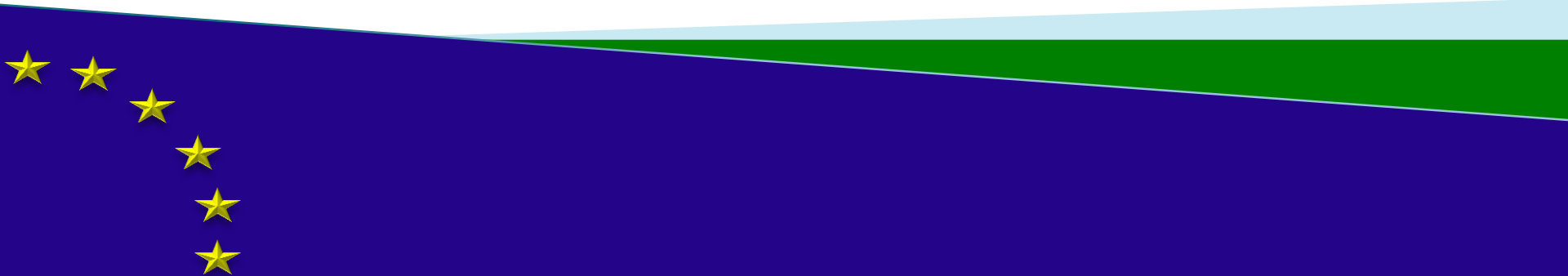


# **La nuova strategia di comunicazione e disseminazione (SCOD) integrata POR FESR e FSE Marche 2014 – 2020 anticipazioni 2015**

**Regione Marche  
Comitato di Sorveglianza POR FESR Marche 2014-2020  
Portonovo, 25 giugno 2015**

Relatore: Fabio Travagliati, Responsabile Comunicazione FESR



## LA PROGRAMMAZIONE 2014-2020 (Artt. 115-117 reg.to Comune)

- ▶ **Strategia di Comunicazione** entro 6 mesi dall'adozione del POR e possibilità di una unica strategia tra fondi;
- ▶ **Trasparenza** del sostegno fornito: maggiori informazioni sui dati di progetto (Allegato XII);
- ▶ **Dati dei progetti** 'aperti' e utilizzabili dai cittadini;
- ▶ Informare e comunicare i cittadini sui **risultati e impatti** dei fondi;
- ▶ **Rete nazionale dei comunicatori** sui fondi;
- ▶ **Sito web unico** Fondi Strutturali;



## OBIETTIVI E CONTESTO

Gli obiettivi strategici caratterizzanti la nuova programmazione 2014 – 2020, **competitività delle aziende marchigiane, innovazione, sviluppo territoriale, gestione integrata degli assets**, andranno ad operare sui seguenti ambiti del contesto socio-economico territoriale:



# OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

Gli obiettivi individuati dalla nuova **Strategia di Comunicazione e Disseminazione** sono circoscrivibili in tre macro aree:

- ▶ **Implementazione degli strumenti della politica di coesione nelle Marche**, comunicare l'esistenza dei fondi e il valore aggiunto che la politica di coesione rappresenta per la Regione;
- ▶ **Motivare i potenziali candidati** e comunicare la possibilità dell'utilizzo dei Fondi UE;
- ▶ **Informare i gruppi di target individuati** (grande pubblico, pubblico specializzato, organismi ed enti locali, enti coinvolti nella realizzazione dei progetti, media) dei vantaggi pratici dei progetti implementati e del loro impatto sulla vita quotidiana dei cittadini marchigiani.

Gli obiettivi raggiunti verranno monitorati tramite tre indicatori primari specifici e tre indicatori secondari, stabiliti in relazione ai target individuati.



# COMUNICAZIONE INTEGRATA FESR E FSE

Su alcuni specifici ambiti di intervento si procederà a organizzare eventi comuni che coinvolgeranno gruppi target interessati sia alle azioni FESR sia a quelle FSE.

