

Interreg
Italia-Österreich
European Regional Development Fund



Strategia di comunicazione

Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020

30/11/2016



Documento	Strategia di comunicazione
Versione	30/11/2016
Approvazione	Comitato di Sorveglianza
Programma di cooperazione	CCI-N. 2014TC16RFCB052 Approvato dalla Commissione Europea con decisione di esecuzione C(2015) 8658 il 30/11/2015

Premessa	5
1. Strategia di comunicazione	6
1.1 Obiettivi e priorità di comunicazione	6
1.2 Gruppi di destinatari	6
2. Attività del programma	8
2.1 Logo del programma	8
2.2 Corporate Design del programma	9
2.3 Unico sito web del programma	10
2.4 Pubblicazioni	11
2.5 Relazioni pubbliche	12
2.6 Piccolo materiale promozionale e materiale informativo	12
2.7 Le misure di sensibilizzazione dei gruppi target	13
2.8 Eventi	13
2.9 L'utilizzo di nuove possibilità tecnologiche	14
2.10 Accessibilità	14
3. Attività di comunicazione del beneficiario	16
3.1 Obblighi di comunicazione dei beneficiari	16
3.2 L'assistenza ai beneficiari da parte delle Autorità del programma	18
4. Budget	19
5. Attuazione e valutazione della strategia di comunicazione	21
5.1 Attuazione e segnalazione	21
5.2 I Compiti del funzionario incaricato dell'informazione	21
5.3 Valutazione delle attività di comunicazione	22
6. Panoramica di tutte le misure previste	24
7. Appendice	26
7.1 Estratto dalle basi giuridiche	26
Strategia di comunicazione Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020	3

7.2 Glossario	30
7.3 Branding Design Manual Interact	36

Premessa

Ai fini di garantire la massima trasparenza i cittadini degli Stati membri dell'Unione europea hanno il diritto incondizionato di essere informati sugli obiettivi della politica di coesione, la natura e le finalità degli investimenti dei fondi dell'Unione e i risultati raggiunti con le risorse finanziarie dei fondi. Sia l'autorità di gestione che i beneficiari sono quindi obbligati a informare il pubblico in modo adeguato.

Il regolamento (UE) N. 1303/2013 contiene disposizioni dettagliate sulle azioni di informazione e comunicazione al fine di promuovere la diffusione globale delle informazioni sui risultati raggiunti con le risorse finanziarie dei fondi, sulle possibilità di finanziamento per i potenziali beneficiari, nonché per rendere noto il ruolo dell'Unione in questo contesto. I programmi di cooperazione devono tener conto di tali regole (cfr. REG (UE) 1303/2013, art. 103). La presente strategia di comunicazione si basa sul regolamento (UE) N. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, in particolare gli articoli 4, 5, 101, 110, 111, 115, 116 e 117, nonché l'Allegato XII, sul rispettivo regolamento di esecuzione (UE) N. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014, in particolare gli articoli 4 e 5 e l'Allegato II, sul regolamento (UE) N. 1299/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, sul rispettivo regolamento delegato (UE) N. 481/2014 della Commissione del 4 marzo 2014, in particolare i paragrafi 1, 5 e 6, nonché l'art. 2 e, per quanto riguarda l'applicazione grafica del logo del programma, sul Brandbook di INTERACT del 18 dicembre 2014.¹ In conformità ai principi di proporzionalità, coerenza, trasparenza e sostenibilità, la presente strategia di comunicazione mira a regolare le attività di comunicazione orientate al pubblico in modo più efficiente possibile.

L'elaborazione della presente strategia di comunicazione si basa su una relazione finale sulle esperienze fatte nell'ambito delle attività di comunicazione nel periodo 2007-2013, il quale è stato elaborato assieme alle Unità di Coordinamento Regionale, che svolgono un ruolo fondamentale nell'ambito delle attività di comunicazione a livello regionale e locale. In sede di elaborazione della presente strategia di comunicazione si ha provveduto principalmente a mantenere e ampliare gli approcci, le strategie e le attività che si sono rivelati positivi nel periodo 2007-2013. Il presente documento è redatto in italiano e tedesco dall'Autorità di gestione in collaborazione con le Unità di Coordinamento Regionale e viene presentato al comitato di sorveglianza per l'approvazione.

¹ Questo documento non sostituisce in nessun momento e modo le disposizioni di legge sulle quali si basa.

1. Strategia di comunicazione

1.1 Obiettivi e priorità di comunicazione

L'obiettivo generale della strategia di comunicazione del programma Interreg V-A Italia-Austria è l'ampia ed efficace divulgazione al pubblico del contenuto, del proseguimento e dei risultati del programma e delle opportunità di finanziamento nell'ambito del programma di cooperazione nel periodo di programmazione 2014-2020, nonché il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e fondi. Dovrebbe essere trasmesso in primo luogo, che il programma contribuirà positivamente, nell'ambito dei quattro assi prioritari, allo sviluppo della ricerca e dell'innovazione, alla sensibilizzazione per la tutela del patrimonio naturale e culturale, al rafforzamento delle competenze istituzionali e allo sviluppo locale integrato al fine di aumentare la responsabilità della popolazione. Inoltre, è essenziale evidenziare il ruolo dell'Unione europea nel finanziamento di progetti nell'ambito della cooperazione tra i Länder austriaci e le regioni italiane. Questi interventi mirano a promuovere uno sviluppo equilibrato, sostenibile e inclusivo per superare le barriere naturali e amministrative nell'area del programma e per aumentare l'avvenenza e la competitività del territorio.

Inoltre, il rispetto incondizionato della trasparenza in merito al contributo del Fondo FESR è l'obiettivo chiave della presente strategia di comunicazione. In questo senso occorre pubblicizzare con chiarezza le risorse disponibili, le condizioni necessarie per il finanziamento, i criteri di selezione, i potenziali beneficiari, nonché tutti i punti di contatto. Tale forma di trasparenza deve essere assicurata non solo in fase di pubblicazione dei Bandi per la presentazione dei progetti, ma anche durante tutte le fasi di attuazione del programma. A tal fine, l'Autorità di gestione mantiene un elenco delle operazioni nella forma di un foglio elettronico che consente di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet, a esempio in formato CSV o XML. L'elenco delle operazioni è accessibile tramite il sito web unico del programma. Tale elenco è aggiornato almeno ogni sei mesi. Inoltre, si mira ad una vasta copertura mediatica conformemente alle risorse del programma.

Infine, l'Autorità di gestione intende, con la presente strategia di comunicazione, dare visibilità al valore aggiunto che deriva dalla cooperazione transfrontaliera tra l'Italia e l'Austria.

1.2 Gruppi di destinatari

I gruppi di destinatari prioritari comprendono non solo tutti i potenziali beneficiari, come per esempio autorità pubbliche nazionali, regionali o locali, consorzi pubblici e privati, parchi scientifici e tecnologici, università e istituti di ricerca, ma anche tutti i beneficiari dei progetti approvati nei periodi di programmazione precedenti, nonché il pubblico generale e tutti i moltiplicatori, come per esempio i media regionali, organizzazioni di cooperazione transfrontaliera attive nell'area del programma e rappresentanti regionali a livello europeo, come le delegazioni regionali a Bruxelles, i punti Europe

Direct e il Comitato delle regioni. Poiché ogni asse del programma si rivolge a un gruppo di destinatari specifico, essi saranno definiti di conseguenza.

In base ai rispettivi gruppi di destinatari saranno scelte forme, mezzi e metodi di comunicazione opportuni, ponendo in particolare l'accento sull'immediata disponibilità delle informazioni attinenti al programma in qualsiasi momento.

2. Attività del programma

Tutte le attività di comunicazione del programma devono essere coordinate a livello transfrontaliero, regionale e locale, al fine di garantire l'efficace attuazione e complementarità e per evitare ridondanze.

Pertanto, nella progettazione e realizzazione delle attività di comunicazione, oltre all'Autorità di gestione e il Segretariato congiunto, anche le Unità di coordinamento regionale svolgono un ruolo fondamentale. La responsabilità per il coordinamento generale di tutte le attività di comunicazione spetta al Segretariato congiunto e, all'interno dello stesso, soprattutto al funzionario incaricato dell'informazione. Anche se l'Autorità di gestione e le Unità di coordinamento regionale pianificano e realizzano azioni di comunicazione in maniera indipendente, il funzionario incaricato dell'informazione deve sempre essere almeno informato delle misure intraprese, per adempiere adeguatamente al suo ruolo di organo di coordinamento di tutte le attività di comunicazione relative al programma. Spetta a lui garantire la complementarità già accennata in precedenza, nonché l'efficienza e l'efficacia delle misure (cfr. 5.3).

In generale, si persegue un approccio flessibile, in base al quale le singole misure di comunicazione possono essere adattate sia a qualsiasi esigenza e bisogno attuale dei gruppi target, sia alle fasi di attuazione del programma, al fine di garantire una diffusione efficiente e sostenibile delle informazioni rilevanti.

Di seguito saranno descritte in dettaglio tutte le azioni di comunicazione del programma Interreg V-A Italia-Austria necessarie per raggiungere gli obiettivi suddetti.

