



REGIONE CAMPANIA
COMPLEMENTO DI PROGRAMMAZIONE

PIANO DI COMUNICAZIONE
LINEE GUIDA PER LA DEFINIZIONE
DELLA POLITICA E DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO N. 2
PRIMO PROGRAMMA ESECUTIVO SEMESTRALE
DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE
NOVEMBRE 2000 - GIUGNO 2001

SCENARIO DI RIFERIMENTO



INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ SUGLI INTERVENTI DEI FONDI STRUTTURALI

Il piano di comunicazione del Programma operativo regionale 2000-2006 si fonda su un quadro normativo che fa riferimento, in via principale, a due regolamenti comunitari: il regolamento (CE) n. 1260/1999 sui fondi strutturali (art.34 e 46) e il regolamento (CE) n. 1159/2000 pubblicato sulla GUCE n. L 130/30 del 31.05.2000 sulle “azioni informative e pubblicitarie, a cura degli stati membri, sugli interventi dei fondi strutturali”.

Il piano di comunicazione si propone di implementare la strategia di comunicazione che risulta dalle disposizioni del regolamento n. 1159/2000, con l’obiettivo di dare specifica rilevanza alle peculiarità della Regione Campania.

In particolare vengono riportate di seguito sinteticamente alcune indicazioni del regolamento n. 1159/2000 che costituiscono un indispensabile indirizzo strategico per la successiva fase di programmazione delle azioni di comunicazione nel periodo 2000-2006.

Disposizioni generali e campo di applicazione

Le azioni informative e pubblicitarie sugli interventi dei fondi strutturali mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza dell’azione dell’Unione Europea e a dare in tutti gli Stati membri un’immagine omogenea degli interventi (...).

Obiettivi e destinatari delle azioni di informazione

Le azioni informative e pubblicitarie hanno lo scopo di:
informare i potenziali beneficiari finali (...) sulle possibilità offerte dagli interventi (...);
informare l’opinione pubblica sul ruolo svolto dall’Unione europea (...).

Garantire la trasparenza

L’autorità di gestione provvede, in particolare, a:
a pubblicare il documento dell’intervento stesso, indicando la partecipazione dei fondi strutturali (...);
ad informare sull’andamento degli interventi (...);
ad attuare iniziative di informazione sulla gestione, la sorveglianza e la valutazione degli interventi (...).

Informare l’opinione pubblica

Per meglio sensibilizzare l’opinione pubblica (...) l’autorità di gestione informa i mezzi di informazione di massa (...); a questo scopo può ricorrere a comunicati stampa, inserti sui giornali e visite ai cantieri. (...)



LINEE GUIDA PER LA DEFINIZIONE DELLA POLITICA DI COMUNICAZIONE

DELIMITAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il piano elaborato dalla Regione Campania per comunicare la strategia globale e gli interventi del Piano operativo regionale 2000-2006 è impostato su una premessa che delinea la chiave di interpretazione di ogni scelta strategica e di ciascuna azione

Principi cardine del piano di comunicazione sono le indicazioni, espresse in sede comunitaria, e recepite come condizioni di sviluppo del POR Campania: programmazione; integrazione; sussidiarietà e decentramento; partenariato; addizionalità; verifica dei risultati.

In particolare è riconosciuto al partenariato istituzionale, economico e sociale una posizione di centralità per la realizzazione di una efficace politica di comunicazione: lo scopo finale della nuova fase di programmazione è, infatti, il confronto e la collaborazione tra tutti i soggetti “attori” della regione.

Per questo il piano di comunicazione si propone, in tutte le sue fasi, di rafforzare i valori del dialogo e della partecipazione.

OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Tre sono gli obiettivi principali da raggiungere con il piano di comunicazione del POR Campania.

- Comunicare con i potenziali beneficiari finali, in collaborazione con tutte le organizzazioni di rappresentanza di interessi presenti nella Regione, sulle opportunità offerte dagli interventi realizzati insieme all’Unione europea.
- Informare tutti i cittadini della Regione sul ruolo svolto dall’Unità europea e sui risultati ottenuti “in progress” attraverso gli interventi del Programma operativo regionale, coinvolgendo come “testimonial sul campo” le donne e i giovani.
- Ottenere la partecipazione delle Province campane e dei soggetti gestori di progetti integrati come partner della Regione nell’attuazione del piano di comunicazione del POR, provocando un processo di “attivazione di risorse” a livello locale.

