



Programma Operativo Regionale 2014-2020 Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Strategia di Comunicazione

Regione Friuli Venezia Giulia

Febbraio 2016

INDICE

PREMESSA	3
1. IL POR FESR 2014-2020	5
2. ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE	8
2.1 INTERVENTI E RISULTATI DELLA PROGRAMMAZIONE 2007-2013	8
2.2 ANALISI DI CONTESTO	9
2.3 SWOT ANALYSIS	14
3. APPROCCIO DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	15
3.1. LE CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA.....	16
3.2. LE FINALITÀ E GLI OBIETTIVI DELLA STRATEGIA.....	17
3.3. MESSAGGI CHIAVE DELLA COMUNICAZIONE.....	19
LA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA IN FASE DI PROGRAMMAZIONE HA SCELTO DI CONCENTRARE LE RISORSE A PROPRIA DISPOSIZIONE PRINCIPALMENTE SU TRE OBIETTIVI TEMATICI RISPONDENDO ALLE ESIGENZE PRIORITARIE DEL TERRITORIO, AL CONTESTO DI RIFERIMENTO E ALLE INDICAZIONI DELLA COMMISSIONE E DELL'ACCORDO DI PARTENARIATO.....	19
3.4. I GRUPPI DI DESTINATARI	20
4. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE	22
4.1. AZIONI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE.....	22
4.2. CANALI E STRUMENTI PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.....	28
5. BUDGET	32
6. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE	34
7. VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA	36
8. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DA SVOLGERE NELL'ANNO SUCCESSIVO	39
ALLEGATO 1 – SCHEDA AZIONI REALIZZATE NEL 2015	40

Premessa

Il **Programma Operativo Regionale (POR) FESR 2014-2020** della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, approvato dalla Commissione europea con decisione CE(2015) il 14 luglio 2015, **è il più importante mezzo di investimento a favore della crescita e dell'occupazione a disposizione del territorio e dei cittadini della Regione**: 230 milioni di EUR per il periodo 2014-2020, destinati a conseguire gli obiettivi della strategia Europa 2020 per promuovere innovazione e ricerca, per fornire sostegno alle piccole e medie imprese (PMI), per sostenere un'economia a basse emissioni di carbonio e dare pregio alle specificità del territorio.

L'Unione europea pone l'accento sulla comunicazione e sull'informazione per l'attuazione delle politiche europee, assegnando ad esse un valore strategico per il successo degli interventi e per rendere i cittadini consapevoli e partecipi delle politiche e dei programmi, a questo scopo Regolamento (UE) 1303/2013 dispone che le Autorità di gestione elaborino una strategia di comunicazione per ciascun Programma operativo e definisce strettamente gli elementi specifici che la strategia deve contenere (artt. 115 e 116 e Allegato XII).

Corrispondendo alle finalità individuate dal legislatore comunitario, compito principale che questa Strategia di comunicazione si pone è quello di fornire informazioni sulle opportunità di finanziamento, sui risultati del Programma e dei progetti approvati, di comunicare in maniera chiara e trasparente le modalità di gestione dei fondi aggiornando costantemente i cittadini sul loro utilizzo e sui risultati visibili a breve e lungo termine nonché favorendo sinergie fra Programmi e progetti del proprio territorio per una migliore strategia complessiva. L'intento è quello di riuscire a diventare essa stessa strumento di diffusione del successo degli interventi e, attraverso la conoscenza - rendere i cittadini sempre più consapevoli del loro ruolo di veri attori delle politiche dell'Europa.

L'Autorità di Gestione del POR FESR attuerà la strategia cercando di utilizzare al meglio l'opportunità di una vera comunità di lavoro costituita dai partner istituzionali del Programma, dai beneficiari dei singoli interventi e dai cittadini stessi.

Il percorso di scrittura e di costruzione della strategia vuole partire dalle esperienze e dai risultati del precedente periodo di programmazione, e disegnare poi l'**approccio** prescelto per comunicare il Programma attraverso **priorità e obiettivi**, individuarne i **destinatari**, descrivere la **struttura organizzativa e di governance**, definire un **budget** previsionale e, attraverso **azioni e canali/strumenti**, determinare **le proprie finalità il cui raggiungimento** sarà misurato attraverso il **monitoraggio e la valutazione dei risultati** raggiunti.

I **Piani di comunicazione annualmente predisposti** daranno il dettaglio delle attività operative programmate per l'anno successivo e saranno lo strumento di integrazione e coordinamento con le Strategie e le attività di comunicazione elaborate nell'ambito degli altri Programmi Operativi finanziati dai fondi strutturali e di investimento europei (SIE) regionali, nonché con le attività di comunicazione istituzionale della Regione.

Il **quadro normativo di riferimento** nell'elaborazione della Strategia di comunicazione rinvia ai regolamenti comunitari, alla normativa nazionale ed al programma Operativo cui si riferisce, in particolare:

- Regolamento (UE) n. 1301/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e a disposizioni specifiche concernenti l'obiettivo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione".

- Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca (di seguito anche denominati Fondi SIE 2014-2020), relativamente, in particolare:
 - ✓ agli articoli 115 e 116, in virtù dei quali l’Autorità di gestione è tenuta a definire una Strategia di Comunicazione per ciascun programma operativo o una strategia comune che copra più programmi da sottoporre al Comitato di Sorveglianza per l’approvazione entro 6 mesi dalla decisione della CE di adozione del Programma operativo;
 - ✓ all’allegato XII, che descrive le modalità di applicazione delle misure di Informazione e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi;
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 288/2014 della Commissione del 25 febbraio 2014 recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1303/2013.
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 215/2014 della Commissione del 7 marzo 2014 che stabilisce norme di attuazione del regolamento (UE) n. 1303/2013.
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014 relativamente alle istruzioni per l’uso dell’emblema UE e dei colori standard.
- Accordo di partenariato 2014-2020 – Italia, conforme agli artt. 14 e 15 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, trasmesso alla Commissione Europea in data 22 aprile 2014 e adottato con Decisione di esecuzione della Commissione del 29 ottobre 2014 che approva determinati elementi dell’accordo di partenariato con l’Italia (CCI 2014IT16M8PA001).
- Programma Operativo 2014/2020 della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (POR FESR 14-20 FVG), trasmessa alla Commissione Europea a mezzo SFC - CCI: 2014IT16RFOP009 approvato il 14/07/2015 con decisione C(2015)4814.

1. IL POR FESR 2014-2020

Il Programma Operativo Regionale nell'ambito dell'obiettivo "Investimenti in favore della crescita e della occupazione" è lo strumento di programmazione con il quale si definiscono, all'interno del quadro di riferimento economico sociale del territorio europeo (di cui agli artt.158 e 159 del Trattato) gli ambiti di sviluppo territoriale regionale che beneficeranno dei contributi dei Fondi Strutturali Europei, quelli dello Stato e quelli regionali nel periodo di programmazione 2014-2020.

Il Friuli Venezia Giulia, con le opportunità del proprio Programma Operativo Regionale, approvato dalla Commissione Europea con Decisione C(2015) n. 4814 del 14 luglio 2015, potrà promuovere la realizzazione di progetti all'interno di una linea di sviluppo strategica finalizzata a sostenere l'economia regionale per permettere a tutto il territorio di competere in ambito nazionale e internazionale.

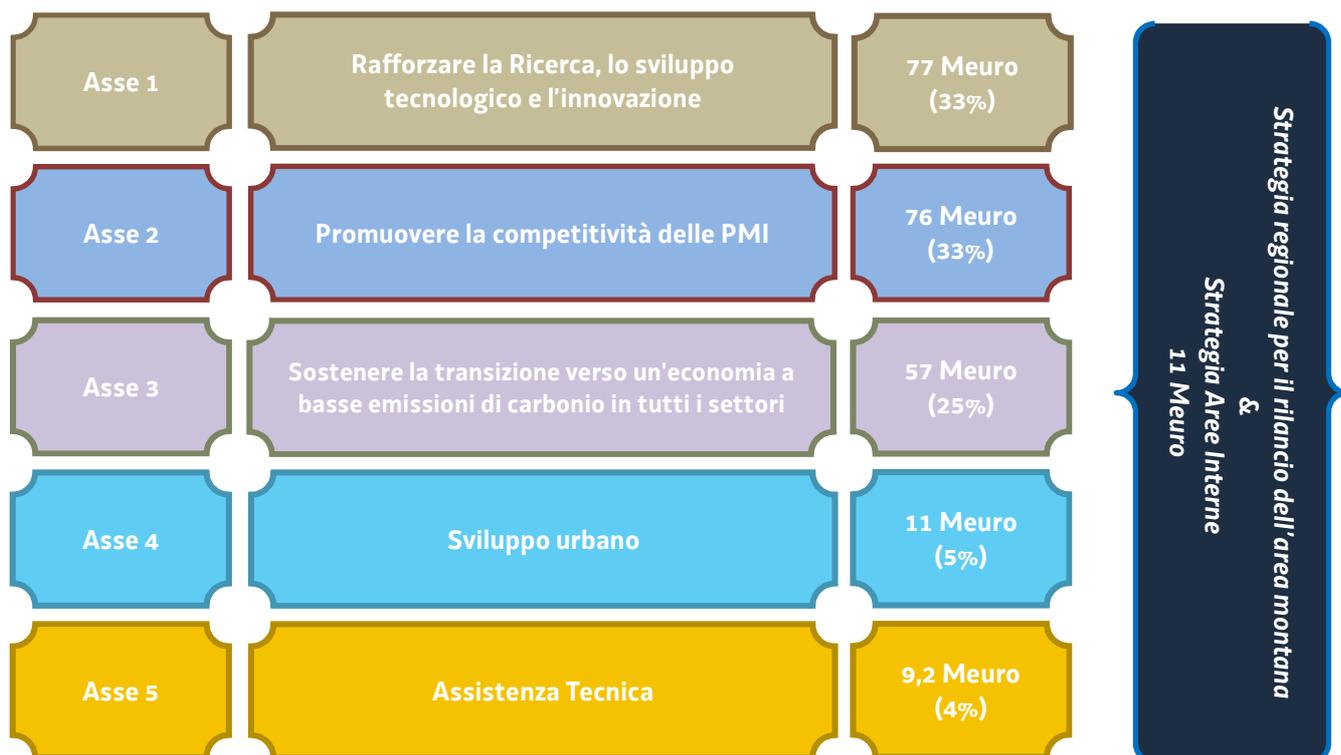
Tra gli undici obiettivi tematici individuati dal Regolamento (UE) 1303/2013 sui quali definire le proprie azioni di intervento, il POR FESR del FVG ha concentrato le proprie risorse finanziarie su tre obiettivi: 1. rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione; 3. promuovere la competitività delle piccole e medie imprese; 4. sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori. Accanto a questi lo Sviluppo Urbano, che persegue in maniera integrata anche gli altri obiettivi, e l'Assistenza Tecnica.

Trasversalmente agli obiettivi tematici/Assi prioritari ed in considerazione dei bisogni specifici del contesto di riferimento, il POR contribuisce anche alla Strategia regionale per il rilancio dell'area montana (attraverso la riserva finanziaria a valere su alcune azioni del Programma) ed alla strategia Aree Interne (per tre aree-progetto che interessano Comuni dell'area).

Le risorse messe a disposizione della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia per il periodo 2014-2020 ammontano a 230 Milioni di euro, di cui 115 circa stanziati dall'UE. Di questi oltre il 66% sono destinati al rafforzamento della ricerca, dello sviluppo tecnologico e dell'innovazione (oltre 77 Milioni di euro) e alla promozione della competitività delle PMI (quasi 76 Milioni di euro). Quasi 57 Milioni di euro (pari a quasi il 25% del Programma) sono invece destinati a sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori. Oltre 11 Milioni di euro sono destinati allo sviluppo urbano (quasi il 5%), mentre i rimanenti 9 Milioni di euro (circa il 4%) sono destinati all'Assistenza Tecnica del Programma.

Nel Box n. 1 sono riportati in forma grafica gli Assi e la dotazione finanziaria del POR.

BOX 1 – Assi e dotazione del POR FESR 2014-2020



Si riportano di seguito in forma sintetica per ciascun Asse, le azioni specifiche del POR.

Asse 1 Rafforzare la Ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione



Asse 2 Promuovere la competitività delle PMI

Az. 2.1 – Sostegno alla nascita di nuove imprese	Az. 2.2 - Sostegno ad aree territoriali colpite da crisi	Az. 2.3 - investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili	Az. 2.4 - Potenziamento del sistema delle garanzie pubbliche
Contribuire agli investimenti iniziali sostenuti da nuovi imprenditori – collegato a formazione Imprenderò Nascita e incubazione di imprese culturali e creative .	Rafforzare la competitività delle imprese: interventi territorialmente mirati , per recupero competitività delle imprese, conservazione del livello occupazionale e valorizzazione del territorio.	Sostenere la competitività e l'innovazione tecnologica delle PMI finanziando investimenti tecnologici. Introdurre servizi e tecnologie innovative su ICT.	Promuovere l'accesso al credito mediante il rilascio di garanzie Sezione regionale Fondo centrale di garanzia
13,9 Meuro	7 Meuro	35 Meuro	20 Meuro

Asse 3 Sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio in tutti i settori

Az. 3.1: Promozione eco-efficienza e riduzione consumi di energia primaria in edifici e strutture pubbliche

Promuovere la **riduzione dei consumi di energia primaria** e sostenere l'**efficientamento energetico** delle strutture di proprietà pubblica, attraverso interventi di efficientamento puro (ammodernamento di impianti) e implementazione di sistemi di **smart building**.

