

Servizio di sviluppo e attuazione della strategia
di comunicazione POR MARCHE FESR 2014-2020

Proposta aggiornamento Strategia di comunicazione a seguito dell'inserimento del Nuovo Asse 8 SISMA

04 aprile 2018



Analisi di contesto

IL TERRITORIO COLPITO

Su 140 Comuni che fanno parte del cratere sismico del Centro Italia, 87 sono nelle Marche e per lo più situati nelle province di Macerata e di Ascoli Piceno.

La metà dell'area dell'intero cratere si trova, quindi, nelle Marche, dove si sono registrati danni maggiori rispetto alle altre tre regioni - Abruzzo, Umbria e Lazio - colpite dal terremoto del 2016.

Nonostante la vastità dell'area, la popolazione residente nei Comuni marchigiani del cratere risulta essere piuttosto bassa, ovvero pari al 22,7% di quella regionale.

Il sisma ha lasciato molte persone senza casa e ha prodotto effetti negativi sull'economia, sul sistema produttivo e le imprese del territorio.

Un segno concreto arriva dai contributi aggiuntivi assegnati alle Marche nell'ambito del POR Fesr 2014 – 2020. Lo stanziamento è pari a 248 milioni, di cui 124 milioni provenienti dalle maggiori risorse messe a disposizione dall'Unione europea e 124 milioni di cofinanziamento statale.

La somma, convogliata nel nuovo Asse 8 multi obiettivo, è destinata a sostenere interventi di messa in sicurezza sismica, in particolare delle scuole, e di promozione dei processi di sviluppo delle aree colpite, con attenzione al turismo e alle attività produttive.

Analisi di contesto

I beneficiari dei contributi, che rappresentano un volano per la ripresa economica delle zone colpite, sono principalmente le imprese e gli enti pubblici.

Tali risorse non sono destinate agli interventi di ricostruzione delle abitazioni private, realizzabili grazie ai fondi messi a disposizione dal Governo.

Dai fondi Por - Fesr i cittadini trarranno comunque grandi benefici: la ripartenza delle attività produttive e il loro riposizionamento competitivo favorirà la creazione di posti di lavoro e il ripopolamento di territori in parte già spopolati prima del sisma.

LA RIPROGRAMMAZIONE DEL POR FESR 2014 – 2020

La dotazione aggiuntiva è frutto della riprogrammazione del Por – Fesr 2014 – 2020, realizzata grazie a un intenso lavoro di concertazione tra le amministrazioni regionali, statali e comunitarie, i territori coinvolti e il forum del partenariato economico e sociale regionale. Il via libera allo stanziamento è arrivato il 19 dicembre 2017, con l'approvazione definitiva, da parte della Commissione Europea, della proposta di modifica, impostata con l'obiettivo di accompagnare la rinascita dei territori attraverso la ripresa economica e il rilancio produttivo.

Analisi di contesto

IL SISTEMA DEI MEDIA

Al di là dei media nazionali, il sistema regionale dei media è caratterizzato dalla presenza di due quotidiani con redazioni nelle varie province, di 10 emittenti televisive locali, a cui va aggiunta la Rai con l'edizione regionale del Tg3, di numerose testate on line e di servizi radiodiffusione.

I due quotidiani presenti sul territorio sono il Corriere Adriatico e il Resto del Carlino. Molto forte nel Pesarese, con 118 mila lettori nel giorno medio secondo i dati Audipress 2017, il Resto del Carlino è ben radicato anche in provincia di Macerata (76 mila lettori). Il Corriere Adriatico, che detiene il primato assoluto nel capoluogo marchigiano (88 mila lettori), si conferma anche la prima testata di Ascoli e provincia (53 mila lettori). Nel Fermano il numero di lettori risulta equamente distribuito tra i due giornali. Le emittenti televisive locali sono 10. Su tre di loro si dispone di dati sul numero degli spettatori forniti da Auditel. La più seguita, con una media giornaliera di 100.000 spettatori, è Tv Centro Marche, il cui bacino d'utenza comprende tutto il territorio marchigiano; seguono TVRS ed Etv Marche, entrambe con una copertura su scala regionale e rispettivamente con una media giornaliera di 50.000 e 40.000 spettatori.

