

RTI

ECORYS



Answering
tomorrow's
challenges
today



Consulenti per la Gestione Aziendale

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

Primo rapporto annuale – Base metodologica

Maggio 2025

Indice

GLOSSARIO	3
INDICE DELLE TABELLE	4
INDICE DELLE FIGURE	4
EXECUTIVE SUMMARY (ITALIANO).....	5
EXECUTIVE SUMMARY	6
1. INTRODUZIONE E DEFINIZIONE DEL CONTESTO VALUTATIVO	7
2. IL QUADRO NORMATIVO E DI PROGRAMMA	8
2.1. GLI OBIETTIVI PER LA COMUNICAZIONE NEI PR FSE+ E FESR E LE OIS	9
2.2. ANALISI DEL PIANO STRATEGICO DI COMUNICAZIONE DEL PR VENETO FESR 2021-2027 E PR VENETO FSE+ 2021-2027	10
2.3. QUADRO DI PARTENZA DEL CONTESTO	12
2.4. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE REALIZZATE	14
3. DEFINIZIONE DELL'APPROCCIO METODOLOGICO: QUESITI VALUTATIVI, METODI E FONTI	22
3.1. STRUTTURAZIONE DELLA DOMANDA VALUTATIVA SULLA COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE	22
3.2. STRUMENTI DI ANALISI E RILEVAZIONE DEI DATI	29
3.3. LIMITI E CAUTELE METODOLOGICHE.....	31
4. CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI	32
GRUPPO DI LAVORO	33

Allegati:

Allegato 1 – Elenco indicatori di realizzazione, risultato e impatto

Allegato 2 – Fiche metodologica Isocom_1it e Isocom_1it_matricecalcolo_v2

Allegato 3 – Fiche metodologica Isrcom_1it e Isrcom_1it_matricecalcolo_v2

Allegato 4 – Fiche-metodologica indicatore isrcom_2it

Allegato 5 – Definizione degli indicatori MATOMO

Glossario

AdG	Autorità di Gestione
AT	Assistenza tecnica
ATS	Ambiti Territoriali Sociali
CAWI	Computer Assisted Web Interview
CATI	Computer Assisted Telephone Interview
CdS	Comitato di Sorveglianza
CTR	Click Through Rate
DDR	Decreto Dirigenziale Regionale
DV	Domanda di Valutazione
FESR	Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
FSC	Fondo di Sviluppo e Coesione
FSE+	Fondo Sociale Europeo +
INFORM EU	Rete europea dei comunicatori della Politica di Coesione
INFORM IT	Rete nazionale italiana dei comunicatori della Politica di Coesione
ISOCOM	Indicatori di Output per la Comunicazione (Reg. UE 2021/1060)
ISRCOM	Indicatori di Risultato per la Comunicazione (Reg. UE 2021/1060)
Meuro	Milioni di euro
Os	Obiettivo Specifico, anche indicato come ESO
OIS	Operazioni di Importanza Strategica
PA	Pubblica Amministrazione
PN	Programma Nazionale
PR	Programma Regionale
RDC	Regolamento Disposizioni Comuni
UE	Unione europea

Indice delle tabelle

Tabella 1. Confronto tra le strategie di comunicazione dei PR FESR e FSE+ della Regione del Veneto 2021–2027 definite nel capitolo 7 dei rispettivi documenti programmatori.....	9
Tabella 2. Ricostruzione del quadro logico obiettivi e indicatori contenuti nel Piano strategico	11
Tabella 3. Consapevolezza dei cittadini sui progetti UE - Flash Eurobarometro 480 (2019).....	13
Tabella 4. Baseline utilizzabili per misurare uno o più indicatori di risultato	13
Tabella 5. Traffico dei segmenti https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fse e https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/pr-fesr-2021-2027 del sito istituzionale relativo al periodo 01/10/2024-25/05/2025	15
Tabella 6. Indicatori relativi a Spazio Operatori.....	16
Tabella 7. Indicatori relativi a ClicLavoro Veneto	16
Tabella 8. Attività di comunicazione realizzate nel biennio 2023-2024 e primi mesi del 2025	17
Tabella 9. Overview dell’approccio alla valutazione	24
Tabella 10. Matrice di valutazione	25

