, eventi, ma anche video/reel sui progetti finanziati.

Allo scopo di incrementare il livello di *awareness* presso il target delle giovani generazioni, va potenziato il **canale Instagram**, che ad oggi conta oltre 1900 *follower*. Verrà predisposto

Cofinanziato  
dall'Unione europeaREGIONE  
SICILIANA

un piano editoriale annuale, in modo da regolare le pubblicazioni relative al PR FSE Sicilia 2021-2027, garantendo un'attività costante e coerente con gli obiettivi della comunicazione. Per il periodo previsto, la **Social Media Strategy** sarà differenziata e partecipata, assicurando la coerenza con le altre azioni e canali del Piano e garantendo differenti obiettivi e modalità di *engagement* a seconda del canale social presidiato.

In ottica di efficacia comunicativa si integreranno lo storytelling e i dati realizzando ad esempio:

- **Dashboard interattive** che aggiornano dinamicamente sui risultati del programma;
- **Mappe dinamiche** degli interventi realizzati sul territorio;
- **Infografiche emozionali** che uniscono volti e dati, mostrando l'impatto umano del programma.

**I social network che si utilizzeranno per veicolare la comunicazione del PR FSE+ Sicilia saranno quindi:**

- **Facebook:** la pagina FB offre la possibilità di analizzare i dati insight, tracciare un accurato profilo socio-demografico dell'utenza, evidenziare i contenuti di maggior successo, creare eventi, realizzare dirette streaming, diffondere video e infografiche;
- **Instagram:** la pagina IG per una comunicazione più rapida ed efficace per raggiungere un target più giovane e smart;
- **Youtube:** il canale per pubblicare video e video-interviste, prodotti durante lo svolgimento delle attività, gli eventi e gli appuntamenti del PR FSE+ Sicilia.
- **Linkedin** viene utilizzato invece come canale strategico per raggiungere un pubblico professionale, composto da stakeholder istituzionali, professionisti, imprese e partner potenziali o effettivi. Esso rappresenta uno strumento fondamentale per promuovere contenuti di approfondimento, opportunità di finanziamento, buone pratiche e risultati raggiunti, oltre a favorire il networking e la creazione di sinergie tra soggetti interessati alle attività del Programma.

Per aumentare il coinvolgimento autentico e la partecipazione emotiva, la comunicazione **valorizzerà la voce diretta delle comunità locali e dei beneficiari delle misure**, soprattutto sui social. Per il 2025 si prevede l'istituzione di:

- **Community Ambassador Program:** selezione di ambasciatori locali che documentano e raccontano tramite i social le attività del PR FSE+, in chiave personale e autentica;
- **StorieDiSicilia**(# esemplificativo): campagna social che raccoglie testimonianze dirette, storie di successo e interviste brevi (video-reel o podcast brevi) degli utenti stessi;

### 3.2 Relazione con i media ed editoria

Per promuovere la visibilità sui media regionali e nazionali (tv, stampa, radio, testate online) delle opportunità e risultati raggiunti del Programma, in raccordo con l'Ufficio stampa della Regione, sarà effettuata una costante e mirata attività di:

- realizzazione di **servizi editoriali** (es. comunicati stampa, prodotti multimediali, ecc.);
- organizzazione di **conferenze stampa** per informare sulle attività di maggiore interesse, sull'apertura e chiusura delle azioni del PR sul territorio, sui beneficiari delle azioni ecc.;
- produzione di **prodotti su programmi televisivi e radiofonici**, finalizzati ad informare il pubblico sulle iniziative previste nell'ambito del PR, nonché a pubblicizzare i progetti ammessi a finanziamento.

### 3.3 Materiali informativi e promozionali

Nel corso del 2025 si giungerà all'ideazione di un **concept narrativo unificante**, capace di connettere tutte le iniziative del Programma, generando consapevolezza tanto sull'impatto sistemico quanto sulle opportunità specifiche abilitate dalle singole misure.