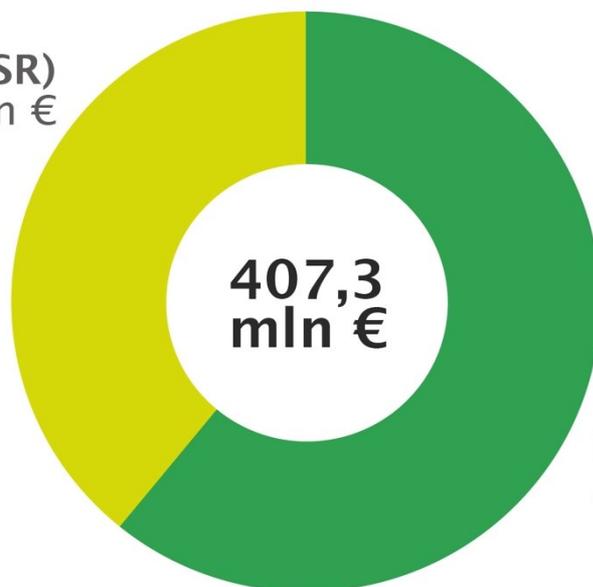
Analisi di contesto

Un'altra emittente che opera a livello regionale è Vera Tv, con sede a San Benedetto del Tronto ed una copertura capillare nell'Ascolano. Ci sono poi le piccole emittenti presenti nell'area del cratere: Video Tolentino e Quinta Rete Tv.

Interessante infine il panorama delle emittenti radio regionali, che sono oltre 40. Nell'area del cratere risultano particolarmente attive Radio C1, Radio Fermo 1, Radio Ascoli e Radio Nuova Macerata.

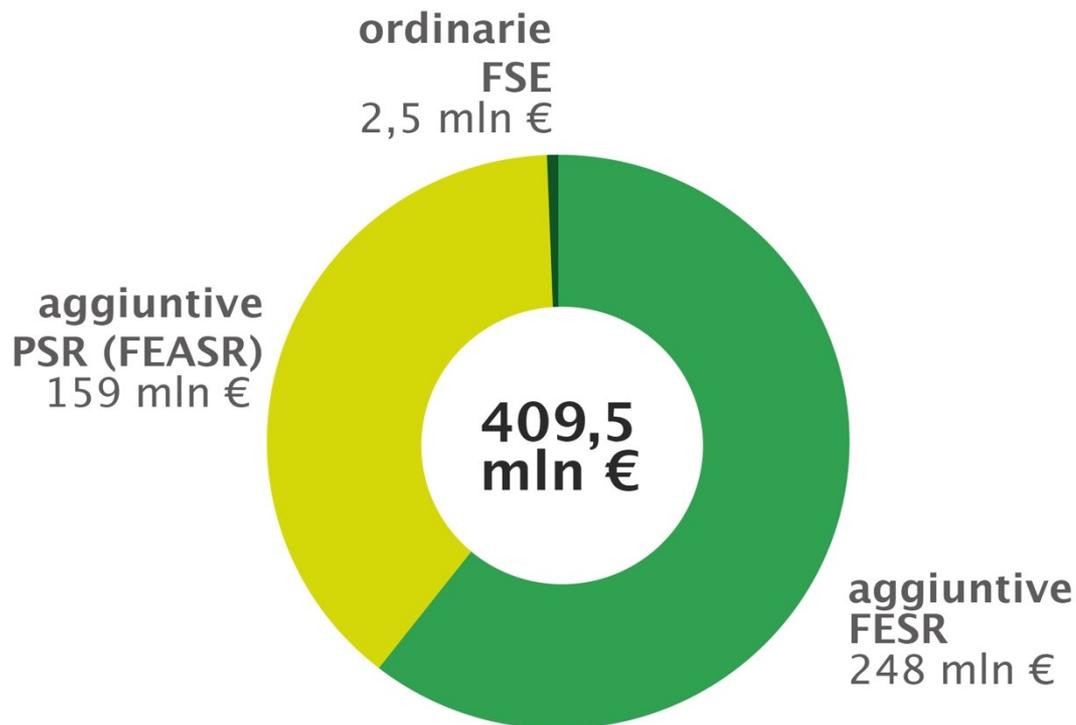
RISORSE AGGIUNTIVE SISMA

PSR (FEASR)
159,3 mln €



FESR
248 mln €

AREA CRATERE RISORSE DEDICATE



RISORSE AGGIUNTIVE FESR



100,5
mln €
INVESTIMENTI
PER LE IMPRESE



23,3
mln €
CULTURA E
TURISMO



50
mln €
SICUREZZA
SISMICA EDIFICI
PUBBLICI

243.000.000* €



8
mln €
SICUREZZA
IDROGEOLOGICA



12,6
mln €
MOBILITÀ



48,6
mln €
ECO-EFFICIENZA
EDIFICI PUBBLICI

* al netto dei costi di assistenza tecnica

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Obiettivi di livello generale

- **Creare la consapevolezza sui fondi** specificamente dedicati alle aree colpite dal sisma
- **Far conoscere gli obiettivi e le scelte**, operate dalla programmazione regionale, per un corretto ed efficace utilizzo di tali fondi

Gruppo
target

Grande pubblico

indicatore

Conoscenza di un
sostegno finanziario
della UE dedicato
all'area colpita dal sisma

Obiettivi a livello di programma

- **Far conoscere** le concrete possibilità di utilizzo dei fondi stanziati
- **Motivare** i potenziali candidati
- **Aiutare** i candidati e i beneficiari ad implementare la capacità di assorbimento dei fondi stanziati