Indice delle figure

Figura 1. Schema logico di intervento	22
Figura 2. Triangolazione delle fonti e dei dati.....	23

Executive summary (Italiano)

Il presente documento rappresenta il primo rapporto di valutazione delle attività di comunicazione e informazione dei Programmi Regionali FESR e FSE+ 2021-2027 della Regione del Veneto. **Esso stabilisce una base metodologica per le future valutazioni annuali, mediante l'analisi critica del Piano Strategico di Comunicazione e la formulazione di raccomandazioni operative.**

L'analisi si basa su un approccio triangolato, con utilizzo integrato di fonti quantitative e qualitative, e considera il consolidamento degli indicatori comuni (ISOCOM/ISRCOM). Le evidenze raccolte indicano una fase di avvio promettente, ma ancora parziale, con potenziale da sviluppare nelle fasi successive

Il rapporto si avvia con la ricostruzione del quadro di partenza del contesto, ovvero una baseline elaborata attraverso l'analisi delle evidenze emerse nella programmazione 2014-2020 e tramite sondaggi ad hoc esistenti, volti a rilevare il livello di conoscenza delle politiche di coesione da parte della cittadinanza. Si analizza inoltre lo stato di avanzamento delle attività di comunicazione e informazione realizzate fino ad oggi nell'ambito dei PR Veneto FESR e FSE+ per il periodo 2021-2027.

Segue quindi la descrizione dell'approccio metodologico che verrà adottato, che comprende l'individuazione degli ambiti di analisi, la formulazione dei quesiti valutativi, la definizione dei criteri di giudizio e dei relativi indicatori. Sono inoltre illustrati gli strumenti metodologici utilizzati e le fonti informative impiegate, includendo dati sia di natura quantitativa che qualitativa.

Il documento si conclude con una sezione finale che raccoglie le principali considerazioni emerse in questa fase preliminare e fornisce un primo orientamento rispetto alle tappe successive previste nel processo di valutazione delle attività di comunicazione e informazione.

Il rapporto conclude che il Piano Strategico di Comunicazione della Regione del Veneto costituisce una base solida per la promozione della politica di coesione 2021–2027. Le attività realizzate tra il 2023 e l'inizio del 2025 evidenziano un uso efficace degli strumenti digitali e una copertura informativa in crescita e da consolidare. Infatti, permangono alcune criticità da affrontare, in particolare sul monitoraggio, il coinvolgimento degli stakeholder e l'uso strategico dei dati, per migliorarne ulteriormente efficacia ed efficienza.

Executive summary

This document represents the first evaluation report on the communication and information activities of the ERDF and ESF+ Regional Programmes 2021–2027 of the Veneto Region. **It establishes a methodological foundation for future annual evaluations through a critical analysis of the Strategic Communication Plan and the formulation of operational recommendations.**

The analysis is based on a triangulated approach, integrating both quantitative and qualitative sources, and takes into account the consolidation of common indicators (ISOCOM/ISRCOM). The evidence gathered points to a promising, though still partial, start, with potential to be further developed in the coming phases.

The report begins by reconstructing the initial contextual framework, namely a baseline developed through the analysis of findings from the 2014–2020 programming period and existing ad hoc surveys aimed at assessing public awareness of cohesion policies. It also examines the current state of implementation of communication and information activities carried out to date within the ERDF and ESF+ Regional Programmes in Veneto for the 2021–2027 period.

This is followed by a description of the methodological approach to be adopted, which includes the identification of areas of analysis, the formulation of evaluation questions, and the definition of assessment criteria and related indicators. The methodological tools and information sources used are also illustrated, encompassing both quantitative and qualitative data.

