

Comitato di Sorveglianza POR FSE Veneto 2007-2013

Venezia, 23-24 giugno 2011

## **Relazione sull'attività di comunicazione e promozione realizzata nel corso del 2010**

A cura della Società di Comunicazione Aipem srl

L'attività di comunicazione e promozione del Fondo Sociale Europeo nel Veneto si è concretizzata nel corso del 2010 in una serie di iniziative in parte finalizzate a far conoscere alla cittadinanza regionale questo importante strumento di sviluppo e crescita (tanto individuale quanto collettiva) e in parte finalizzate alla promozione di specifici interventi a favore di determinate categorie (ad es. lavoratori in mobilità). Di seguito si illustrano – in forma sintetica – le principali iniziative avviate, evidenziando tanto le finalità quanto gli strumenti utilizzati.

### **Sito web ([www.piusaipiuvai.it](http://www.piusaipiuvai.it))**

Come evidenziato anche dall'indagine demoscopica realizzata (si veda il relativo paragrafo), il principale media che il cittadino utilizza per la ricerca di informazioni è il web. Per questo è sembrato opportuno realizzare un sito che da un lato raccogliesse le informazioni già presenti in altre pagine del sito regionale e dall'altro potesse risultare un valido supporto per le attività pubblicitarie tradizionali.

Il sito realizzato nel corso del 2010 (e pubblicato ad inizio 2011) si caratterizza per i seguenti elementi:

- un sistema di autoprofilazione dell'utenza in tre soli click, così da pre-selezionare le informazioni da mostrare in funzione delle caratteristiche dell'utente stesso;
- un'area multimediale ricca di contenuti, così da rendere fruibili on-demand (e senza limiti di tempo) i molti materiali via via realizzati (interviste, videodocumenti, trasmissioni tv, tutorials...)
- un modulo di accreditamento funzionale all'invio della newsletter e di altre informazioni a tutti gli interessati ai temi toccati dal Fondo Sociale Europeo, o utilizzabile per l'iscrizione a particolari eventi ed iniziative.



## **Promozione delle misure di contrasto alla crisi economica**

Al fine di presentare, sinteticamente ma compiutamente, la cosiddetta “dote lavoro” (un pacchetto di servizi con indennità economica offerto ai lavoratori che affrontano la crisi), è stata predisposta una guida stampata e distribuita in 100.000 copie. Analogamente è stato realizzato un dépliant finalizzato ad illustrare gli interventi per il reinserimento, la riqualificazione e il reimpiego dei lavoratori beneficiari della mobilità in deroga, pubblicazione diffusa (in circa 10.000 copie) attraverso i Centri per l’impiego provinciali. Infine è stata realizzata una pubblicazione per illustrare gli interventi di contrasto alla crisi previsti dalla cosiddetta “Linea 3 – Il fase” (alte professionalità), ovvero quelli finalizzati a stimolare e sostenere processi di miglioramento competitivo, di cooperazione e di innovazione delle imprese del Veneto

Quasi contestualmente è stata realizzata un’importante campagna pubblicitaria finalizzata ad informare la cittadinanza (e in particolare le persone che hanno perso il lavoro nel corso del 2010) sulle opportunità legate alla “mobilità in deroga”. Detta campagna si è articolata su tre circuiti media: quello dei quotidiani regionali (scelti secondo i dati AudiPress), quello delle emittenti radiofoniche (scelte secondo i dati AudiRadio) e quello dei settimanali diocesani.

La campagna, che si è sviluppata nella seconda metà di settembre, mirava a sollecitare i potenziali interessati a recarsi al Centro per l’Impiego più vicino alla propria residenza o, in assenza di informazioni in merito, di telefonare al numero verde. Complessivamente sono state pianificate 34 uscite sui quotidiani Il Gazzettino, Nuova Venezia, Tribuna di Treviso, Mattino di Padova, Giornale di Vicenza, Arena di Verona, Corriere delle Alpi di Belluno. Contestualmente sono stati realizzati degli spot radiofonici da 30 secondi, pianificati su 12 emittenti radiofoniche, per complessivi 960 passaggi. Infine sono stati pianificati nove periodici diocesani, realizzando complessivamente 18 uscite.

Posto che detta campagna spingeva l’utente a chiamare il numero verde per richiedere ulteriori informazioni, attraverso quest’ultimo è stato possibile monitorare l’efficacia dei singoli media pianificati; i dati raccolti hanno evidenziato come, per il target oggetto della specifica campagna, il mezzo più efficace (anche in considerazione dell’impegno di risorse) è risultato quello radiofonico.

## **Servizio di call center**

Come anticipato sopra, in concomitanza con la realizzazione della campagna dedicata alla mobilità in deroga è stato attivato il servizio di call center, attraverso operatori opportunamente formati. Il servizio, attivo dal giorno 15 settembre 2010, in una prima fase è stato focalizzato esclusivamente sulle misure anticrisi, quindi è stato gradualmente ampliato a tutte le telefonate in entrata al numero verde 800 998300, ed oggi funge da supporto operativo per gli uffici regionali in tutti gli ambiti di competenza FSE.