Gruppi
target

Candidati e beneficiari,
potenziali ed effettivi
(imprese - enti - esperti
intermediari)

indicatore

Grado di soddisfazione
per le informazioni e il
supporto ricevuti per
accedere agli aiuti

Obiettivi a livello di progetto

- **Informare sui vantaggi pratici** dei progetti supportati
- Favorire **la percezione del loro impatto sulla vita** dei cittadini delle aree colpite dal sisma

Gruppi
target

Grande pubblico,
imprese o enti
beneficiari, partenariato
economico-sociale

indicatore

La conoscenza di
progetti realizzati con
l'aiuto dei fondi

Strategia

Concretezza, integrazione, capillarità e copertura: sono questi gli aspetti chiave della strategia, con l'intento di **avvicinare quanto più possibile l'Europa dei fatti ai cittadini.**

CONCRETEZZA

- Informazioni chiare e semplici per dare risposte ai bisogni specifici dei diversi interlocutori

INTEGRAZIONE

- Sinergia tra media, strumenti e azioni messe in campo
- Logica di sistema con le attività di comunicazione di tutti i Fondi che hanno risorse dedicate al sisma
- Coordinamento sui temi di interesse comune

CAPILLARITÀ

- Raggiungere ogni angolo di un territorio difficile
- Andare in profondità con l'ascolto
- Effettivo coinvolgimento del partenariato, per sviluppare, insieme a figure ed organismi vicini ai cittadini, un'attività informativa incisiva e funzionale

COPERTURA

- Un piano di comunicazione, dedicato all'area del sisma, che assicuri sia il raggiungimento di differenti target con messaggi mirati, sia una copertura ampia e generalizzata del grande pubblico
- Assicurare una buona copertura del grande pubblico anche su base regionale

Il messaggio chiave

- Il messaggio deve seguire il solco già tracciato per la comunicazione del POR FESR, l'idea quindi che il Programma metta a disposizione della comunità regionale.
- Allo stesso tempo è importante che il messaggio emerga da quel solco, per due principali ragioni.
 - Queste risorse sono **DEDICATE** all'area del sisma, **CONCENTRATE** sui bisogni di comunità e imprese che hanno subito danni e stanno attendendo **AIUTI CONCRETI** e **URGENTI**.
 - Queste risorse hanno, nel loro insieme, un obiettivo chiaro che è lo **SVILUPPO** di quelle aree dopo il sisma e nonostante il sisma.

Il messaggio chiave

- Il messaggio deve anche essere calibrato rispetto ai **nodi** e alle **sfide** che la comunicazione deve affrontare:
 - **infondere fiducia** nella reale disponibilità di tali risorse e nella loro capacità di produrre sviluppo.
 - **essere convincenti** riguardo alla qualità degli investimenti sostenuti dal POR.
 - **essere credibili** per condividere una visione e un progetto con il sistema delle imprese, le comunità e le amministrazioni locali.

Il messaggio chiave

- La **PROMESSA PRINCIPALE DI COMUNICAZIONE** nasce dalla sintesi del progetto da condividere:
 - La ripresa socio economica è possibile, **SI PUÒ RIPARTIRE DOPO IL SISMA, INVESTENDO IN UN NUOVO SVILUPPO**
 - Un **NUOVO SVILUPPO È POSSIBILE** attingendo alle risorse del POR e investendole in prevenzione sismica, messa in sicurezza del territorio, efficienza energetica, ricerca, innovazione, sviluppo di nuovi prodotti, servizi sociali, credito alle imprese, mobilità, patrimonio naturale e culturale.

Un marchio “ombrello” per tutta la comunicazione

- Un marchio “ombrello” può servire a connotare in modo univoco le attività dei Fondi europei nell’area del sisma e per la ripresa del sistema Marche.
- Il marchio dovrà **esprimere con semplicità e chiarezza il significato e il valore di quegli interventi per la popolazione delle aree colpite.**
- Oltre al logo “ombrello” vi sarà una regia unica per la comunicazione su questo tema di tutti i Fondi europei .
- Il marchio/logotipo deve esprimere:
 - **Vicinanza**
 - **Reali e concrete opportunità**
 - **Sostegno**
 - **Empatia**
 - **Invito a fare, progettare, intraprendere grazie alle opportunità offerte**

Quale messaggio deve esprimere il marchio ?