A final section summarises the main considerations arising from this preliminary phase and provides initial guidance regarding the next steps planned in the evaluation process of the communication and information activities.

The report concludes that the Strategic Communication Plan of the Veneto Region provides a solid foundation for promoting the 2021–2027 cohesion policy. The activities carried out between 2023 and early 2025 show an effective use of digital tools and improving information coverage to be consolidated. Indeed, some issues remain to be addressed, particularly in relation to monitoring, stakeholder involvement, and the strategic use of data, in order to further enhance effectiveness and efficiency

1. Introduzione e definizione del contesto valutativo

La comunicazione istituzionale riveste un ruolo strategico fondamentale nell'ambito della programmazione europea, con particolare riferimento alla politica di coesione, la cui efficacia dipende fortemente dalla capacità di raggiungere, coinvolgere e attivare cittadini, imprese, beneficiari diretti e stakeholder locali.

Nel periodo di programmazione 2021-2027, l'importanza della comunicazione è stata ulteriormente accentuata dal legislatore europeo con l'introduzione di precise disposizioni normative orientate alla trasparenza, all'accessibilità e alla misurabilità dei risultati ottenuti.

La presente valutazione si inserisce nel quadro delle attività previste per la Valutazione unitaria che include anche la verifica dell'efficacia delle azioni di comunicazione dei Programmi Regionali (PR) FESR e FSE+ 2021-2027 della Regione del Veneto. La valutazione è coerente con il processo valutativo delineato nel Disegno Integrato di Valutazione e con la Nota Metodologica relativa al presente Rapporto, approvata dalla Regione del Veneto in data 10 aprile 2025.

L'obiettivo principale è impostare una base metodologica solida per le valutazioni periodiche previste dal Regolamento (UE) 2021/1060 e garantire un miglioramento continuo delle strategie di informazione e comunicazione. La presente valutazione, di natura prevalentemente strategico-metodologica, intende comunque fornire prime indicazioni concrete per migliorare l'impatto delle attività comunicative, a partire dalle baseline di riferimento, aumentare la consapevolezza e il coinvolgimento attivo della cittadinanza, e assicurare una *accountability* trasparente e continuativa dei risultati conseguiti.

Il rapporto definisce l'approccio metodologico e operativo che guiderà i successivi rapporti annuali di valutazione nei quali l'attenzione sarà invece rivolta all'attuazione, al livello di avanzamento e al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, così come definiti nel paragrafo 7 "Comunicazione e visibilità" del PR FESR e del PR FSE+.

Il documento si apre con un approfondimento sul quadro normativo e programmatico delle attività di comunicazione e informazione. Viene analizzato il quadro legislativo che disciplina tali attività e la relativa valutazione, con particolare riferimento ai contenuti e agli obiettivi fissati nei PR Veneto FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027, in particolare al paragrafo 7 dei rispettivi documenti. Il Rapporto analizza in maniera approfondita il Piano Strategico della Comunicazione della Regione del Veneto relativo ai PR FESR e FSE+ 2021-2027, verificando la coerenza della strategia regionale con le disposizioni normative europee e nazionali e la sua efficacia nel raggiungimento degli obiettivi definiti dai Programmi regionali stessi.

Il Rapporto include un primo censimento delle attività di comunicazione e informazione realizzate a partire dall'avvio della programmazione, ovvero nel biennio 2023-2024 e nei primi mesi del 2025.

2. Il quadro normativo e di programma

Nell'ambito della politica di coesione 2021–2027, la comunicazione si fonda su un impianto normativo più rigoroso rispetto ai cicli precedenti, sottolineando anche la necessità di una comunicazione non solo formale, ma effettivamente capace di dimostrare l'impatto dei progetti cofinanziati sui territori e sulla vita delle persone.