Linea 1 - Riduzione di consumi di energia primaria negli edifici scolastici	Linea 2 - Riduzione di consumi di energia primaria negli hub ospedalieri	Linea 3 - Riduzione di consumi di energia primaria nelle strutture socio sanitarie residenziali per anziani non autosufficienti
27,9 Meuro	28,9 Meuro	

Asse 4 Sviluppo urbano

Az. 4.1 – Soluzioni tecnologiche per servizi di e-Government	Az. 4.2 – Riposizionamento competitivo,	Az. 4.3 - Sviluppo delle infrastrutture per utilizzo mezzo a basso impatto	Az. 4.4 - Tutela, valorizzazione ,rete del patrimonio culturale (in aree di attrazione)	Az. 4.5 - Tutela e messa in rete del patrimonio culturale, servizi innovativi
Potenziamento della domanda di ICT di cittadini, turisti e imprese in termini di utilizzo dei servizi online, inclusione digitale e partecipazione in rete.	Stimolo alla creazione di impresa in ambiti innovativi , mettendo a disposizione spazi per i PMI, cittadini e start up in particolare nei settori hightech e biohightech (Trieste)	Riduzione del traffico automobilistico , interventi infrastrutturali (Pordenone)	Valorizzazione economica, turistica e culturale del centro storico e, in particolare, del nucleo storico del Borgo Castello (Gorizia)	Ristrutturazione della Biblioteca Civica , patrimonio culturale cittadino, posta nel cuore del centro storico cittadino (Udine)
5% del Programma (11,6 Meuro) per attuare le strategie delle Autorità Urbane (TS, UD, GO, PN)				

2. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione

L'analisi di quanto realizzato e la consapevolezza del contesto di riferimento rappresentano il punto di partenza della Strategia di comunicazione. Gli strumenti di tale analisi provengono dalla sintesi dei risultati della valutazione tematica sull'efficacia della comunicazione nella programmazione 2007-2013, svolta dal Valutatore, e dall'analisi di contesto, che combina i dati della valutazione tematica con le rilevazioni effettuate sul territorio relativamente alla consapevolezza dei cittadini della Regione sui fondi strutturali europei. L'una consente di acquisire elementi di analisi per la definizione delle azioni e degli strumenti di comunicazione più efficaci, l'altra fornisce i dati di contesto su cui la Strategia ha il compito di intervenire.

2.1 Interventi e risultati della programmazione 2007-2013

Nel periodo di programmazione 2007-2013, la Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, prestando particolare attenzione allo sviluppo e alla realizzazione delle azioni informative e pubblicitarie, si è dotata di un Piano della comunicazione predisposto per realizzare, tra gli altri, l'obiettivo di portare a conoscenza dell'opinione pubblica le finalità e le strategie di sviluppo regionale del Programma, di informare i potenziali beneficiari, pubblici e privati, sulle opportunità di finanziamento e i beneficiari effettivi sulle modalità di gestione delle operazioni finanziate, di evidenziare l'impatto economico sociale atteso attraverso l'implementazione del Programma valorizzando il contributo della politica di coesione e del cofinanziamento comunitario e diffondendo i risultati intermedi conseguiti, nonché di fornire un'adeguata informazione sugli interventi realizzati.

L'attività è stata, nel corso degli anni, ridisegnata e riadattata al mutato contesto anche sulla base degli esiti delle valutazioni tematiche sull'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate, a partire dal 2010, dal Valutatore Indipendente.

Questo processo, oltre ad evidenziare la maggior efficacia di alcuni degli strumenti attivati, rispetto ad altri, ha portato ad una parziale e graduale revisione degli obiettivi.

Anche l'esigenza più generale di dare visibilità al Programma ed al ruolo di finanziatore della Regione e dell'UE, attraverso l'attivazione di specifiche iniziative di comunicazione in grado di raggiungere più facilmente il grande pubblico, sono stati un'importante spinta nel ridisegnare la strategia. La Regione ha saputo mostrarsi orientata verso un approccio operativo in grado di rispondere in maniera efficiente ai variegati fabbisogni informativi dei diversi target della comunicazione.

Efficaci risultano essere stati i principali strumenti di comunicazione attivati – inserti pubblicitari su quotidiani, spot radio, sito web dedicato, *newsletter*, *depliant* – che hanno mostrato un quadro operativo complessivo tutto sommato positivo.

Il sito web ha costituito uno strumento pivot in grado di promuovere direttamente il Programma e di articolare maggiormente la diffusione degli altri prodotti della comunicazione, adottando delle caratteristiche tecniche che hanno portato lo strumento ad essere considerato come soddisfacente, anche in considerazione di caratteristiche di flessibilità di accesso e di interattività abbastanza elevate, permettendo un utilizzo all'utenza personalizzato e mirato dal punto di vista dei contenuti. Positiva ed efficace è risultata anche la visibilità

complessiva del sito web dedicato al Programma così come l'accesso web alle informazioni. Altrettanto efficace è stata la fruibilità on line dei materiali dei convegni organizzati dalla Regione per la presentazione dei bandi.

Sono inoltre risultati molto validi gli aspetti attinenti esauritività e chiarezza dei contenuti delle singole pagine web (anche se migliorabili gli aspetti concernenti l'accessibilità dei contenuti e la tempestività del loro aggiornamento), nonché gli elementi connessi alla possibilità per l'utenza di instaurare una interazione a distanza con l'Amministrazione regionale.

Dalla valutazione nel complesso è emerso che la Regione ha dimostrato una buona capacità di sfruttare l'ampio ventaglio di media e strumenti di comunicazione potenzialmente attivabili ed una adeguata prontezza nel rispondere alle sfide poste dall'evoluzione dello scenario tecnologico.

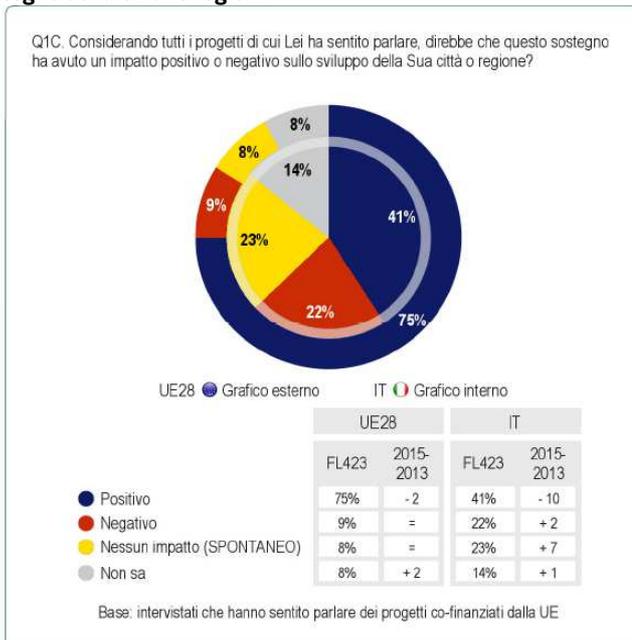
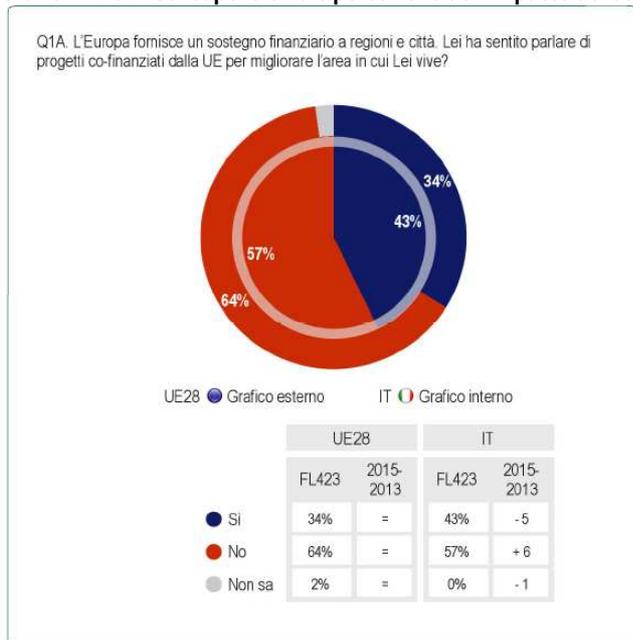
L'approccio integrato alle varie forme di comunicazione adottato dalla Regione, reso evidente dal ricorso ad un mix di strumenti più tradizionali accanto a strumenti maggiormente innovativi, ha sicuramente rappresentato un esempio di buona pratica di programmazione delle azioni di comunicazione istituzionale. Basti, infatti, ricordare che l'efficacia dell'azione messa in atto è stata pienamente rintracciabile nella capacità della strategia regionale di promuovere la conoscenza dei fondi europei e l'immagine dell'UE e, in tal modo, di modificare gli atteggiamenti dei cittadini verso l'istituzione Unione Europea.

2.2 Analisi di contesto

Punto di partenza necessario è l'attuale grado di conoscenza e consapevolezza dei cittadini della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia rispetto ai fondi comunitari ed in particolare ai fondi destinati allo sviluppo regionale.

L'indagine di Eurobarometro, realizzata a luglio e resa nota a settembre 2015, presenta dei dati secondo i quali le azioni di informazione e comunicazione evidenziano un ampio margine di miglioramento. Solamente il 34% dei cittadini europei ha sentito parlare di progetti cofinanziati dall'Unione europea nella propria regione o città; in Italia il dato migliora, seppur di soli 9 punti percentuali: sono infatti il 43% i cittadini italiani che sono consapevoli del fatto che l'Europa fornisce un sostegno finanziario a regioni e città. Oltre il 75% dei cittadini europei in media ha espresso un giudizio positivo sui progetti finanziati dall'Unione europea attraverso la politica regionale, percentuale che, invece, scende al 41% nel caso degli italiani.

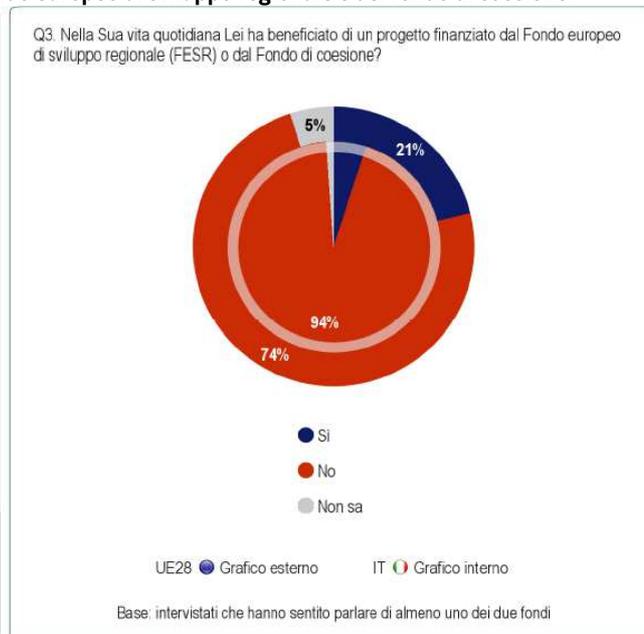
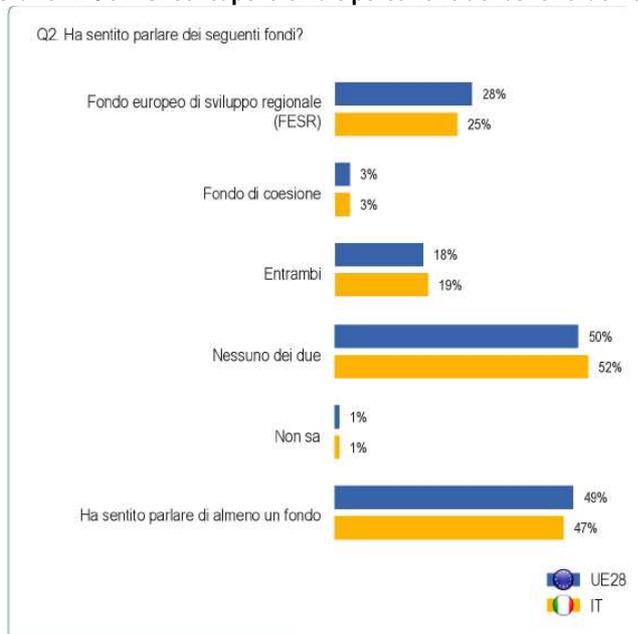
Grafici n. 1 e 2: Consapevolezza e percezione dell'impatto del sostegno della UE alle regioni.



Fonte: Flash Eurobarometro 423 risultati per l'Italia

Il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) è scarsamente identificato tanto dai cittadini europei (28%), quanto dai cittadini italiani (25%). Il problema di conoscenza e consapevolezza si accentua se si passa all'esperienza diretta che le persone hanno avuto dei **fondi europei**. Il 94% degli italiani non ha beneficiato in prima persona né dei **fondi regionali di sviluppo**, né dei **fondi di coesione**, a fronte di un 75% di media europea. In ogni caso, il 51% degli italiani non ha mai sentito parlare di queste due tipologie di fondi e non ne conosce la differenza.

Grafici n. 4 e n. 5: Consapevolezza e percezione dei benefici del fondo europeo di sviluppo regionale e del fondo di coesione.