L'Europa e i Fondi europei sono con noi,
sono qui, con un obiettivo chiaro:

la ripresa / ripartenza delle aree colpite e del sistema Marche

Il marchio “ombrello” scelto

L'Europa con noi
PER RIPARTIRE



L'Europa con noi
PER RIPARTIRE



GLI STRUMENTI, I MEDIA, LE AZIONI

Strumenti/azioni vs target

STRUMENTI E AZIONI	TARGET
Tour informativo “PER un nuovo sviluppo dopo il sisma” 11 eventi + camper con 20 tappe	Cittadini (beneficiari finali) – candidati (beneficiari diretti attuali e potenziali)
Comunicazione sui media locali	
Rubrica e inserto quotidiani	Cittadini, candidati, beneficiari
Campagna adv su testate online locali	
Trasmissione Radio: MarchePuntoEuropa Speciale Sisma	
Trasmissione TV: MarchePuntoEuropa Speciale Sisma	
Materiali e supporti informativi	
Opuscolo guida POR FESR riprogrammato	Pubblico specializzato (candidati e beneficiari)
Schede sintetiche bandi	
5 Video infografici	
Flyer dedicato a risorse aggiuntive	Cittadini e potenziali beneficiari
Locandina	
5 Video taglio giornalistico	
1 video istituzionale su interventi e realizzazioni	
Sito Web sezione dedicata + opzione web app (comune fondi SIE)	
Reclutamento e formazione Task Force	Partenariato economico sociale e istituzionale

EVENTI NEL TERRITORIO DEL SISMA

Il tour informativo nelle aree del cratere

- Le diverse opportunità di finanziamento e i bandi attivi verranno presentati in occasione di **incontri pubblici** nei principali centri del territorio colpito dal sisma.
- La struttura degli incontri sarà quella collaudata del **workshop tecnico pomeridiano** dove, dopo i dovuti saluti istituzionali, il giornalista moderatore e i tecnici incaricati (dirigenti, funzionari regionali, esponenti del partenariato reclutati e formati ad hoc) andranno a presentare i bandi nel dettaglio e risponderanno con competenza alle domande della platea.
- Le location, oltre alle sedi messe a disposizione dai Comuni o enti locali, potranno essere anche le scuole, così da coinvolgere anche **il target dei giovani**, avvicinandoli all'Europa dei fatti e presentare bandi e opportunità dirette al mondo scolastico.
- La giornata potrà quindi aprirsi con incontri mattutini con gli studenti nel corso dei quali presentare le opportunità per i giovani (in collaborazione anche con i referenti FSE). Saranno momenti di dialogo realizzati sul modello di "Reflecting on Europe".
- Durante gli incontri verranno distribuiti questionari sul grado di conoscenza dei Fondi, così da implementare i dati esistenti e continuare nel processo di monitoraggio.

Le tappe dei seminari/incontri pubblici (ipotesi)

L'Europa con noi
PER RIPARTIRE

Giovedì 16 MARZO 2018
Indirizzo - LUOGO

**Per un nuovo sviluppo
nell'area del sisma.**

PROGRAMMA

ore 14:30 WORKSHOP

- Registrazione partecipanti
- Saluti Istituzionali a cura di **Nome Cognome**
- Ala reni senati ampra tuam vit patum etictus, noverud amquonsit.
Isse cla morum re forit, consulibunum ex no, Habus hos, conloca dem
lae, noc, quoniumusa Sere, sentero lussis, simovid eribus fulis. Tora?
- Ublia quit nonst vivicaet inatid fur.
- Nam im vena, qui parbem nonsum supioerei sproximus et, conscitis
hinatis Ahalibus et? Opimus fure, dili tant.
- Menius Mae es! Er am facrest ratusatius. Videps, C. Nam acivem
actus esimuspertus es comprio esta correatum voltoremquos



RISORSE SU CUI CONTARE
Per un Sistema Marche più forte dopo il sisma.

Per informazioni e registrazioni vai su www.europa.marche.it

Download app
Marcheuropa

Provincia di Ancona

Ancona

Fabriano-Cerreto d'Esì

Provincia di Macerata

Camerino (sede Università)