POLITICA DI COMUNICAZIONE

Il piano di comunicazione si basa su due principi guida, che indirizzano la scelta di tutte le azioni di comunicazione.

1. La Regione Campania sceglie di non essere l’unico soggetto fonte.



La comunicazione per essere di interesse generale, e per ottenere efficacia in modo capillare sul territorio regionale, ha bisogno della partecipazione di tutti i soggetti istituzionali, economici e sociali della Regione: il Comitato regionale di coordinamento del partenariato assume, per questo, un ruolo fondamentale nella definizione e nella realizzazione delle azioni di comunicazione.

2. Le azioni del piano di comunicazione sono progettate per dare rilevanza alle scelte di comportamento della Regione Campania con riferimento agli interventi del Programma operativo regionale 2000-2006.

La comunicazione del POR Campania è, quindi, scelta di comportamento e non solo informazione e promozione

SEGMENTAZIONE DEI PUBBLICI

Destinatari finali degli interventi (cittadini della Regione Campania, in particolare donne e giovani).

Potenziati beneficiari finali, interni ed esterni, alla Regione Campania, promotori degli interventi cofinanziati dai fondi (enti locali, università e istituti di ricerca, imprese e consorzi, enti di formazione, terzo settore, ecc.)

Organizzazioni di rappresentanza di interessi che fanno parte del Comitato regionale di coordinamento del partenariato e associazioni delle autonomie locali.

Amministrazioni provinciali e soggetti gestori di progetti integrati.

Amministratori, dirigenti e funzionari della Regione Campania, aree generali di coordinamento e settori coinvolti nella realizzazione del Programma operativo regionale 2000-2006.



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

CINQUE DIRETTRICI DI AZIONE

Il piano di comunicazione è articolato in cinque direttrici di azione (o aree della comunicazione):

- identità delle fonti di comunicazione,
- comunicazione simbolica,
- comunicazione dei comportamenti e trasparenza amministrativa,
- comunicazione delle alleanze,
- comunicazione interna.

Per ciascuna direttrice di azione sono definiti i pubblici prioritari e gli obiettivi specifici che orientano la scelta delle successive azioni di comunicazione.

1. IDENTITÀ DELLE FONTI DI COMUNICAZIONE

Pubblici prioritari

Area di comunicazione trasversale, rivolta a tutti i pubblici prioritari del piano di comunicazione del POR.

Obiettivi specifici

Dare una identità comune e riconoscibile alla “pluralità” delle fonti del piano di comunicazione.

Assicurare la gestione unitaria del sistema informativo.

2. COMUNICAZIONE SIMBOLICA

Pubblici prioritari

Tutti i cittadini della Regione Campania.

Pubblici “canale”

Donne e giovani della Regione Campania, anche attraverso le specifiche organizzazioni di interesse.

Obiettivi specifici

Organizzare la comunicazione dei comportamenti per “chiavi di lettura”: ambiente, cultura, uomini e donne, sviluppo locale, città, nodi di servizio.



Semplificare i contenuti con l'obiettivo di rendere percepibile in modo friendly la strategia globale del POR attraverso la scelta di puntare su tre temi simbolo: occupazione, pari opportunità e innovazione.

Coinvolgere le donne e i giovani come “testimonial sul campo” dell'attuazione degli interventi del POR.

3. COMUNICAZIONE DEI COMPORTAMENTI E TRASPARENZA AMMINISTRATIVA

Pubblici prioritari

Potenziali beneficiari finali, interni ed esterni, alla Regione Campania, promotori degli interventi cofinanziati dai fondi (enti locali, università e istituti di ricerca, imprese e consorzi, enti di formazione, terzo settore, ecc.)

Destinatari finali degli interventi (cittadini della Regione Campania, in particolare donne e giovani).

Operatori dei punti di informazione aperti sul territorio.

Obiettivi specifici

Comunicare la strategia del POR attraverso scelte di comportamento della Regione Campania con riferimento alla nuova programmazione 2000-2006.