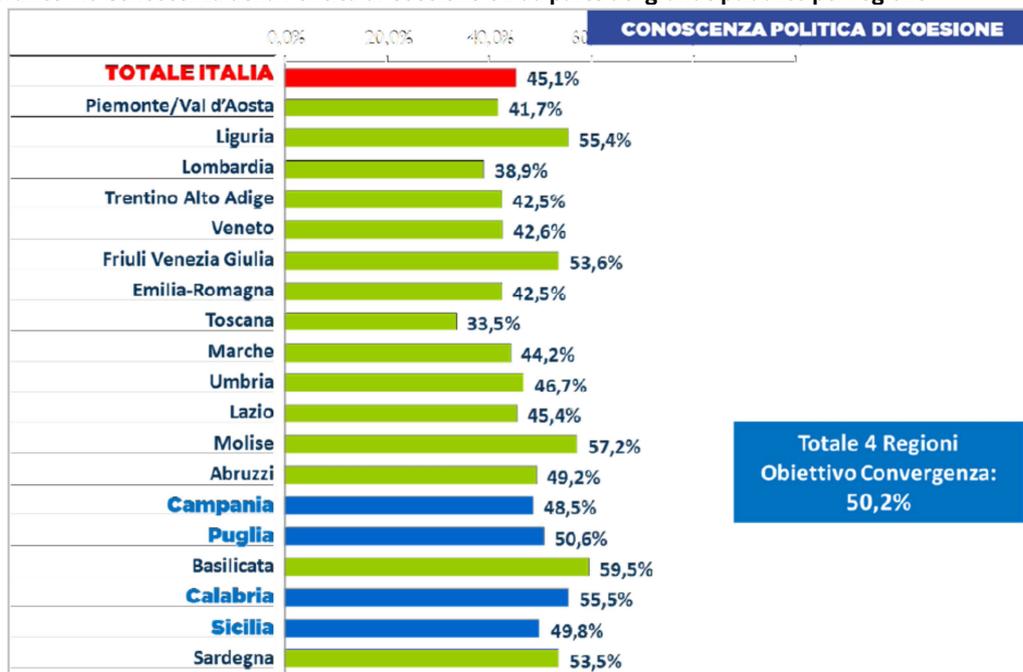


Fonte: Flash Eurobarometro 423 risultati per l'Italia

Il dato rilevato su base nazionale da Eurobarometro può essere approfondito a livello regionale grazie ai risultati tratti dalla recente "Indagine sul grado di conoscenza degli interventi e della Politica di Coesione comunitaria da parte dei beneficiari e del grande pubblico" realizzata dall'Istituto DOXA S.p.A. per il Ministero dello Sviluppo

Economico – Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica – attraverso 4.210 interviste telefoniche CATI ad un campione rappresentativo della popolazione italiana compresa tra i 18 e i 70 anni. L'obiettivo dell'indagine è stato di indagare il grado di conoscenza della Politica di Coesione UE da parte del grande pubblico per singola regione. L'indagine evidenzia che, in generale, la conoscenza della Politica di Coesione UE da parte del grande pubblico della regione Friuli Venezia Giulia raggiunge nel complesso un livello sostanzialmente buono e in linea con le altre regioni del Centro-Nord.

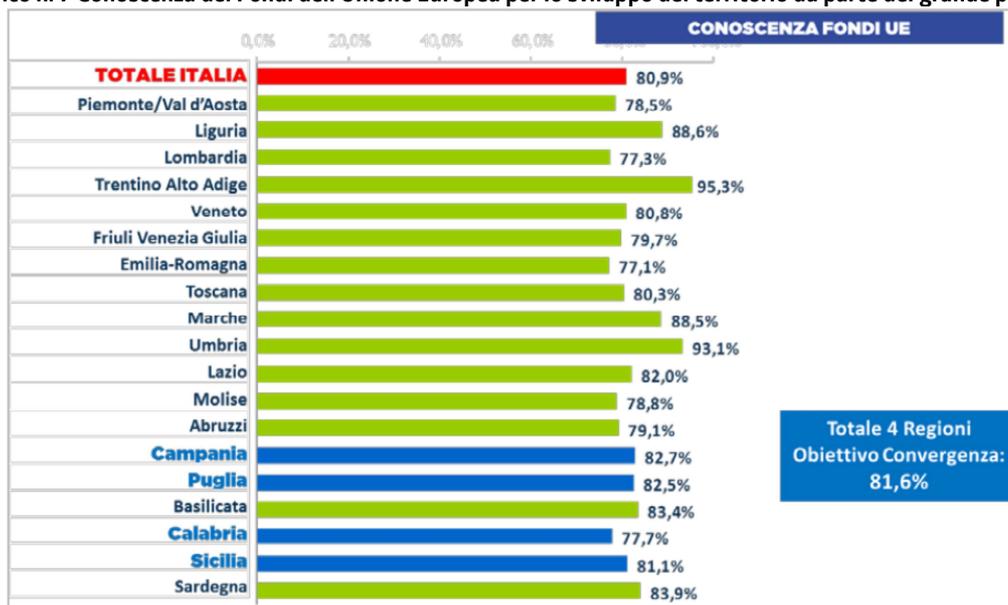
Grafico n.6 Conoscenza della Politica di Coesione UE da parte del grande pubblico per regione



Fonte: Istituto DOXA per il Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, 2014

Il 79,7% della popolazione della regione è consapevole del fatto che lo sviluppo del territorio regionale è sostenuto anche da Fondi dell'Unione Europea. Il dato sostanzialmente conferma (con un ulteriore miglioramento percentuale) i dati emersi dall'indagine campionaria telefonica effettuata anche dal Valutatore Indipendente tra il 6 e l'11 aprile 2011 che a sua volta rilevava la consapevolezza dei cittadini della regione sull'esistenza di fondi pubblici dedicata allo sviluppo regionale.

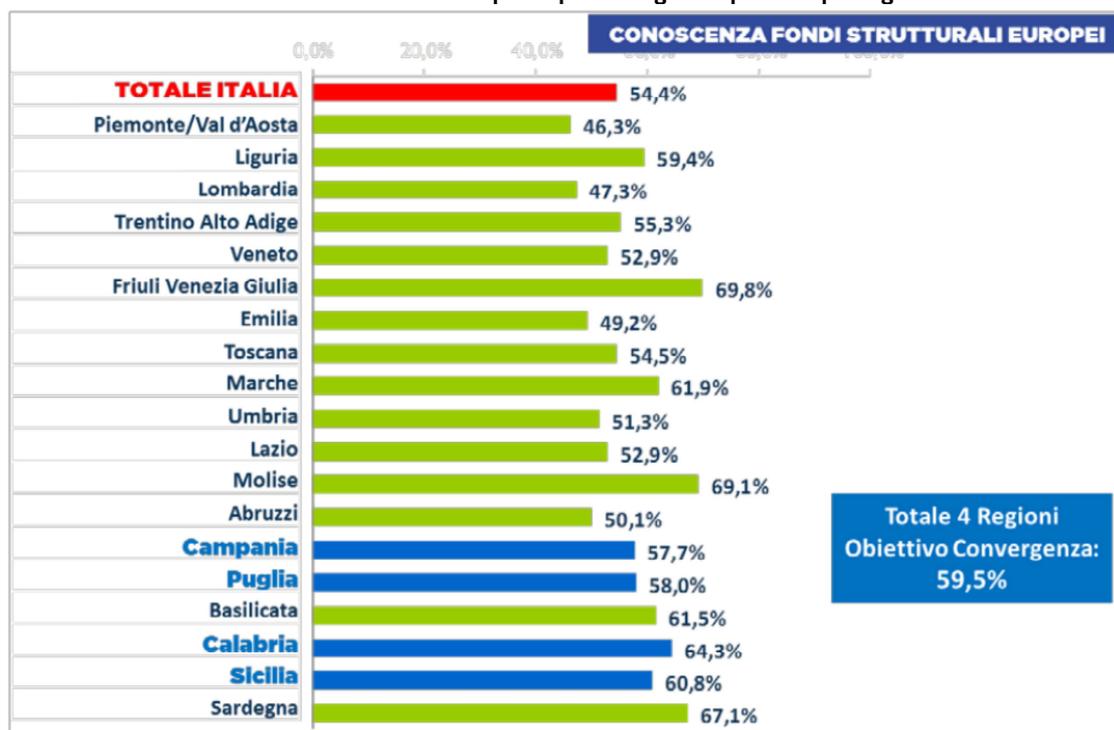
Grafico n. 7 Conoscenza dei Fondi dell'Unione Europea per lo sviluppo del territorio da parte del grande pubblico



Fonte: Istituto DOXA per il Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, 2014

La Regione autonoma Friuli Venezia Giulia fa registrare le migliori performance assolute, per Regione, relativamente alla “conoscenza dei Fondi strutturali europei” da parte del grande pubblico come riportato nella figura che segue.

Grafico n. 8 Conoscenza dei Fondi strutturali europei da parte del grande pubblico per regione

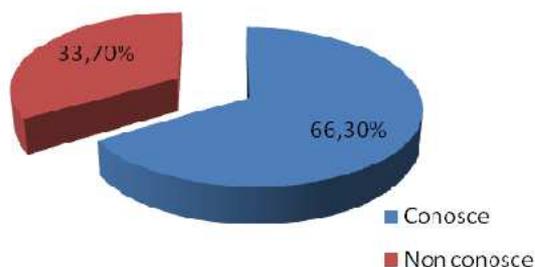


Fonte: Istituto DOXA per il Ministero dello Sviluppo Economico – Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, 2014

Per approfondire ulteriormente l'analisi, si sono presi anche in considerazione i risultati dell'approfondimento tematico sull'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate dalla Regione nell'ambito del disegno della valutazione del POR FESR Friuli Venezia Giulia 2007-2013. Al suo interno è stata prevista l'esecuzione di un'indagine campionaria statisticamente significativa finalizzata a rilevare lo stato di conoscenza del Programma e il grado di consapevolezza del ruolo dell'Unione Europea di finanziatore dello sviluppo regionale.

L'indagine, nel suo complesso, mostra che la popolazione della Regione è consapevole del fatto che lo sviluppo regionale è sostenuto da fondi pubblici specificamente dedicati ma la visibilità dell'UE come finanziatore di tale sviluppo è percepita solo da una parte minoritaria dei cittadini, mentre il ruolo della Regione è riconosciuto da un'ampia maggioranza dei residenti nella Regione.

Grafico n.9 – Grado di conoscenza dell'esistenza di fondi pubblici destinati allo sviluppo regionale (valori %)



Fonte: Elaborazioni su dati indagine campionaria Ecoter

Disaggregando l'analisi emerge che quasi due terzi di coloro che dichiarano di essere informati dell'esistenza di fondi pubblici specificamente destinati allo sviluppo regionale attribuiscono all'istituzione Regione il ruolo di finanziatore (65,4%), mentre l'Unione Europea viene citata solo nel 26,3% dei casi.

Tab. 1 – Livello di conoscenza degli Enti/istituzioni che finanziano la politica regionale (valori % - N.B.: il totale non da 100 in quanto la domanda era a risposta multipla e l'elaborazione considera tutte le risposte)

Regioni	65,4
UE - Unione Europea (CEE, commiss. europea, etc.)	26,3
Province	22,4
Governo italiano	20,0
Comuni	16,6
Istituti/ fondazioni bancarie	4,4
Ministero dell'Economia e Finanze	3,4
Altri ministeri	2,9
ONU/Nazioni Unite	2,0
Onlus / associazioni	2,0
Altro	2,0
Organizzazioni religiose	1,0

Fonte: Elaborazioni su dati indagine campionaria Ecoter

L'indagine restituisce un patrimonio di informazioni molto significativo e di dettaglio, sia rispetto al grado di visibilità dell'Unione Europea come finanziatore dello sviluppo regionale sia con riferimento all'efficacia delle azioni di comunicazione messe in atto dalla Regione Friuli Venezia Giulia per promuovere un'ampia conoscenza del Programma Operativo FESR 2007-2013.

Nel complesso, il quadro che emerge è sostanzialmente positivo, pur mettendo in luce numerose aree di potenziale miglioramento delle quali si è tenuto conto nella redazione della presente strategia.

2.3 Swot analysis

La lettura dei dati raccolti ed elaborati combinata alla lettura del contesto economico che ha caratterizzato l'intero periodo di programmazione consente di evidenziare una serie di elementi di riflessione significativi, che possono essere sintetizzati attraverso i risultati dell'analisi SWOT, riportata nella tabella seguente, con lo scopo di orientare la Strategia 2014-2020 verso interventi che migliorino l'efficacia della comunicazione.

Tabella n. 1: Analisi SWOT (Punti di Forza, Debolezze, Opportunità e Minacce) della Comunicazione sui fondi strutturali nei precedenti periodi di programmazione.

Punti di FORZA (Strengths)	Punti di DEBOLEZZA (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività implementata con regolarità ▪ Tempestività e capillarità degli strumenti multimediali (sito internet, upload materiali inclusi i bandi) e delle newsletter digitali. ▪ Tempestiva informazione ai beneficiari finali ▪ Mix ben differenziato di strumenti sviluppati e attuati ed elevata efficacia ed efficienza della gran parte degli stessi ▪ Realizzazione di rapporti di Valutazione dell'efficacia della Comunicazione al fine di migliorare l'attuazione del Piano di Comunicazione (fine tuning) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ancora limitata efficacia della comunicazione al grande pubblico e alla cittadinanza; ▪ Limitata consapevolezza del ruolo di principale co-finanziatore dell'UE; ▪ Ricorso eccessivo a strumenti di comunicazione "cartacei" (affissioni; poster; <i>depliant</i>, inviti) ▪ attività comunicative sui social network e-social media non strutturata ▪ scarsa pianificazione delle attività di comunicazione nel lungo periodo
OPPORTUNITA' (Opportunities)	MINACCE (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La distribuzione più capillare di accessi internet veloci può migliorare la penetrazione degli strumenti digitali. ▪ Accresciuta potenzialità data dalla diffusione dei social (nuovi media) ▪ Accresciuta consapevolezza del ruolo dell'UE e miglioramento del giudizio sulle istituzioni europee da parte di chi è stato portato a conoscenza dei fondi europei ▪ Coinvolgimento crescente e ampia rappresentanza del partenariato ▪ Coinvolgimento diretto dei beneficiari quali moltiplicatori dell'informazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Situazione di generale disaffezione verso la politica può nuocere alla comunicazione istituzionale; ▪ Problemi di immagine dell'UE che chiamano in causa fattori di natura politica, economica e sociale ▪ Scarsa differenziazione nell'utilizzo degli strumenti rispetto ai diversi target di utenza (necessità di definire messaggi fortemente differenziati sulla base dei target)

La Strategia di comunicazione tiene quindi conto delle esperienze e dei risultati del precedente periodo di programmazione, dell'analisi di contesto e delle opportunità presenti e declina di seguito l'**approccio** da adottare per comunicare il POR FESR.