In un contesto complesso e articolato come quello del PR FSE+ Sicilia, il rischio è che le iniziative restino percepite come azioni isolate. L'approccio narrativo che proponiamo mira invece a costruire una **narrazione sistemica**, che tenga insieme visione e azione, valori e strumenti, obiettivi di lungo periodo e benefici concreti per i cittadini.

Questa narrazione potrebbe avere un nome e un claim specifici che richiamano le finalità del programma: a puro titolo esemplificativo si potrebbe ricorrere a **"Sicilia+, Crescere Insieme"** come nome della campagna, e come **Claim**: *"Ogni persona, un'opportunità. Ogni progetto, una comunità."* Il Programma diventerebbe l'elemento abilitante, ma non il soggetto della comunicazione, ponendo così il focus sul valore e "purpose" del Programma, non sullo strumento operativo.

È prevista la realizzazione di **prodotti informativi e promozionali** - per lo più in formato multimediale - così da rendere più accessibili, ai diversi target, le informazioni sulle opportunità e i risultati del Programma.

I prodotti promozionali avranno l'obiettivo di diffondere l'immagine dell'Unione Europea, pubblicizzare il PR e fornire i riferimenti utili per acquisire informazioni relative alle iniziative attuate.

I prodotti realizzati saranno progettati in lin

ea con l'identità visiva dell'Unione Europea e con le linee guida nazionali, assicurando il corretto utilizzo dei loghi e dei riferimenti al cofinanziamento europeo.

Potranno comprendere:

- **Brochure e opuscoli informativi**, per illustrare sinteticamente le finalità del Programma e le modalità di accesso ai finanziamenti;
- **Schede progetto**, volte a raccontare in modo efficace interventi significativi e buone pratiche;
- **Roll-up, locandine, banner e manifesti**, da utilizzare durante eventi, fiere, convegni o altre occasioni pubbliche;



Cofinanziato  
dall'Unione europea



REGIONE  
SICILIANA

- **Gadget istituzionali e promozionali**, come penne, block notes, shopper o altri oggetti personalizzati, destinati a rafforzare il riconoscimento del Programma tra i cittadini e gli stakeholder. Al fine di evitare di associare al Programma l'immagine di consumismo e non circolarità, i gadget saranno contenuti e utilizzati materiali sostenibili per la produzione fisica (carta riciclata, packaging compostabile, gadget a basso impatto ambientale).

### 3.4 Animazione territoriale

Nel corso dell'anno di riferimento di attuazione del Piano saranno organizzati eventi in linea con le direttive regolamentari, eventi promozionali e tematici focalizzati inerenti al PR FSE+ Sicilia ed iniziative finalizzate ad informare e sensibilizzare il pubblico sulle azioni del Programma.

Obiettivo delle attività di animazione territoriale sarà anche quello di aprirsi a voci nuove come ad esempio:

- Collaborazioni con influencer locali, creatori di contenuti e educatori digitali per spiegare le misure del PR in linguaggi freschi e credibili.
- Podcast in co-produzione con media regionali e testate di settore.
- Collaborazioni con scuole e università per contest creativi, eventi, ambassador studenteschi.

#### EVENTO IN LINEA CON LE DIRETTIVE REGOLAMENTARI

Riunione tecnica preliminare e sessione plenaria del **Comitato di Sorveglianza 2025**, finalizzate a condividere gli stati di attuazione del Programma e i progressi compiuti nel conseguimento dei suoi obiettivi.

#### ATTIVITÀ PROMOZIONALI E TEMATICHE DEL PR FSE+ SICILIA: EVENTI, INIZIATIVE E OPPORTUNITÀ

Iniziativa inerenti al Fondo Sociale Europeo Plus, anche con il coinvolgimento diretto del **Partenariato e stakeholder** operanti nel territorio siciliano:

- **Forum regionale sulle politiche per l'istruzione, la formazione e il lavoro:** Iniziativa strutturata in più tappe itineranti, ciascuna dedicata al coinvolgimento attivo dei soggetti formativi, favorendo la diffusione capillare delle opportunità e il dialogo con i beneficiari. L'iniziativa ha l'obiettivo di stimolare la riflessione e il confronto sull'importanza della formazione come processo continuo e trasversale, essenziale in ogni fase della vita. Inoltre, mira a facilitare l'incontro tra

domanda e offerta di lavoro, rispondendo in modo mirato ai fabbisogni delle aziende del territorio siciliano.