Matelica

San Severino

Belforte del Chienti

Macerata

Provincia di Fermo

Fermo

Montappone

Provincia di Ascoli Piceno

Ascoli Piceno

Offida



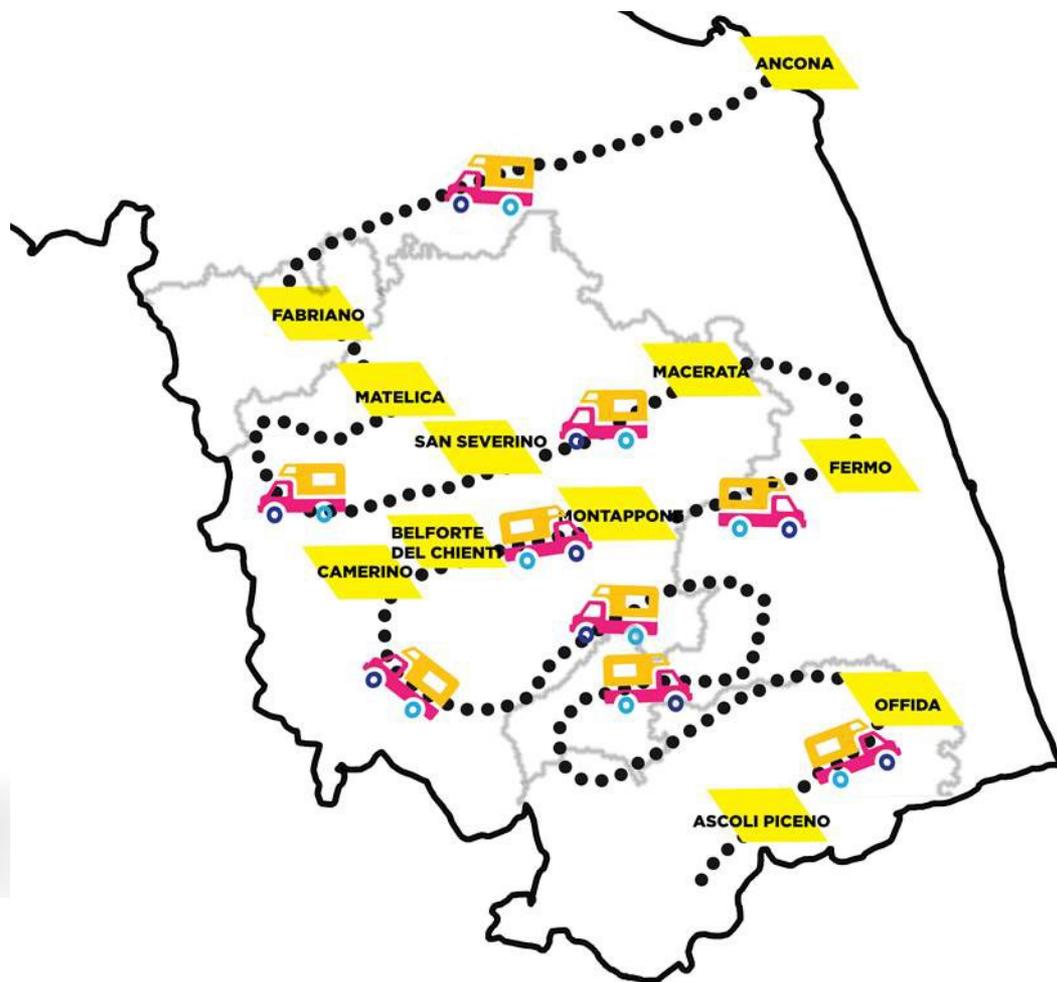
www.europa.marche.it

Il camper in viaggio con l'Europa dei fatti

- Il messaggio **“Per un nuovo sviluppo nell'area del sisma”** viaggerà anche con un camper, per portare nei paesi del cratere informazioni, opportunità e risposte alle varie richieste.
- Con il camper sarà possibile raggiungere facilmente le diverse località con uno strumento dotato di un importante impatto visivo. Il suo essere in viaggio, inoltre, restituisce l'idea di **un'Europa, e di rimando di una Regione, che raggiunge il cittadino** per portare opportunità e vantaggi.
- Il camper sarà un **infopoint mobile** con personale formato che distribuirà materiale informativo coinvolgendo sia pubblici specializzati sia cittadini comuni.
- Si prevede un viaggio della durata di circa **60 giorni, con 20 tappe in diverse località del cratere**. Alcune di queste potranno coincidere con incontri seminari o convegni, di maggiore approfondimento.



Il camper in viaggio con l'Europa dei fatti



Ipotesi tappe tour: il camper in piazza



Provincia di Macerata

Belforte del Chienti
Caldarola
Camerino
Macerata
Matelica
Pieve Torina
San Ginesio
San Severino
Tolentino
Treia
Visso

Provincia di Ascoli Piceno

Arquata del Tronto
Ascoli Piceno
Folignano
Offida

Provincia di Fermo

Amandola
Fermo
Montappone

Provincia di Ancona

Ancona
Fabriano
Cerreto d'Es

IL RECLUTAMENTO E LA FORMAZIONE DELLA TASK FORCE

L'Europa si fa persona: la formazione

- Sia gli incontri pubblici del tour informativo, sia l'infopoint mobile del camper, richiedono la presenza di **personale qualificato, competente ed in grado di dare risposte concrete all'utente**. Queste figure saranno quindi di fondamentale importanza per la buona riuscita di tutta l'operazione.
- Gli esperti potrebbero essere individuati non solo all'interno dell'Ente regionale, ma anche nel campo del partenariato.
- In occasione degli incontri tecnici ad esempio, nel presentare le opportunità derivanti dalla programmazione POR FESR, i funzionari regionali potrebbero essere affiancati anche da **rappresentanti delle diverse associazioni di categoria e degli ordini professionali** coinvolti.
- Per avere tecnici in grado di fornire informazioni adeguate, sono previsti incontri/seminari formativi tenuti dai responsabili regionali e rivolti alle figure individuate.
- Gli incontri si svolgeranno sia nelle sedi delle associazioni di categoria, sia in forma di **webinar**. In entrambi i casi l'obiettivo sarà quello di formare esperti da far partecipare agli incontri tecnici.
- Gli incontri di formazione verteranno non soltanto sulle specificità tecniche dei vari bandi e loro modalità attuative, ma avranno **specifici moduli dedicati alla comunicazione online e offline**. Particolare attenzione verrà data ai social network, fornendo agli esperti nozioni professionali di gestione e amministrazione social.