3. Approccio della strategia di comunicazione

La Strategia di Comunicazione, nell'ottica di maggior trasparenza e vicinanza dei cittadini alle istituzioni, intende promuovere e valorizzare gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal sostegno dei fondi europei, nazionali e regionali nei diversi settori e ambiti di intervento, ponendole in chiaro rapporto con i risultati che via via saranno raggiunti.

Partendo dalle valutazioni condotte e dai risultati conseguiti nel periodo di programmazione 2007-2013 e coerentemente con i principi che caratterizzano la riforma della politica di coesione dell'Unione per il periodo 2014-2020, è stato definito l'approccio che contraddistingue le azioni di informazione e comunicazione del POR FESR nella Regione autonoma Friuli Venezia Giulia.

La strategia si caratterizza per diversi elementi di innovatività sulla spinta della continua ricerca di coerenza e sinergia tra le politiche strategiche regionali in materia di innovazione (Strategia di specializzazione intelligente) e sviluppo del settore manifatturiero (Rilancimpresa).

Tra le priorità che dovranno caratterizzare la strategia, la Commissione prevede che una maggiore concentrazione di energie sia focalizzata sull'individuazione e sulla pianificazione di iniziative mirate a informare la cittadinanza.

Con il tempo, le imprese (che rappresentano il beneficiario primario anche in questa programmazione) hanno maturato una notevole familiarità con le tempistiche, gli strumenti e le modalità di assegnazione delle risorse proprie dei fondi strutturali e regionali e per il POR FESR 2014-2020 la vera sfida della comunicazione sarà quella di intensificare i messaggi mirati a raggiungere la cittadinanza.

La logica di questa tipologia di comunicazione sarà improntata alla presentazione delle opportunità offerte dal Programma attraverso i protagonisti del sistema. Le testimonianze dei cittadini che hanno concretamente usufruito del Programma 2007-2013 costituirà uno strumento di comunicazione in grado di raggiungere, convincere e coinvolgere un pubblico più ampio. Questo approccio comunicativo necessita, rispetto al passato, un cambio di voce e di messaggio: non è più solo l'Amministrazione a dire ai cittadini: "Ecco quello che faccio per te" ma sono i cittadini stessi a testimoniare il confronto positivo con l'Ente affermando: "Ecco quello che la Regione e l'Unione Europea mi hanno consentito di fare".

Infatti, mentre l'obiettivo di creare un rapporto consolidato tra le imprese e la Regione risulta conseguito, pur necessitando, per rimanere vitale, di nuovi e continui stimoli, l'informazione al pubblico di tipo più generale risulta ancora carente; anche quando i cittadini risultano consapevoli del ruolo dell'Unione Europea confondono spesso istituzioni, programmi, attività e opportunità. Conseguire risultati in questo ambito, come richiesto dalla Commissione Europea per il periodo di programmazione 2014-2020, costituisce una sfida delicata e cruciale sul fronte della comunicazione, alla quale la Regione Friuli Venezia Giulia ha accettato di prendere parte.

La Regione è chiamata a perseguire questo obiettivo rilevante anche dal punto di vista politico, per un efficace contrasto alla crescente disaffezione dei cittadini nei confronti dell'Unione Europea e, più in generale nei confronti delle Istituzioni.

La Strategia è **monofondo**, ma è tuttavia importante sottolineare che saranno ricercate adeguate **forme di raccordo e collaborazione all'interno dell'Amministrazione sia tra i Programmi finanziati con fondi SIE, sia con le strutture che danno attuazione a fonti di finanziamento nazionali e regionali; particolare attenzione** sarà posta alle priorità condivise nei diversi Programmi (ricerca e innovazione, sviluppo urbano e

sostenibile, aree interne, ...) al fine di massimizzarne gli effetti, evitando nel contempo sovrapposizioni e duplicazioni.

Sebbene si tratti di una Strategia monofondo, una scelta di questo tipo permette, da un lato, di delineare Strategie in grado di rispondere a fabbisogni informativi specifici dei singoli Programmi, e dall'altro, di consentire l'organizzazione di interventi basati sull'integrazione dei Fondi per comunicare alla società regionale il ruolo che l'Ue svolge nelle politiche regionali.

Una particolare sinergia sarà ricercata e attuata sia rispetto al POR FSE, per un'azione convergente e maggiormente incisiva su specifici target (e temi) che, più in generale, con la comunicazione adottata nell'ambito della strategia di comunicazione istituzionale regionale (Ufficio stampa). La collaborazione sarà altresì garantita anche rispetto al Programma transfrontaliero Interreg Italia-Slovenia e agli altri Fondi strutturali presenti sul territorio (Programma di Sviluppo rurale - FEASR), e non mancheranno, inoltre, **apposite forme di integrazione e concertazione "esterne" con i partner istituzionali ed economico-sociali, che fungono da "moltiplicatori" dei messaggi e sono in grado di rivolgersi ai potenziali beneficiari in modo diretto.**

L'approccio alla Strategia sarà, infine, caratterizzato dal punto di vista attuativo (strumenti e canali), dall'utilizzo di media tradizionali e dal ricorso a nuove applicazioni del web e ai social network e social media che rappresentano una risorsa (ad un costo contenuto) da utilizzare come strumento privilegiato per raggiungere il grande pubblico e alcuni target mirati. La comunicazione dovrà essere comprensibile, accessibile, tempestiva, chiara e trasparente, circa le modalità di accesso e fruizione dei finanziamenti, nonché sul loro utilizzo. In questa direzione, particolare attenzione sarà rivolta all'utilizzo di sigle e acronimi che dovranno essere resi immediatamente comprensibili attraverso didascalie o simili. Rivolgendosi, infatti, anche alla cittadinanza, il linguaggio dovrà essere adeguato anche a coloro che non hanno specifica conoscenza dell'argomento o del linguaggio degli addetti ai lavori.

In generale, toni e linguaggio usati saranno adattati a seconda dei gruppi di destinatari e degli obiettivi tematici da perseguire. Particolare attenzione verrà dedicata anche alla comunicazione e agli strumenti destinati alle persone diversamente abili.

3.1. Le caratteristiche della strategia

In considerazione dei risultati derivanti dalla passata esperienza di gestione del Programma Operativo e del contesto mutato entro cui si colloca l'attuale periodo di programmazione dei fondi europei, ed in particolare del fondo FESR, le principali caratteristiche che contraddistinguono la Strategia delineata nel presente documento possono essere sintetizzate come segue.

Strategia integrata

Una strategia integrata sia con la comunicazione istituzionale della Regione che con quella degli altri Programmi europei. In questo modo sarà possibile contemperare le diverse esigenze in "gioco", ovvero, identificare strumenti e azioni mirati verso target comuni consentendo così di massimizzare gli impatti e contenere l'utilizzo delle risorse finanziarie garantendo nel contempo un'attività di informazione specificatamente finalizzata alla diffusione del POR FESR.

Strategia differenziata

Sarà possibile ricorrere a strumenti, toni e linguaggi appropriati a seconda dei destinatari di riferimento, nonché a seconda del momento, inteso come fase di implementazione del Programma (ad esempio, inizio o fine programmazione). Sarà quindi una strategia mirata a raggiungere sia i singoli gruppi target, per i quali saranno utilizzati azioni e canali specifici (ad esempio le imprese e, in generale, i target sui quali si concentrano la maggior parte delle azioni del Programma Operativo), ma nel contempo attenta a garantire la maggiore diffusione possibile delle informazioni sul territorio garantendo così una maggiore diffusione dell'immagine dell'Unione europea quale co-finanziatore della politica di coesione.

Particolare attenzione sarà dedicata all'inclusione dei destinatari maggiormente a rischio di "esclusione" dalle informazioni, quali le persone portatrici di disabilità (visiva e uditiva, in special modo), a favore dei quali verranno identificati appositi strumenti.

Strategia partecipata

Partecipata sia a livello di *governance* (si veda capitolo 5) che di coinvolgimento dei diversi interlocutori nella programmazione, gestione e attuazione dei fondi comunitari, in primis dei destinatari che diverranno parte attiva nell'implementazione della strategia.

Strategia Web&social "oriented"

"Web&Social "oriented", per sfruttare appieno gli strumenti multimediali e le loro potenzialità. In particolare per quanto riguarda la loro efficacia nel raggiungere sia il grande pubblico che gruppi/target puntualmente identificati e mirati. Adeguatamente gestiti, questi strumenti rappresentano un'opportunità formidabile, non solo di condivisione, ma anche di ascolto.

3.2. Le finalità e gli obiettivi della strategia

La finalità della Strategia di Comunicazione è quella di assicurare che il disegno strategico del POR FESR, i suoi obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte vengano ampiamente diffusi. In questo senso il portare a conoscenza dei cittadini e dei beneficiari potenziali ed effettivi le finalità e le modalità operative degli interventi finanziabili attraverso la Programmazione 2014-2020 migliorerà i livelli di trasparenza e, più in generale, di conoscenza sull'utilizzo delle risorse pubbliche.

Una maggiore consapevolezza dei valori e degli obiettivi della politica di coesione e dell'utilizzo delle risorse comunitarie, infatti, contribuirà a ridurre la distanza, percepita sempre più nettamente, tra istituzioni e società civile.

La finalità più generale è quella di sensibilizzare i cittadini in merito al ruolo svolto dall'Unione Europea e a dare evidenza del valore aggiunto apportato dalle politiche comunitarie per lo sviluppo socio economico della Regione Friuli Venezia Giulia.

In generale, quindi, si può osservare come la **Strategia giochi un ruolo determinante per garantire e assicurare trasparenza e consapevolezza in merito all'azione dei Fondi Strutturali**, conoscenza degli

obiettivi del Programma, informazione ai potenziali beneficiari sulle opportunità di finanziamento nell'ambito del Programma, forme di adeguata assistenza ai beneficiari dei finanziamenti, informazioni sugli interventi attivati e adeguata diffusione sui risultati raggiunti (anche in termini di conoscenza di buone pratiche, che ha la capacità di incentivare la partecipazione ai progetti e rafforzare il ruolo del valore aggiunto della politica di coesione).

La strategia di comunicazione dovrà, quindi, essere caratterizzata da **un'attività rivolta al pubblico in generale, differenziata in funzione dei gruppi target che intende intercettare e orientata a fornire - da un lato - informazioni riguardanti gli ambiti di intervento e le finalità del Programma e - dall'altro - le opportunità di sviluppo e conoscenza rivolte ai cittadini**. A tal fine sarà garantita la **massima copertura sul territorio** utilizzando le diverse forme e metodi di comunicazione e, parallelamente, attività di comunicazione puntuali, fortemente orientate ai beneficiari già individuati nel POR FESR, funzionali sia al raggiungimento delle finalità generali degli Assi, sia al rispetto dei principi orizzontali al Programma.

L'**obiettivo generale della Strategia di Comunicazione**, quindi, consiste nel portare a conoscenza dei cittadini dell'Unione e dei beneficiari, anche potenziali, le finalità e le opportunità sostenute attraverso la Programmazione 2014-2020 per un miglioramento della trasparenza e della ampia diffusione dei risultati e degli impatti derivanti dalla Politica di Coesione (anche in termini di valore aggiunto nello sviluppo dei territori), avvicinandoli così alle Istituzioni. Questo potrà essere perseguito anche attraverso il rafforzamento dell'immagine della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia come ente che contribuisce allo sviluppo socio-economico del territorio attraverso la programmazione e l'attuazione delle strategie per la crescita, la competitività e l'occupazione e la diffusione di un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la riconoscibilità delle informazioni relative al Programma.

Dal punto di vista, invece, degli **obiettivi specifici la Strategia di comunicazione** intende perseguire i seguenti risultati:

- garantire a tutti i cittadini una informazione completa e dettagliata sulla strategia e sui contenuti del Programma Operativo sulle sue finalità, sulla sua attuazione e sui risultati/impatti raggiunti;
- garantire ai destinatari potenziali finali l'informazione sulle opportunità offerte dal fondo FESR mediante azioni di informazione e comunicazione e il ricorso anche al web, ai social network e ai mass media;
- garantire la diffusione di un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la immediata riconoscibilità delle informazioni relative al POR (anche in termini di buone pratiche);
- assicurare la conoscenza e l'utilizzo degli strumenti atti a rendere riconoscibile il Programma nei beneficiari/attuatori dei progetti e destinatari dei relativi finanziamenti;
- assicurare una concreta promozione della trasparenza nell'utilizzo delle risorse del Programma attraverso la pubblicazione on line dell'elenco dei beneficiari, sia attraverso il portale unico nazionale OPEN COESIONE sia sul pagina web regionale dedicata al POR FESR. A questo si collega anche la necessità di rendere disponibili dati e informazioni sui progetti finanziati in formato aperto per consentire un agevole accesso e per aumentare la fiducia dei cittadini verso la pubblica amministrazione;
- garantire una maggiore conoscenza, ad un pubblico diversificato, dei progetti finanziati;
- assicurare adeguata assistenza ai beneficiari potenziali nella fase di presentazione dei progetti attraverso la diffusione di informazioni chiare e dettagliate riguardanti le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento

- garantire un adeguato supporto ai beneficiari nella realizzazione e attuazione degli interventi finanziati (anche in termini di obblighi di informazione e pubblicità).

3.3. Messaggi chiave della comunicazione

La Regione Friuli Venezia Giulia in fase di programmazione ha scelto di concentrare le risorse a propria disposizione principalmente su tre Obiettivi Tematici rispondendo alle esigenze prioritarie del territorio, al contesto di riferimento e alle indicazioni della Commissione e dell'Accordo di Partenariato.