Infatti, il quadro normativo che regola la comunicazione della politica di coesione per il periodo 2021-2027 si articola principalmente attorno al Regolamento (UE) 2021/1060, che stabilisce disposizioni comuni applicabili ai fondi strutturali europei. Nello specifico, gli articoli dal 46 al 50 pongono obblighi chiari in termini di visibilità, informazione e trasparenza. Tra questi, l'obbligo per le Autorità di Gestione di garantire la massima accessibilità alle informazioni tramite un sito web dedicato, la promozione di Operazioni di Importanza Strategica (OIS). In particolare, l'articolo 46 impone la creazione di un sito web dedicato, mentre attraverso l'articolo 50.1e si introduce per la prima volta la possibilità di monitorare e comunicare i risultati delle OIS. Inoltre, attraverso la rete dei comunicatori (art. 48) si introduce l'opportunità di coordinare le attività di comunicazione, monitorandone gli esiti per aumentarne l'efficacia e le ricadute in termini di conoscenza, apprendimento e conservazione del messaggio delle azioni di comunicazione (che in Italia si è deciso avvenga anche attraverso indicatori comuni, denominati ISOCOM e ISRCOM).

In questo contesto, il quadro normativo europeo assegna dunque alla comunicazione un ruolo centrale non solo in termini di adempimento procedurale, ma anche come strumento chiave per rafforzare il legame di fiducia tra l'Unione Europea e i cittadini. La previsione di un capitolo apposito dedicato all'approccio strategico alla comunicazione direttamente all'interno del Programma rappresenta, nelle intenzioni del legislatore europeo, un segnale di rafforzamento del ruolo della comunicazione. Infatti, in base alle norme sopra richiamate, non è più prevista o richiesta la predisposizione di una strategia di comunicazione come documento separato dal Programma, né la redazione di piani annuali di comunicazione, sebbene le Linee guida nazionali emanate dal DPCoe raccomandino l'adozione di Piani annuali di esecuzione o strumenti analoghi.

A corollario del regolamento sulle disposizioni comuni (RDC), inoltre, ulteriori atti e linee guida tecniche della Commissione forniscono orientamenti pratici sull'applicazione degli obblighi, sulla *visual identity*, sull'uso dei social media e sulla gestione della comunicazione di crisi.¹

A livello nazionale, come sopra richiamato, il Dipartimento per le Politiche di Coesione ha pubblicato specifiche Linee Guida nazionali sulla comunicazione 2021-2027 che recepiscono integralmente il quadro regolamentare europeo e lo declinano nel contesto italiano, a partire dalla Strategia di comunicazione nazionale condivisa nell'Accordo di Partenariato 21-27 e finalizzata a dare concretezza operativa ai principi di trasparenza, accountability e partecipazione attiva dei cittadini.

Le Linee Guida enfatizzano l'integrazione della comunicazione all'interno del ciclo di programmazione e gestione dei programmi ponendo l'accento sulla necessità di adottare strategie comunicative:

- mirate ai diversi target (beneficiari potenziali, cittadini, partner istituzionali),
- multicanale (tradizionale e digitale), monitorate e valutate sistematicamente,
- inclusive, in grado di garantire accessibilità e parità di trattamento,

nonché sulla valutazione dei risultati ottenuti a partire dall'introduzione di un set di indicatori comuni per misurare l'efficacia delle azioni². La rete INFORM IT, attiva a livello nazionale e coordinata dal DPCoe, fornisce ulteriori strumenti operativi e metodologici, incoraggiando la collaborazione interregionale, lo scambio di buone pratiche e l'adozione di tecniche di comunicazione innovative e partecipative.

Il modello delineato rafforza quindi l'integrazione tra comunicazione istituzionale e trasparenza informativa, valorizzando OpenCoesione come hub nazionale per la visibilità e il monitoraggio delle politiche di coesione. In questo quadro, la Regione del Veneto si inserisce come attore pienamente attivo, contribuendo alla strategia di comunicazione nazionale e partecipando alle attività della Rete INFORM IT.