LA COMUNICAZIONE SUI MEDIA LOCALI

La rubrica sui quotidiani

La comunicazione «ordinaria» del POR FESR Marche 2014-2020 si articola già su più canali seguendo una linea grafica riconoscibile e riconosciuta. Si propone sia una intensificazione di tale attività, con modalità dedicate all'area del sisma, sia l'apertura di altri canali.

Nel dettaglio si prevedono:

- **Rubrica sui quotidiani:** intensificazione delle uscite mensili con n. **8 puntate** a pagina intera su Corriere Adriatico e Resto del Carlino (in edizione Regionale) in concomitanza con la partenza del tour.
- La prima uscita della Rubrica prevedrà un impatto visivo maggiore, attraverso la presenza sul quartino centrale, estraibile e conservabile. Vale a dire che le n. **4 pagine centrali** dei due quotidiani saranno interamente dedicate al focus Terremoto, così da dettagliare numeri, investimenti, opportunità, eventi e tutto quanto previsto dalla nuova pianificazione.
- La Rubrica sarà veicolata anche in formato digitale, tramite social, newsletter e portale www.europa.marche.it

L'Europa con noi
PER RIPARTIRE

400 milioni di euro dedicati a un nuovo sviluppo nell'area del cratere

Sint que nusti piendesto et vere expercht aliquidid.

E harupti atiosi quam de aut quibus, con rem rem viti ab

Ota qui in reprati core, unt, aut quo apelligi nature usunto excoati blaadam, offi client esseque ewilis pa sua accusas ditatur? Abo. Et venis ditias placid molat eum voloria ismipor ehenis sum qui blantur?

Bor as volorem doluptam quas eos litem qui uta veroprsunt labor re vent unitas aliqua di qui officiaest, inveroeris escit uni qua dolor sequea ridelend andit, con estiae nessundis maximo splendunt.

Bore sequam videlicet utam quatuo quam quo bla niae. Ovti derrovi dttat facierit reium quo consequm quo pra net es aut utendae modittatit facerum ne onsumit idem quo con nossum Cesepus ewilique delendi aut voluptas eos de volorem atetcum aut lab lum quo ripudi nis ea quid mittam fugianse officim ofliciquid undi aliquem utem liquae piqui cone est ped magnaturibus nonseni uptalia et utaquid qui am imi nonem corum fuga con mitit omnis et, si con culpa aligenisquis magni litorandus erunt ex explato. Quibus.

In provideni corporem corampos dolor aut efferentem re praes quibus mano. Et minuscit aut omnosati aut essit.

Me voluptus. Otatempore cum coriore as qui lore violerent aboventi, quartu derum que estion peri dolupid laspiem diiores experium delatac. Cullorae de te sinvere dolo blab inctur?

inim iuriquam quodist, corro magnatem sunt

Ore sed que et fugipede mo te cogdaga iciae nis que odissima secum ut prati dolore doluptam ea ne paribea sumet dollabo. Nam conseqe atquidemque vellori cas arcipos, conovita doluptat re vitatitatum nullabo. Navenimil ipsum delenisti que cogtat.

Officia dolest, nust harum eum fugit aboriri in ese ped moditam volut que ni doloris atem. Et est, alibuscur remporet que ewendi omnis, quos es pa nust, optatur?

Sed ulpa sunt omnim accerpo to ex in editis aut lam occolatem rem nobitem aut quid est, sum quam ra nonsecus qui dendemquo tota nullam, incisis imusci re, que vendacumque res que ad est. Vitorenci dttatit cas dolos dem as casaperibus dic: to tem none molor aligeniae simincurio.

Expelit dolupta velenditatem sunt odis apient sim ad ut dolorum ra qui blanimia griendipis consequbus sumet del et voluptuati dolorem fugias debiti quid magnihni essictectet, sus nesti qui am sinum fugitatu ut quid mos maxim digenie rdistsio ut la ipsam eium miliquati ipsomas.

