

Comunicazione:

avanzamento rispetto a realizzazione sito web
e nomina responsabile; azioni attuate e previste

14 dicembre 2022 | Comitato di Sorveglianza 2021-2027

La strategia di comunicazione 21-27 | IL PERCORSO

La priorità è fornire massima evidenza ai programmi operativi, alle opportunità e ai risultati conseguiti, conformemente ai principi di trasparenza, partecipazione e usabilità dei dati.

PUBBLICAZIONE BANDO

Considerate priorità e obiettivi di comunicazione, è stata indetta la gara a procedura aperta per 42 mesi per la fornitura di servizi di comunicazione

Febbraio 2022

LE OFFERTE

Al 7 aprile 2022 sono arrivate 9 offerte, ritenute tutte idonee

Aprile 2022

AGGIUDICAZIONE

La commissione ha valutato le offerte ed ha indicato primo in graduatoria il RTI formato da **Moretti Comunicazione - Omnia comunicazione - Xplace**

Agosto 2022

FIRMA DEL CONTRATTO

A fine novembre si è dato avvio ufficiale al servizio di pubblicità, informazione e comunicazione relativi al programma del fondo europeo di sviluppo regionale FESR Marche 21-27

Novembre 2022

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

CONTESTO E OBIETTIVI

La strategia di comunicazione 21-27 | CONTESTO

COSA

Informare, promuovere e sensibilizzare su:

- programma e obiettivi,
- opportunità offerte
- risultati raggiunti in termini di progetti realizzati e sviluppo economico

COME

- Perseguendo **credibilità**, lasciando parlare i fatti
- Utilizzando un **linguaggio semplice**, smantellando linguaggio burocratico e acronimi
- Pianificando e strutturando **messaggi differenti a seconda del target**

La strategia di comunicazione 21-27 | CONTESTO

DOVE

Ci si muove in una piazza che è

- **fisica**, che richiede presenza, prossimità e collaborazione,
- **virtuale**, che richiede interazione quotidiana, verità e trasparenza

LA RETE

Pilastro della strategia è fare rete con gli attori

- **nazionali**, di qui l'accento sull'unitarietà del brand e della comunicazione
- **locali**, continuando a spingere nell'integrazione di azioni e strumenti in particolare con FSE+ e EuropeDirect delle Marche

La strategia di comunicazione 21-27 | OBIETTIVI

Sviluppare un
senso di cittadinanza



SENSIBILIZZAZIONE

Opinione pubblica / cittadini / media

Incentivare un
sentimento di fiducia



INFORMAZIONE

Potenziali beneficiari in genere

Rendere
accessibili le opportunità



COMUNICAZIONE

Beneficiari reali e potenziali / partner

Diffondere strumenti e procedure per una
conoscenza mirata



SUPPORTO

Attori del processo (beneficiari reali e rete interna)

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

STRUMENTI: LE PRINCIPALI NOVITÀ

La strategia di comunicazione 21-27 | NOVITÀ

COESIONE
ITALIA 21-27

MARCHE



La Regione Marche ha fatto proprie le indicazioni del Dipartimento per le Politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri che ha creato un brand unitario nazionale per identificare gli investimenti cofinanziati sia con risorse europee che nazionali.

IL LOGO UNICO



I loghi specifici di ogni fondo vengono abbandonati e sostituiti con il **logo unico Coesione Italia_Marche**, con l'obiettivo di:

- donare maggiore riconoscibilità ai programmi cofinanziati nell'ambito della politica di coesione europea
- generare migliori impatti sulla visibilità dei risultati
- semplificare il messaggio

