

# Strategia di comunicazione e azioni previste (RDC 40.1(f))

Comitato di Sorveglianza | Genova, 31 maggio 2023

Ordine del giorno – Punto **10b**



# Principali novità 2021-2027

## Art. 22 - Programmazione e pianificazione

*L'approccio in termini di comunicazione e visibilità è integrato direttamente all'interno del Programma, mediante la definizione dei suoi obiettivi, del pubblico destinatario, dei canali, del bilancio e dei principali indicatori di sorveglianza.*

## Art. 40 - Sorveglianza

*Il Comitato di Sorveglianza esamina l'attuazione di azioni di comunicazione e visibilità*

## Art. 46 – Visibilità

*Maggiore focus sulla visibilità, con particolare attenzione alle operazioni di importanza strategica*



# Governance e Re-branding

## Art. 47 – Emblema dell'Unione

*Maggiore attenzione alla visibilità dell'Emblema UE e semplificazione nell'utilizzo, compresa l'eliminazione della citazione del fondo/fondi e la possibilità dell'uso di altri loghi o identità visive per evidenziare il sostegno dell'Unione europea.*

## Art. 48 – Responsabili della comunicazione

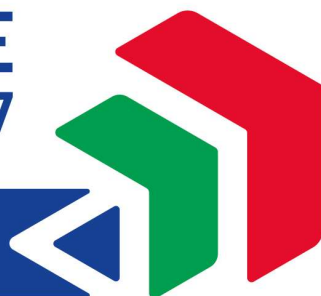
*Nomina di un **Coordinatore nazionale** delle attività di comunicazione, individuate dall'Accordo di Partenariato nell'ambito del Dipartimento per le Politiche di Coesione.*

*Ciascuna AdG individua un **responsabile della comunicazione** del Programma (già effettuata in SFC per il PN Metro Plus e Città Medie Sud 2021-2027)*



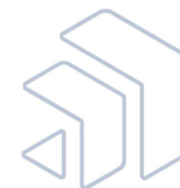
COESIONE  
ITALIA 21-27

METRO PLUS E  
CITTÀ MEDIE SUD



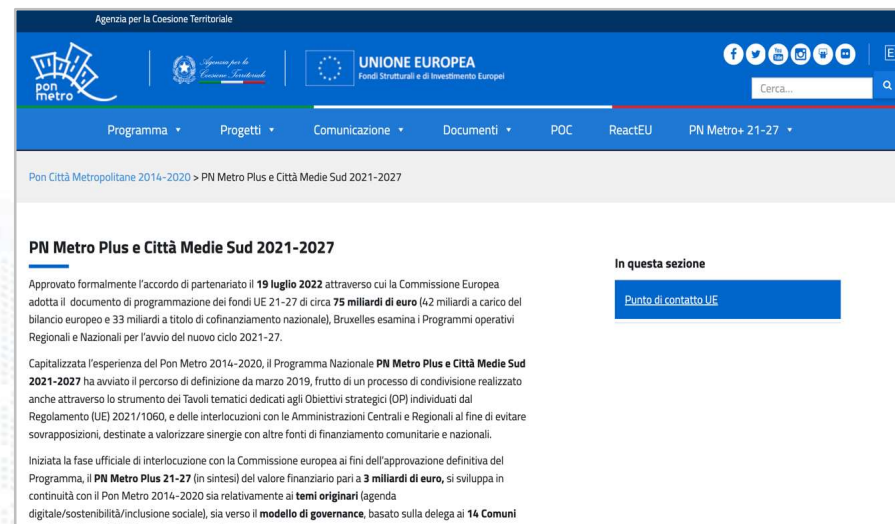
# Re-branding nazionale





## Responsabilità dell'AdG (RDC art. 49)

- Pubblicazione del **sito web** entro 6 mesi dall'adozione del Programma;
- Pubblicazione di un **calendario degli inviti a presentare proposte pianificati**, aggiornato almeno 3 volte l'anno, con un set minimo di dati
- Pubblicazione dell'**elenco operazioni**, aggiornato almeno ogni mese, con un set minimo di dati
- Trasferimento dei materiali di comunicazione e relative licenze d'uso a titolo gratuito all'Ue.







## Responsabilità dei Beneficiari (RDC art. 50)

- Maggiore utilizzo dei **mezzi digitali** per dare evidenza alle operazioni finanziate;
- **Operazioni di importanza strategica e operazioni > 10 Meuro** con obbligatorietà di un evento o una attività di comunicazione di cui informare e per cui coinvolgere preventivamente la Commissione.



**30 giugno** > Rilascio **linee guida nazionali** per la comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica

**31 luglio** > Rilascio **TOOLBOX nazionale** per la comunicazione, il monitoraggio, l'attuazione, la rendicontazione e il supporto agli adempimenti del beneficiario in materia di comunicazione per le operazioni di importanza strategica



## Opportunità

Possibilità per i potenziali beneficiari di ottenere finanziamenti.

Non sono bandi di gara per contratti di lavori, servizi e forniture, né bandi di concorso per avvisi di selezione per il reclutamento di persone

# Opportunità di finanziamento

Pubblicazione di un **calendario degli inviti a presentare proposte pianificati**, aggiornato almeno 3 volte l'anno, con un set minimo di dati (*art 49 RDC*).

## Raccolta dati alla fonte



## Sito web PN



## Portale nazionale



## Fase 1



## Fase 2





## Punti chiave della strategia di comunicazione

- Rebranding e nuovi toolkit per città e beneficiari;
- Progettazione e costruzione di un nuovo portale 2021-2027;
- Complementarietà siti web 2014-2020/2021-2027 su stesso nome a dominio [www.ponmetro.it](http://www.ponmetro.it);
- Maggiore investimento sulle strategie Digital e target giovani;
- Elaborazione di un piano esecutivo integrato;
- Investimenti per la comunicazione «Città Medie Sud».