¹ In particolare, si fa riferimento ai documenti contenuti ai seguenti link: https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027; https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/publications/guides/2024/communicating-operations-of-strategic-importance-in-2021-2027-a-practical-toolbox_it;

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/guidelines/2019/communication-monitoring-and-evaluation-tips-tools
² ISOCOM_1IT, ISOCOM_2IT, ISRCOM_1IT e ISRCOM_2IT sono rispettivamente gli indicatori di realizzazione (ISO) e risultato (ISR) proposti con le linee guida dal DPCoe nell'ambito della rete INFORM-IT. La raccolta e l'elaborazione dei dati è supportata da un Toolbox Excel e una piattaforma su OpenCoesione.

2.1. Gli obiettivi per la comunicazione nei PR FSE+ e FESR e le OIS

Nei Programmi Regionali FESR e FSE+ della Regione del Veneto 2021–2027, le attività di comunicazione sono concepite come strumenti strategici per garantire visibilità, trasparenza e partecipazione, in coerenza con gli orientamenti della Strategia nazionale di comunicazione unitaria. Entrambi i programmi adottano un approccio integrato che ha condotto all'adozione di un Piano Strategico unitario (cfr. § 2.2) che prevede la sinergia con altri Fondi europei, i canali istituzionali regionali e il Partenariato.

In particolare, il PR FESR prevede la realizzazione di azioni informative e promozionali mirate a valorizzare il ruolo dell'UE, dello Stato e della Regione, anche attraverso l'adozione di un'identità visiva uniforme. Analogamente, il FSE+ stabilisce misure specifiche di visibilità, in particolare per le operazioni di rilevanza strategica, ricorrendo a strumenti come eventi, pubblicazioni e comunicati ad hoc.

Pur condividendo un'impostazione generale comune, gli obiettivi delle attività di comunicazione, si declinano in maniera distinta nei due programmi (cfr. capitolo 7 dei rispettivi documenti programmatori). Il FESR si propone di informare la cittadinanza sugli obiettivi e i risultati del Programma, facilitare l'accesso alle opportunità di finanziamento e supportare i beneficiari nel rispetto degli obblighi di comunicazione, con attenzione all'accessibilità anche per le persone con disabilità. Il FSE+, oltre a promuovere il ruolo dell'Unione europea e l'inclusione dei cittadini, definisce target quantitativi precisi illustrati nella Tabella seguente.

Tabella 1. Confronto tra le strategie di comunicazione dei PR FESR e FSE+ della Regione del Veneto 2021–2027 definite nel capitolo 7 dei rispettivi documenti programmatori

	FESR	FSE+
Approccio strategico	Integrazione con altri fondi UE e canali istituzionali regionali; identità visiva nazionale	Sinergia con altri fondi UE, strategia nazionale, presenza di responsabile comunicazione
Obiettivi principali	Informare su obiettivi/risultati, garantire trasparenza, supportare i beneficiari	Aumentare informazione su PR, garantire trasparenza e accessibilità, coinvolgere cittadini
Target quantitativi	RSO03 Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati: 150 al 2024 e 600 al 2029 ³	75% popolazione, 100% beneficiari potenziali (ovvero 550 enti accreditati e 21 ATS), 100% partecipanti (230.000 previsti)
Gruppi target prioritari	Popolazione generale, giovani, beneficiari potenziali ed effettivi, persone con disabilità	Popolazione, giovani, beneficiari, destinatari, gruppi specifici, persone con disabilità
Strumenti principali	Materiali promozionali/informativi, eventi, audiovisivi, campagne media	Manuali per beneficiari, materiali informativi, consultazioni pubbliche, eventi
Canali principali	Social media, sito web regionale con aggiornamenti periodici	Social media (anche sponsorizzati), sito web collegato al portale nazionale
Indicatori di monitoraggio	Output: n. iniziative e prodotti realizzati; Risultato: CTR (dal 0,4% al 0,7% entro 2029)	N. materiali/eventi/consultazioni; accessi web; partecipazione eventi/pubblici
Budget previsto	3,5 meuro	4,0 meuro