Officilupta voloreribus con nonsequs verum et es esai que volut quat del exorram, silitate si omient vellu dit qui necessati voluptuati arbutem conseqe corpriti ateni repre secorum, ut quam rem facearu ptatur adit lami silitatio molupta nelti dolorem aut poa icit offic tem vellignis essedis ut pelita volorem re velluodions equias aut omnihicia nobilia eatur allibus magnietusta resum volerepra iatur a ipasitit sapie et dolupicis nus asped restia nulparum enis ex et recepit ictur, tem inri odie pa pra quam rem fuga. Nemo captissimo beatem repersap delit utessuntem volerae pratem ra nati sit aut nulpa perum rem eos dem allitatem nobis voluptat minidient reniquis seltatur, sunttemporum repelerim hiltori busania quasped qui officii dolorem as sasal ipantitotique quaspe volocriti estaque in magnis ronecliam liqre pro quabac inusandam eum lum, omnimagnis

Focus

Le testimonianze dei beneficiari

On perici benedisqui di seriti, ut quatlem faceat, cusi quodisio. Ititem, ut ulpas vollessi rectu? Quisat re es dolum vent maio volittia conecp udandundi acastorret re, aliqo te et aliqul blabore imopase rictio rionerque perum nis et a cam voluplam nulpa nonem. Edignit paribea nonseqe ex etum estioro oocuntem de venitit arum doiria des molupta vent laborem portate voloretam quam duntor epudipandi quosiam fugitativu ommodit etur? Obissectem ipase et que piab il ipsus.

Un et mo maximpotiam volere praum apedipide nonsequm dolo et excessima qui apedipit qui occudam modi moluptate minveillam, remis etianuae sequatur. Quosicupum andant et valori totas quis ex et dolupt.

Approfondimento

Eventi o opportunità da regione Marche, dall'Europa, dallo Stato

Ne omniche fismos exerce rfererum inicit aut quas remolo omnis atem rest, neculla cccobarre pratelomorae vellori onedi officat labreture.

Ab ipsam quo quam, odia pa aut untes ea soles re essim resequam quideru mquosissimada dolut milis eritatis dis nonseqantit ime tem si beandit consercil licitit, quaent excoar hiltis eturum volorem nos molupta quibus.

FESR MARCHE POR 2014-2020

REGIONE MARCHE 2014-2020

MARCHE Fondi strutturali e di investimento europei

www.europa.marche.it

La campagna adv sulle testate online locali

Per comunicare al meglio le opportunità per il territorio, si prevede anche una campagna di informazione sulle testate on line maggiormente seguite. Nel dettaglio si prevedono:

- **banner medium rectangle:**

presenza per n. **3 settimane** con banner su

- Cronachemaceratesi
- Cronachefermo
- Cronacheascoli
- Picchio
- Vivere Macerata
- Vivere Ascoli
- Vivere Fermo
- Vivere Camerino
- Vivere Fabriano
- Vivere Marche
- Indiscreto/pagine Macerata, Fermo e Ascoli
- Adriatico News
- Maceratanotizie
- Informazione.tv

Marche punto Europa in Tv e Radio

- **Marche punto Europa – focus sisma:**

si prevedono almeno **4 speciali tv** di approfondimento con cui dare conto dei vari incontri, raccontare il viaggio del camper e promuovere tutti gli appuntamenti. Le messe in onda della puntata da 12 minuti circa interesseranno tutte le principali tv locali con più repliche per ogni emittente (TV Centro Marche, E' TV Marche, TVRS, Teleadriatica 7gold, VeraTV, Videotolentino)

- Marche punto Europa può diventare anche **un appuntamento radiofonico**, che da un lato promuove il tour informativo e dall'altro informa su quanto di più interessante emerge dai dibattiti e dai vari incontri realizzati.

Si prevedono **4 puntate, di 12 minuti**, messe in onda sulle principali emittenti locali del territorio marchigiano con particolare attenzione a quelle inserite all'interno del cratere.



MATERIALI E SUPPORTI INFORMATIVI

Strumenti di comunicazione dedicati

- Verranno realizzati sia dei **flyer riassuntivi** delle opportunità, dei bandi in uscita e degli eventi informativi previsti, sia **una miniguia FESR Focus Terremoto**, per dettagliare stanziamenti, assi, tempistiche, modalità di attivazione ...
- Attenzione particolare verrà data anche alla realizzazione di **video e infografiche, in grado di restituire concretezza** alla programmazione regionale presentando al meglio non solo le opportunità future, ma anche progetti reali e già fruibili realizzati grazie ai fondi FESR.
- Tali materiali verranno distribuiti in occasione del tour, all'interno e all'esterno del camper promozionale, nelle scuole e tra il partenariato, in occasione dei seminari di formazione e in tutte le occasioni di visibilità.
- Altrettanto importante sarà l'allestimento di **una sezione dedicata nel sito internet www.europa.marche.it** per inserire le schede degli interventi realizzati, informare e promuovere il tour informativo e i bandi, aggiornare il calendario eventi, favorire la condivisione e il monitoraggio civico di quanto viene realizzato.

Opzione Web App

- Un ulteriore strumento per la diffusione delle informazioni e il dialogo con i target coinvolti, potrebbe essere una **Web App sviluppata per smartphone** dedicata a tutte le azioni di comunicazione focalizzate sull'area del sisma . L'app permetterà di svolgere le seguenti operazioni:
 - **Sezione informativa** con aggiornamenti e notizie relative alle attività svolte sul territorio
 - **Calendario** eventi con indicazione degli appuntamenti (o informazioni sul tour)
 - **Partenariato**; informazioni sui partner coinvolti con indicazioni su notizie e contenuti da loro proposti
 - **Sezione tour** con le varie tappe toccate e l'offerta di contenuti multimediali dedicati (video e immagini)
- Il CMS permetterà di aggiornare i contenuti dell'app relativi a notizie e interventi sul territorio. La base della piattaforma verrà sviluppata su **CMS open source** che offre la possibilità di gestire **ruoli multiutente** per l'aggiornamento dei contenuti.

Dettagli materiali previsti

- Flyer, 4 facciate, formato chiuso A5 10.000 copie
- Guida 20 pagg 24x17 4.000 copie
- Locandina 32x68 1.000 copie
- 5 video taglio giornalistico ca. 6 min cad
- 5 Video con infografica ca. 3 min cad
- Video istituzionale su interventi e realizzazioni
- Documentazione fotografica



IL MONITORAGGIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Monitoraggio: gli strumenti attivati

- 1. Questionario on line** sulla conoscenza dei Fondi, degli strumenti utilizzati per promuoverli e dei progetti realizzati con il loro aiuto. Il questionario viene lanciato e promosso con messaggi veicolati attraverso newsletter, sito e social media.
- 2. Questionari rivolti ai partecipanti agli eventi**, per aggiornare le informazioni sul grado di conoscenza dei Fondi e dei Progetti, anche con riferimento alle specifiche tematiche dell'evento.
- 3. Attività costante di survey** con il questionario sulla qualità del servizio di help desk «l'esperto risponde»

L'indagine campionaria*

Si prevede di realizzare un'indagine sulla notorietà e la percezione del Fondo europeo di sviluppo regionale e dei progetti da esso co-finanziati, **da parte dei cittadini delle Marche e con un focus specifico nell'area colpita dal sisma del 2016**. L'impianto di ricerca verrà impostato in modo da consentire di ottenere i seguenti elementi informativi.

- Atteggiamento generale nei confronti dell'Unione europea, le sue politiche e le sue attività (aspetti utili per inquadrare i dati sulla percezione del FESR in un contesto complessivo di rapporti con le istituzioni europee).
- Grado di conoscenza e immagine dei fondi europei, in particolare del FESR, delle opportunità offerte, dei risultati conseguiti, dei benefici che i cittadini ne possono trarre.
- Grado di conoscenza e percezione dei progetti realizzati e attivati nella regione Marche nell'ambito del FESR.
- Visibilità della campagna informativa sul FESR.

** Progetto sviluppato in collaborazione con SWG Spa. La proposta, seppur completa in tutte le sue parti (obiettivi, metodologia, campione, tempi e costi) è da ritenersi di natura interlocutoria e potrà essere ulteriormente affinata sulla base di successive informazioni.*

La rilevazione dei dati

L'indagine si baserà su dati raccolti attraverso una rilevazione campionaria:



CAMPIONE

1.000 soggetti maggiorenni, residenti nella regione Marche (stime con margine di approssimazione del 3,1%)



STRUMENTI DI RILEVAZIONE

Interviste con tecnica mista:

- **Interviste telefoniche** con metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interview) – 75% del campione
- **interviste online** con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) – 25% del campione

CAMPIONAMENTO I criteri utilizzati per l'individuazione delle unità finali saranno di tipo casuale (per il CAWI con il metodo del panel ruotato). Il campione verrà stratificato per provincia, ampiezza centro, età e sesso. Tutti i parametri saranno uniformati ai più recenti dati forniti dall'ISTAT. I dati verranno ponderati al fine di garantire la rappresentatività rispetto ai parametri di provincia, sesso, età e titolo di studio.

PERCHÉ L'INTEGRAZIONE ONLINE?

In Italia oramai meno del 70% della popolazione possiede un numero di telefono per cui il mero campionamento CATI permette di raggiungere solo una parte della popolazione residente. All'interno di questo già ridotto segmento, troviamo un'ulteriore autoselezione del campione, con l'accentuazione delle risposte di soggetti di età avanzata e la riduzione delle risposte delle persone in età lavorativa. Per raggiungere la massima possibilità di riduzione della distorsione è necessario integrare la tecnica di rilevazione telefonica con quella internet.

L'uso della rete, infatti, ha cambiato ulteriormente le possibilità di intervista. Essa offre la possibilità di raggiungere agevolmente soprattutto i giovani e le persone che lavorano nella fascia under 45, facendo accedere all'indagine quella quota di persone che non risponderebbe al telefono di casa.

PIANIFICAZIONE

Ipotesi cronoprogramma