2.1 Logo del programma

Il logo ufficiale e unico del programma è illustrato di seguito. Le Autorità del programma e tutti i beneficiari sono obbligati a usare questo logo su tutti i materiali di comunicazione e in tutte le attività di comunicazione in modo chiaramente riconoscibile a prima vista, perché in mancanza scade la pretesa d'ammissibilità.



Inoltre, valgono i seguenti principi d'uso:

a) L'intero materiale di comunicazione del programma di cooperazione e dei progetti finanziati da esso, nonché tutti gli annunci pubblici devono fare riferimento d'immagine o di scrittura al finanziamento da parte dell'*Unione europea*, del *Fondo europeo di sviluppo regionale* e del programma *Interreg V-A Italia-Austria*. Tutti i requisiti grafici per l'utilizzo del logo sono definiti nel Brand Design Manual di INTERACT, che è disponibile sul sito web del programma. Estratti dal Brand Design Manual sono riportati nella sezione 7.3 in questo documento. Il programma *Interreg V-A Italia-Austria* deve essere riportato interamente, la sola menzione di *Interreg* non è sufficiente.

b) Il logo, che è fornito a tutti i beneficiari del Segretariato congiunto e, che deve essere usato in tutte le pubblicazioni e su tutto il materiale promozionale in modo chiaramente riconoscibile a prima vista, non può essere modificato in alcun modo. Tutte le linee guida grafiche per l'uso del logo sono disponibili nel Brand Design Manual di INTERACT, che è disponibile sul sito web del programma. Estratti dal Brand Design Manual sono riportati in questo documento nella sezione 7.3.

c) Oltre a questo logo, possono essere utilizzati altri loghi, per esempio marchi o loghi dei beneficiari, delle regioni, province o Länder. È necessario notare che l'emblema dell'UE deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi. Il logo del programma non può in nessun caso essere più piccolo rispetto a qualsiasi altro logo. (cfr. RE (EU) 821/2014, art. 4, punto 5 o in sezione 7.1 di questo documento a pagina 22).

d) L'uso del nome del programma *Interreg V-A Italia-Österreich* è senza eccezione consentito solo nel logo. In tutti gli altri casi, il nome unico e ufficiale del programma è *Interreg V-A Italia-Austria*.

L'emblema dell'Unione sarà presentato continuamente negli uffici dell'Autorità di gestione. Inoltre, la bandiera dell'UE viene issata ogni anno in vista della Giornata dell'Europa, il 9 maggio, presso la sede dell'Autorità di gestione. Anche in occasione di eventi pubblici, verrà esibita la bandiera dell'Unione europea.

2.2 Corporate Design del programma

Per garantire una maggiore riconoscibilità e visibilità del programma *Interreg V-A Italia-Austria* si ritiene indispensabile un aspetto uniforme in tutte le prestazioni comunicative – sia per la comunicazione interna tra le Autorità del programma, sia per la comunicazione esterna con i gruppi dei destinatari. A questo scopo saranno individuati e predisposti requisiti formali per impostazioni grafiche dal Segretariato congiunto, e all'interno di quest'ultimo, soprattutto dal funzionario incaricato dell'informazione, che sono da utilizzare obbligatoriamente per la comunicazione interna ed esterna da tutte le Autorità del programma e facoltativamente dai beneficiari.

Il logo del programma fornito da INTERACT e il rispettivo Manuale di Brand Design (vedi Appendice 2) fungono da base per questo corporate design. Partendo da essi si individueranno le combinazioni di

colori e font da usare, nonché modelli per documenti, presentazioni, sito web, et. al. Per mezzo di questi modelli e il corporate design in generale, si mira allo sviluppo di un Corporate Image tra tutti i gruppi dei destinatari e in tutte le regioni partner.

2.3 Unico sito web del programma

L'Autorità di gestione predispone l'unico sito web *www.interreg.net*, che garantisce l'accesso pubblico, facile e indipendente da luogo e tempo, a tutte le informazioni relative al programma per tutti i gruppi di destinatari e garantisce il suo aggiornamento per tutta la durata del programma. Inoltre, viene inserito un riferimento sui siti web delle regioni e Länder partecipanti al programma attraverso un link all'unico sito web suddetto.

In conformità all'allegato XII, 3.1 e 3.2 (2), del regolamento (UE) n 1303/2013 saranno pubblicati sull'unico sito web del programma le seguenti informazioni:

- le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare domande;
- le condizioni di ammissibilità delle spese da soddisfare per poter beneficiare di un sostegno nell'ambito di un programma di cooperazione;
- una descrizione delle procedure di esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- i criteri di selezione delle operazioni da sostenere;
- un elenco dei progetti approvati, dei beneficiari del programma, dei finanziamenti Interreg, dei risultati del programmi e dei progetti come elemento essenziale e costantemente aggiornato²;
- i contatti a livello nazionale, regionale o locale che sono in grado di fornire informazioni sui programmi operativi;

² Cfr. (art. 115, comma 2 & appendice XII, 1. regolamento (UE) n. 1303/2013): L'elenco è generato dal sistema di monitoraggio elettronico e aggiornato almeno ogni sei mesi. Si sceglie la forma di un foglio elettronico che consente di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet, ad esempio in formato CSV o XML il quale contiene le seguenti informazioni: nome del beneficiario (solo per persone giuridiche; non sono nominate persone fisiche); denominazione dell'operazione; sintesi dell'operazione; data di inizio dell'operazione; data di fine dell'operazione (data prevista per il completamento materiale o la completa attuazione dell'operazione); spesa totale ammissibile assegnata all'operazione; tasso di cofinanziamento dell'Unione (per asse prioritario); codice postale dell'operazione; o altro indicatore appropriato dell'ubicazione; paese; denominazione della categoria di operazione a norma dell'articolo 96, paragrafo 2, lettera b), punto vi); data dell'ultimo aggiornamento dell'elenco delle operazioni. L'autorità di gestione informa i beneficiari che l'accettazione del finanziamento costituisce accettazione della loro inclusione nell'elenco delle operazioni pubblicato ai sensi dell'articolo 115 regolamento (UE) n. 1303/2013, comma 2.

- i contatti delle strutture amministrative;
- diversi link ai siti web delle regioni, Länder, paesi e, se del caso, dei beneficiari;
- le incombenze dei beneficiari in materia d'informazione del pubblico circa lo scopo del loro progetto e il rispettivo contributo del Fondo;
- le procedure di reclami;

Per il periodo di programmazione 2014-2020 viene creato un unico sito web, che costituisce il principale strumento di comunicazione e funge da fonte primaria per tutti i gruppi target di documenti e informazioni in relazione alle attività del programma e dei progetti e supporta sia le attività di comunicazione interna, ad esempio attraverso un INTRANET protetta da password per le autorità del programma, che le attività di comunicazione esterna, come ad esempio il servizio "News via E-Mail", nonché una piattaforma per la divulgazione pubblica delle attività di comunicazione, tra cui eventi e pubblicazioni.

Il sito viene predisposto nelle due lingue ufficiali del programma, italiano e tedesco, e, in alcune parti, anche in inglese. Inoltre, è prevista una descrizione del programma e dei suoi obiettivi nelle lingue minoritarie dell'area del programma.

I siti web dei precedenti periodi di programmazione saranno accessibili tramite un link.

2.4 Pubblicazioni

Per il programma di cooperazione sono previste le pubblicazioni seguenti :

- a) Per l'avvio del programma saranno creati dei volantini che servono alla divulgazione dei contenuti generali del programma di cooperazione, degli obiettivi e delle priorità, dell'aiuto disponibile e dei contatti per successive informazioni. Questi volantini saranno distribuiti ai gruppi target per la presentazione del programma durante i vari eventi per garantire la massima diffusione possibile in tutta l'area dal programma.
- b) Per l'avvio del programma sarà, inoltre, creata una versione in pillole del programma di cooperazione per fornire a tutti i potenziali beneficiari e il pubblico generale, una panoramica sui contenuti del programma, le possibilità di finanziamento e le modalità di presentare la relativa istanza. Tale programma in pillole sarà disponibile sia in forma cartacea, che in forma digitale sul sito web del programma.
- c) Ai fini di una comunicazione trasparente e ampia dei risultati del programma e dei progetti, sarà pubblicato un opuscolo Best Practice negli anni 2018/2019. Anche quest'ultimo dovrebbe essere pubblicato sia in formato cartaceo, che in forma digitale sul sito web del programma.

- d) Nell'ambito della chiusura del programma verrà pubblicata una brochure – anch'essa in forma cartacea e digitale –, che fornisce informazioni su tutte le fasi di attuazione del programma, sui fondi utilizzati e i progetti implementati e che rappresenta una panoramica sulla cooperazione territoriale europea dopo il 2020.
- e) Inoltre, si offrirà un Infomail "News via E-Mail" periodico e gratuito, che fornisce le ultime informazioni sul programma, sui progressi e risultati dello stesso, e sui progetti finanziati, compresi i risultati. Tutti gli interessati dei gruppi target possono iscriversi tramite il sito web. Al momento opportuno verranno definiti a tal proposito delle priorità contenutistiche.

Altre pubblicazioni possono essere creati nell'ambito di occasioni specifici, anche a livello regionale.