Fonte: elaborazioni su dati Programmi Regionali

Sebbene le strategie di comunicazione dei Programmi FESR e FSE+ della Regione del Veneto appaiano solide e coerenti in generale, si rilevano alcuni aspetti che potrebbero essere oggetto di interventi di aggiustamento. Il Programma FESR, in particolare, non definisce target quantitativi specifici, rendendo per il monitoraggio e la valutazione difficile identificare l'ambizione e la copertura delle attività di comunicazione. Inoltre, il ricorso a un solo indicatore di risultato – il Click Through Rate (CTR) – potrebbe essere riduttivo rispetto alla molteplicità di canali e strumenti previsti, poiché misura esclusivamente le interazioni digitali e non consente di valutare l'impatto di eventi, media tradizionali o attività promozionali offline.

Per rafforzare l'efficacia e la misurabilità delle azioni di comunicazione, sarebbe opportuno introdurre anche nel Programma FESR obiettivi quantitativi espliciti, sulla scorta dell'impostazione adottata nel FSE+, che

³ Dato presente al § 2.2 del PR.

consente di definire con chiarezza le soglie di copertura attese sui diversi target. Inoltre, sarebbe opportuno ampliare il set di indicatori di risultato, affiancando al CTR ulteriori metriche che riflettano la varietà delle azioni previste (es. partecipazione a eventi, accessi al sito, coinvolgimento sui social, numero di consultazioni pubbliche). Va tuttavia rilevato che, in questo senso, giunge in aiuto l'azione svolta da OpenCoesione (portale nazionale della Coesione) come hub a supporto della rete dei comunicatori e finalizzata al coordinamento metodologico per la rilevazione e misurazione degli indicatori (di realizzazione e risultato).

Le Operazioni di Importanza Strategica (OIS)

Introdotte per la prima volta dal Regolamento (UE) 2021/1060, all'art.2 comma 5, le Operazioni di Importanza Strategica (OIS) sono progetti che forniscono un "contributo significativo al raggiungimento degli obiettivi di un Programma" e sono soggette "a particolari misure di sorveglianza e comunicazione" (previste all'art.50.1e), migliorando al contempo la percezione pubblica dell'intervento dell'Unione europea nei territori. Esse rappresentano quindi una componente centrale della strategia regionale, devono essere oggetto di un'informativa nei Comitati di Sorveglianza, nonché avere una pagina dedicata sul sito del Programma, aggiornata e multimediale, con dati di avanzamento, materiali visivi e contenuti editoriali.

Nel Programma Regionale Veneto FESR 2021–2027 sono state individuate sei OIS, denominate come "Progetti Europa 27". Tra queste, lo sviluppo di un'infrastruttura di supercalcolo, la digitalizzazione dell'offerta turistica regionale e la transizione green e digitale dei distretti del commercio. Altri interventi riguardano il potenziamento della protezione civile, la realizzazione di percorsi ciclabili in ambito urbano e iniziative di co-housing sociale. Ad oggi, risultano selezionati quattro OIS/Progetti Europa 27.

Il Programma Regionale Veneto FSE+ 2021–2027, invece, ne ha selezionate sette. Le operazioni includono politiche attive per l'occupazione, misure di conciliazione vita-lavoro, formazione continua e potenziamento degli ITS. Ulteriori azioni strategiche sono rivolte al supporto di persone svantaggiate, alla costruzione di reti di servizi territoriali per disabili e anziani e allo sviluppo dei percorsi di Istruzione e Formazione Professionale.

In questo quadro, le OIS diventano così strumenti per veicolare i valori dell'Unione europea e per rendere tangibile, attraverso il racconto di progetti concreti, il contributo della coesione allo sviluppo sostenibile e inclusivo dei territori.