La strategia di comunicazione 21-27 | NOVITÀ



LA NUOVA CAMPAGNA



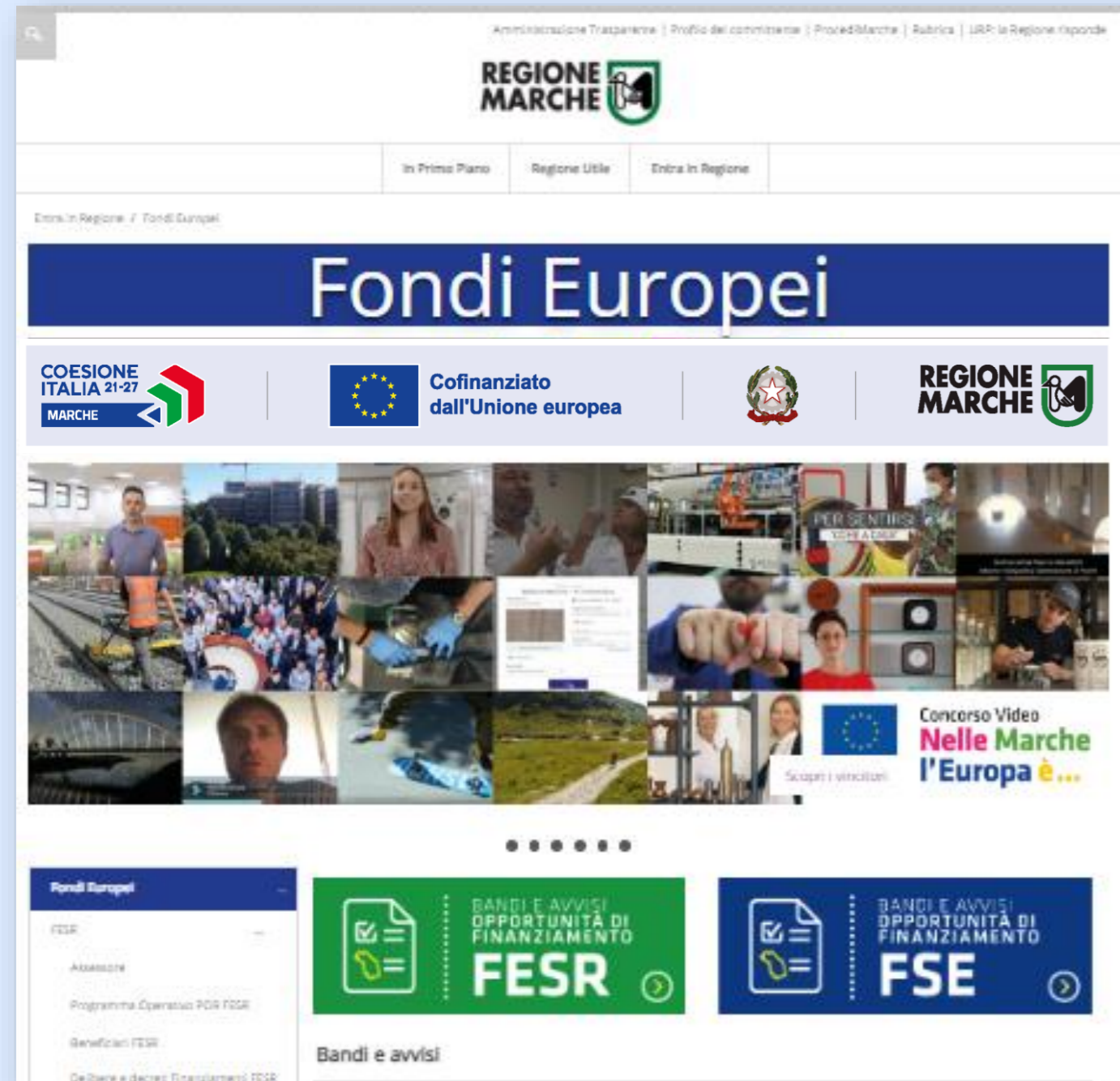
Headline. *“Scelgo di fare”*. Il messaggio è chiaro, diretto e rimanda a una dimensione attiva della cittadinanza

Payoff. *Marche, regione per crescere. Europa, ragione per credere*

Il payoff mette in relazione le Marche e l'Europa come i due elementi essenziali e connessi, grazie a cui è possibile una crescita concreta

Immagine. *Il visual mette al centro persone vere, piccoli e medi imprenditori, che calzano i “vestiti del fare”*

La strategia di comunicazione 21-27 | IL SITO



IL SITO EUROPA.MARCHE.IT

Nell'ottica della massima integrazione tra fondi, si prosegue nell'utilizzo e aggiornamento del sito unico dedicato al FESR e FSE+ delle Marche, come strumento di informazione e comunicazione.