2.5 Relazioni pubbliche

Strumento chiave per raggiungere il grande pubblico sono i media tradizionali (stampa, radio e media online). Per garantire la massima copertura della stampa saranno, anche in collaborazione con le Unità di coordinamento regionale, pubblicati comunicati stampa e verranno tenute delle conferenze stampa. Questo per rendere pubblico il programma stesso, nonché i progetti sostenuti e i risultati ottenuti in base al principio della trasparenza.

A tal proposito occorre menzionare a titolo esemplificativo la cooperazione tra l'Autorità di gestione e il RAI Südtirol, nell'ambito della quale viene organizzata periodicamente una trasmissione radio sul programma di cooperazione.

2.6 Piccolo materiale promozionale e materiale informativo

Per rafforzare la consapevolezza del programma di cooperazione tra il pubblico generale e tra i stakeholder sarà predisposto, nel corso dell'attuazione del programma, del piccolo materiale promozionale. Questo verrà distribuito ai rispettivi gruppi target nell'ambito degli eventi. Tale materiale deve riportare il logo del programma in modo chiaramente visibile a prima vista. A titolo esemplificativo si menziona penne, chiavette USB, borse.

Per assistere le Autorità del programma nel soddisfacimento dei loro obblighi di comunicazione verrà, inoltre, predisposto del materiale informativo, il quale raffigura il logo del programma in modo chiaramente visibile a prima vista e sarà utilizzato nell'ambito dei vari eventi e incontri del programma. Tra essi rientrano ad esempio blocchi, cartelle di presentazione, roll-up.

L'intero piccolo materiale promozionale informativo deve rispettare i requisiti di sostenibilità in termini ecologici e pubblicitari e, per quanto ai costi, rispettare il principio di proporzionalità. L'Autorità di gestione consiglia di effettuare solo acquisti verdi. L'impronta del logo del programma su qualsiasi materiale informativo prodotto è indispensabile perché in mancanza scade la pretesa d'ammissibilità.

2.7 Le misure di sensibilizzazione dei gruppi target

Al fine di sensibilizzare il pubblico generale per il programma di cooperazione, gli obiettivi, le attività, i progetti e i risultati, nonché per sensibilizzare il pubblico generale per l'importanza della cooperazione transfrontaliera nella regione di confine e le particolarità, i benefici e il valore aggiunto che ne derivano, saranno realizzate nella fase di attuazione del programma almeno due misure di sensibilizzazione dei gruppi target.

Questi includono, oltre a tutti gli eventi del programma (cfr. Sezione 2.8), iniziative e attività che hanno lo scopo di aumentare la consapevolezza per il programma nell'area del programma. Il gruppo principale di destinatari di tali misure è il grande pubblico, anche se l'obiettivo è di raggiungere più gruppi target possibili. Lo sforzo determinante di queste misure è il coinvolgimento attivo dei gruppi target e la generazione d'impulsi per la partecipazione attiva nella cooperazione transfrontaliera e per aumentare la consapevolezza sostenibile per il tema della cooperazione transfrontaliera al fine di realizzare, accanto alla pubblicità per il programma di cooperazione, anche la consapevolezza sostenibile per le peculiarità e il valore aggiunto della vita in un'area di confine.

A titolo esemplificativo si menziona in questa sede concorsi transfrontalieri per gli alunni, fiere sui progetti, diverse consulenze, workshop per i potenziali beneficiari, partecipazione transfrontaliera alla Giornata della cooperazione europea e azioni nell'ambito delle celebrazioni per il 9 maggio.

È raccomandabile collocare queste misure all'inizio e verso la fine e, eventualmente, a metà dell'attuazione del programma, per promuovere in modo efficiente e con grande impatto sull'opinione pubblica la possibilità, i progressi e i risultati del programma di cooperazione e il finanziamento associato della Commissione europea.

2.8 Eventi

Nel corso dell'attuazione del programma sarà garantito il contatto diretto e personale e lo scambio d'informazioni tra le Autorità del programma e (potenziali) beneficiari e tutti gli altri destinatari attraverso vari eventi. Questi eventi strategici dovranno rendere accessibile i contenuti del programma, i progressi e i risultati, nonché tutte le informazioni pertinenti riguardanti i finanziamenti e le opportunità nell'area del programma al pubblico generale – anche attraverso l'uso di una copertura di media locali, regionali ed, eventualmente, nazionali – e saranno attuati dall'Autorità di gestione e dal Segretariato congiunto a livello di programma, nonché dalle Unità di coordinamento regionali a livello regionale, in forma di presentazioni, seminari, conferenze, et. al.

In seguito all'approvazione ufficiale del programma, si svolgerà un evento Kick-Off per informare tutti i gruppi target, organizzato dall'Autorità di Gestione e dal Segretariato congiunto. Oltre ai potenziali beneficiari si mira a raggiungere soprattutto il pubblico generale, nonché i media e i moltiplicatori nell'area di programma.

Dopo la chiusura dei bandi per la presentazione dei progetti e la successiva approvazione dei progetti ammissibili, saranno tenuti dall'Autorità di gestione dei seminari a sostegno dei Lead Partner, e dalle rispettive Unità di coordinamento regionali, seminari a sostegno dei partner del progetto. Nell'ambito di tali seminari potranno essere poste domande direttamente ai responsabili del programma e si fornirà delle informazioni circa le scadenze e i diritti ed obblighi dei beneficiari.

Alla fine del periodo di programmazione verrà organizzato un evento finale in cui tutti i gruppi target saranno informati sui risultati del programma e si presenterà una panoramica sul futuro periodo di programmazione Interreg VI-A Italia-Austria 2020-2026.

Inoltre, si organizzerà un evento informativo annuale, eventualmente in concomitanza con le riunioni del comitato di sorveglianza. Anche in questo caso, si mira a raggiungere i potenziali beneficiari, i media e i moltiplicatori. L'obiettivo è di informare sulle possibilità del programma e di presentare i successi conseguiti.

2.9 L'utilizzo di nuove possibilità tecnologiche

Per garantire un notevole risparmio di tempi e costi si potranno, ove possibile e giustificato, ricorrere all'impiego delle nuove possibilità tecnologiche per l'allineamento di seminari e riunioni. In tal modo le riunioni delle autorità potranno essere svolte in forma di videoconferenze e, i seminari per i Lead Partner, in forma di webinar, nonché in forma di corsi di formazione on-line, che verranno organizzati rispettivamente dal Segretariato congiunto oppure dalle Unità di coordinamento regionale.

Per assistere i beneficiari nella gestione amministrativa dei progetti il Segretariato congiunto, e all'interno di questo soprattutto il funzionario incaricato dell'informazione, crea, inoltre, dei tutorial online (audio, video, PDF, et. al.), che saranno pubbliche e accessibili gratuitamente in qualsiasi momento sul sito web del programma. Attraverso i predetti tutorial online saranno messe a disposizione tutte le informazioni e modelli necessari per la presentazione dei progetti, del rendiconto, della reportistica, della chiusura del progetto, et. al. dal personale addetto delle Autorità rispettivamente competenti del programma.

Sempre a supporto della comunicazione interna e dello scambio interno tra le Autorità di programma, è possibile avvalersi di nuove possibilità tecnologiche e in particolare delle piattaforme online come *basecamp.com*, *trello.com*, *fronter.com*, et. al., che permettono lo scambio in tempo reale, diretto e comprensibile per tutti i soggetti coinvolti, in parte anche in forma audiovisiva.

2.10 Accessibilità

Il sito web del programma sarà conforme ai requisiti di accessibilità. Se necessario, l'Autorità di gestione provvederà a rendere le informazioni sul programma accessibili alle persone con disabilità in

una forma appropriata. Inoltre, verranno adottati diversi eventi pubblici al fine di garantire l'accesso anche ai disabili.

3. Attività di comunicazione del beneficiario

3.1 Obblighi di comunicazione dei beneficiari

I beneficiari hanno l'obbligo di far riconoscere in tutte le misure di informazione e di comunicazione il sostegno dei fondi all'operazione e di informare il pubblico generale sul proprio progetto. Conformemente a ciò, l'obiettivo che sta alla base di tutte le attività di comunicazione dei beneficiari mira a rendere note le attività, i contenuti, i progressi e i risultati del progetto nonché il ruolo dell'Unione europea, del Fondo europeo di sviluppo regionale e del Programma Interreg V-A Italia-Austria nel finanziamento del progetto in modo ampio ed efficace per raggiungere i gruppi dei destinatari e il pubblico in generale. Inoltre, tutte le attività di comunicazione dei beneficiari mirano ad assicurare un'adeguata trasparenza per quanto riguarda l'attuazione del progetto e per rendere visibile il valore e i risultati della cooperazione transfrontaliera. Questo obiettivo serve come base per la verifica dell'ammissibilità delle spese nell'ambito del cosiddetto Controllo di Primo Livello (Reg. 1303/2013, art. 125) da parte degli organi di controllo. Quest'obbligo ai sensi di Appendice XII, 2.2, 1. del regolamento (UE) n. 1303/2013 è soddisfatto tramite la raffigurazione in tutte le misure di informazione e di comunicazione del logo del programma insieme a un riferimento al fondo o ai fondi che sostengono l'operazione e tramite la raffigurazione dell'emblema dell'Unione, ai sensi del Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 articoli 3-5. Le attività di comunicazione devono essere accordate tra i partner del progetto e vanno coordinate dal Lead Partner. Quest'ultimo s'impegna a fornire immediatamente a richiesta dell'Autorità di gestione comprova delle attività di comunicazione svolte.