Garantire trasparenza e accessibilità ai bandi, alle successive graduatorie e alle gare di appalto.

Informare sui dati del monitoraggio, sulla valutazione e sui lavori del Comitato di sorveglianza.

Informare sui risultati ottenuti “in progress” attraverso gli interventi del Programma operativo regionale.

4. COMUNICAZIONE DELLE ALLEANZE

Pubblici prioritari

I soggetti che fanno parte del Comitato regionale di coordinamento del partenariato: “amministrazioni provinciali, comuni capoluogo di provincia, associazioni di rappresentanza degli enti locali, parchi nazionali, rappresentanti di esperienze di programmazione negoziata sul territorio, università e sistema della ricerca, camere di commercio, associazioni di categoria dell'industria, del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura, i sindacati, rappresentanze delle pari opportunità, della cooperazione e del Terzo settore, associazioni ambientaliste”.

Obiettivi specifici



Stipulare i sei accordi di collaborazione (ambiente, cultura, uomini e donne, sviluppo locale, città, nodi di servizio) con le organizzazioni di rappresentanza di interessi, per comunicare insieme alla Regione Campania i contenuti dei sei assi strategici del POR.

Stipulare gli accordi di collaborazione con le singole province e con i soggetti gestori di progetti integrati, per attuare le azioni di comunicazione del POR decentrate sul territorio.

Attivare un canale privilegiato di comunicazione con i responsabili dell'informazione che operano all'interno delle organizzazioni di interesse.

5. COMUNICAZIONE INTERNA

Pubblici prioritari

Amministratori, dirigenti e funzionari della Regione Campania, aree generali di coordinamento e settori coinvolti nella realizzazione del Programma operativo regionale 2000-2006.

Obiettivi specifici

Sviluppare una "visione" condivisa della strategia di intervento e degli obiettivi globali del POR Campania.

Costruire un metodo comune per la comunicazione interna attraverso la diffusione di tecniche e strumenti efficaci.

Creare un sistema di comunicazione tra i soggetti coinvolti nell'attuazione del POR (Dipartimento per l'economia, Comitato di coordinamento, Comitato regionale di coordinamento del partenariato, ecc.).

Sviluppare le competenze e fornire gli strumenti di lavoro all'Unità per la pubblicità, l'informazione e il sistema informativo.



PIANIFICAZIONE DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE

Il piano di comunicazione è strutturato su progetti esecutivi semestrali, elaborati dall'Unità per la comunicazione e approvati dal Comitato di coordinamento, responsabile dell'attuazione del piano di comunicazione.

Il primo progetto esecutivo semestrale (novembre 2000 – giugno 2001) è allegato al presente documento.

L'attuazione del Piano di Comunicazione sarà effettuata da parte dell'Unità operativa per la pubblicità, l'informazione ed il sistema informativo, anche ricorrendo a strutture specializzate esterne.

La rilevazione dell'efficacia dell'attività di comunicazione verrà periodicamente realizzata da un soggetto esterno all'uopo selezionato.



ORGANIZZAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

Nel rispetto dell'art. 46 del Regolamento l'Autorità competente per l'esecuzione di tali azioni è il Dipartimento per l'Economia in qualità di Autorità di gestione del P.O.R. Campania.

La realizzazione del piano di comunicazione richiede una organizzazione che garantisca adattabilità della strategia di comunicazione alle scelte di governo del POR e allo stesso tempo rapidità e flessibilità di azione nelle fasi attuative.

Per questo all'interno del Dipartimento si individuano due livelli di responsabilità, uno decisionale e di guida e uno operativo e di gestione.

IL RUOLO DEL COMITATO DI COORDINAMENTO E DEL COMITATO REGIONALE DI COORDINAMENTO DEL PARTENARIATO

Il primo livello è costituito dal Comitato di coordinamento (Conferenza dei responsabili dei fondi strutturali e degli assi), istituito all'interno del Dipartimento per l'Economia¹, che svolge i compiti di indirizzo, di coordinamento e di verifica del piano di comunicazione.

Il Comitato di coordinamento si raccorda con il Comitato regionale di coordinamento del partenariato e con il Comitato di sorveglianza del programma operativo.