## **Convegni ed eventi**

Nell’ambito del piano di comunicazione approvato, sono stati pianificati e realizzati nel corso del 2010 alcuni eventi, sia a carattere convegnistico (e quindi per un pubblico più mirato di operatori del settore) o per la cittadinanza. Al di là del supporto all’organizzazione del Comitato di Sorveglianza (che per quanto riservato rappresenta pur sempre un’occasione importante di promozione del Fondo Sociale Europeo), è stata data la massima collaborazione per la presentazione a Vicenza della cosiddetta “Linea 3 – Il fase” (8 luglio 2010) e per la realizzazione a Venezia del convegno sulla certificazione delle competenze (21 ottobre 2010), convegno interamente videoregistrato e riproposto in modalità “on demand” nel sito internet e in un dvd appositamente realizzato.



Inoltre, nell'ambito dell'importante presenza della Regione del Veneto all'edizione 2010 di Job&Orienta, è stato allestito un corner dedicato al Fondo Sociale Europeo ed alle molte opportunità che questo strumento offre ai giovani, non solo per migliorare la propria professionalità attraverso percorsi formativi, ma anche per facilitare l'ingresso nel mondo del lavoro, per permettere la realizzazione di stage aziendali, per incentivare e sostenere l'imprenditorialità giovanile, ecc. A tal fine sono stati realizzati e distribuiti appositi materiali informativi, con i seguenti titoli: *"Integrazione Sistema Veneto Istruzione, Formazione e Lavoro con altre regioni italiane e europee (Asse V transnazionalità e interregionalità)"; "Strumenti operativi a supporto dei processi di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze (Asse Capitale Umano)"; "Azioni innovative per i giovani: Interventi per studenti"; "Azioni innovative per i giovani: Interventi per l'imprenditorialità"; "Percorsi formativi per collaboratore restauratore dei beni culturali"; "Quaderno per appunti "Più sai, più vai!"*.

Il corner FSE a Job&Orienta è stato caratterizzato soprattutto dalla presenza di uno spazio per brevi video-interviste ai ragazzi, interpellati sui temi della manifestazione e sul loro modo di vedere e vivere la delicata fase di preparazione ed inserimento nel mondo del lavoro. Ai 30 ragazzi intervistati nei tre giorni della manifestazione veronese sono state poste una quindicina di domande riguardanti la scuola, le aspettative per il futuro, la voglia e la disponibilità a cercare lavoro lontano da casa, la percezione dell'importanza della formazione, la conoscenza del Fondo Sociale Europeo. Il materiale audiovisivo registrato è stato poi montato presentando in sequenza le più significative risposte alla medesima domanda, fornendo un interessante quadro d'insieme che – pur senza pretese di essere esaustivo e rappresentativo della realtà veneta – fornisce indicazioni e spunti interessanti. Le interviste ai ragazzi ed una presentazione dello stand della Regione del Veneto a Job&Orienta sono visionabili (e scaricabili) all'indirizzo internet [www.piusaipiuvai.it](http://www.piusaipiuvai.it).

### **Monitoraggio tramite indagine demoscopica**

Nell'ambito del piano di comunicazione e promozione del POR FSE 2007-2013, è stata realizzata un'indagine demoscopica su un campione rappresentativo della cittadinanza del Veneto, al fine di "fotografare" la realtà del territorio regionale rispetto ad alcuni temi rilevanti quali la formazione, le misure anti-crisi e la conoscenza del Fondo Sociale Europeo, ma anche per comprendere come intercettare meglio e più direttamente lo sfaccettato target di riferimento per il FSE, attraverso un'analisi dei media e degli strumenti più efficaci. Gli elementi emersi dalle oltre 1.400 interviste realizzate nel mese di novembre 2010 si auspica possano costituire un valido elemento di riflessione per indirizzare l'attività di comunicazione e promozione del Fondo Sociale Europeo nel Veneto.

L'indagine (disponibile sul sito internet) sarà realizzata nuovamente tra circa 18 mesi, così da registrare eventuali scostamenti rispetto a quanto emerso in questa prima iniziativa.

### **Trasmissioni televisive dedicate al FSE nel Veneto**

Facendo seguito a quanto previsto all'interno del Piano di comunicazione, nell'ultimo trimestre del 2010 è stato progettato un intervento per la realizzazione e pianificazione di un ciclo di 16 trasmissioni televisive della durata di 10 minuti, dal titolo "Più sai, più vai!", e dedicate interamente ai temi legati al Fondo Sociale Europeo nel Veneto.

Al fine di garantire un'adeguata copertura del territorio regionale, intercettando i target di riferimento previsti dal piano di comunicazione, è stata predisposta una pianificazione con due passaggi per puntata sulle seguenti Emittenti televisive: Antenna Tre Nordest, Canale Italia, Rete Veneta, Telebelluno Dolomiti, Telenuovo Retenord e TVA Vicenza. Detta iniziativa è quindi stata avviata ad inizio 2011 (superata anche la difficile fase di passaggio al digitale terrestre).



Tutti i materiali e gli interventi realizzati sono stati caratterizzati dai loghi e dagli stilemi definiti per il Fondo Sociale Europeo nel Veneto, così da creare un'uniformità grafica e un'immediata riconoscibilità da parte dell'utenza. A tal fine è stata realizzata anche una guida al corretto utilizzo dei logotipi, alla quale tutti devono far riferimento per le attività di comunicazione e promozione legate al Fondo Sociale Europeo (disponibile in formato elettronico nel sito internet [www.piusaipiuvai.it](http://www.piusaipiuvai.it)).