Il complessivo materiale promozionale e informativo deve rispettare i requisiti di sostenibilità in termini ecologici e pubblicitari e, per quanto ai costi, il principio di proporzionalità. L'impronta del logo del programma su qualsiasi materiale informativo prodotto è indispensabile poiché in mancanza scade la pretesa d'ammissibilità. Il logo, che è fornito a tutti i beneficiari del Segretariato congiunto e, che deve essere usato in tutte le pubblicazioni e su tutto il materiale promozionale in modo chiaramente riconoscibile a prima vista, non può essere modificato in alcun modo. Tutte le linee guida grafiche per l'uso del logo sono disponibili nel Brand Design Manual di INTERACT, che è disponibile sul sito web del programma. Estratti dal Brand Design Manual sono riportati in questo documento nella sezione 7.3. Oltre a questo logo, possono essere utilizzati altri loghi, per esempio marchi o loghi dei beneficiari, delle regioni, province o Länder. È necessario notare che l'emblema dell'UE deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi. Il logo del programma non può in nessun caso essere più piccolo rispetto a qualsiasi altro logo. (cfr. RE (EU) 821/2014, art. 4, punto 5 o in sezione 7.1 di questo documento a pagina 22).

Inoltre, i beneficiari hanno i seguenti obblighi:

a) I beneficiari devono garantire l'attuazione di misure di comunicazione adeguata e assicurano l'esplicita e inequivocabile denominazione e/o connotazione del sostegno finanziario da parte dell'*Unione europea*, o del *Fondo europeo per lo sviluppo regionale nell'ambito del programma Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020*.

b) L'obbligo di segnalare le misure adottate di comunicazione all'Autorità di gestione è esplicitamente sancito nel contratto di finanziamento Interreg. Con la firma di tale contratto tutti i beneficiari s'impegnano a fornire relazioni periodiche insieme alla documentazione in forma digitale (foto, video, audio, PDF, etc.) sulle attività di comunicazione realizzate.

c) Nel caso di eventi pubblici il Lead Partner è tenuto a informare tempestivamente il Segretariato congiunto, ovvero il funzionario incaricato dell'informazione e le Unità di coordinamento regionale competenti. Il funzionario incaricato dell'informazione annuncerà l'evento sul sito web del programma.

d) I beneficiari devono fornire, sul proprio sito web, ove sussista, una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione. Se i beneficiari non dispongono di un sito web, occorrerà garantire almeno una presenza online, che soddisfi i requisiti predetti.

e) Il beneficiario si assicura che i partecipanti di eventi e/o corsi siano stati informati in merito al finanziamento con fondi FESR. Qualsiasi documento, relativo all'attuazione di un'operazione usata per il pubblico oppure per i partecipanti, compresi certificati di frequenza o altro, contiene una dichiarazione da cui risulti che il programma operativo è stato finanziato dal fondo o dai fondi.

f) Durante l'esecuzione di un'operazione sostenuta dal FESR o dal Fondo di coesione, il beneficiario espone, in un luogo facilmente visibile al pubblico, un cartellone temporaneo di dimensioni rilevanti per ogni operazione che consista nel finanziamento di infrastrutture o di operazioni di costruzione per i quali il sostegno pubblico complessivo supera i 500 000 EUR.

g) Entro tre mesi dal completamento di un'operazione, il beneficiario espone una targa permanente o un cartellone pubblicitario di notevoli dimensioni in un luogo facilmente visibile al pubblico per ogni operazione che soddisfi i seguenti criteri: a) il sostegno pubblico complessivo per l'operazione supera 500 000 EUR; b) l'operazione consiste nell'acquisto di un oggetto fisico o nel finanziamento di un'infrastruttura o di operazioni di costruzione. La targa o cartellone indica il nome e l'obiettivo principale dell'operazione. Essi sono preparati conformemente alle caratteristiche tecniche adottate dalla Commissione negli artt. 3 a 5 del regolamento di attuazione (UE) n. 821/2014, ai sensi dell'articolo 115, paragrafo 4.

h) Collocare, per le operazioni che non rientrano nell'ambito dei punti f) e g), almeno un poster con informazioni sul progetto (formato minimo A3), che indichi il sostegno finanziario dell'Unione, in un luogo facilmente visibile al pubblico, come l'area d'ingresso di un edificio.

3.2 L'assistenza ai beneficiari da parte delle Autorità del programma

Le Autorità del programma assistono il beneficiario nell'adempimento dei loro obblighi di informazione ai sensi del regolamento (UE) n. 1303/2013 e in conformità al contratto di finanziamento Interreg, fornendo le seguenti informazioni e materiali:

- Consulenza di progetto sulle misure di pubblicità necessarie;
- Linee guida per l'attuazione degli obblighi in materia di pubblicità;
- Fornitura del logo del programma sul sito web dello stesso per il download in diversi formati;
- Sostenere i beneficiari nelle misure di grande impatto sull'opinione pubblica (ad esempio Open Day, visite turistiche, et. Al.)
- Fornitura di materiale per le attività pubbliche: Bandiera dell'Unione Europea, roll-up, et. al.

4. Budget

Secondo quanto previsto dal programma di cooperazione, le spese necessarie per attuare la strategia di comunicazione saranno coperte dai mezzi dell'assistenza tecnica. Sulla base dell'esperienza fatta nel periodo di programmazione 2007-2013, è previsto per il periodo di programmazione 2014-2020 all'incirca un budget complessivo di 300.000,00 euro, questo rappresenta una quota di circa 8 % dei fondi per l'assistenza tecnica.

In seguito si riporta una sintesi delle rate annuali indicative delle risorse disponibili per l'attuazione delle attività di comunicazione, secondo il piano finanziario.

Ripartizione indicativa dei fondi per l'assistenza tecnica per l'attuazione della strategia di comunicazione

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	TOTALE
Manutenzione del sito web	14.000,00 €	3.000,00 €	15.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	20.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	53.000,00 €
Pubblicazioni	26.000,00 €	10.000,00 €	5.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	60.000,00 €
Relazioni pubbliche	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	16.000,00 €
Piccolo materiale promozionale e materiale informativo	5.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	65.000,00 €
Misure di sensibilizzazione dei gruppi target	0,00 €	5.000,00 €	10.000,00 €	15.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	40.000,00 €
Eventi e riunioni	2.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	7.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	58.000,00 €
Utilizzo di nuove possibilità tecnologiche	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	8.000,00 €
TOTALE	50.000,00 €	41.000,00 €	53.000,00 €	48.000,00 €	43.000,00 €	50.000,00 €	23.000,00 €	21.000,00 €	21.000,00 €	300.000,00 €

5. Attuazione e valutazione della strategia di comunicazione

5.1 Attuazione e segnalazione

Una comunicazione interna ed esterna efficiente può essere garantita solo attraverso la cooperazione di tutte le autorità coinvolte nel programma. Responsabile per l'attuazione della strategia di comunicazione è l'Autorità di gestione in collaborazione con il funzionario incaricato dell'informazione del programma e le Unità di coordinamento regionali.

Le attività di comunicazione regionali sono coordinate in collaborazione con la relativa Unità di coordinamento regionale, che s'impegna a sostenere l'Autorità di gestione nella promozione del programma, del suo contenuto, nonché dei progressi e risultati nelle proprie aree, e di organizzare – in certe occasioni – eventi di informazione regionali e locali (seminari, conferenze, fiere) per sostenere il networking tra i beneficiari e le Autorità del programma in modo indipendente.

L'Autorità di gestione ha, inoltre, il dovere di informare il Comitato di sorveglianza del programma al meno una volta all'anno in un apposito punto all'ordine del giorno sulla strategia di comunicazione e tutte le attività connesse, sui mezzi di comunicazione, progressi e risultati. Ai fini del rispetto trasparente degli obblighi di rapporto nei confronti del Comitato di sorveglianza l'Autorità di gestione, ovvero il funzionario incaricato dell'informazione, è tenuto a trasmettere al Comitato di sorveglianza regolarmente una documentazione sulle attività di comunicazione attuate e previste in forma di Dossier, che viene pubblicata periodicamente, in adeguata misura, sul sito web del programma per rispettare l'obbligo di riferire agli stakeholder e al pubblico generale.

Inoltre, il programma partecipa alla piattaforma online avviata dalla Commissione europea per la raccolta e la valorizzazione di tutte le informazioni di cooperazione territoriale *KEEP 2.0* fornendo tutte le informazioni necessarie a intervalli ricorrenti.