Presieduto dal responsabile del Dipartimento per l'economia o da suo delegato, il Comitato di Coordinamento è composto dai responsabili dei Fondi strutturali e dai sei responsabili di asse del POR e rappresenta, pertanto, l'organo deputato al coordinamento del Programma operativo.

Alle riunioni del Comitato di coordinamento partecipa il dirigente del Settore "Stampa, documentazione,, informazione e Bollettino ufficiale" a cui spetta la responsabilità di attuare tramite l'unità operativa dedicata, il Piano di Comunicazione.

Il Comitato di coordinamento si raccorda con il Comitato regionale di coordinamento del partenariato con riferimento all'attuazione degli accordi di collaborazione per la comunicazione (cfr. azione 2.1 e azione 2.2).

UNITÀ OPERATIVA PER LA COMUNICAZIONE

Il secondo livello è l'Unità operativa per la pubblicità, l'informazione ed il sistema informativo² che, adeguatamente supportata, anche da professionalità esterne, realizza le azioni e cura il raccordo con tutti i soggetti interni ed esterni all'amministrazione regionale chiamati a collaborare per la piena realizzazione degli obiettivi di comunicazione. L'Unità è

¹ L'Autorità di gestione del Programma Operativo Regionale 2000-2006 (POR) è la Regione Campania - Giunta Regionale - Dipartimento per l'Economia (di cui agli articoli 10 e 11 della Legge Regionale n. 11 del 4/7/1991).

² Secondo quanto previsto nel POR l'Unità svolge "l'attività di pubblicità ed informazione, connessa all'utilizzo dei fondi comunitari e delle misure, programmata con il P.O.R. (sportello informativo), redige il piano della comunicazione, garantisce la diffusione dei bandi, delle successive relative graduatorie curando il loro inserimento nel sito informativo della Regione ed assicura la gestione unitaria del sistema informatico per la raccolta, la elaborazione e la trasmissione all'IGRUE ed alla Commissione europea delle informazioni relative al monitoraggio finanziario, fisico e procedurale".



incardinata funzionalmente all'interno del Settore "Stampa, documentazione,, informazione e Bollettino ufficiale".

L'unità operativa per la comunicazione è organizzata al suo interno secondo le cinque direttrici:

- area comunicazione interna,
- area comunicazione delle alleanze,
- area comunicazione dei comportamenti e trasparenza amministrativa,
- area comunicazione simbolica,
- area identità delle fonti di comunicazione.

L'unità operativa assicura l'attuazione delle azioni di comunicazione programmate nell'ambito dei piani semestrali e, in particolare, coordina:

- la formazione dei pubblici interni individuati nelle azioni di comunicazione;
- la definizione degli standard di comunicazione di tutte le misure del POR;
- la raccolta, la selezione e la distribuzione, attraverso i vari canali individuati, delle informazioni oggetto del piano;
- la raccolta dei documenti relativi ai Programmi (Quadro di riferimento comunitario, norme nazionali e regionali collegate, circolari di attuazione delle misure, bandi, ecc.);
- il tempestivo e sistematico aggiornamento dei contenuti delle pagine web dedicate al POR Campania nel sito della Regione;
- il collegamento con il Comitato di coordinamento, con il Comitato regionale di coordinamento del partenariato, con i referenti degli assessorati regionali interessati alla realizzazione delle misure del POR attivando un modello continuo di comunicazione interna;
- il collegamento, anche telematico, con tutti i punti locali di informazione e di assistenza tecnica.

L'Unità operativa, per lo svolgimento delle proprie funzioni, si raccorda con le altre unità operative attivate a supporto del Dipartimento, con il Centro elaborazione dati e con il Comitato di sorveglianza del Programma operativo.

Principale oggetto informativo dell'Unità operativa sono i fondi strutturali e gli altri programmi e politiche comunitarie che interessano la Campania. Un sistema di banche dati deve tenere costantemente aggiornato sia lo stato di avanzamento di ogni singola misura, sia l'anagrafe dei funzionari responsabili delle stesse.

L'accesso all'informazione è garantito da diversi canali di comunicazione tra loro integrati: telefono, fax, internet, contatto diretto.