FOCALIZZAZIONE  
STRATEGICA E  
COORDINAMENTO  
SU TEMI DI  
INTERESSE  
COMUNE

COORDINAMENTO  
DELLE AZIONI  
OBBLIGATORIE IN  
PUBBLICITA'

STILE VISIVO PIU'  
EFFICACE

REGOLE CHIARE  
PER LA  
GESTIONE DEGLI  
STRUMENTI  
DEDICATI ALLA  
COMUNICAZIONE  
DEI FONDI

In particolare nei seguenti ambiti:

1. Strategie territoriali (*ITI aree interne, sviluppo urbano*);
2. Creazione di impresa e autoimprenditorialità;
3. Azioni formative cofinanziate dal FSE a supporto degli obiettivi specifici programmati nel FESR nell'ambito degli OT 3, 4 e 6



# COMUNICAZIONE: IL PORTALE EUROPA.MARCHE



Il **portale europa.marche.it** diventerà un punto di riferimento sempre più alla portata dell'utente medio che voglia cercare informazioni sui bandi dei fondi europei e sulle ultime notizie in materia di finanziamenti europei. Rilevanza verrà data al **rapporto diretto con il cittadino**, grazie **all'attivazione di un numero verde e uno sportello on line** per la richiesta di informazioni e approfondimenti.

Il portale europa.marche.it verrà inoltre implementato nelle sue funzionalità di base, con una revisione completa dei contenuti, che saranno accresciuti sia nel grado di informatività sia nella semplicità del linguaggio utilizzato. L'interfaccia migliorata, con inserimenti grafici che ne aumentino la chiarezza e la facilità di comunicazione, aumentandone l'attività all'interno delle reti sociali e con un sistema interno di **gestione della newsletter, degli iscritti e della periodicità degli invii all'utenza.**

## COMUNICAZIONE: IMMAGINE COORDINATA

Fra le attività di comunicazione prevista dalla **SCOD nel periodo 2014 – 2020** vi sono alcune attività da attivare obbligatoriamente a inizio periodo e quindi nel **Piano annuale di Comunicazione per il 2015**.

Prima fra tutte è sicuramente **l'immagine coordinata**, da poter utilizzare e declinare a seconda dello strumento utilizzato, anche di comunicazione diretta: coordinamento loghi Unione Europea, Stato italiano, Regione Marche, come logo-ombrello e del singolo fondo FESR - FSE.



L'immagine coordinata **deve caratterizzare tutti i servizi e prodotti relativi ai Fondi**, inclusa l'eventuale revisione grafica del portale, ottimizzata ad una miglior navigabilità, reperimento informazioni utili e riconoscibilità dei Fondi Strutturali Europei della Regione Marche.

Allo stesso modo anche i prodotti grafici (busta e carta intestata, modelli per presentazioni, block notes, cartellette) dovranno essere caratterizzati dall'immagine coordinata utilizzata.

# COMUNICAZIONE: #OPENFESR MARCHE

- ▶ Nell'ottica della politica di comunicazione della UE per il nuovo periodo di programmazione, la trasparenza degli interventi, l'ampia visibilità dei risultati raggiunti, la partecipazione attiva di cittadini e stakeholder del territorio, sono fattori fondamentali.
- ▶ In questo ambito nasce l'iniziativa **#OPENFESR MARCHE**, un percorso di coinvolgimento rivolto in particolare a tutto il partenariato.
- ▶ Il progetto di base sull'utilizzo di dati aperti (open data) così da rendere trasparenti le informazioni sull'attuazione della politica di coesione, dei risultati raggiunti e migliorare di conseguenza l'attuazione degli interventi.



Il modello di riferimento per l'attuazione è il portale governativo **OPENCOESIONE**, integrato con metodi innovativi per la visualizzazione di dati e possibilità di geolocalizzazione per i progetti finanziati e/o approvati e in corso di realizzazione.



# LA REDAZIONE EUROPA.MARCHE

Alla **P.F. Politiche Comunitarie e Autorità di Gestione FESR e FSE** della Regione Marche è assegnata la **funzione di individuazione e attuazione della SCOD**, nello stesso tempo, svolgendo anche il ruolo di Autorità di Gestione del POR FSE Marche, è in grado di svolgere il **ruolo di coordinamento regionale per le azioni a valere su entrambi i Fondi**, perseguendo le opportune sinergie.