Le **fasi operative** previste per la realizzazione dell'iniziativa sono le seguenti:

1. Organizzazione di tavoli tecnici di lavoro per approfondire temi chiave nella programmazione delle politiche formative e del lavoro, con un focus su:

❖ **Sistemi formativi e sistemi produttivi:** coerenza e adeguatezza di un'offerta differenziata ma complementare che risponda ai bisogni di competenze delle persone e alle esigenze delle filiere/sistemi produttivi;

❖ **Sistemi formativi e territori:** modalità di integrazione e collaborazione tra i diversi attori dei territori;

❖ **Modelli e modalità formative:** la formazione nei contesti di impresa nei diversi segmenti (dall'apprendistato ai tirocini) per una via italiana al duale.

2. Animazione territoriale (roadshow) su tre raggruppamenti di Province con la presenza di sportelli informativi di orientamento, gestiti con la collaborazione di Enti Locali, di Università, associazioni di categoria, scuole ed ITS, operanti nel territorio di riferimento.

3. Convegno di chiusura che si realizzerà con lo svolgimento di talk tematici correlati ai tavoli tecnici di lavoro sopra elencati.

Nelle prime due fasi dell'iniziativa verrà somministrata ai partecipanti un'*indagine di customer satisfaction* per rilevare il livello di apprezzamento degli incontri svolti e i fabbisogni del target di riferimento.

Ogni fase potrà essere collegata a buone prassi ed azioni future relative agli Avvisi del PR FSE+ 2021-2027, e potrà essere supportata dalla collaborazione con altri fondi.

**Durata dell'iniziativa:** circa 9 mesi

### **Verso la Giornata della Politica sociale**

Iniziativa volta a sensibilizzare ed informare il grande pubblico sulle politiche sociali attive sul territorio, sui diritti dei cittadini e sulle opportunità di partecipazione con l'obiettivo di creare uno spazio inclusivo e partecipativo che incoraggia la cittadinanza ad essere attiva nella politica sociale ed a contribuire al miglioramento della comunità. Ogni fase potrà essere collegata a buone prassi ed azioni future relative agli Avvisi del PR FSE+ 2021-2027 e potrà essere supportata dalla collaborazione con altri fondi.

Gli **strumenti operativi** previsti per la realizzazione dell'iniziativa sono i seguenti:

❖ **Video promozionali** che raccontano le buone prassi, le sfide e le azioni quotidiane della Regione Siciliana, che saranno veicolati nei POI individuati;

❖ **Infografiche e contenuti visivi** sulle azioni di sostegno attivate dalla Regione Siciliana. Le infografiche aiuteranno a rendere i dati facilmente comprensibili e condivisibili sui social;

❖ **Materiale informativo personalizzato:** produzione di materiale creato



ad hoc per i potenziali beneficiari, per invitarli a prendere parte al progetto, evidenziando il loro ruolo cruciale nell'inclusione sociale;

❖ **Incontri, seminari, workshop territoriali:** organizzazione di eventi specifici sia online che in presenza per spiegare il ruolo della Regione, le opportunità del FSE+. Al termine degli appuntamenti, ai partecipanti sarà chiesto di condividere il loro feedback tramite un questionario; ❖ **Mostra itinerante** (su azioni concluse);

❖ **Giornata della Politica sociale (2026).**

**Durata dell'iniziativa:** circa 7 mesi

● **Futuro Digitale: Inclusione ed Educazione per le Comunità**

Iniziativa volta ad avvicinare al mondo digitale i soggetti svantaggiati (disoccupati, anziani, Neet e studenti con poca familiarità con il digitale) che abitano nei quartieri periferici del territorio siciliano, al fine di superare il divario tecnologico che limita opportunità economiche, sociali e culturali. Connettere significa includere, e includere significa dare un futuro migliore a intere comunità.