5.2 I Compiti del funzionario incaricato dell'informazione

L'Autorità di gestione nomina, ai sensi dell'articolo 117 del regolamento (UE) n. 1303/2013 un funzionario incaricato dell'informazione (la rappresentanza spetta al Segretariato congiunto) e ne mette a conoscenza la Commissione europea. Il funzionario incaricato dell'informazione è responsabile per il coordinamento delle misure d'informazione e di comunicazione a livello operativo e trasmette periodicamente alla Commissione Europea le rispettive informazioni. Il funzionario incaricato dell'informazione è, inoltre, responsabile per il coordinamento generale dell'attuazione delle misure previste dalla presente strategia di comunicazione a livello sovra-regionale, regionale e locale. Di conseguenza, egli, in quanto svolge il ruolo di organo di coordinamento di tutte le attività di comunicazione riguardanti il programma, deve essere informato perlomeno di tutte le misure in merito

adottate. Spetta a lui garantire la complementarità, l'efficienza e l'efficacia delle misure. Inoltre, egli deve assicurare l'adempimento dei seguenti obblighi:

- Ideazione ed elaborazione della strategia di comunicazione, nonché sottoposizione al Comitato di Sorveglianza ai fini dell'approvazione entro sei mesi dall'approvazione del programma di cooperazione.
- Presentare le proposte di modifiche della strategia di comunicazione nel corso dell'attuazione del programma e sottoposizione al Comitato di sorveglianza ai fini dell'approvazione.
- Elaborazione di una relazione annuale per l'attuazione della strategia di comunicazione da sottoporre al Comitato di sorveglianza, nella quale vengono forniti informazioni adeguate sullo stato di avanzamento, sulle misure attuate, sui mezzi di comunicazione utilizzati, nonché sui risultati raggiunti e quelli previsti per il prossimo anno.
- Predisposizione d'informazioni circa l'esito delle misure di valutazione della strategia di comunicazione.
- Inserimento dei risultati delle attività di comunicazione nelle relazioni annuali di esecuzione presentati nel 2019 e 2017 e nella relazione finale.
- Individuazione di templates formali, ai sensi del corporate design, che possono essere utilizzati come costanti nei diversi campi di applicazione della comunicazione interna ed esterna per tutte le Autorità del programma e in modo vincolante per tutti i beneficiari.
- Organizzazione di riunioni fra le autorità, se necessario, in forma di videoconferenza e di seminari per i Lead Partner, tenuti eventualmente in forma di webinar o di formazione online.
- Coordinamento della predisposizione di tutorial online (audio, video, PDF, et. Al.), che sono pubbliche e accessibili gratuitamente in qualsiasi momento sul sito web del programma e progettati per supportare i beneficiari nella gestione amministrativa dei progetti. In essi saranno messe a disposizione dal personale addetto delle Autorità competenti del programma tutte le informazioni e i modelli necessari per la presentazione dei progetti, del rendiconto, della reportistica, nonché della chiusura del progetto, et. al.

5.3 Valutazione delle attività di comunicazione

L'approvazione della strategia di comunicazione per il programma di cooperazione, nonché di eventuali modifiche durante l'attuazione dello stesso spetta al Comitato di sorveglianza.

Le attività di comunicazione devono essere sottoposti ad una valutazione da parte del Comitato di sorveglianza. A tal fine, l'Autorità di gestione informa il Comitato di sorveglianza almeno una volta all'anno sui progressi compiuti nell'attuazione della strategia di comunicazione, su eventuali analisi dei risultati, nonché sulle attività di comunicazione pianificate per l'anno successivo. Il Comitato di

sorveglianza fornisce un parere sull'attuazione delle misure di comunicazione, se lo ritenuto opportuno.

Al fine di rafforzare la visibilità del programma e aumentare la consapevolezza del ruolo dell'Unione europea in tale contesto, il monitoring delle attività di informazione avviene sulla base delle seguenti indicatori:

1. Numero di visitatori sul sito web del programma
2. Numero di download dal sito web del programma
3. Numero di News via Mail pubblicate
4. Numero di utenti registrati alle News via Mail
5. Numero di pubblicazioni realizzate
6. Numero di comunicati stampa pubblicati
7. Numero di articoli di giornale pubblicati
8. Numero di trasmissioni radio
9. Numero di trasmissioni in tv
10. Numero di materiale informativo
11. Numero di piccolo materiale promozionale
12. Numero di misure di sensibilizzazione del programma di cooperazione
13. Numero di eventi realizzati
14. Numero di partecipanti agli eventi
15. Grado di soddisfazione dei partecipanti ai eventi

6. Panoramica di tutte le misure previste

Segue un elenco indicativo di tutte le attività di comunicazione e il loro insediamento temporale negli anni di attuazione del programma. Per soddisfare le esigenze dei gruppi target e delle Autorità di programma in modo efficiente e sostenibile vale un approccio di flessibilità. (s. n. = se necessario)

Attività di comunicazione	2014 ³	2015 ⁴	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
Corporate Design								
Logo del programma	x	x						
L'uso dell'emblema dell'Unione	x	x	x	x	x	x	x	x
Modello per il layout dei documenti di programmazione		x	x					
Unico sito web del programma								
Creazione dell'unico sito web del programma		x	x					
Aggiornamento dell'unico sito web del programma		x	x	x	x	x	x	x
Pubblicazioni								
Volantino per l'avvio del programma		x	x					
Programma in pillole		x	x					
Brochure Best Practice					x	x		
Brochure per la chiusura del programma							x	x
InfoMail		x	x	x	x	x	x	s. n.
Pubblicazioni varie		s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.
Relazioni pubbliche								
Comunicati stampa		x	x	x	x	x	x	s. n.
Conferenze stampa		s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.
Relazioni pubbliche varie		s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.	s. n.

³ Finanziato con fondi del programma Interreg IV Italia-Austria.

⁴ In parte finanziato con fondi del programma Interreg IV Italia-Austria.

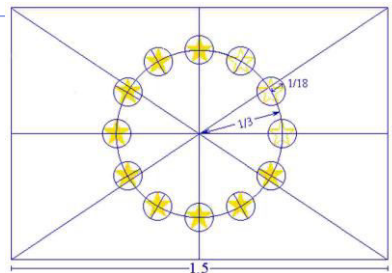
Attività di comunicazione	2014 ³	2015 ⁴	2016	2017	2018	2019	2020	2021-2023
Piccolo materiale promozionale e materiale informativo								
Piccolo materiale promozionale		x	x	x	x	x	x	
Materiale informativo		x	x	x	x	x	x	S. n.
Misure per la sensibilizzazione per il programma								
Misura 1				x				
Misura 2						x		
Misure varie		S. n.	S. n.	S. n.	S. n.	S. n.	S. n.	S. n.
Eventi								
Kick-Off			x					
Seminario Lead Partner			x	x	x	x	S. n.	
Evento annuale		x	x	x	x	x	x	
Evento per la chiusura del programma							x	
L'utilizzo di nuove possibilità tecnologiche per seminari e incontri								
L'utilizzo di nuove possibilità tecnologiche per seminari e incontri		x	x	x	x	x	x	S. n.
L'assistenza ai beneficiari								
Consulenza progetti	x	x	x	x	x	x	x	x
Sviluppo di guide, manuali e tutorial online		x	x	S. n.	S. n.	S. n.	S. n.	
Fornitura di piccolo materiale promozionale e materiale informativo		x	x	x	x	x	x	
Segnalazione sull'attuazione della strategia di comunicazione								
Informare il comitato di sorveglianza		x	x	x	x	x	x	x
Creazione di documenti in forma di un fascicolo		x	x	x	x	x	x	x
Misurazione e valutazione degli indicatori		x	x	x	x	x	x	x

7. Appendice

7.1 Estratto dalle basi giuridiche

Obblighi di comunicazione Programma di cooperazione Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020	
Base giuridica	Norma
<p>REGOLAMENTO (UE) N. 1303/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 17 dicembre 2013, Allegato XII, Punto 2.2</p>	<p><u>1. Tutte le misure di informazione e di comunicazione a cura del beneficiario riconoscono il sostegno dei fondi all'operazione riportando:</u></p> <p>a) l'emblema dell'Unione, conformemente alle caratteristiche tecniche stabilite nell'atto di attuazione adottato dalla Commissione ai sensi dell'articolo 115, paragrafo 4, insieme a un riferimento all'Unione; b) un riferimento al fondo o ai fondi che sostengono l'operazione. Nel caso di un'informazione o una misura di comunicazione collegata a un'operazione o a diverse operazioni cofinanziate da più di un fondo, il riferimento di cui alla lettera b) può essere sostituito da un riferimento ai fondi SIE.</p> <p><u>2. Durante l'attuazione di un'operazione, il beneficiario informa il pubblico sul sostegno ottenuto dai fondi:</u></p> <p>a) fornendo, sul sito web del beneficiario, ove questo esista, una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione; b) collocando, per gli le operazioni che non rientrano nell'ambito dei punti 4 e 5, almeno un poster con informazioni sul progetto (formato minimo A3), che indichi il sostegno finanziario dell'Unione, in un luogo facilmente visibile al pubblico, come l'area d'ingresso di un edificio.</p> <p><u>3. Per le operazioni sostenute dal FSE, e in casi appropriati per le operazioni sostenute dal FESR o dal Fondo di coesione, il beneficiario si assicura che i partecipanti siano stati informati in merito a tale finanziamento.</u></p> <p>Qualsiasi documento, relativo all'attuazione di un'operazione usata per il pubblico oppure per i</p>