L'Unità operativa è costituita da una struttura centrale, articolata nelle cinque aree della comunicazione individuate attraverso la strategia di comunicazione, due punti d'accesso fisici presso la Regione Campania e una rete di punti locali di informazione aperti sul territorio provinciali, che costituiscono la naturale implementazione degli sportelli già esistenti (cfr. azione 5.2).

Della struttura centrale dell'unità operativa per la comunicazione fanno parte un coordinatore e specialisti in grado di coprire le cinque aree della comunicazione.



I due punti di accesso sono presidiati da quattro operatori di sportello.

Il coordinatore deve essere capace di combinare le risorse umane, tecnologiche e informative in modo ottimale per il raggiungimento degli obiettivi operativi.

Gli specialisti devono garantire la copertura delle necessarie competenze in materia di:

- formazione e organizzazione delle iniziative di animazione sul territorio;
- comunicazione pubblica e di interesse generale e di organizzazione del front office;
- documentalistica per la raccolta e il trattamento dell'informazione nel back office;
- informatiche per il web management e la gestione delle banche dati.

Quando necessario si prevede il ricorso a professionalità esterne, con qualificazione specifica rispetto alle funzioni previste e con competenze nel campo della comunicazione, del giornalismo, dell'animazione economica e della tecnologia.

I due punti di accesso fisico³ sono collocati presso gli Uffici di S. Lucia e presso il Centro Direzionale. Il primo, anche, con funzioni di call center e di centro di documentazione. Il secondo, anche, con compiti di reperimento del materiale informativo e di aggiornamento delle banche dati. Quindi in ogni punto di accesso devono essere compresenti funzioni di front office e di back office.

Il sistema informativo che supporta il piano di comunicazione è costituito da un sistema integrato di banche dati su:

- la normativa di attuazione riferita alla programmazione 2000-2006 e i bandi relativi alle misure;
- le novità, gli eventi e le scadenze;
- le richieste presentate al call center, al fine di offrire un servizio personalizzato all'utenza;
- i link di riferimento per il reperimento delle informazioni sui Fondi strutturali;
- i responsabili di misura.

³ I punti di accesso fisico devono:

- fornire servizi informativi generali e specialistici sui Fondi strutturali in Campania;
- orientare l'utente alla fonte di informazione più corretta in relazione alle esigenze poste, ove la richiesta non riguardi strettamente i fondi strutturali;
- presidiare le fonti informative on line e off line;
- elaborare le risposte alle richieste sulla base delle esigenze dei target;
- orientare gli utenti verso i centri di informazione comunitaria presenti nel territorio, nel caso di richieste riguardanti argomenti estranei ai Fondi strutturali;
- curare la rassegna stampa e realizzare una newsletter;
- predisporre i materiali informativi di natura specialistica per i diversi gruppi di interesse.



ALLEGATO N. 1

**PIANO DI COMUNICAZIONE POR CAMPANIA 2000-2006
PRIMO PROGRAMMA ESCUTIVO SEMESTRALE
DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE
novembre 2000 - giugno 2001**

Direttrice n. 1

Identità delle Fonti della Comunicazione

Azione 1.1

Definizione dell'identità dei soggetti fonte

Spunti per la progettazione dell'azione:
marchio e immagine grafica coordinata.

Azione 1.2

Costruzione dello scenario per implementare la rete di informazione

Spunti per la progettazione dell'azione:
monitoraggio degli sportelli di informazione aperti sul territorio regionale per mettere a punto una "rete" di informazione omogenea.

Azione 1.3

Canale telematico esterno

Spunti per la progettazione dell'azione:
progettazione di un canale telematico di comunicazione esterna (newsletter elettronica), aggiornato ogni settimana.

Azione 1.4

Definizione di standard per le azioni di comunicazione

Spunti per la progettazione dell'azione:
coinvolgimento di tutti i responsabili dell'informazione a livello regionale, provinciale e dei soggetti del partenariato per la definizione di standard comuni nella programmazione delle azioni di comunicazione decentrate sul territorio.

Azione 1.5

Accordi di collaborazione con i quotidiani

Spunti per la progettazione dell'azione:
quindicinale dedicato al POR, anche con funzione di "bussola web", distribuito in allegato ai principali quotidiani campani, partner della Regione nella comunicazione del POR.

Direttrice 2

COMUNICAZIONE SIMBOLICA

Azione 2.1

Semplificazione dei contenuti del POR per chiavi di lettura

Spunti per la progettazione dell'azione:



Pubblicazione di una guida a schede, articolata per destinatari.

Azione 2.2

Campagna affissioni sui temi occupazione, pari opportunità e innovazione

Spunti per la progettazione dell'azione:

pianificazione dei mezzi con riferimento ai capoluoghi di provincia.

Direttrice 3

COMUNICAZIONE DEI COMPORTAMENTI E TRASPARENZA AMMINISTRATIVA

Azione 3.1

Guida ai procedimenti amministrativi per l'accesso ai bandi

Spunti per la progettazione dell'azione:

semplificazione e informatizzazione delle procedure e realizzazione di una guida destinata ai potenziali beneficiari degli interventi.

Azione 3.2

Standardizzazione e diffusione dei bandi

Spunti per la progettazione dell'azione:

individuazione delle modalità di redazione e di predisposizione dei formulari e scelta dei canali di comunicazione in supporto alle Gazzette Ufficiali e al Bollettino regionale.

Azione 3.3

Seminari dei funzionari regionali e provinciali nelle scuole superiori e nelle università

Spunti per la progettazione dell'azione:

avvio del processo per trasformare i giovani in "testimonial" del POR con il coinvolgimento dei funzionari regionali e provinciali.

Azione 3.4

Seminari dei funzionari regionali e provinciali nelle organizzazioni di rappresentanza delle donne

Spunti per la progettazione dell'azione:

avvio del processo per trasformare delle donne in "testimonial" del POR con il coinvolgimento dei funzionari regionali e provinciali

Azione 3.5

Seminari per gli operatori dei punti di informazione

Spunti per la progettazione dell'azione:

avvio del processo di implementazione di una rete di informazione omogenea e coerente sul territorio regionale e provinciale.

Azione 3.6

Bilancio sociale del POR

Spunti per la progettazione dell'azione:

pubblicazione, ogni sei mesi, di un'analisi dei risultati sociali raggiunti, con attenzione particolare all'occupazione, alle pari opportunità e all'innovazione.



Azione 3.7

Progettazione del “cantiere evento”

Spunti per la progettazione dell'azione:

per gli interventi che riguardano le opere pubbliche viene definito il modello del “cantiere evento” per garantire la partecipazione degli abitanti delle zone o dei quartieri interessati. Il “cantiere evento” si rivolge in modo particolare ai giovani.

Direttrice 4

COMUNICAZIONE DELLE ALLEANZE

Azione 4.1

Accordi di collaborazione per la comunicazione con le province

Spunti per la progettazione dell'azione:

definizione degli accordi di collaborazione con le province e con i soggetti gestori di progetti integrati.

Azione 4.2

Accordi di collaborazione per la comunicazione con le organizzazioni di interesse

Spunti per la progettazione dell'azione:

definizione dei sei accordi di collaborazione “tematici” con le organizzazioni di rappresentanza di interessi coinvolte nell'attuazione del POR.

Azione 4.3

Formazione per gli amministratori e i funzionari delle province e per la “lobbystruttura” delle organizzazioni di interesse

Spunti per la progettazione dell'azione:

gruppi omogenei di destinatari, seminari e affiancamento per l'elaborazione dei piani di lavoro per l'implementazione del POR.

Azione 4.4

Comunicazione all'esterno dei contenuti degli accordi

Spunti per la progettazione dell'azione:

relazioni con la stampa per comunicare gli accordi di collaborazione per la comunicazione e le azioni che saranno realizzate.

Azione 4.5

Seminari di coinvolgimento della “rete” di comunicazione

Seminari per le principali organizzazioni di rappresentanza di interessi.

Direttrice 5

Comunicazione Interna

Azione 5.1

Formazione per gli amministratori e i funzionari della Regione Campania

Spunti per la progettazione dell'azione:



gruppi omogenei di destinatari, seminari e affiancamento per l'elaborazione dei piani di lavoro per l'implementazione del POR.

Azione 5.2

Canale telematico interno

Spunti per la progettazione dell'azione:

progettazione di un canale telematico di comunicazione interna, per dare continuità all'azione di formazione e di affiancamento.