- Novità di rilievo l'implementazione, su piattaforma esistente, di:
- Calendario degli inviti a presentare progetti
 - Pre informazioni su futuri avvisi in uscita

La strategia di comunicazione 21-27 | I SOCIAL

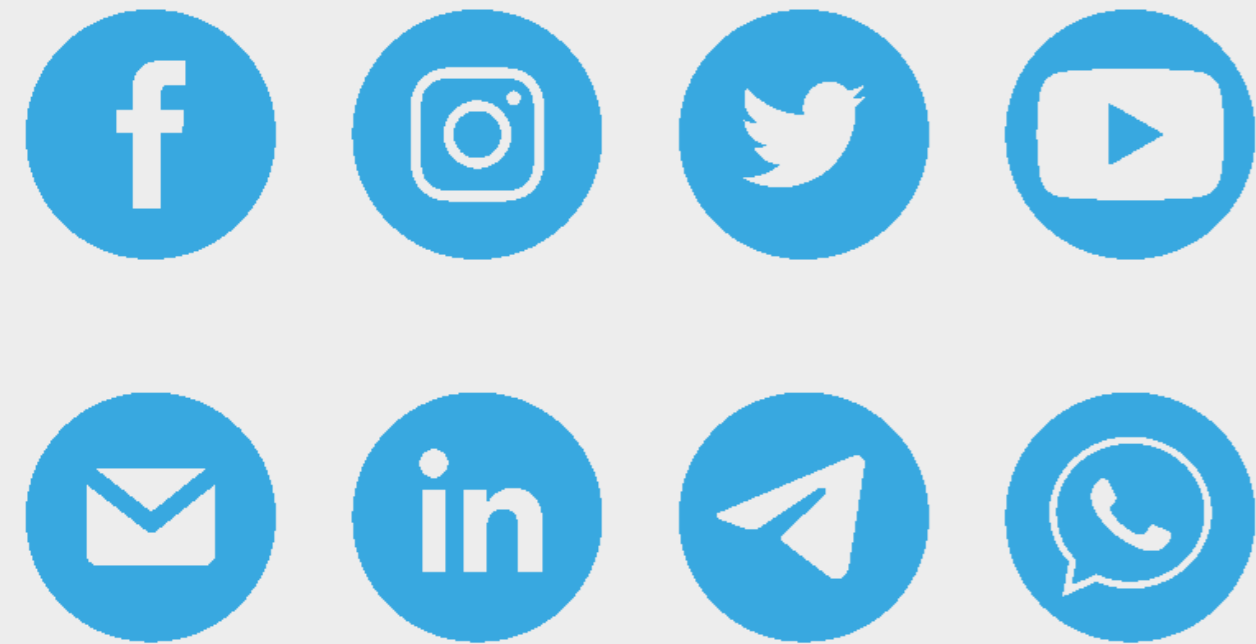
I SOCIAL

Forte attenzione viene data ai social, ulteriore strumento di comunicazione integrata tra fondi FESR e FSE+ e Europe Direct delle Marche.



Novità fondamentale l'apertura di due nuovi canali per una informazione puntuale e immediata:

- Whatsapp
- Telegram



La strategia di comunicazione 21-27 | NEWSLETTER



NEWSLETTER

Si mantiene il canale di direct mailing Marche Europa per l'invio mensile di notizie e approfondimenti sui fondi FESR, FSE+ e Europe Direct agli iscritti (oltre 6.000 utenti).



Novità per la comunicazione 21-27 la realizzazione di una newsletter bimestrale Bussola.

Un unico prodotto per mettere insieme tutti gli interventi per lo sviluppo economico, anche finanziati dal PNRR, così da esplicitare integrazioni e connessioni tra i due Fondi (FESR e PNRR) e aiutare i soggetti attuatori, dando loro uno strumento in più per evitare di finanziare stesse linee di progetto.

> Primo lancio previsto a gennaio 2023

La strategia di comunicazione 21-27 | GLI EVENTI



INCONTRI FISICI (e virtuali)

Si prosegue nella forte attenzione verso gli incontri prevedendo l'organizzazione di incontri/convegni/workshop per la presentazione delle opportunità. Tutti gli incontri saranno fruibili in presenza e online.

Il primo domani, 15 dicembre, per il lancio della programmazione 21-27



Novità l'organizzazione di una Fiera sulle opportunità dall'Europa in grado di raccogliere tutte le linee di finanziamento derivanti dalla programmazione europea, dirette e indirette

La strategia di comunicazione 21-27



IL VIDEO >>>



Grazie per l'attenzione

Lucio Pesetti, 14 dicembre 2022 | Comitato di Sorveglianza 2021-2027