Questa scelta determina l'immediata conseguenza che a dover essere comunicati, quali messaggi chiave della strategia, siano quelli legati ai concetti di crescita economica e sociale del territorio e di incremento della sua competitività, perseguiti attraverso il rafforzamento del sistema della Ricerca, Sviluppo e Innovazione, nonché di sostenibilità attraverso interventi che promuovano l'efficientamento e il risparmio energetico. La risposta a specifiche esigenze di aree territoriali quali le Aree Interne e le Città, completa il quadro delle priorità e dei principali messaggi che caratterizzeranno anche la comunicazione del Programma.

Il POR FESR nel quadro della politica regionale europea:

- promuove lo sviluppo della ricerca industriale e il trasferimento tecnologico;
- sostiene la competitività delle PMI e lo sviluppo economico del territorio;
- incrementa la collaborazione tra imprese e tra imprese e mondo della ricerca;
- favorisce l'accesso all'innovazione da parte delle PMI;
- consolida il sistema produttivo favorendo la nascita di nuove imprese e stimola l'utilizzo e il ricorso a investimenti innovativi a favore di aree colpite dalla crisi;
- contrasta le difficoltà di accesso al credito e sostiene la propensione agli investimenti;
- migliora l'efficienza energetica negli edifici ad uso pubblico per ridurre i consumi e le emissioni di CO₂ nell'atmosfera;
- supporta lo sviluppo urbano sostenibile per mezzo di strategie integrate;
- rafforza la competitività dei sistemi e dei servizi urbani in un'ottica di sostenibilità ambientale;
- migliora la qualità della vita nel territorio regionale con particolare attenzione alle aree con differenziali di sviluppo più marcati;
- utilizza i fondi in maniera efficace e trasparente;
- favorisce la partecipazione attiva della cittadinanza;
- favorisce il miglioramento della capacità amministrativa.

Allo scopo di rendere efficace la comunicazione, si ritiene che i messaggi chiave debbano essere scelti e trasmessi tenendo in considerazione alcuni fattori determinanti, tra i quali l'identificazione dei bisogni comunicativi di chi li riceve ('cosa ha bisogno di sapere?' 'in che modo il messaggio può raggiungere il destinatario in modo chiaro e conciso, così che venga correttamente recepito e possa produrre gli effetti desiderati?'). E' importante inoltre generare una realistica aspettativa rispetto ai risultati attesi, nonché gestire questo flusso nel corso dell'intera

programmazione, anche attraverso messaggi ripetuti, così da mantenere alta l'attenzione sull'attuazione del Programma ed incidere sulla consapevolezza delle tematiche affrontate.

3.4. I gruppi di destinatari

Sulla base di quanto contenuto nel Reg. (UE) 1303/13 ed in linea con le disposizioni contenute nell'All.to XII, le azioni di informazione e comunicazione saranno rivolte ad una ampia platea di soggetti, riconducibili alle seguenti tipologie:

- il **gruppo dei beneficiari**, a sua volta distinto in beneficiari potenziali e beneficiari effettivi;
- il **gruppo del pubblico** (inteso anche nell'eccezione di cittadinanza);
- il gruppo dei cosiddetti "**moltiplicatori/veicolatori dell'informazione**".

La Strategia, quindi, ha l'obiettivo di far conoscere la politica europea di sviluppo regionale e il POR FESR 2014-2020, le relative opportunità e i progetti finanziati al pubblico regionale segmentato nelle categorie di destinatari sopra rappresentate.

Beneficiari

Beneficiari potenziali

I beneficiari potenziali, sono individuati, come tipologia, direttamente dal Programma, sulla base di ciascuna Priorità/Asse di intervento e delle relative azioni da sostenere. Si tratta di una categoria di soggetti in cui rientrano tutti coloro che possono accedere alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR.

A titolo esemplificativo, le micro, piccole, medie e grandi imprese del territorio regionale (nuove e/o esistenti, nonché le start up/spin off), le Università, gli organismi di ricerca, gli enti gestori di distretti tecnologici e di parchi scientifici e tecnologici nonché le Amministrazioni pubbliche e gli Enti locali.

Beneficiari effettivi

Nel gruppo dei beneficiari effettivi vengono inclusi i percettori dei finanziamenti del POR i quali, in qualità di utilizzatori delle risorse comunitarie, saranno opportunamente informati in merito agli obblighi da rispettare. In particolare, saranno definite specifiche azioni di comunicazione al fine di rafforzare la riconoscibilità del sostegno dei fondi all'operazione finanziata, l'informazione sul sostegno ottenuto dai fondi e l'eventuale obbligo di esposizione di apposita cartellonistica e/o targhe informative.

Verrà stimolato un ruolo attivo dei beneficiari nell'attivare azioni di diffusione del progetto realizzato al fine di rendere evidente la vicinanza dell' Europa al territorio. In tal modo anche gli stessi beneficiari diverranno vettori di informazione.

I beneficiari finali potranno essere coinvolti dall'Autorità di Gestione in qualità di testimoni "privilegiati" per illustrare il valore aggiunto delle politiche europee.

Pubblico e cittadinanza

Il gruppo della cittadinanza raccoglie l'opinione pubblica in generale, nei confronti della quale va indirizzata una comunicazione istituzionale e verso cui operare un'azione di sensibilizzazione/informazione relativamente al ruolo svolto dall'UE, al valore aggiunto del sostegno del FESR e ai risultati conseguiti, proprio in virtù della necessità di pubblicizzare, presso i cittadini dell'Unione, il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi mediante azioni di informazione e comunicazione sui risultati e sull'impatto degli accordi di partenariato, dei programmi operativi e delle operazioni.

Rientrano in questa categoria tutti i cittadini destinatari e non delle operazioni del POR FESR, gli organismi pubblici e privati, le istituzioni, in generale, di livello regionale e nazionale.

Particolare attenzione, al fine di un'azione efficace di sensibilizzazione, verrà posta all'ideazione di un'immagine grafica del Programma, anche attraverso il coinvolgimento di fasce di popolazione non direttamente beneficiarie (ad esempio sarà scelto - attraverso un concorso di idee presso gli Istituti scolastici della Regione - il logo del Programma). L'utilizzo dell'identità visiva rappresenta, infatti - per il grande pubblico - l'elemento caratterizzante della comunicazione (loghi dell'UE, della Repubblica, dell'Amministrazione regionale e dei Programmi) che possiede la capacità di valorizza il ruolo dell'Europa, dello Stato italiano e dell'Amministrazione regionale nei diversi interventi, rendendolo immediatamente percepibile e riconoscibile a tutta la popolazione.

Il concorso per la creazione del logo e dello slogan del Programma rivolto agli studenti con l'obiettivo di renderli futuri cittadini d'Europa maggiormente consapevoli, pianificato tra le prime attività da svolgersi, rappresenta l'occasione per un primo contatto con la cittadinanza che poi proseguirà in un costante coinvolgimento attraverso ulteriori iniziative.

Moltiplicatori dell'informazione

Per garantire la massima diffusione delle informazioni e in coerenza con quanto previsto dal punto 2.1.3 dell'Allegato XII, la Strategia di Comunicazione è mirata anche a coinvolgere altri soggetti e organizzazioni. L'obiettivo è quello di innescare l'effetto moltiplicatore della diffusione di informazioni e perseguire, ove possibile, l'integrazione con i soggetti che, a vario titolo, sono coinvolti nell'attuazione delle Politiche di Coesione.

In questo gruppo rientrano le parti economiche e sociali, le organizzazioni non governative, le organizzazioni che rappresentano il mondo economico, gli organismi che promuovono le pari opportunità, le associazioni e, più in generale, i portatori di interesse (già anche coinvolti nel Comitato di Sorveglianza del Programma e più in generale nei tavoli partenariali) e, infine, i media.

L'obiettivo delle azioni di comunicazione rivolte ai moltiplicatori è proprio quello di rilanciare, su più canali ed attraverso più fonti di informazione, il valore degli interventi co-finanziati dal POR FESR, massimizzando il significato di opportunità che il POR FESR attraverso le singole azioni e priorità di investimento rappresenta per tutti i cittadini della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia.

4. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione

4.1. Azioni di informazione e comunicazione

La strategia di comunicazione si articolerà in una serie di azioni di informazione e comunicazione specifiche per i gruppi di destinatari identificati e tra loro integrate, al fine di assicurare una diffusione omogenea dei contenuti, degli obiettivi e delle opportunità di finanziamento del POR FESR 2014-2020.

La modalità di realizzazione della strategia prevede un coinvolgimento ed un ruolo attivo dei destinatari stessi, modalità già avviata e quindi sperimentata con successo in fase di programmazione del Programma.

Questo approccio risulterà di particolare importanza al fine di raggiungere il più generale obiettivo della strategia ovvero la sensibilizzazione dei cittadini in merito al ruolo svolto dall'Unione Europea per lo sviluppo socio economico della Regione Friuli Venezia Giulia. Il coinvolgimento dei destinatari consente infatti di far percepire in modo più concreto l'intero percorso svolto, dalla programmazione alle opportunità, dall'attuazione ai risultati conseguiti.

Sono state allo scopo individuate quattro macro azioni che con periodicità e intensità diversa verranno svolte sia verso un target trasversale sia, attraverso strumenti diversi, a favore gruppi di destinatari specifici. Le azioni, in coerenza con quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013, saranno ricalibrate nel corso dell'intera programmazione (ne sarà fornita evidenza negli aggiornamenti annuali) sulla base dei risultati del monitoraggio e della valutazione.

Comunicazione istituzionale

La comunicazione istituzionale promuoverà specifiche azioni indirizzate prevalentemente al grande pubblico e alla cittadinanza e volte all'attuazione delle attività informative e pubblicitarie previste dall'Allegato XII del Regolamento (UE) 1303/13. Garantirà inoltre, attraverso il coinvolgimento del partenariato e dei media, che la Strategia del POR FESR, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dall'Unione europea, dallo Stato e dalla Regione vengano ampiamente divulgati ai cittadini della Regione, ai potenziali beneficiari ed a tutte le parti interessate.

Nell'ambito della comunicazione istituzionale verranno garantiti, inoltre, gli interventi definiti al punto 2.2 dell'Allegato XII del Regolamento (UE) 1303/2013.

Ritroviamo, in questa tipologia, strumenti tradizionali quali:

- **Pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia** dei bandi;
- **Pubblicazione sul sito istituzionale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia dei documenti ufficiali**

Inoltre sono qui ricomprese le attività informative e pubblicitarie previste dall' Allegato XII del Regolamento (UE) 1303/13, quali:

- **evento di lancio** per pubblicizzare l'avvio del programma, gli obiettivi, i contenuti, l'articolazione, le fonti di finanziamento ed i risultati attesi alla presenza dei rappresentanti della Commissione europea e dell'Agenzia per la coesione territoriale;

- **attività informativa annuale** che promuova le opportunità di finanziamento e presenti i risultati raggiunti in attuazione del programma, i progetti realizzati, le buone pratiche, anche nell'ambito dei Comitati di Sorveglianza del programma stesso;
- **esposizione della bandiera dell'UE davanti alla sede dell'Autorità di Gestione;**
- **pubblicazione sul sito web della Regione**, nella sezione dedicata al POR FESR 2014 2020, **dei dati in formato aperto (open data) sulle operazioni finanziate** e collaborazione con le Autorità centrali per l'alimentazione del portale unico nazionale (Open Coesione) e pubblicazione di ulteriori dati relativi all'attuazione del Programma e alle sue principali realizzazioni;
- **evento di chiusura** per dare massima divulgazione ai risultati ottenuti sul territorio.

Al partenariato istituzionale e socio-economico sarà richiesto di aderire a tutte le iniziative promosse dal POR FESR e riconducibili alla comunicazione istituzionale, supportandone l'efficacia attraverso i propri canali abituali di informazione e comunicazione.

Azioni di informazione e partecipazione

Si collocano in questa tipologia di azione, le iniziative integrate e sinergiche, definite in maniera specifica per singoli gruppi di destinatari, con il duplice obiettivo di rafforzare la consapevolezza del ruolo che l'Unione europea riveste nella politica di coesione, indicando il contributo fornito dal fondo FESR alle iniziative sostenute e fornire ai beneficiari, potenziali ed effettivi, informazioni puntuali sulle diverse opportunità previste dal Programma Operativo, nonché specifico supporto ai beneficiari effettivi.

In particolare nei confronti dei beneficiari potenziali, conformemente al punto 3.1 dell'Allegato XII del regolamento (UE) 1303/2013, l'Autorità di Gestione assicura che la strategia del Programma Operativo, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal sostegno congiunto dell'Unione, dello Stato membro e della Regione, vengano ampiamente divulgati con l'indicazione del sostegno finanziario fornito dai fondi in questione.

L'Autorità di Gestione garantisce che i potenziali beneficiari abbiano accesso alle informazioni almeno sui seguenti punti:

- a) le opportunità di finanziamento e i bandi;
- b) le condizioni di ammissibilità delle spese da soddisfare per poter beneficiare di un sostegno nell'ambito di un programma operativo;
- c) una descrizione delle procedure di esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- d) i criteri di selezione delle operazioni da sostenere;
- e) i contatti dei referenti che possono fornire informazioni sul programma ;
- f) la responsabilità dei potenziali beneficiari che devono informare il pubblico circa lo scopo dell'operazione e il sostegno all'operazione da parte dei fondi, conformemente al punto 2.2 del medesimo regolamento.

Le azioni di informazione rivolte ai potenziali beneficiari hanno un valore strategico nell'attuazione dell'intero POR FESR: attraverso tali azioni si creano infatti le condizioni per un'ampia partecipazione dei beneficiari, per una corretta e puntuale attuazione delle operazioni e per una successiva promozione dei risultati raggiunti. Il fattore tempo è fondamentale per tali azioni, soprattutto per la categoria di beneficiari imprese, nel rispetto del valore che il tempo ha nel mondo economico e nei processi di innovazione.