	<p>partecipanti, compresi certificati di frequenza o altro, contiene una dichiarazione da cui risulti che il programma operativo è stato finanziato dal fondo o dai fondi.</p> <p><u>4. Durante l'esecuzione di un'operazione sostenuta dal FESR o dal Fondo di coesione, il beneficiario espone, in un luogo facilmente visibile al pubblico, un cartellone temporaneo di dimensioni rilevanti per ogni operazione che consista nel finanziamento di infrastrutture o di operazioni di costruzione per i quali il sostegno pubblico complessivo superi 500 000 EUR. L 347/458 Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 20.12.2013 IT</u></p> <p><u>5. Entro tre mesi dal completamento di un'operazione, il beneficiario espone una targa permanente o un cartellone pubblicitario di notevoli dimensioni in un luogo facilmente visibile al pubblico per ogni operazione che soddisfi i seguenti criteri:</u></p> <p>a) il sostegno pubblico complessivo per l'operazione supera 500 000 EUR; b) l'operazione consiste nell'acquisto di un oggetto fisico o nel finanziamento di un'infrastruttura o di operazioni di costruzione.</p> <p>La targa o cartellone indica il nome e l'obiettivo principale dell'operazione. Esso è preparato conformemente alle caratteristiche tecniche adottate dalla Commissione ai sensi dell'articolo 115, paragrafo 4.</p>
<p>REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) N. 821/2014 DELLA COMMISSIONE del 28 luglio 2014, art. 4, punto 5</p>	<p><u>5. Se in aggiunta all'emblema dell'Unione figurano altri logotipi, l'emblema dell'Unione deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi.</u></p>
<p>REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) N. 821/2014 DELLA COMMISSIONE del 28 luglio 2014, Allegato II</p>	<p><u>Istruzioni per la creazione dell'emblema e definizione dei colori standard</u></p> <p>DESCRIZIONE SIMBOLICA Sullo sfondo blu del cielo una corona di dodici stelle dorate rappresenta l'unione dei popoli europei. Il numero delle stelle è invariabile poiché 12 è simbolo di perfezione e unità.</p> <p>DESCRIZIONE ARALDICA Un cerchio composto da dodici stelle dorate a cinque punte, non contigue, in campo azzurro.</p> <p>DESCRIZIONE GEOMETRICA</p>



L'emblema è costituito da una bandiera blu di forma rettangolare, la cui base ha una lunghezza pari a una volta e mezza quella dell'altezza. Dodici stelle dorate sono allineate a intervalli regolari lungo un cerchio ideale il cui centro è situato nel punto d'intersezione delle diagonali del rettangolo. Il raggio del cerchio è pari a un terzo dell'altezza del ghindante. Ogni stella ha cinque punte iscritte nella circonferenza di un cerchio invisibile, il cui raggio è pari a $1/18$ dell'altezza del ghindante. Tutte le stelle sono disposte verticalmente, cioè con una punta rivolta verso l'alto e due punte appoggiate direttamente su una linea retta immaginaria perpendicolare all'asta. Nel cerchio, le stelle sono nella posizione delle ore sul quadrante di un orologio. Il numero delle stelle è invariabile.

COLORI REGOLAMENTARI

I colori dell'emblema sono:

- PANTONE REFLEX BLUE per l'area del rettangolo,
- PANTONE YELLOW per le stelle.

RIPRODUZIONE IN QUADRICROMIA

In caso di stampa in quadricromia i due colori standard vanno riprodotti utilizzando i quattro colori della quadricromia.

PANTONE YELLOW si ottiene con il 100 % del «Process Yellow».

PANTONE REFLEX BLUE si ottiene mescolando il 100 % del «Process Cyan» con l'80 % del «Process Magenta».

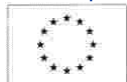
INTERNET

Nella gamma web, il PANTONE REFLEX BLUE corrisponde al colore RGB: 0/51/153 (esadecimale: 003399) e il PANTONE YELLOW corrisponde al colore RGB: 255/204/0 (esadecimale: FFCC00).

RIPRODUZIONE MONOCROMA



Se si utilizza il nero, delimitare con un filletto di tale colore l'area del rettangolo e inserire le stelle nere in campo bianco.



Se si impiega il blu («Reflex Blue»), usarlo al 100 % e ricavare le stelle in negativo (bianche).



RIPRODUZIONE SU FONDO COLORATO

Nell'impossibilità di evitare uno sfondo colorato, incorniciare il rettangolo con un bordo bianco di spessore pari a 1/25 dell'altezza del rettangolo.



Glossario Programma di cooperazione Interreg V-A Italia-Austria 2014-2020	
A	
Aiuti di Stato	Un aiuto di Stato consiste nell'intervento di un'autorità pubblica (a livello nazionale, regionale ovvero locale), effettuato tramite risorse pubbliche, per sostenere alcune imprese o attività produttive. Un'impresa che beneficia di un tale aiuto ne risulta avvantaggiata rispetto ai suoi concorrenti. Il controllo degli aiuti di Stato risponde pertanto alla necessità di salvaguardare una concorrenza libera e leale all'interno dell'Unione europea.
Area eleggibile	L'area eleggibile di questo programma si compone delle aree di Programma.
Assistenza tecnica comune (ATC)	6% dei fondi del programma che vengono utilizzati per gestire e controllare il programma.
Autorità ambientale (AA)	Contribuisce alla valutazione delle proposte progettuali dal punto di vista dell'ambiente. Inoltre è membro del Comitato di sorveglianza.
Autorità di audit (AdA)	Con il supporto di un sistema di controllo l'Autorità di audit verifica la correttezza delle spese sostenute nell'ambito di tutto il Programma.
Autorità di certificazione (AdC)	L'Autorità di certificazione elabora e trasmette alla Commissione le dichiarazioni certificate delle spese e le domande di pagamento.
Autorità di gestione (AdG)	L'Autorità di gestione è responsabile che il programma operativo venga gestito e attuato in modo legittimo, corretto e conforme al principio di sana gestione finanziaria.
Avviso per la presentazione di proposte progettuali	Nell'ambito di un avviso (durata ca. 6-8 settimane) il lead partner può presentare una proposta progettuale congiunta.
C	
Carinzia (KAR)	Regione di Programma Land Carinzia
Categorie di spesa	Le spese relative ad un progetto si suddividono in base alle seguenti categorie e sono riportate nel dettaglio nelle Norme specifiche del Programma di ammissibilità della spesa: Personale, Investimenti, Servizi esterni, Spese generali

Cofinanziamento nazionale (Austria)	Per i beneficiari di progetti austriaci non esiste un contributo nazionale. I potenziali beneficiari a inizio avviso devono mettersi in contatto con le Unità di coordinamento regionale per chiarire la questione relativa al cofinanziamento con fondi pubblici nazionali, tenendo presente che il cofinanziamento è una prerogativa necessaria per il finanziamento del progetto e viene esaminata in fase di valutazione.
coheMON	Sistema di monitoraggio per la registrazione dei dati specifici dei progetto o del programma.
Comitato direttivo (CD)	ex Comitato di pilotaggio. Il Comitato direttivo approva i progetti, che vengono ammessi al finanziamento e stabilisce le modalità per le modifiche rilevanti dei progetti.
Comitato di sorveglianza (CdS)	Il Comitato di sorveglianza sovrintende all'attuazione del Programma in modo da assicurarne l'efficienza e la qualità d'esecuzione. Questo comitato esamina ed approva i criteri di selezione delle operazioni finanziate. Inoltre il Comitato di sorveglianza istituisce il Comitato di pilotaggio.
Community Led Local Development (CLLD)	Il CLLD è uno strumento per promuovere lo sviluppo locale gestito dalla popolazione locale (community-led local development - CLLD). Con un approccio partecipativo a livello locale il CLLD coinvolge i cittadini nello sviluppo di misure necessarie per affrontare le sfide sociali, economiche e ambientali.
Commissione europea (CE)	Organo esecutivo dell'Unione Europea
Contratto di finanziamento Interreg	Ha per oggetto la definizione delle condizioni di attuazione e delle modalità di erogazione del finanziamento FESR (Fondo europeo di sviluppo regionale) per il progetto in oggetto.
Contratto di partenariato (CPP)	Il Contratto di partenariato regola la cooperazione tra i partner di progetto. Il lead partner deve stipulare un contratto di partenariato con gli altri partecipanti al progetto, nel quale vengono definiti diritti e doveri nell'ambito del partenariato.
Controllo di primo livello - first level control (FLC)	Il controllo di primo livello controlla le spese rendicontate dai singoli partner di progetto. La responsabilità di questo controllo è della rispettiva Regione di Programma.
Controllo di secondo livello - second level control (SLC)	Il controllo di secondo livello esegue dei controlli a campione riguardo la regolarità delle spese effettuate nell'ambito dei progetti selezionati. La responsabilità di questo controllo è a carico dell'Autorità di Audit.
Controllori	Ex FLC, assumono i compiti del controllo di primo livello.
Cooperazione territoriale europea (CTE)	Persegue uno sviluppo equilibrato e sostenibile economico, sociale e territoriale nell'Unione europea e l'armonizzazione delle differenze regionali tra gli Stati membri. Questi obiettivi sono applicati attraverso i fondi strutturali e di investimento europei.