Lo staff si avvale di **collaborazioni tecnico-operative interne all'AdG ed esterne appositamente selezionate**, in collegamento con le attività di comunicazione connesse alla Politica Regionale Unitaria della Regione Marche.

Per la **gestione della comunicazione online** l'AdG ha individuato una **redazione** composta da due operatori e a una unità esterna con competenze editoriali-giornalistiche.

Un **raccordo costante** si avrà attraverso la costituzione di uno specifico **Gruppo di lavoro** per la Pubblicità dei Fondi Strutturali e di Investimento Europei 2014-2020

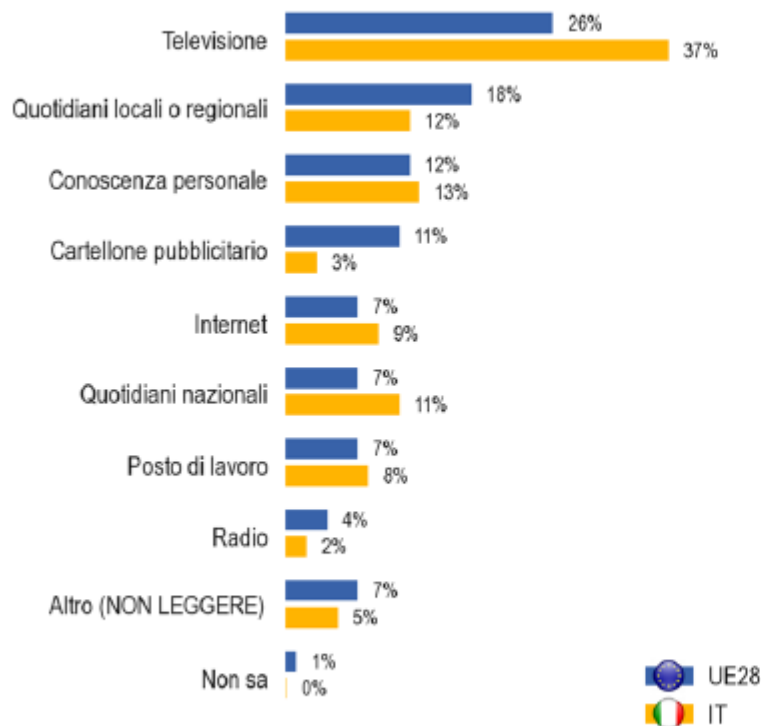


# Livello di consapevolezza e percezione delle politiche regionali UE

(Flash Eurobarometro)

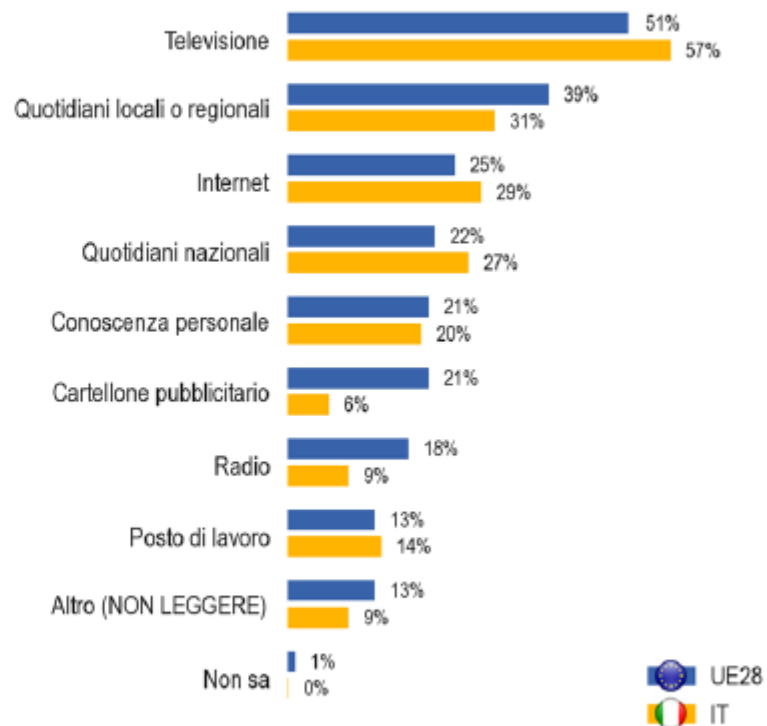
## TV prima fonte di informazione

Q1B1. Dove ne ha sentito parlare? In primo luogo? (Prima fonte di informazione citata)