Saranno realizzati:

- **interventi informativi sul territorio:** partecipazione dei referenti del programma a eventi, convegni, lezioni organizzati da realtà del territorio connesse alle aree tematiche affrontate dal Programma Operativo (Case per l'Europa, Europe direct, associazioni di categoria, scuole, ecc.) al fine di promuovere la conoscenza delle rinnovate strategie di "Europa 2020", dei fondi strutturali e delle opportunità concrete dei bandi del POR FESR nonché i risultati raggiunti dai progetti finanziati. Tale tipologia di azione consentirà la promozione di una partecipazione attiva dei cittadini ed un *feedback* immediato e si porrà come risultato la riduzione della distanza percepita dai cittadini verso le istituzioni e verso l'Europa: la presenza di referenti istituzionali che portano l'Europa e le sue azioni concrete sul territorio possono ridurre il senso di distanza ed incentivare l'interesse e la partecipazione.
- **Informazioni dirette, one-to-one, ai cittadini ed ai soggetti interessati:** un'attività di front office, semplice quanto necessaria, per rispondere a quesiti, dubbi, curiosità dei cittadini promuovendo informazione e partecipazione.
- **Strumenti di partecipazione:** Interviste, questionari, sondaggi.

Sono previsti inoltre:

- servizio di *alert* attraverso il portale web della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia. Già sperimentato principalmente nei finanziamenti regionali a sportello, tale servizio potrà fornire informazioni tempestive su date, scadenze, appuntamenti, ecc.;
- presentazione del bando: incontro informativo (o altra forma di approfondimento informativo) a carattere tecnico con interventi dei funzionari competenti al fine di dettagliare le opportunità offerte dal bando, le modalità di presentazione della domanda, le spese ammissibili, ecc.;

Con riguardo all'informazione ai beneficiari effettivi saranno garantite le informazioni a sostegno delle procedure amministrative richieste per dare attuazione agli interventi.

L'Autorità di Gestione predisporrà linee guida, che verranno pubblicate sul sito web ufficiale, nelle quali saranno precisati e dettagliati gli obblighi in capo ai beneficiari in modo semplice e chiaro, le caratteristiche tecniche adottate dalla Commissione europea, gli elementi minimi ed obbligatori, le modalità di documentazione degli stessi ed una serie di indicazioni su come valorizzare in chiave divulgativa le azioni e le attività cofinanziate dal POR FESR. Si prevedono *workshop* tecnici per gruppi di beneficiari su tematiche di specifico interesse al fine di agevolare agli stessi la gestione di alcuni aspetti potenzialmente critici quale è ad esempio la fase di rendicontazione.

L'Autorità di Gestione e le strutture attuatrici potranno, inoltre, prevedere nei singoli bandi, tra le spese ammissibili, anche quelle relative all'attività di comunicazione e promozione degli stessi progetti o interventi.

Anche i cosiddetti "moltiplicatori dell'informazione" ovvero le parti economiche e sociali, le organizzazioni non governative, le organizzazioni che rappresentano il mondo economico, gli organismi che promuovono le pari opportunità, le associazioni e, più in generale i portatori di interesse, rivestiranno un ruolo determinante in queste azioni.

Le azioni di informazione e comunicazione li vedranno sia soggetti attivi sia target di iniziative specifiche e mirate anche all'ascolto e al confronto.

Comunicazione digitale

Le potenzialità della comunicazione digitale saranno utilizzate attraverso il sito web, open data, i *social network* e i social media trasversalmente per tutti i gruppi di destinatari. La strategia di comunicazione del POR FESR intende essere Web&social “*oriented*”, per sfruttare appieno gli strumenti multimediali e le loro potenzialità, in particolare con riguardo alla loro efficacia nel raggiungere sia il grande pubblico che i gruppi di destinatari puntualmente identificati e mirati. In linea con i risultati della Valutazione tematica dedicata alla comunicazione, il sito web rimarrà centrale nella comunicazione di tutta l’attuazione del POR FESR 2014 – 2020.

Le azioni da includere nella comunicazione digitale sono trasversali e rivolte a tutti i gruppi di destinatari, nella consapevolezza che il target privilegiato si troverà nelle fasce di età più giovani. Tali azioni consentiranno di integrare diversi strumenti di comunicazione rispondendo alle esigenze informative di ciascuno di essi. Ciascun destinatario sarà in grado di individuare l’informazione desiderata e necessaria alle sue esigenze.

A titolo esemplificativo:

- Sito web. Pubblicazione sul sito web di programma:
 - ✓ elenco delle operazioni finanziate nell’ambito del PO;
 - ✓ esempi di operazioni e le principali realizzazioni al fine di favorire lo scambio di buone pratiche e le sinergie tra progettualità;
 - ✓ informazioni aggiornate in merito all’attuazione del PO;
 - ✓ risultati del Programma;
 - ✓ risultati delle valutazioni.
- Comunicazione diretta via e-mail con notizie flash o newsletter.
- Social media e *social network*: da utilizzare in maniera continuativa, a partire da quelli più diffusi nella comunicazione pubblica, valutando periodicamente un riposizionamento in funzione della partecipazione dei gruppi di destinatari.

Azioni di divulgazione e promozione

Partendo da dati concreti che evidenziano che il 94% del bilancio dell’Unione europea viene speso per progetti concreti negli Stati Membri ed in tutto il mondo e che ognuno dei circa 508 milioni di cittadini europei beneficia direttamente o indirettamente del bilancio dell’UE, che sostiene milioni di studenti, migliaia di ricercatori, imprenditori, città, regioni, associazioni nel realizzare progetti concreti in qualunque settore si possa immaginare - dall’artigianato alle produzioni agricole, dall’archeologia alle biotecnologie, dalla mobilità al risparmio energetico, dalla sanità al trasporto pubblico - nel periodo di programmazione 2014-2020 il POR FESR sul territorio della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, si pone lo scopo di promuovere gli investimenti a favore della crescita e dell’occupazione e di darne comunicazione.

Specifiche azioni di divulgazione e promozione aumenteranno la riconoscibilità degli interventi promossi dal POR FESR e dai singoli beneficiari (a titolo di esempio, il video di lancio del programma stesso; un *format* dinamico e personalizzato con i volti dei funzionari che concretamente operano sul Programma, che può agevolare la rapida comprensione delle macro-aree di intervento del Programma e renderlo facilmente “riconoscibile”).

Le azioni principali consistono in:

- Predisposizione di **materiali informativi prevalentemente su supporto digitale** (*depliant, brochure*, volumi tematici, cataloghi, documenti audiovisivi, ecc.), finalizzati ad illustrare ed approfondire la conoscenza del Programma su più livelli. Si tratta di strumenti che si diversificano in base ai target di riferimento (dal largo pubblico nel caso di *depliant* e *brochure* ai soggetti istituzionali e agli operatori del settore ai quali sono rivolti i volumi e i cataloghi di approfondimento), per caratteristiche e obiettivi. I documenti elaborati offriranno informazioni sul Programma, gli interventi finanziati, i destinatari degli stessi, nonché le opportunità di finanziamento: saranno distribuite in occasione degli eventi e pubblicate on line sul sito web del POR 2014-2020.
- Azioni di promozione delle opportunità di finanziamento sui **mezzi di comunicazione tradizionali (Tv, radio, quotidiani a diffusione regionale): redazionali e pubblicità commerciale.**

Specifiche azioni di supporto alla realizzazione delle attività di informazione e comunicazione, saranno poste in essere dall’Autorità di Gestione.

L’essere beneficiari di un finanziamento del POR FESR, in particolare nelle azioni rivolte alle imprese, è di fatto un attestato di riconoscimento della validità di un’idea, di una proposta progettuale che, in competizione con altre idee e proposte progettuali, si è utilmente collocata in graduatoria ottenendo un supporto finanziario.

Un progetto finanziato può contribuire a consolidare l’immagine del beneficiario come soggetto innovativo e con comprovate capacità amministrative e finanziarie: il valore aggiunto del cofinanziamento comunitario può essere un biglietto da visita per l’Unione europea che si cala nella realtà locale, e per il beneficiario, la cui azione si pone in linea con le contemporanee, globali ed innovative politiche dell’Unione europea.

A tal proposito si segnala che sarà utilizzata una tipologia di messaggio derivante anche dall’uso promozionale e divulgativo dei risultati dei progetti realizzati nel corso del POR 2007-2013. In chiusura di programmazione, proprio con questa finalità, sono stati realizzati alcuni video che costituiscono materiale documentale di alcuni progetti particolarmente interessanti e che potranno essere utilizzati come strumenti di divulgazione dei risultati di utilizzo dei Fondi in passato, date le buone potenzialità comunicative e la qualità dei prodotti.

L’Autorità di Gestione andrà in particolare a supportare i beneficiari nella divulgazione e nella promozione delle iniziative finanziate attraverso:

- un contributo tecnico come la pubblicazione delle **linee guida sul sito internet dell’Autorità di Gestione**, contenenti, oltre al dettaglio degli obblighi dei beneficiari, anche i **format grafici** da utilizzare nei vari strumenti di informazione e comunicazione ed **esempi specifici** di strumenti divulgativi e promozionali, in modo da garantire un’immagine omogenea e riconoscibile per qualsiasi prodotto realizzato grazie all’intervento dei POR FESR.
- **Un supporto diretto ai beneficiari** presso gli uffici regionali competenti.
- L’organizzazione di seminari o incontri per la divulgazione di informazioni specifiche e il **trasferimento di buone pratiche** apprese durante la partecipazione alle reti di comunicazione nazionali ed europee, facendo da cassa di risonanza alle singole iniziative e promuovendo le possibili sinergie tra le stesse.

Il coinvolgimento dei destinatari cosiddetti “moltiplicatori” avverrà attraverso la realizzazione di convegni, seminari, *workshop* formativi, conferenze stampa itineranti, incontri per la presentazione di buone prassi, casi studio, singoli progetti realizzati rivolti principalmente ai soggetti istituzionali, alle organizzazioni professionali,

alle altre parti economiche e sociali e agli enti attuatori, nonché ad altri soggetti che a vario titolo presentino interessi legati alle tematiche connesse all'attuazione del Programma.

Gli eventi saranno finalizzati ad approfondire specifiche questioni, informare e sensibilizzare in merito alle finalità perseguite, suscitare il confronto e lo scambio di esperienze in merito a casi e interventi particolarmente significativi, disseminare i risultati di specifiche azioni intraprese. In tali azioni si privilegerà il confronto anche con le reti nazionali ed europee per lo scambio di esperienze ed attività sinergiche ed integrate.

Comunicazione finanziaria

La trasparenza dell'azione amministrativa e la chiarezza della gestione finanziaria sono aspetti chiave dei sistemi di gestione controllo dei programmi finanziati dai Fondi strutturali e di investimento europeo.

La complessità della gestione, la molteplicità dei beneficiari e un'attitudine diffusa presso l'opinione pubblica a dubitare della correttezza dell'azione pubblica hanno spesso agevolato comunicazioni su stampa e social media estremamente critiche sull'utilizzo dei fondi.

Per favorire una reale consapevolezza dell'opinione pubblica sulle opportunità promosse dal POR FESR è necessario pianificare una comunicazione specifica rispetto agli aspetti finanziari e tecnici della gestione dei fondi. Grazie ad un puntuale monitoraggio dei dati, verranno divulgati comunicati stampa periodici con sintetiche spiegazioni sul funzionamento di specifici meccanismi (ad esempio il disimpegno automatico dei fondi) con una comunicazione chiara e trasparente sull'allocazione delle risorse per asse, sulle risorse messe a bando, sul numero di domande di finanziamento presentate, sui beneficiari effettivi dei finanziamenti.

Rivolta prevalentemente ai media anche attraverso la comunicazione digitale, la comunicazione finanziaria fornirà un costante e preciso aggiornamento sullo stato di avanzamento del programma garantendo, al contempo, la massima trasparenza.

Due azioni trasversali completano il quadro definito dalla presente strategia ovvero le **azioni di comunicazione interna**, volte a garantire un flusso costante ed organizzato di informazioni sia di carattere organizzativo e gestionale, sia di carattere finanziario e le **azioni specifiche di monitoraggio**, attraverso il sistema informatico del POR FESR, **e di valutazione della strategia di comunicazione**.

4.2. Canali e strumenti per le attività di comunicazione.

Le azioni di informazione e comunicazione individuate nell'ambito della Strategia di Comunicazione del POR FESR saranno attuate attraverso canali tradizionali e con l'ausilio dei più attuali ed innovativi canali, nella volontà di garantire la massima consapevolezza e partecipazione dei gruppi di destinatari.

I **canali di comunicazione tradizionali**, quali l'informazione veicolata dall'Autorità di Gestione e dalle Strutture attuatrici attraverso i propri funzionari, saranno affiancati da **canali digitali** (sito web, servizio di *web alert*), **social media e social network**.

Le azioni di divulgazione e promozione si avvarranno di strumenti che favoriranno la riconoscibilità di tutti gli interventi finanziati dal POR FESR, **primo fra tutti la grafica**, univoca e coordinata.

Sono previsti **eventi** organizzati direttamente dall'Autorità di Gestione e/o con la partecipazione dei referenti del POR FESR ed eventi organizzati sul territorio dal partenariato, forme di **pubblicità** sviluppata in forma integrata a basso costo (pubblicità commerciale, banner pubblicitari, ecc.) e senza sprechi di risorse pubbliche.

Riguardo a gli strumenti attuativi prescelti, si elencano di seguito quelli che si intende attivare con la precisazione che gli stessi potranno essere adattati e ricalibrati in funzione dell'andamento del Programma, dell'efficacia riscontrata e di eventuali valutazioni in corso di attuazione:

Comunicati stampa, media relation, conferenze stampa

Si tratta di strumenti tradizionali che consentono il rilascio e la diffusione di informazioni aggiornate attraverso i media locali (TV, Radio, Stampa).