D

Disimpegno automatico (regola “n+2”)	La Commissione procede al disimpegno automatico della parte di quell'impegno di bilancio che non è stata utilizzata per il prefinanziamento o per i pagamenti intermedi, o per la quale non è stata trasmessa una domanda di pagamento entro il 31 dicembre del secondo anno successivo a quello dell'impegno di Bilancio.
Domanda di pagamento	Richiesta stilata dall'Autorità di certificazione alla Commissione Europea per il versamento dei fondi. La domanda di pagamento contiene dettagli sulle singole richieste di pagamento e indicazioni sul pagamento della quota UE.
F	
Fondi aggiuntivi	Fondi con i quali i partner di progetto contribuiscono al progetto, oltre ai fondi di Programma.
Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR)	Il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) è uno dei fondi strutturali più importanti in quanto promuove la coesione economica e sociale del territorio comunitario. Per realizzare questo, si sostengono le medie imprese per creare posti di lavoro stabili, si effettuano progetti infrastrutturali e si utilizzano misure tecniche di aiuto.
Fondi strutturali e di investimento europei (ESI)	Strumenti finanziari della cooperazione territoriale europea, che mira allo sviluppo e all'implementazione di soluzioni e sinergie transfrontaliere congiunte per le sfide e le barriere transfrontaliere comuni per nelle aree di confine dell'Unione e a sostenere uno sviluppo equilibrato ai sensi della CTE. Tra questi anche il PC Interreg VA Italia-Austria.
Friuli Venezia Giulia (FVG)	Regione di programma Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia
G	
Garanzia di cofinanziamento (Austria)	Dichiarazione rilasciata dall'Unità di coordinamento competente che certifica il cofinanziamento con fondi nazionali da parte austriaca.
Guida al Programma	Documento contenente informazioni di tipo operativo riguardo la presentazione di proposte progettuali, la valutazione, l'attuazione e la conclusione dei progetti.
I	
Idea di progetto	Un'idea di progetto è una breve descrizione di un potenziale progetto che si intende presentare per partecipare al PC Interreg Italia-Austria.
Indicatori	Unità per verificare l'andamento e i risultati dell'attuazione del programma.
Informazione e pubblicità (I&P)	Gli Stati membri e l'Autorità di Gestione del Programma devono informare il pubblico sulle possibilità di finanziamento e le richieste di progetti transfrontalieri attraverso attività di Informazione e pubblicità. Inoltre bisogna pubblicare le manifestazioni e gli eventi svolti nell'ambito del Programma.
INTERACT	Il Programma INTERACT promuove e sostiene la buona gestione dei Programmi di Cooperazione Territoriale Europa e crea una rete tra tali programmi a livello europeo.

Interreg	Programma comunitario che favorisce la coesione e lo sviluppo integrato delle zone transfrontaliere; finanzia progetti di cooperazione transfrontaliera, transnazionale e interregionale.
L	
Lead partner (LP)	I partecipanti al progetto scelgono un lead partner tra di loro. Secondo il principio del lead partner questo porta la responsabilità complessiva sia per il management sia per l'attuazione del progetto unico. Inoltre funge da collegamento tra partecipanti al progetto e autorità di Programma.
O	
Obiettivo specifico (OS)	L'Obiettivo specifico di una priorità di investimento determina l'allineamento di un'asse prioritario e quindi i risultati che trasporta il programma.
P	
Partner associato (PA)	Partner coinvolto in un progetto, ma non finanziato dal Programma stesso. Tuttavia, le sue attività, il ruolo e le spese che effettua devono emergere dalla proposta progettuale.
Partner del progetto (PP)	Partner del progetto sono tutti i partecipanti al progetto.
Piano finanziario	Il Piano finanziario rappresenta la dotazione finanziaria del Programma.
Priorità d'investimento (PI)	Definisce esattamente il settore d'investimento dell'asse prioritario e mira alla realizzazione di obiettivi specifici.
Programma di cooperazione (PC)	Il Programma di cooperazione per il sostegno della cooperazione transfrontaliera stabilisce gli obiettivi, le strategie, le priorità e le strutture coinvolte e stabilisce quindi la base formale per tutte le azioni. Si tratta di una procedura di evidenza pubblica
Proposta progettuale	Documento principale che i proponenti compilano con tutte le informazioni dettagliate sui piani di attività e finanziari.
Provincia Autonoma di Bolzano (BLZ)	Regione di programma Provincia Autonoma di Bolzano.
Punto di controllo temporale	Date (indicate nella scheda progettuale) in cui i risultati parziali dei progetti vengono verificati.
R	
Rapporto annuale di esecuzione (RAE)	Il rapporto annuale descrive lo stato di avanzamento del Programma a livello finanziario, procedurale e materiale.
Rapporto di avanzamento del progetto	Il rapporto di avanzamento è composto da un rapporto sull'attività e un rapporto finanziario e informa sui progressi e/o eventuali problemi sorti nell'attuazione del progetto.
Rapporto finale	Nell'ambito dell'attività di reporting, il rapporto finale contiene la relazione conclusiva e l'ultimo rapporto di avanzamento di un progetto. Viene consegnato assieme alla rendicontazione finale.

Rapporto finanziario	Il Rapporto finanziario contiene tutte le informazioni riguardanti il progresso finanziario del progetto ed è parte del Rapporto di avanzamento del progetto.
Rappresentanti delle pari opportunità (POP)	Contribuiscono alla valutazione delle proposte progettuali dal punto di vista delle pari opportunità. Inoltre sono membri del Comitato di sorveglianza.
Richiesta di pagamento	Documento inviato dal Lead Partner all'Autorità di gestione per richiedere fondi. La richiesta di pagamento contiene i rapporti di controllo dei partner di progetto e il rapporto di avanzamento.
S	
Salisburgo (SBG)	Regione di programma Land Salisburgo.
Segretariato congiunto (SC)	Il segretariato congiunto elabora modelli standardizzati, nonché i modelli per i contratti relativi al programma, organizza e coordina inviti a presentare proposte e l'ufficio di presentazione per le domande di progetto. Inoltre, nell'ambito della sua giurisdizione coperto la preparazione e l'attuazione della strategia di comunicazione, la valutazione delle proposte di progetto e la stesura di una raccomandazione relativa al comitato direttivo presentata, la somministrazione di Monitoring-systems (MS) e la preparazione di relazioni annuali e tutte le altre disposizioni necessarie per l'attuazione dei rapporti del programma , Il GS serve come un ulteriore punto di contatto per i promotori di progetti in relazione a questioni amministrative della realizzazione del progetto, per quanto riguarda in particolare il bilancio e il contenuto della convenzione di finanziamento Interreg. Inoltre, il GS controllare richieste di pagamento e le relazioni di progetto per il Lead Partner dei progetti, che vengono poi rilasciati per l'erogazione da parte dell'autorità di certificazione.
Sistema di Monitoraggio (MS)	„coheMON“; Sistema per rilevare tutti i dati inerenti ai progetti e al Programma.
Sistemi di gestione e controllo (SGC)	Documento creato dall'Autorità di gestione / dal Segretariato tecnico congiunto e approvato dalla Commissione Europea contenente dati riguardanti i sistemi di gestione e controllo inerenti al Programma.
Spese eleggibili	Spese eleggibili sono spese finanziabili attraverso il Programma.
Strategia Europa 2020 (Europa 2020)	Con Europa 2020, l'Unione europea vuole costruire un modello di crescita intelligente, sostenibile e inclusivo. La strategia mira a raggiungere un elevato livello di occupazione, produttività e coesione sociale negli Stati membri dell'UE.
T	
Tirolo (TIR)	Regione di programma Land Tirolo
U	

Unità di Coordinamento Regionale (UCR)	In ognuna delle sei regioni del programma si trova un'Unità di coordinamento regionale. Le Unità di coordinamento regionali svolgono i seguenti compiti: Assistenza all'Autorità di gestione nell'attività di informazione sul programma nei rispettivi territori; Verifica delle sinergie dei progetti con le politiche provinciali/regionali ai fini del cofinanziamento regionale/nazionale; Supporto al Segretariato tecnico congiunto nella valutazione dei progetti riguardo agli impatti transfrontalieri.
V	
Valutazione ambientale strategica (VAS)	Parte integrante del Programma operativo con contenuti specifici e relativi alle caratteristiche ambientali del territorio di Programma.
Veneto (VEN)	Regione di Programma Veneto
W	
Workpackage (WP)	Nella proposta progettuale i contenuti del progetto devono essere suddivisi in pacchetti di lavoro (work packages). Ogni work package è a sua volta diviso in varie azioni per ogni partner del progetto.

1.1. Logo

The logo is the most important element of the Interreg visual identity. The new Interreg logo was designed to provide a robust yet unobtrusive look that allows easy combination with other logos in co-branding situations. In order not to interfere with other pictorial design elements, and to give the European flag a graceful presence, a purely typographic solution without any other graphic elements was chosen.

The following pages outline a few simple rules for using the logo. Please take time to understand how to apply these rules so the logo always appears in a clear and consistent way.