Inoltre, l'iniziativa si collega all'Anno Europeo dell'Educazione alla Cittadinanza Digitale proposto dalla Commissione Europea.

Gli **strumenti operativi** previsti per la realizzazione dell'iniziativa sono i seguenti:

❖ **Sessioni formative in modalità mista:** laboratori, workshop e corsi di formazione e alfabetizzazione digitale con esperti di settore su temi quali: la sicurezza online, la navigazione su Internet, l'accesso ai servizi digitali (es. Spid, nel caso di persone anziane).

Le classi di utenti verranno composte da soggetti selezionati attraverso la collaborazione con le scuole e le associazioni che operano nel territorio. Alla fine di ogni attività prevista, gli utenti potranno essere accompagnati nel percorso formativo con materiale di supporto al fine di garantire a tutti le stesse opportunità di accesso alla tecnologia;

❖ Concorso dedicato all'anno europeo all'educazione alla cittadinanza digitale dedicato agli istituti Alta Formazione Artistica, Musicale e coreutica - AFAM e ITS;

❖ **Campagna social** informativa sull'Anno europeo all'educazione alla cittadinanza digitale

❖ **Summer Camp gratuiti** a carattere laboratoriale per studenti del quarto anno delle scuole superiori della Sicilia sui temi della cittadinanza digitale e delle sue applicazioni, con la collaborazione di tutte le Università del territorio, ITS, enti di ricerca e scuole.

**Durata dell'iniziativa:** anno 2025

**Eventi di promozione degli Avvisi** in pubblicazione/da pubblicare, in riferimento al "*calendario degli inviti a presentare proposte*", a supporto dei Centri di Responsabilità, e per cui l'Amministrazione ritiene necessaria una

maggior attenzione e visibilità

Per raggiungere la piena efficacia della comunicazione e intercettare gli obiettivi descritti, saranno, inoltre, creati eventi originali e formati mediatici che vadano oltre la classica comunicazione istituzionale. Si prevede l'organizzazione di

- **Street Media Art:** installazioni artistiche urbane interattive per comunicare messaggi chiave del programma. Murales digitali o fisici che raccontano storie e impatti del FSE+, utilizzando QR-code per approfondimenti multimediali.
- **Laboratori Siciliani:** eventi partecipativi in cui cittadini, imprese e stakeholder sono coinvolti in workshop per co-progettare interventi e soluzioni locali sui temi del lavoro, formazione, inclusione sociale e sviluppo sostenibile.
- **Open Sicilian Labs:** sessioni aperte in spazi pubblici (piazze, mercati, università) per mostrare concretamente l'innovazione e l'impatto dei progetti FSE+ attraverso demo live e interazioni dirette con i protagonisti.

## PARTECIPAZIONE AD INIZIATIVE REGIONALI

A seguire un elenco, esemplificativo ma non esaustivo, di eventi che si potranno realizzare:

- Partecipazione alla **Festa dell'Europa**, con iniziative di sensibilizzazione sulle tematiche europee, che puntano ad avvicinare i cittadini all'Unione europea, alle sue istituzioni e al suo funzionamento;
- Partecipazione alla **Notte Europea dei Ricercatori**, iniziativa promossa dalla Commissione Europea che mira a rafforzare il legame della ricerca e dei ricercatori con il pubblico, promuovendo progetti di eccellenza in tutta l'UE e favorendo l'interesse dei giovani nella scienza e nelle carriere di ricerca;
- Partecipazione ai meeting **Inform-Eu** ed **Inform-Ita**, la Rete dei Comunicatori europei della Politica di coesione, per approfondire l'esperienza di comunicazione sui fondi europei e fare rete all'insegna della trasparenza, della semplificazione e della visibilità dei finanziamenti europei;
- Partecipazione a **JOB&Orienta**, la più importante mostra-convegno nel panorama nazionale che riguarda l'orientamento, la scuola, la Formazione e le politiche attive per il Lavoro proponendo diverse esperienze digitali. La manifestazione è suddivisa in un'ampia rassegna espositiva con percorsi tematici ed un calendario di appuntamenti (eventi istituzionali, seminari, workshop, laboratori, performance artistiche ecc.) finalizzati a informare, aggiornare e formare scuole, giovani, insegnanti, operatori e famiglie. La partecipazione a questo evento potrebbe essere finalizzata a intercettare potenziali soggetti utili all'organizzazione di un evento FSE+ Sicilia dedicato al tema del metaverso, della

Cofinanziato  
dall'Unione europeaREGIONE  
SICILIANA

digitalizzazione e delle tecnologie avanzate

- Partecipazione a **Didacta Italia**, Firenze: un appuntamento fieristico sull'innovazione del mondo della scuola rivolta a tutti i livelli di istruzione e formazione che si declina in una serie di convegni, seminari e attività varie che spaziano dall'area tecnologica a quella scientifica e umanistica, fino allo spazio di apprendimento
- Collaborazione con altri rami dell'Amministrazione per la partecipazione al **4° Festival delle Regioni** - Venezia 18-20 maggio 2025, dal titolo "**Alla scoperta delle eccellenze regionali: un viaggio tra innovazione e tradizione**", organizzato dalla Conferenza delle Regioni in collaborazione con la Regione Veneto.
- Partecipazione a **Pint of Science**, "*I ricercatori incontrano le persone*", il festival che si svolge sia a livello nazionale che regionale dove i più brillanti ricercatori raccontano al grande pubblico le novità della ricerca;
- Partecipazione alle **Vie dei Tesori**, il più grande circuito di promozione del patrimonio culturale e paesaggistico della Sicilia, con centinaia di tesori aperti, animati e messi in rete e un forte coinvolgimento delle comunità;
- Partecipazione a **Blue Sea Land**, l'evento che promuove al mondo le filiere tecnologiche, le peculiarità culturali tipiche di ogni territorio e le eccellenze enogastronomiche del gusto;
- Partecipazione al festival dedicato al mondo dei libri, **Una marina di libri**, diventato da diversi anni l'appuntamento letterario della regione e del Sud Italia;
- Partecipazione al **Festival delle Letterature Migranti**, iniziativa che vede protagonisti scrittori e studiosi di diverse origini incontrarsi per dialogare sulle emergenze sociali e sui nodi complessi della nostra contemporaneità.

### 3.5 Campagne pubblicitarie

La produzione di contenuti e le attività redazionali che alimentano il sito web e la comunicazione via social media vengono valorizzate attraverso la collaborazione con gli organi di informazione (Radio, Tv, Testate cartacee ed online a livello nazionale e locale), per sensibilizzare l'opinione pubblica e diffondere le informazioni sulle opportunità, lo stato di attuazione e i risultati del Programma. Pertanto è previsto l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa in linea con il [D.lgs.n.208/2021](#), di attuazione della [direttiva\(UE\)2018/1808delParlamentoeuropeoedelConsiglio](#).

Tra le scelte relative al media planning, le attività di pubblicizzazione potranno essere condotte attraverso:

- il ricorso ad articoli e servizi sui quotidiani, magazine e riviste locali e nazionali, sia attraverso un uso strategico del mezzo televisivo e radiofonico;

- Web Advertising su siti di informazione, di settore e generici;
- Podcast narrativo: episodi costruiti come storytelling avvincente, sullo stile delle serie podcast, con episodi narrativi dedicati alle principali azioni del programma, raccontandole in modo avvincente e umano.
- azioni di comunicazione digitale da veicolare sui principali canali social del FSE+, (es. la campagna social con card social sulle giornate internazionali, con l'obiettivo di informare e sensibilizzare i cittadini sulle tematiche internazionali di maggiore rilevanza. Potrà essere, inoltre, realizzata una campagna volta a promuovere la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea e della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità (UNCR);
- azioni di comunicazione digitale attraverso le sponsorizzate a pagamento sui social.

### 3.6 Attività di Partenariato

Il Partenariato istituzionale, economico e sociale, costituito da quasi 100 membri, continuerà a essere determinante nel **costruire sinergie** tra gli attori del PR e sarà costantemente ampliato da nuovi membri, in particolare soggetti che operano a stretto contatto con il territorio. I membri della rete saranno coinvolti dall'Ufficio di Coordinamento del Partenariato, incardinato all'interno del Dipartimento della Formazione Professionale, in modo diretto nella definizione congiunta delle azioni che riguardano il Programma.

Al fine di ampliare e consolidare la rete partenariale, verranno realizzati almeno **incontri e tavoli tematici** (cfr. punto 3.4) volti ad affrontare tematiche specifiche.

### 3.7 Rassegna Stampa

Sarà svolta un'attività di monitoraggio delle uscite sui media (stampa, web, TV, radio e social) in occasione di conferenze stampa e alla diffusione di comunicati relativi al Programma. A **cadenza trimestrale** verrà, inoltre, realizzata **un'analisi quali-quantitativa della rassegna**, per evidenziare i temi più ricorrenti e i canali di comunicazione maggiormente coinvolti nella diffusione dei contenuti del Programma.

## 4. Monitoraggio e valutazione

Il **monitoraggio** è lo strumento essenziale per verificare puntualmente quanto realizzato e apportare eventuali azioni correttive e migliorative del Piano di Comunicazione. L'attuazione delle azioni di comunicazione viene esaminata annualmente dal Comitato di Sorveglianza. Gli indicatori di monitoraggio si basano sul quadro comune di rilevazione e

misurazione sistematica dell'efficacia delle azioni di comunicazione per il ciclo 2021-2027 definito a livello nazionale ([LG-COM v. 1.0](#)).

L'attività di monitoraggio prevede l'analisi dell'avanzamento degli indicatori di realizzazione e di risultato. Di seguito si riportano i dati di sintesi attuativa dell'annualità precedente e i target per il 2025:

## 1. Indicatori di output

### (ISOCOM 1IT)

#### Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati

L'indicatore rileva il numero di iniziative e di prodotti di comunicazione e di informazione realizzati (incluse le iniziative volte ad aumentare la visibilità delle politiche di coesione).

#### Monitoraggio 2024:

| AZIONI/STRUMENTO                                | ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati | 2024 |     |     |     |     |     |     |     |      |     |     |     |
|---|---|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
|   |   | GEN  | FEB | MAR | APR | MAG | GIU | LUG | AGO | SETT | OTT | NOV | DIC |
| Campagne di comunicazione realizzate            | n. di campagne prodotte   | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Campagne stampa                                 | n. di pubblicazioni   | 1    | 0   | 0   | 0   | 1   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Campagne di web e digital PR                    | n. di campagne prodotte   | 1    | 1   | 0   | 0   | 0   | 1   | 0   | 0   | 2    | 0   | 0   | 0   |
| Eventi  | n. di eventi  | 0    | 0   | 0   | 0   | 1   | 0   | 1   | 0   | 0    | 0   | 1   | 1   |
| Seminari e workshop e webinar                   | n. di seminari, workshop e webinar  | 0    | 0   | 0   | 0   | 1   | 1   | 0   | 0   | 0    | 1   | 1   | 0   |
| Attività itineranti                             | n. di roadshow itineranti   | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Web   | n. pagine news web pubblicate su sito del Programma                                       | 3    | 4   | 2   | 0   | 6   | 2   | 1   | 0   | 1    | 1   | 5   | 3   |
| Social media                                    | n. di account attivati o utilizzati   | 3    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Social media                                    | n. di messaggi inviati sui diversi canali social (post FB + Tweet + Post IG + Stories)    | 20   | 19  | 12  | 2   | 19  | 11  | 14  | 0   | 14   | 0   | 12  | 5   |
| Materiali informativi, editoriali, promozionali | n. di prodotti realizzati (opuscoli, brochure, pubblicazioni...)                          | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 1   | 0   |
| Prodotti audio-video e multimediali             | n. di video realizzati  | 4    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 1   | 0   |
| Prodotti audio-video e multimediali             | n. di spot radio prodotti   | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Prodotti audio-video e multimediali             | n. di prodotti multimediali/motion graphic realizzate                                     | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Prodotti audio-video e multimediali             | n. di streaming/podcast realizzati  | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 1   | 0   |
| Relazioni con la stampa                         | n. di comunicati stampa diffusi   | 0    | 1   | 0   | 0   | 1   | 2   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
| Relazioni con la stampa                         | n. di conferenze stampa realizzate  | 0    | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 0    | 0   | 0   | 0   |
|   |   | 32   | 25  | 14  | 2   | 29  | 17  | 16  | 0   | 17   | 2   | 22  | 9   |

**Target 2025:** n. 15 iniziative e prodotti di comunicazione e d'informazione.

In riferimento all'indicatore di output ISOCOM 1IT, verranno alimentate e aggiornate con cadenza mensile le tabelle di monitoraggio. In concomitanza con le riunioni del Comitato di Sorveglianza sarà redatta una relazione descrittiva accompagnata da un database contenente il dettaglio puntuale delle attività di comunicazione realizzate. Al fine di agevolare le operazioni di consultazione, tracciabilità e analisi delle attività comunicative svolte, il documento includerà l'elenco dei link alle notizie e ai contenuti video pubblicati, corredati da titolo e data di pubblicazione.

### (ISOCOM 2IT)

#### Campagne di comunicazione integrate

L'indicatore rileva il numero di campagne di comunicazione integrate, ossia quelle con caratteristiche di integrazione above the line (ATL) e below the line (BTL) su almeno due piattaforme differenti di comunicazione (es. TV e stampa, stampa e social, outdoor e social ecc.).

### Monitoraggio 2024:

| ISOCOM_2IT - Campagne di comunicazione integrate |          |          |          |          |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Mese   | 2023     | 2024     | 2025     | 2026     | 2027     | 2028     | 2029     |
| GEN  |          | 1        |          |          |          |          |          |
| FEB  |          | 1        |          |          |          |          |          |
| MAR  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| APR  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| MAG  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| GIU  |          | 2        |          |          |          |          |          |
| LUG  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| AGO  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| SETT   |          | 0        |          |          |          |          |          |
| OTT  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| NOV  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| DIC  |          | 0        |          |          |          |          |          |
| <b>Total</b>                                     | <b>0</b> | <b>4</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>4</b> |

**Target 2025:** n. 4 campagne di comunicazione integrate.

## 2. Indicatori di risultato

*(ISRCOM 1IT)*

L'indicatore rileva il grado di interazione con i contenuti digitali del Programma.

| ISRCOM_1IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma |               |                                     |
|--|---------------|-------------------------------------|
| Anno   | VALORE ISRCOM | VALORE PONDERATO PER SINGOLO UTENTE |
| 2024   | 328,07%       | 1,62                                |

*(ISRCOM 2IT)*

*Grado di conoscenza della politica di coesione*

L'indicatore rileva il grado di conoscenza della politica di coesione.

**Target 2025:** Survey con 400 questionari da somministrare in modalità ibrida ai target oggetto della campagna di comunicazione

## 5. Budget

Per il periodo considerato si disporrà di somme tratte dal budget accertato di € **2.000.000,00 iva inclusa** che include l'acquisizione di servizi dedicati alla realizzazione del Piano di comunicazione.