Comunicazione on-line

Sarà attuata principalmente attraverso il sito del Programma, rispondente alle caratteristiche di accessibilità previste in materia di disabilità, che rappresenta la fonte di informazioni sul Programma più aggiornata ed esaustiva e che sarà arricchito da sezioni su *best practice* e risultati. E' prevista la pubblicazione di Newsletter in uscita nei momenti più significativi della programmazione, pubblicazione di elenchi beneficiari e operazioni, in formato open data, la divulgazione di video attraverso la web TV regionale; saranno, inoltre, utilizzati altri strumenti web 2.0 che risultano attivabili senza costi come *slideshare* o flickr, ecc.

Questionari di gradimento on-line

Social media

Lo strumento social rappresenta una novità per la comunicazione nell'ambito del POR FESR del Friuli Venezia Giulia, sicuramente consente un coinvolgimento maggiore di una determinata fascia di popolazione (giovani) e di fornire informazioni e messaggi in tempi brevissimi.

Comunicazione diretta

Front office e incontri individuali, convegni, seminari, *workshop*, incontri costruiti sulla base degli specifici target di riferimento e con diversi livelli di approfondimento, eventi “formativi” (rivolti all’esterno e all’interno).

Materiali

Si predilige un approccio *green* attraverso la produzione quasi esclusiva di prodotti digitali, riducendo il supporto cartaceo al minimo indispensabile. E’ prevista la realizzazione di Newsletter, di linee guida e documentazione tecnica in favore dei beneficiari, materiali informativi e pubblicitari (*depliant, brochure, factsheets* sui contenuti del Programma, video-tutorial, video di lancio del programma, messa a disposizione di kit riepilogativi relativi agli obblighi informativi per i beneficiari (loghi, targhe, poster ecc),

Nel rispetto dell'articolo 9 della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità, saranno adottate misure adeguate atte a garantire alle persone con disabilità l'accesso agli ambienti, all'informazione e alla comunicazione. **Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità** verranno definiti attraverso il confronto con soggetti specializzati in tali strumenti e con la Direzione centrale salute, integrazione socio-sanitaria, politiche sociali e famiglia in modo da rendere fruibili a tutti la maggior parte dei canali individuati (il sito web ufficiale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia è già attualmente accessibile a persone con disabilità fisiche e sensoriali in linea con la normativa nazionale vigente).

La tabella seguente sintetizza per ciascuno degli obiettivi individuati, il destinatario cui è rivolto e gli strumenti maggiormente adatti al perseguimento dell’obiettivo e al raggiungimento del target.

Obiettivi trasversali	Obiettivi	Gruppo di destinatari (target)	Destinatari a supporto della comunicazione	Canali/Strumenti
<p>Assicurare una concreta promozione della trasparenza nell'utilizzo delle risorse del Programma attraverso la pubblicazione on line dell'elenco dei beneficiari</p> <p>Portare a conoscenza dei cittadini dell'Unione (avvicinandoli così alle Istituzioni) e dei beneficiari, anche potenziali, le finalità e le opportunità sostenute attraverso la Programmazione 2014-2020</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ garantire una informazione completa e dettagliata sulla strategia e sui contenuti del Programma Operativo ✓ garantire la diffusione di un'immagine e un messaggio unificante che favoriscano la immediata riconoscibilità attraverso la pubblicazione on line dell'elenco dei beneficiari ✓ garantire una maggiore conoscenza, ad un pubblico diversificato, dei progetti finanziati 	<p>Pubblico e cittadinanza</p>	<p>Moltiplicatori dell'informazione</p>	<p>Sito web istituzionale Pagine web dedicate al Programma Depliant digitali Brochure digitali Affissioni presso i beneficiari e in occasione di eventi Media locali (TV, Radio, Stampa) Comunicati stampa Eventi (conferenze, fiere ...) Social media</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ garantire l'informazione sulle opportunità offerte dal fondo FESR ✓ assicurare adeguata assistenza ai beneficiari potenziali nella fase di presentazione dei progetti 	<p>Potenziali beneficiari</p>		<p>Sito web istituzionale e pagine dedicate al Programma Media locali (TV, Radio, Stampa)Comunicati e conferenze stampa Email alert Brochure digitali, Manuali e Linee guida Eventi (seminari, workshop ...) Comunicazione diretta con il personale dell'AdG e delle strutture attuatrici</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ assicurare la conoscenza e l'utilizzo degli strumenti atti a rendere riconoscibile il Programma ✓ garantire un adeguato supporto ai beneficiari nella realizzazione e attuazione degli interventi finanziati 	<p>Beneficiari effettivi</p>		<p>Pagine web dedicate al Programma Manuali e guide tecniche di supporto Eventi (Seminari, conferenze...) Comunicazione diretta e consulenza con il personale dell'AdG e delle altre strutture coinvolte nell'attuazione dei PO</p>

Attraverso specifiche azioni riconducibili alle categorie già illustrate di comunicazione istituzionale, azioni di informazione e partecipazione, azioni di divulgazione e promozione, comunicazione digitale e comunicazione finanziaria si sono scelte azioni in grado di massimizzare l'impatto su ciascun gruppo di destinatari, così come evidenziato indicativamente nella tabella di seguito riportata, in cui si sottolinea il grado di coerenza tra i canali, le tipologie di azioni e i gruppi di destinatari.

Tabella di impatto tra le Azioni della Strategia di Comunicazione e i target individuati

Tipologia di azioni	Gruppi di destinatari			
	Pubblico e cittadinanza	Beneficiari effettivi	Beneficiari potenziali	Moltiplicatori di informazione
Comunicazione Istituzionale	xx	xx	xx	xx
Azioni di informazione e partecipazione	xxx	xx	xx	xx
Azioni di divulgazione e promozione.	xxx	xx	xxx	xx
Comunicazione digitale	xxx	xxx	xxx	xx
Comunicazione finanziaria	xxx	x	xx	xxx

Legenda:

- x Impatto basso
- xx Impatto Medio
- xxx Impatto Alto

5. Budget

Per l'attuazione della strategia di comunicazione è previsto un budget indicativo pari a 600.000,00 euro. Tali risorse sono in parte stanziati nell'ambito dell'Asse V di Assistenza Tecnica del POR FESR. Tale importo è comprensivo delle attività di monitoraggio e valutazione previste. La tabella riportata di seguito opera una ripartizione indicativa del budget per anno evidenziando in forma esemplificativa le principali azioni dettagliatamente descritte nel capitolo precedente ed indicando quote di budget proporzionali all'attuazione delle stesse.

Ripartizione del budget destinato al Piano di comunicazione nel periodo 2016-2023

Anno	Tipologia di azioni	% importo a disposizione
2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Evento di lancio dei POR FESR 2014-2020 ▪ Aggiornamento del sito web dell'ADG ▪ Partecipazione ad eventi sul territorio presentando il POR FESR 	fondi 2007-2013
2016	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Progettazione e realizzazione immagine coordinata POR FESR 2014-2020 ▪ Realizzazione e divulgazione materiali informativi ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 ▪ Campagne informative su opportunità POR FESR ▪ Comunicazione digitale (aggiornamento sito web) ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione 	15%
2017	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione digitale ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 ▪ Campagne informative sui bandi del POR FESR ▪ Eventi di comunicazione e partecipazione a eventi sul territorio ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione 	15%
2018	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 ▪ Aggiornamento del sito web dell'ADG ▪ Eventi di comunicazione ▪ Comunicazione digitale (social network e social media) ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione 	15%
2019	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 ▪ Attività di divulgazione e promozione ▪ Comunicazione digitale (open data, galleria progetti finanziati) ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione 	10%
2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 ▪ Attività di divulgazione e promozione ▪ Comunicazione digitale (open data, galleria progetti finanziati) ▪ Pubblicazioni di materiali informativi ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione 	10%

2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoraggio della strategia di comunicazione ▪ Attività di divulgazione e promozione ▪ Attività informativa annuale del POR FESR 2014-2020 	10%
2022	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Attività di divulgazione ▪ Comunicazione digitale (open data, galleria progetti finanziati) ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio e valutazione della strategia di comunicazione 	10%
2023	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicazione istituzionale ▪ Comunicazione digitale (open data, galleria progetti finanziati) ▪ Comunicazione finanziaria ▪ Monitoraggio e valutazione della strategia di comunicazione ▪ Evento informativo sui risultati finali della programmazione 2014-2020 	10%
Totale		100%

L'aggiornamento annuale che - in linea con quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/13, allegato XII par. 4, punto i) - andrà a riportare le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo, dettaglierà anche il budget di previsione per il singolo anno oggetto di aggiornamento.

L'articolazione specifica delle voci di spesa verrà dettagliata in funzione dei fabbisogni, garantendo comunque la massima flessibilità fra le voci stesse.

Si precisa, inoltre, che parte delle azioni verranno effettuate direttamente dal personale dell'Autorità di Gestione e/o delle Strutture regionali competenti in materia e/dai beneficiari; per specifiche azioni è previsto il ricorso ad affidamenti esterni, attuati nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di evidenza pubblica.

Verranno attivate azioni di massima sinergia con le attività di comunicazione promosse dalla Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, dai partner di Programma e dalla Commissione europea.

L'Autorità di Gestione valuterà opportune variazioni di budget e rimodulazione del mix di azioni/strumenti previsti a seconda dei fabbisogni riscontrati e del risultato raggiunto.

6. Organizzazione e governance della comunicazione

Le azioni previste della Strategia di Comunicazione fanno, quindi, capo a un responsabile, individuato dall'Autorità di Gestione (come sopra indicato all'art. 117 c. 3 del citato Regolamento) e incaricato di coordinare le azioni di informazione e comunicazione.

Tra gli obblighi ascritti da Regolamento vi sono anche quelli di:

- presentare la Strategia di comunicazione al Comitato di sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dall'adozione del Programma e proporre nel corso della programmazione eventuali modifiche della Strategia per l'approvazione;
- informare annualmente il Comitato di sorveglianza in relazione ai progressi dell'attuazione della Strategia di comunicazione, predisponendo apposite informative che diano conto dello stato di avanzamento, delle azioni realizzate, dei mezzi di comunicazione utilizzati, dei risultati raggiunti, nonché delle attività pianificate per l'anno successivo;
- informare in merito ai risultati delle attività di valutazione della Strategia di comunicazione;
- inserire nelle relazioni di attuazione annuali presentate nel 2017 e nel 2019, nonché nella relazione di attuazione finale, i risultati delle misure di informazione e comunicazione promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione;

A questi vanno aggiunti, inoltre, quelli di:

- mantenere un elenco delle operazioni, accessibile tramite il sito web, da aggiornare almeno ogni sei mesi;
- fornire esempi di operazioni, da riportare sul sito web del PO e accessibili anche dal portale unico, tradotti anche in una lingua ufficiale dell'Unione di ampia diffusione e diversa dalla lingua italiana;
- assicurare che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato;
- esporre l'emblema dell'Unione presso la sede dell'Autorità di Gestione.

Responsabile dell'informazione e della comunicazione del POR FESR 2014-2020 è stata individuata dall'Autorità di Gestione in Stefania De Colle

Servizio gestione fondi comunitari

Regione autonoma Friuli Venezia Giulia

Direzione centrale attività produttive, turismo e cooperazione

Area per il manifatturiero

Udine

Via Sabbadini, n. 31

Tel: 0432555559

E-mail: fondicomunitari@regione.fvg.it

stefania.decolle@regione.fvg.it

Il responsabile sopra individuato si occuperà, quindi, con la collaborazione dei funzionari referenti per la gestione del Programma competenti per materia e con le strutture attuatrici di coordinare le azioni di informazione e comunicazione, nonché di raccordarsi con i responsabili delle Strategie di comunicazione degli altri Programmi (e in generale con tutti i soggetti coinvolti a vario titolo nelle attività di comunicazione, quali ad esempio, le reti istituite a livello nazionale / comunitario) al fine di massimizzarne l'efficacia.

Nell'esercizio delle sue funzioni, il responsabile collaborerà con le Amministrazioni che gestiscono Programmi cofinanziati dai Fondi SIE, nonché programmi o piani nazionali del Fondo sviluppo e coesione (FSC) e programmi complementari alla Politica di coesione dell'UE.

Sarà, infine, possibile affiancare al responsabile funzionari e collaboratori che hanno maturato una consolidata esperienza nella gestione delle attività e dei servizi di informazione e comunicazione. Potranno, se del caso, essere reclutati uno o più tirocinanti con mansioni di supporto. La struttura interna all'Autorità di Gestione sarà inoltre supportata da competenze esterne e relative ad appositi servizi acquisiti nel mercato nell'ambito dell'assistenza tecnica.

Dal punto di vista della *governance* quindi si rileva, quindi, una piena coerenza con l'approccio adottato dalla Regione nella fase di preparazione dei Programmi Operativi 2014-2020, durante la quale si è pervenuti alla creazione di meccanismi di coordinamento tra strutture regionali attuatrici impegnate nell'attuazione del POR finalizzati a favorire al massimo grado le condizioni per l'efficace ed efficiente attuazione del Programma.

Nell'attuazione della Strategia di comunicazione, l'Autorità di Gestione opererà in **raccordo e sinergia con le strutture e i servizi regionali** che partecipano alla programmazione, gestione, controllo e valutazione dei Fondi europei.

Lo scambio costante di informazioni con la più ampia *governance* regionale preposta al coordinamento tra i fondi è essenziale per comunicare i fondi europei in maniera integrata, moltiplicandone l'impatto e la riconoscibilità sul territorio. Una collaborazione trasversale con le strutture regionali attuatrici caratterizzerà l'attuazione delle diverse azioni proposte nell'ambito della Strategia di comunicazione, in particolare nei momenti di lancio e presentazione dei bandi valorizzando le sinergie che consentano una comunicazione efficace ed immediatamente identificabile dai beneficiari. Sarà inoltre promosso il confronto con i funzionari dislocati presso la sede regionale di Bruxelles le cui funzioni istituzionali potranno garantire e rafforzare il confronto costante con i delegati degli Stati membri alle reti a livello dell'Unione europea.

