



COMITATO DI SORVEGLIANZA DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE FSE 2014/2020

Venezia Heritage Tower
21 giugno 2019

INFORMATIVA

Punto 11. Attuazione della Strategia di comunicazione



La Strategia di comunicazione del POR FSE 2014/2020, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 30 giugno 2015, a norma dell'art. 116, paragrafo 2 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, contiene al suo interno la descrizione delle azioni che l'Autorità di Gestione intende perseguire compatibilmente con il Regolamento (UE) n. 1303/2013 (attività informative annuali per presentare i risultati raggiunti nell'avanzamento del Programma e le opportunità previste per l'anno successivo; pubblicazione sul sito web dell'Autorità di Gestione dell'elenco delle operazioni secondo quanto previsto dall'articolo 115, paragrafo 2 del regolamento (UE) n. 1303/2013 e dal relativo Allegato XII nonché nel portale Open Coesione (<http://www.opencoesione.gov.it/>).

Le azioni perseguite sono finalizzate al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- 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 di attuare le azioni previste dalla Strategia, con Deliberazione della Giunta regionale n. 308 del 14 marzo 2017, è stata autorizzata l'indizione di una gara d'appalto a procedura aperta, con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa (ex artt. 59, comma 1, 60 e 95 del D. Lgs. n. 50/2016), per l'affidamento 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.

La procedura di gara, indetta con successivo Decreto del Direttore dell'Area Capitale Umano e Cultura n. 19 del 28 aprile 2017 è stata aggiudicata con DDR n. 18 del 25.06.2018.

Successivamente alla stipula del contratto avvenuta in data 3 agosto 2018 ed alla ricezione, in data 5 ottobre 2018, del parere favorevole del CORECOM sulla proposta pianificazione della campagna pubblicitaria, il 24 ottobre 2018 è stata lanciata su tutto il territorio regionale la Campagna di informazione pubblicitaria per illustrare ai cittadini le opportunità offerte dal POR FSE 2014-2020.

La campagna media, realizzata con uno stile semplice e incisivo e con messaggi rivolti ai principali target del FSE, ovvero i giovani, le imprese ed i soggetti svantaggiati, è andata in onda nei mesi di ottobre, novembre e dicembre 2018, concentrando l'attenzione sugli strumenti che possono cambiare in meglio la vita dei cittadini veneti sul fronte dell'istruzione e della formazione, dell'occupazione e dell'inclusione sociale.

Con l'intento di rafforzare il più possibile l'efficacia delle azioni di comunicazione, alla campagna media si è affiancata la campagna pubblicitaria sui social media (quali Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram).

Il concept della campagna: *"Il Fondo Sociale Europeo, insieme alla Regione del Veneto, permette ad ognuno di prendere in mano e costruire il proprio futuro".*

Per sottolineare la partecipazione attiva delle persone alla realizzazione degli interventi finanziati dal FSE, all'interno degli spot si vedono i veri protagonisti - non attori, ma soggetti autentici che hanno partecipato e beneficiato delle iniziative del Programma Operativo Regionale del Fondo Sociale Europeo 2014-2020 - che raccontano la propria esperienza, il tutto ambientato all'interno dei rispettivi luoghi di lavoro, a testimonianza dell'efficacia degli interventi.

I media

Televisione: gli spot televisivi di 30" sono andati in onda dal 24 ottobre al 31 dicembre 2018, in 2.671 uscite, sulle principali emittenti locali e regionali.

Radio: la campagna radiofonica è stata lanciata il 24 ottobre 2018 ed è andata in onda, con 2.268 uscite, fino al 16 dicembre 2018, sulle principali emittenti locali e regionali.

Quotidiani: la campagna informativa si è svolta sia sulla carta stampata, sia nella versione online dei quotidiani ed ha coperto il periodo dal 24 ottobre 2018 al 16 dicembre 2018. La



REGIONE DEL VENETO



POR FSE 2014-2020
REGIONE DEL VENETO

versione cartacea ha visto la pubblicazione del ¼ di pagina, mentre l'edizione on line ha presentato banner animati.

L'analisi del Valutatore indipendente relativamente ai dati della campagna di comunicazione condotta nell'anno 2018 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 in via di realizzazione.

Anche a seguito di una serie di riflessioni condotte a valle dei rapporti stilati dal valutatore indipendente, è in atto una revisione dello strumento rivolto ai beneficiari in ordine alle modalità di comunicazione del FSE, sia per quanto concerne gli strumenti materiali che per quanto attiene i modelli social. In particolare è stata costruita una clip video finalizzata alla fruizione di tutti i destinatari che illustri nel dettaglio strumenti e caratteristiche del FSE in modo da assicurarne una piena consapevolezza.