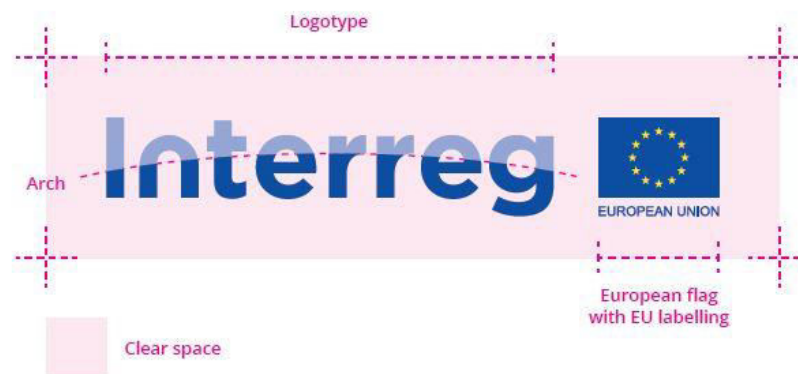


Reference to the European Regional Development Fund (ERDF)

Visible reference to ERDF is compulsory but not necessarily as part of the logo. You can see here the logo without the reference as well our suggestion for linking it to the logo.

1.1.1. Logo details

The logo consists of the following elements: the logotype with the coloured arch inside, the European flag and the European Union labelling. The logo is surrounded by a clear space area that defines the minimum distance to other elements such as other logos, pictures, texts or any other design elements. Always use the digital logo files provided and do not try to recreate or modify the logo in any way.



ERDF

The logo also exists in a version with the text "European Regional Development Fund" written below it. The height of this line is the same as for "European Union" under the flag. This version of the logo has to be chosen if "European Regional Development Fund" is not written anywhere else on the page where the logo is shown.

If the option to make reference to the fund separately from the logo is chosen, this line can be written in any typeface that matches the design of the publication, but no smaller than 7.5 points. If the full harmonized Interreg branding is used, it should be written in the fonts Open Sans regular or Vollkorn regular. The placement of this line can be anywhere on the page where the logo is used, but it must be visible and legible.



1.1.2. Logo specification

The elements of the logo represent a unit which is defined as invariable. They must not be shown separately. The composition of the logo elements follows specific rules and must not be changed.

Basic unit

The basic unit used for the definition of the logo composition is the width of the letter "e". This measure is used to define the space between the elements as well as the clear space around the logo.

European flag

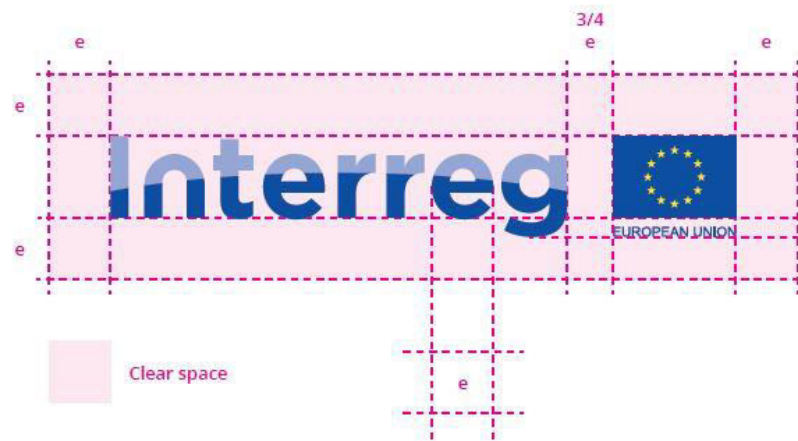
The space between the logotype and the European flag equals two thirds of the basic unit. The height of the flag is the same as the letter "l".

European Union label

The European Union label is aligned with the descender of the letter "g". It is always exactly as wide as the European flag. Following the regulation, the European Union labelling is set in Arial.

Clear space area

A clear space of at least one basic unit in height and width must remain around the logo. Within this area no other graphic elements or logos must be placed. Likewise, this zone has to be observed for the positioning distance to the page margins. This clear space area shown opposite is the minimum clear space - it is recommended to increase this space wherever possible.



1.1.3. Logo colours

The logo colours are derived from the European flag and must not be changed. They are also the central brand colours of the Interreg brand and are used to identify the brand also beyond the logo in all visual communication. The colours are defined for all colour systems.

Explanation:

Pantone:

Spot colours.

CMYK:




*Process-colour printing, 100 colour gradations per channel
C = cyan, M = magenta, Y = yellow, K = black*

RGB:

*Colour sample for monitor display with 256 gradations per channel
R = red, G = green, B = blue*

Hex:

System similar to RGB, however with gradations from "00" to "FF" (hexadecimal) per channel. This system is preferably employed for designing websites.

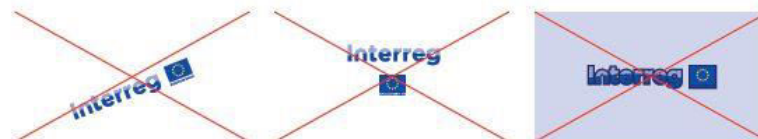
Colour	Pantone	CMYK	HEX	RGB
	Reflex Blue	100/80/0/0	003399	0/51/153
	2716	41/30/0/0	9FAEE5	159/174/229
	Yellow	0/0/100/0	FFCC00	255/204/0

Incorrect logo use

1. Do not use any other typographic elements in addition to the logo on the same line. It is allowed to use program and project names in the lines below the logo only according to the rules specified later in this manual.
2. Do not distort, stretch, slant or modify the logo in any way.
3. Do not cut the logo.
4. Do not rotate the logo.
5. Do not separate the flag from the logotype or otherwise change the composition of the logo elements. They are invariable.
6. Do not use outlines around the logo.
7. Do not use the logo in body text. Instead, in body text use just the word Interreg set in the font of the body text.
8. Do not invert the logo or use the logo in any other colour than the standard full colour version or in greyscale on monochrome applications.
9. Avoid coloured backgrounds as much as possible - only exception are very light colours as specified on the page before. If the logo needs to be placed on a dark background, it has to be in a white rectangle, with its size matching at least the clear space as specified in section 1.1.2. The best solution might be to create a vertical or a horizontal white banner in which to insert the logo,



1. 2. 3.



4. 5. 6.



7. 8. 9.

1.1.5. Logo size

The appearance of a logo varies greatly according to the medium it is used in. Therefore, minimum logo sizes for print, screen and video are specified. The logo should not be used in any size smaller than the smallest logo size specified here. The print sizes are derived from a grid system that is presented on p. 13 of this manual.

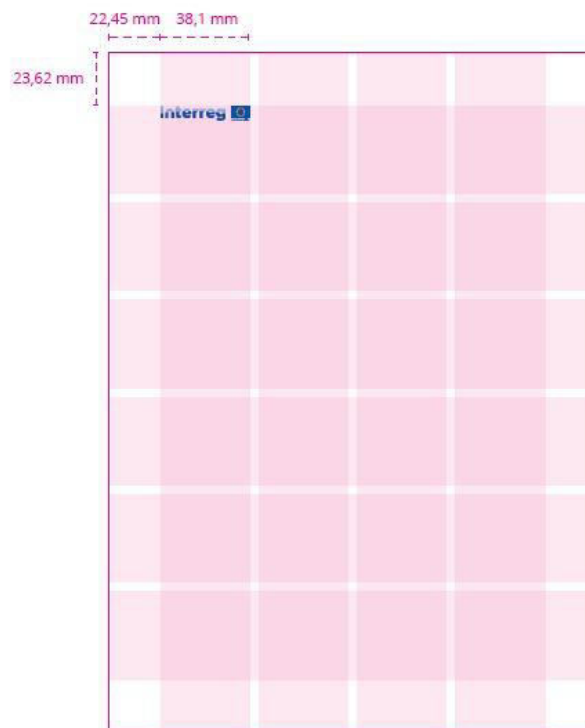


Media		smallest logo width	ideal logo width
Print A4 portrait	210*279 mm	38,1 mm	80,4 mm
Print A4 landscape	279*210 mm	38,1 mm	80,4 mm
Print A4 portrait	148*210 mm	38,1 mm	38,1 mm
Print Business card	85*55 mm	35,1 mm	35,1 mm
Print Sign (Plaque) portrait	Any large format (A2+)	short side/6 mm	short side/5 mm
Print Sign (Plaque) landscape	Any large format (A2+)	long side/6 mm	long side/5 mm
Screen Smartphone	960*640 px	240 px	300 px
Screen Tablet	1024*768 px	240 px	300 px
Screen Laptop/Desktop	1920*1080 px 2560*1440 px	300 px	400 px
Powerpoint 16:9	254*142,88 mm	32,6 mm	68,8 mm
Video FullHD & HD	1920*1080 px 1280*720 px	300 px	400 px
Video SD	1050*576 px	240 px	300 px

1.3.2. Logo positioning

Logo positioning on A4

The width of a basic layout element also defines the smallest logo size as described in section 1.1.5 (38.1 mm). The width of the logo should always be exactly one or more basic layout elements. Its position should be aligned with the grid.



Positioning of the logo in the grid on a A4 document.

Logo positioning on A4 landscape format



Positioning of the logo in the grid on a A4 landscape format or powerpoint presentation handout.

Logo positioning on a business card



*Positioning of the logo on a business card (85*55 mm).*