Base: intervistati che hanno sentito parlare dei progetti co-finanziati dalla UE

Q1BT. Dove ne ha sentito parlare? In primo luogo? E in secondo luogo? (Tutte le fonti di informazione citate) (CONSENTITE PIÙ RISPOSTE)

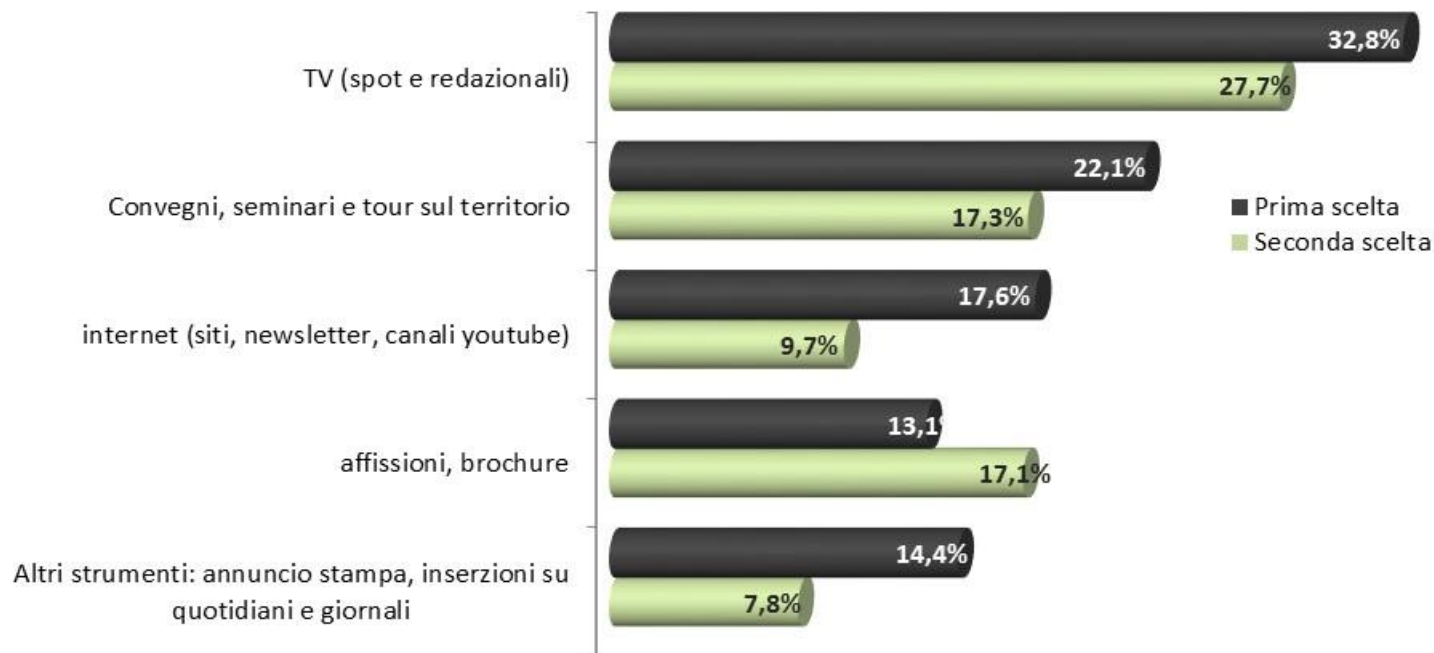


Base: intervistati che hanno sentito parlare dei progetti co-finanziati dalla UE

# “MISURAZIONE DELL’EFFICACIA DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE REALIZZATE ALLO SCOPO DI DIFFONDERE LA MAGGIORE CONOSCENZA DEL POR FESR 2007-2013 NELLA REGIONE MARCHE” – Dicembre 2014

## *Strumenti di fruizione comunicazione POR FESR*

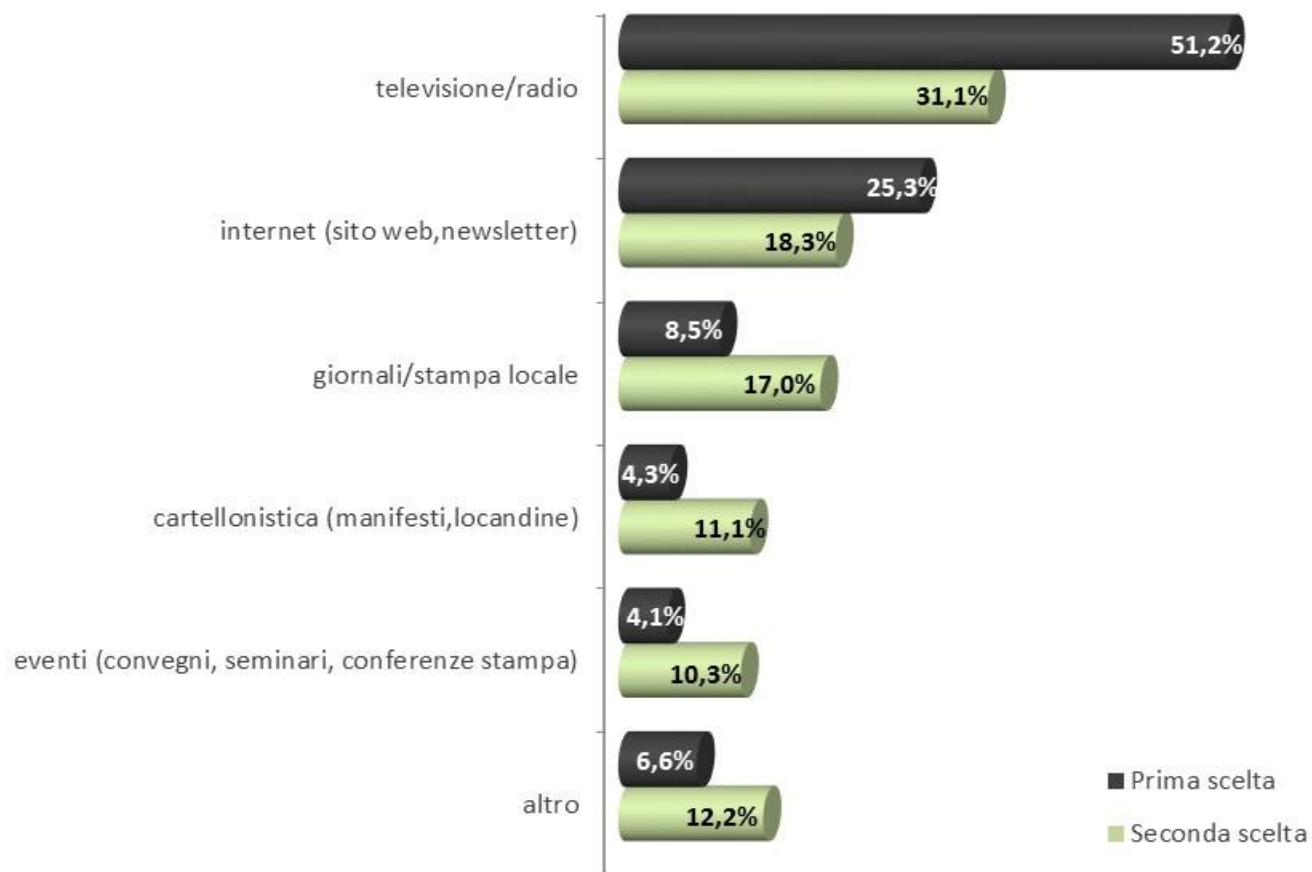
ha visionato qualche pubblicità sul POR FESR 2007/2013



## Frequenza fruizione e tipologia media



## Preferenza media per attingere informazioni su POR FESR



Prima scelta - non indica/non sa **5,0%**  
Seconda scelta - non indica/non sa **7,1%**

# COMUNICAZIONE: GLI STRUMENTI

Dal punto di vista **dell'attuazione della SCOD**, l'elemento chiave è definire gli strumenti di comunicazione adeguati in modo da garantire un'efficace sensibilizzazione di tutti i gruppi target.

La distribuzione indicativa degli strumenti di comunicazione è prevista per **categorie** e per **l'intero periodo di programmazione**, il dettaglio del loro utilizzo viene illustrato in dettaglio nel Piano Annuale di Comunicazione.

In questa prima fase sarà necessario **attivare sin da subito gli strumenti di comunicazione** individuati, monitorandone, in parallelo, raggiungimento o meno degli obiettivi prefissati, così da integrare o ridurre tali strumenti.

## COMUNICAZIONE CON I MEDIA E P.R.

Gruppo TARGET: Tutta la stampa e il sistema dei media.

## COMUNICAZIONE DEI MEDIA – PUBBLICITA'

Gruppo TARGET:  
Pubblico, potenziali  
candidati, beneficiari dei  
finanziamenti.

## COMUNICAZIONE ON LINE

Gruppo TARGET:  
candidati e beneficiari,  
grande pubblico.

## COMUNICAZIONE DIRETTA

Gruppo TARGET:  
candidati, beneficiari,  
pubblico, altro.



# COMUNICAZIONE: GLI STRUMENTI

Vanno ad aggiungersi alla tool box degli strumenti di comunicazione tutte le **attività di pubblicazione** del FESR Marche: **newsletter periodica** con distribuzione in via telematica e diretta, **volantini illustrativi**, **poster informativi** e **altre pubblicazioni** che abbiano funzione informativa e di disseminazione.

## PUBBLICAZIONI

**Gruppo TARGET:**  
candidati, beneficiari,  
pubblico, altro.

## ALTRI STRUMENTI

**Gruppo TARGET:** in  
particola il pubblico, i  
candidati, beneficiari,  
altro.

Per ciò che riguarda gli altri strumenti di comunicazione impiegati, si è pensato di inserire le ultime novità nell'ambito della comunicazione digitale e ricerca di informazioni: **applicazioni** e **QR Code** per **smartphone e dispositivi digitali**.

Strumenti aggiuntivi per la disseminazione di informazioni possono essere gli **articoli promozionali (gadget)**.

Per incentivare la partecipazione del grande pubblico si possono indire «**competitions**» tra start up – ad esempio – o concorsi per studenti.



## COMUNICAZIONE: IL BUDGET

Ai fini di garantire azioni di **informazione e promozione economica della SCOD**, verranno utilizzati i fondi stanziati per la pubblicità come parte di assistenza tecnica al POR FESR. Per finanziare le **attività comuni FESR e FSE** potranno essere utilizzate anche risorse afferenti al Piano di Comunicazione FSE 2014 – 2020.

Per la realizzazione SCOD vengono stanziati risorse pari a **€ 1.300.000,00** nel POR FESR e una **cifra equivalente** nel POR FSE, Asse Assistenza tecnica.

STRUMENTI	% RISORSE INDICATIVE
Comunicazione con i media e P.R. (pubbliche relazioni)	5,0
<b>Comunicazione dei media - pubblicità</b>	<b>30,0</b>
Comunicazione on line	15,0
Pubblicazioni	10,0
<b>Comunicazione diretta</b>	<b>25,0</b>
Altri strumenti	5,0
#OPENFESR Marche	10,0
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>



# ATTUAZIONE

L'attuazione della SCOD viene suddivisa nei seguenti periodi temporali: **2015-2018**; **2018-2020**; **2020-2022**. Ciascuno dei periodi verrà gestito tramite il supporto operativo di una agenzia di comunicazione, selezionata attraverso procedure di evidenza pubblica. E' incorso di aggiudicazione la gara pubblica per l'individuazione dell'Agenzia di comunicazione che supporterà l'AdG nel primo triennio.

L'**AdG** presenta un **Piano annuale di comunicazione** che delinea la ripartizione delle attività di comunicazione per l'anno successivo sulla base della situazione attuale, esso comprende:

Sintesi sulla comunicazione /anno di competenza	Descrizione attività di comunicazione
Descrizione del legame con la SCOD	Calendario attività indicativo
Impostazione degli obiettivi	Budget, Programma di Valutazione e rendicontazione
Definizione Target	Descrizione autorità amministrative e risorse umane impiegate