Sarà promossa una regolare comunicazione interna sulle tematiche legate alla comunicazione verso gli uffici che collaborano con l'Autorità di Gestione (attraverso riunioni ed utilizzando anche i sistemi di videoconferenza tra più sedi regionali) nella consapevolezza che la trasmissione di informazioni aggiornate e puntuali sull'andamento del Programma sia elemento fondamentale per una corretta gestione e attuazione del Programma medesimo.

Si proseguirà con le forme di coordinamento e collaborazione con i **partner istituzionali economici e sociali** che si aggiungeranno a quelle espressamente previste nell'ambito del Comitato di Sorveglianza del Programma che verrà costantemente aggiornato sull'attuazione della strategia di comunicazione e sulle attività di informazione e comunicazione svolte annualmente. Questa collaborazione assicurerà un'integrazione degli interventi e la creazione di un *network* virtuale in grado di amplificare il messaggio trasmesso.

7. Valutazione della strategia

In base a quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013, allegato XII, paragrafo 4, lettera g), la Strategia di comunicazione è oggetto di valutazione al fine di indicare come le misure di informazione e comunicazione abbiano operato in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti.

Nell'ambito della complessiva attività di Valutazione sul POR FESR 2014 – 2020, verrà pianificata una specifica analisi valutativa sulla Strategia di comunicazione attraverso domande valutative orientate a misurare i cambiamenti nella percezione dei cittadini.

Al fine di verificare l'efficacia della strategia di comunicazione è stato individuato un set di indicatori di risultato (espressione del cambiamento atteso in termini di disponibilità dell'informazione, conoscenza e percezione del pubblico) e di realizzazione (espressione dell'avanzamento attuativo delle azioni).

Di seguito sono descritti gli strumenti che si prevedono di utilizzare per il monitoraggio e per la valutazione della strategia di comunicazione:

- rilevazione dei presenti alle manifestazioni ed eventi organizzate;
- rilevazione presenza POR FESR sui canali istituzionali della Regione (B.U.R.; n. di uscite POR FESR sul sito web Regione;
- Open data: monitoraggio costante degli aggiornamenti;
- rassegna stampa per la misurazione dei comunicati stampa carattere istituzionale;
- monitoraggio delle azioni rivolte al partenariato istituzionale, socio-economico ed al Comitato di Sorveglianza;
- rilevazione di gradimento – *customer satisfaction* delle azioni informative dirette;
- accesso alle pagine/al sito web ufficiale del POR FESR;
- monitoraggio presenza sui social network e relativi accesso/utilizzo;
- rassegna stampa per la misurazione dei comunicati stampa carattere istituzionale.

In linea con quanto previsto dall'art. 111 par. 4 letto. b) del Regolamento (UE) 1303/2013, i primi risultati delle azioni di informazione e pubblicità promosse nell'ambito della strategia di comunicazione saranno riportati nelle relazioni annuali alla Commissione Europea da presentare nel 2017 e nel 2019 e nel rapporto finale di esecuzione.

I risultati della costante attività di monitoraggio delle realizzazioni saranno condivisi in sede di Comitato di Sorveglianza ed utilizzati per apportare eventuali modifiche o integrazioni alla Strategia iniziale e agli interventi ivi pianificati.

Con riferimento agli indicatori di risultato, questi saranno rilevati tenendo conto del mix di interventi attuati nel lungo periodo.

Di seguito si riportano i principali indicatori cui si farà riferimento che saranno rilevati con modalità di misurazione % sul target raggiunto dall'indagine:

Obiettivo	Indicatore	Modalità di misurazione	Valore iniziale	Valore finale
Portare a conoscenza dei cittadini le finalità e le opportunità sostenute attraverso i fondi comunitari	livello di conoscenza dei cittadini circa le opportunità offerte dall'UE	% del target raggiunto dall'indagine che conosce i fondi comunitari.	Rilevato attraverso specifica indagine da effettuarsi nel 2016	In base al valore iniziale rilevato sarà possibile stabilire l'incremento percentuale che si intende conseguire
Incrementare la conoscenza dei cittadini in merito ai risultati raggiunti grazie alla Programmazione comunitaria	livello di conoscenza dei cittadini circa i risultati del PO	% del target raggiunto dall'indagine che conosce i progetti finanziati o a cui sono noti i risultati del Programma	Rilevato attraverso specifica indagine da effettuarsi nel 2016	In base al valore iniziale rilevato sarà possibile stabilire l'incremento percentuale che si intende conseguire
Incrementare il livello di conoscenza dei beneficiari potenziali in merito ai risultati raggiunti grazie alla Programmazione comunitaria	livello di soddisfazione dei beneficiari (potenziali ed effettivi) in merito alle iniziative e i risultati del PO	% del target raggiunto che esprime un giudizio positivo sulle iniziative realizzate e/o i risultati raggiunti	Rilevato attraverso specifica indagine da effettuarsi nel 2016	In base al valore iniziale rilevato sarà possibile stabilire l'incremento percentuale che si intende conseguire
Rafforzare il coinvolgimento del partenariato e il consolidamento delle conoscenze connesse alla Programmazione e attuazione del Programma	livello di conoscenza del partenariato in merito alle politiche dell'UE e ai processi di programmazione, attuazione e valutazione del PO FESR	% del target raggiunto dall'indagine con maggior grado di conoscenza dei fondi comunitari	Rilevato attraverso specifica indagine da effettuarsi nel 2016	In base al valore iniziale rilevato sarà possibile stabilire l'incremento percentuale che si intende conseguire
Assicurare ai potenziali beneficiari l'accesso alle informazioni sulle opportunità di finanziamento e la disponibilità di strumenti per sostenerli nel corretto adempimento degli obblighi e delle responsabilità previste dai regolamenti UE, inclusi quelli legati all'informazione e comunicazione. strumenti a supporto degli adempimenti dei beneficiari	Ampiezza e adeguatezza (completezza, chiarezza ed accessibilità) degli strumenti a supporto degli adempimenti dei beneficiari	% del target raggiunto dall'indagine esprime un giudizio positivo circa la disponibilità degli strumenti a supporto dei beneficiari	Rilevato attraverso specifica indagine da effettuarsi nel 2016	In base al valore iniziale rilevato sarà possibile stabilire l'incremento percentuale che si intende conseguire

Gli indicatori di realizzazione individuati sono:

Indicatore	valore atteso al 2023
Numero aggiornamenti Open data (numero di documenti pubblicati, o aggiornati, sul sito web in formato aperto)	400
Numero progetti presenti nella "Galleria progetti"	15
Numero comunicati stampa a carattere informativo e istituzionale	10
Numero di newsletter	10
Numero eventi	15
Numero partecipanti agli eventi	1500
Numero di comunicazioni digitali inviate (mail inviate da indirizzo mail di programma, news inviate, tweet o post lanciati, ecc)	20.000
Numero questionari brevi somministrati ai fruitori di iniziative informative one-to-one o di richieste via email	3000
Numero di accessi al sito	80.000

L'Autorità di Gestione provvederà ad informare il Comitato di Sorveglianza sulle attività di comunicazione e informazione realizzate e sugli esiti delle attività di monitoraggio e valutazioni (anche a cura di Valutatori Indipendenti), anche al fine di apportare eventuali modifiche alla Strategia iniziale.

8. Attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo

In conformità a quanto previsto dall'allegato XII paragrafo 4, lettera i) del Regolamento (UE) 1303/2013, la presente Strategia di comunicazione prevede che, con cadenza annuale, ne venga predisposto il suo aggiornamento, attraverso la redazione di appositi Piani di comunicazione contenenti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo. Si procederà, quindi, annualmente alla predisposizione di piani annuali di comunicazione che costituiscono l'aggiornamento della presente Strategia.

Ai sensi, inoltre, dell'articolo 116, paragrafo 3 dello stesso Regolamento i piani annuali verranno presentati al Comitato di Sorveglianza che, qualora lo ritenga opportuno, potrà esprimere un parere in merito.

Azioni	IV trimestre 2015	I trimestre 2016	II trimestre 2016	III trimestre 2016	IV trimestre 2016
Evento di lancio	13.10.2015				
Road show di presentazione (materiali realizzati e distribuiti, quaderno 500, brochure 10 domande 1600, POR tascabile 300)	20.10.2015 22.10.2015 27.10.2015 05.10.2015				
Newsletter					
Bando scuole Logo + Evento (stampa e distribuzione materiali divulgativi UE)					
Riorganizzazione sito					
Aggiornamento sito (pubblicazione elenchi, open data, bandi,...)					
Pubblicazione Linee guida comunicazione					
Video di lancio					
Creazione immagine grafica coordinata					
Evento annuale					
Incontri/prodotti lancio bandi					
Conferenze stampa					
Realizzazione e pubblicazione documentazione tecnica di supporto					

Allegato 1 – Scheda azioni realizzate nel 2015

Scheda azioni realizzate nel 2015

Evento di lancio in data 13 ottobre 2015 per pubblicizzare l'avvio del programma, gli obiettivi, i contenuti, l'articolazione, le fonti di finanziamento ed i risultati attesi.

L'evento di lancio, segna l'avvio ufficiale della programmazione e della Strategia di comunicazione. Caratterizzato da un taglio ampiamente divulgativo, l'evento è stato definito attraverso tre parole chiave: impresa, sviluppo, occupazione e ha visto la partecipazione dei referenti della Commissione Europea e dell'Agenzia per la Coesione territoriale oltre a referenti tecnici ed istituzionali della regione autonoma Friuli Venezia Giulia che illustrano le strategie, le linee di attività, le risorse e le fasi di attuazione del Programma. In occasione dell'evento è stato presentato un **video promozionale di lancio del programma** ed una **brochure divulgativa** di presentazione delle opportunità nella quale vengono proposte 10 risposte per conoscere il POR FESR ed un quaderno per appunti.



L'evento si è aperto con un breve video di presentazione del Programma di forte impatto che alternava immagini relative alle principali tematiche affrontate dal Programma alle immagini relative ai funzionari dell'Amministrazione e del partenariato.

Scheda azioni realizzate nel 2015

In fase di avvio della programmazione e nelle settimane immediatamente successive all'evento di lancio è stato organizzato un "Road show" di presentazione del POR FESR 2014-2020: cinque tappe sul territorio, una per ogni provincia ed una per l'area montana, per presentare le linee generali del Programma; ciascun incontro ha rappresentato l'occasione per approfondire attraverso un "focus" ciascuno degli ambiti tematici del POR FESR 2014-2020 informando e coinvolgendo i diversi gruppi di destinatari.

Tappe del Road Show:

POR FESR 2014-2020
FRIULI VENEZIA GIULIA
 INVESTIMENTI A FAVORE DELLA CRESCITA E DELL'OCCUPAZIONE

ROADSHOW DI PRESENTAZIONE

5 TAPPE PER CONOSCERE IL POR FESR 2014-2020

www.regione.fvg.it

Dopo l'Evento di lancio del Programma l'Autorità di Gestione del POR FESR 2014-2020 organizza un "road show" di cinque appuntamenti (uno per ogni provincia più uno per l'area montana) per presentare il Programma nelle sue linee generali, ciascuno dei quali con un "focus" di approfondimento su uno dei temi in cui il POR FESR si articola.

Prima tappa: **MARTEDÌ 20 OTTOBRE 2015 ORE 10**
GORIZIA - SALONE D'ONORE - PALAZZO ATTEMS PETZENSTEIN - PIAZZA DE AMICIS, 2
 Focus su: **COMPETITIVITÀ DELLE PMI E NUOVA IMPRESA**

Seconda tappa: **GIOVEDÌ 22 OTTOBRE 2015 ORE 14.30**
PORDENONE - AUDITORIUM DELLA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA - VIA ROMA, 2
 Focus su: **EFFICIENZA ENERGETICA**

Terza tappa: **MARTEDÌ 27 OTTOBRE 2015 ORE 10**
TRIESTE - SALA MAGGIORE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TRIESTE - PIAZZA DELLA BORSA, 14 Focus su: **RICERCA, SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE**

Quarta tappa: **GIOVEDÌ 5 NOVEMBRE 2015 ORE 10**
AMARO (UD) - SALA MULTIMEDIALE DEL CONSORZIO INNOVA FVG - VIA LINUSSIO, 1
 Focus su: **MONTAGNA / AREE INTERNE**

Quinta tappa: **GIOVEDÌ 5 NOVEMBRE 2015 ORE 14.30**
UDINE - AUDITORIUM DELLA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA - VIA SABBADINI 31
 Focus su: **SVILUPPO URBANO**

E' stato predisposto il bando per la pubblicazione di un concorso rivolto agli Istituti di istruzione secondaria di secondo grado dell'intera Regione per l'ideazione del logo del Programma e di uno slogan. Quest'iniziativa consentirà un primo contatto con una fascia di cittadinanza, quella degli studenti, che non potrà avere benefici diretti dal Programma ma sarà interessata da una serie di iniziative informative/divulgative collaterali con continuità nel corso dell'intero periodo di programmazione. Potranno essere organizzate, ad es. giornate formative/informative, presentazioni di *best practice*, azioni in ogni caso connotate da un attento adeguamento del registro linguistico e dei canali di comunicazione. La pubblicazione e un incontro di presentazione sono previsti tra gennaio e febbraio del 2016.

Le principali attività realizzate sono state illustrate in tre Newsletter, pubblicate a ottobre, novembre e dicembre sulle pagine web del POR FESR e inviate a circa 1000 indirizzi tramite e-mail. Questo strumento che ha riscontrato interesse da parte dei destinatari si ritiene molto utile quale canale di diffusione di informazioni divulgative e sarà replicato nel corso dell'intera programmazione.



Unione Europea
FESR



Repubblica Italiana



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA