



**COMITATO DI SORVEGLIANZA
DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE FSE
2014/2020**

Venezia, 29 maggio 2018

INFORMATIVA

Punto n. 9: Attuazione della strategia di comunicazione



UNIONE EUROPEA
Fondo europeo di sviluppo



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE DEL VENETO



Nell'ambito del Programma Operativo Regionale (POR) del Fondo Sociale Europeo (FSE) per il periodo 2014-2020 della Regione del Veneto (attuativo della Strategia "Europa 2020") ed in base alla disciplina prevista dagli artt. 115-117 e dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, l'Autorità di gestione è responsabile dell'elaborazione di una strategia di comunicazione volta a pubblicizzare, presso i cittadini dell'Unione, il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione. Le azioni di informazione e comunicazione devono essere realizzate conformemente a detta strategia e mirare alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione.

La Strategia di comunicazione del POR FSE 2014/2020 della Regione del Veneto, è stata approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 30 giugno 2015, a norma dell'art. 116, paragrafo 2 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 e recepita nella DGR n. 354 del 24.3.2016.

La comunicazione è diretta a tutta la popolazione del Veneto prevedendo una strategia differenziata, mettendo in campo azioni mirate per specifici *target group* del Programma e tenendo in dovuta considerazione anche le necessità delle realtà locali. Le finalità che la strategia intende perseguire sono in linea con gli obiettivi delineati dal POR FSE 2014-2020 del Veneto e, sulla base di quanto disposto dal Regolamento 1303/2013 e dall'Allegato XII, gli obiettivi perseguiti sono:

- rafforzare la conoscenza del ruolo che l'Unione Europea riveste nel favorire le politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società;
- migliorare la conoscenza da parte dei cittadini sui risultati delle politiche comunitarie e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i Fondi strutturali;
- incentivare e diffondere la conoscenza del Programma Operativo 2014-2020 e del ruolo che esso gioca nella valorizzazione e nello sviluppo del territorio del Veneto nel suo complesso;
- garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni ed alle opportunità offerte dal Programma.

Ai fini del raggiungimento dei richiamati obiettivi, nel corso dell'anno 2017 sono state poste in essere due macro attività: una focalizzata sulle attività di comunicazione ed





informazione *strictu sensu*, l'altra di carattere prodromico e programmatico della future azioni.

Per quel che concerne la prima di dette attività, essa è consistita nell'insieme delle azioni realizzate con l'ausilio della società AB Comunicazioni s.r.l. – aggiudicataria del Servizio di ideazione e realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità previsti nella Strategia di comunicazione del Programma Operativo Regionale del Fondo Sociale Europeo 2014-2020, per effetto del contratto stipulato in data 5 ottobre 2016 mediante il sistema del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA) - che si sono esplicitate attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

1. Aggiornamento dell'immagine coordinata e della relativa guida all'uso.
2. Organizzazione dell'iniziativa informativa principale annuale (tenutasi il 6 dicembre 2016).
3. Campagna stampa su quotidiani (quattro settimane tra i mesi di marzo ed aprile; sette quotidiani nell'edizione *on line*; 4.898.000 *impression*).
4. Campagna pubblicitaria televisiva su emittenti locali e regionali (due emittenti televisive ed una web-tv, con una copertura complessiva di 721 ore).
5. Campagna pubblicitaria radiofonica su emittenti regionali e locali (due settimane nel mese di marzo; sei emittenti radiofoniche; 350 minuti di *spot*).
6. Materiale promo-pubblicitario (realizzato in funzione delle iniziative di comunicazione pubbliche: 15.000 *leaflet* distribuiti durante le tappe del road show, nel corso dei workshop ed in occasione della partecipazione al Festival della Ristorazione).
7. Redazione di contenuti per sito internet regionale e canali social regionali. Per quanto riguarda i canali social, l'agenzia appaltatrice ha supportato la campagna pubblicitaria con la redazione di post che sono stati pubblicati sulla pagina ufficiale della Regione del Veneto di Facebook (social networking, photo e video sharing), nonché nei canali Twitter (social networking e microblogging) e Youtube (social networking e video sharing).
8. Roadshow: il tour itinerante ha toccato molte località del Veneto, in sei provincie: Venezia,
 1. Padova, Vicenza, Treviso, Rovigo, Belluno. Complessivamente sono state toccate 19 località.





9. Partecipazione al Festival della Ristorazione - svoltosi nei giorni 23, 24 e 25 maggio 2017 presso Villa Contarini a Piazzola sul Brenta (PD) - mediante presenza di camper con logotipi del POR Veneto del FSE 2014-2020, *roll up* di supporto all'iniziativa e *desk* informativo.
10. Workshop: cinque eventi realizzati nei mesi di luglio, settembre ed ottobre 2017.
11. Supporto l'Autorità di Gestione del POR FSE 2014-2020 nell'attività di organizzazione dell'incontro del Comitato di sorveglianza 2017 e dei servizi collaterali.

In relazione all'attività prodromica alla realizzazione delle azioni di comunicazione dei prossimi trenta mesi, attualmente è in corso di aggiudicazione la gara per l'affidamento del *Servizio di ideazione e realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità previsti nella Strategia di comunicazione per il Programma Operativo Regionale del Fondo sociale europeo 2014-2020*.

L'analisi condotta dal Valutatore indipendente relativamente ai dati della campagna di comunicazione condotta nell'anno 2017 e sopra sinteticamente descritta, con le prime evidenze in merito agli "impatti" prodotti dalle azioni realizzate, in termini di visibilità del programma operativo e del ruolo svolto dal Fondo e dall'Unione, anche in termini di sensibilizzazione nei confronti dei cittadini, consentirà di apportare gli opportuni *settaggi* finalizzati al mantenimento ed all'implementazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione.