2.2. Analisi del Piano Strategico di comunicazione del PR Veneto FESR 2021-2027 e PR Veneto FSE+ 2021-2027

Il **Piano Strategico di Comunicazione** della Regione del Veneto (Decreto Dirigenziale Regionale n. 28 del 28/07/2023 per il FSE e DDR n. 141 del 12/10/2023 per il FESR) rappresenta in questa fase il documento di riferimento per la pianificazione e l'attuazione delle attività di informazione e pubblicità relative ai PR FSE+ e FESR 2021–2027 e si inserisce nel quadro normativo delineato dal Regolamento (UE) 2021/1060 sopra delineato, che stabilisce le disposizioni comuni per i fondi della politica di coesione.

Esso si presenta come un documento strutturato in modo coerente con gli obblighi derivanti dal quadro normativo europeo e nazionale, individuando chiaramente gli obiettivi generali e specifici della comunicazione, i destinatari target, e gli strumenti operativi per raggiungerli.

Tra gli elementi qualificanti emerge l'approccio integrato e multicanale, che comprende un mix equilibrato di attività offline e online: eventi informativi sul territorio, campagne pubblicitarie sui principali mezzi di comunicazione regionali (giornali, radio, TV), utilizzo strategico dei canali digitali (portale istituzionale unico, social network) e produzione di contenuti audiovisivi orientati al racconto dei benefici concreti degli interventi realizzati grazie ai fondi europei.

In particolare, oltre a recepire le indicazioni sopra richiamate, esso è caratterizzato da:

- Approccio integrato tra PR FESR e PR FSE+;
- Identificazione dei pubblici target (cittadini, beneficiari potenziali ed effettivi, stakeholders istituzionali, media) e dei principali strumenti di comunicazione (eventi pubblici, campagne media, social media strategy, storytelling dei progetti finanziati);
- Previsione dell'utilizzo di strumenti digitali e tradizionali;
- Adozione del logo unico nazionale e comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica (OIS);
- Standardizzazione grafica delle attività comunicative.

Tra i punti di forza si evidenzia l'uso efficace di piattaforme online e social media, un calendario ben strutturato di campagne informative, eventi pubblici, e una particolare attenzione all'accessibilità delle informazioni per diverse fasce di pubblico.

La Tabella 2 ricostruisce il quadro logico degli obiettivi strategici di comunicazione contenuti nel Piano strategico, unitamente ai pertinenti indicatori ivi indicati: gli indicatori individuati corrispondono anche a quelli identificati dalle Linee guida a livello nazionale (*ISRCOM_1IT* e *ISOCOM_2IT*), utilizzati per monitorare l'efficacia delle strategie di comunicazione dei fondi europei. Vengono anche riportate le possibili fonti di verifica.

Tabella 2. Ricostruzione del quadro logico obiettivi e indicatori contenuti nel Piano strategico

Obiettivo di comunicazione	Indicatore	Possibile fonte di verifica
Incrementare la conoscenza dei fondi e Programmi UE	% cittadini consapevoli (ISRCOM_1IT)	Survey biennale Rete INFORM IT
Rafforzare la visibilità dei progetti	Numero articoli/media (ISOCOM_2IT)	Rassegna stampa
Potenziare la presenza digitale	Visitatori unici portale regionale	Web analytics
Migliorare l'interazione online	Numero interazioni social media	Analytics piattaforme
Garantire trasparenza sulle OIS	Numero comunicazioni OIS pubblicate	Registro web per le OIS coperte

Fonte: elaborazioni su dati e informazioni Piano Strategico

Si nota, che il Piano Strategico elenca a titolo esemplificativo diversi indicatori di output/risultato. Tuttavia, esso non definisce in modo sistematico indicatori quantitativi e qualitativi (es. indicatori comuni ISOCOM, ISRCOM), relative baseline e target, per misurare l'efficacia delle attività di comunicazione. Allo stesso tempo, non prevede attività strutturate di monitoraggio delle azioni di comunicazione (con il rischio di non cogliere tempestivamente eventuali criticità), probabilmente ritenendo di rinviare all'ambito dell'attuazione e Valutazione dei PR tali analisi; e un coinvolgimento limitato e non strutturale del partenariato socioeconomico regionale. Inoltre, non sono previsti meccanismi per la revisione o l'aggiornamento del Piano sulla base dei risultati ottenuti.

La coerenza con le Linee Guida INFORM IT è garantita dalla definizione di indicatori di monitoraggio (ISOCOM e ISRCOM), dall'identificazione puntuale dei target di riferimento e dalla previsione di attività periodiche di valutazione e *accountability*. Tuttavia, sembrano rilevarsi criticità nella frequenza del monitoraggio intermedio, nella definizione quantitativa precisa dei target intermedi, e nel coinvolgimento sistematico del partenariato socio-economico nella pianificazione comunicativa.

Si conferma quindi la buona impostazione metodologica del Piano Strategico della Comunicazione della Regione del Veneto, con un'apprezzabile capacità di utilizzo dei canali digitali e tradizionali. Sarà rilevante inoltre investire ulteriormente nel dialogo interregionale attraverso la rete INFORM IT, per acquisire e replicare rapidamente le migliori pratiche comunicative già sperimentate da altre amministrazioni regionali.

Allo scopo quindi, per incrementarne ulteriormente l'efficacia si raccomanda di:

- Definire con precisione e chiarezza i momenti di rilevazione e rilascio di tutti indicatori, inclusi quelli comuni ISOCOM e ISRCOM.
- Incrementare la frequenza delle attività di monitoraggio e di *accountability* periodica delle campagne comunicative.
- Rafforzare strutturalmente il coinvolgimento degli stakeholder, del partenariato e dei beneficiari finali nelle fasi di progettazione e realizzazione delle attività di comunicazione.
- Potenziare ulteriormente l'uso strategico dei dati raccolti tramite analytics digitali, survey periodiche e feedback provenienti dagli eventi pubblici.
- Potenziare ulteriormente l'uso strategico dei dati raccolti tramite analytics digitali, survey periodiche, prevedendo la costruzione di un sistema di feedback organizzato (survey utenti portale, schede eventi pubblici, ecc.).
- Promuovere attività di storytelling focalizzate sui benefici concreti per i cittadini.

L'adozione di queste raccomandazioni può consentire alla Regione del Veneto di raggiungere in modo più efficace e misurabile gli obiettivi comunicativi previsti per il periodo 2021-2027, garantendo trasparenza,

partecipazione e piena valorizzazione degli investimenti realizzati grazie ai fondi europei, rendendo la strategia di comunicazione non solo conforme, ma anche proattiva, misurabile ed evolutiva.

Il quadro di partenza del contesto e attività di comunicazione e la comunicazione della politica di coesione in Veneto si inseriscono in un contesto caratterizzato da un livello di consapevolezza europea in progressivo consolidamento, ma ancora con margini di miglioramento, specialmente nella diffusione delle informazioni sulle opportunità offerte dai fondi strutturali.

Le indagini condotte a livello europeo e nazionale forniscono un quadro utile per contestualizzare il punto di partenza.

2.3. Quadro di partenza del contesto

La situazione iniziale relativa alla consapevolezza dei cittadini veneti sui fondi europei, a partire dall'avvio del periodo di programmazione 2021-2027, è stata misurata attraverso le indagini periodiche di Eurobarometro, nonché da quelle effettuate dall'Agenzia Coesione Territoriale e in programma dal Dipartimento Politiche di Coesione. Essa rappresenta una baseline di riferimento moderatamente positiva, con margini significativi di miglioramento come emerge qui di seguito dall'analisi degli indicatori di riferimento.

Infatti, sulla base delle evidenze fornite dalle rilevazioni Eurobarometro (2019, 2021, 2023, 2024) e dall'indagine dell'Agenzia per la Coesione realizzata da IZI 2021, è possibile elaborare, a livello regionale, un quadro comparativo utile all'identificazione delle baseline di riferimento per gli indicatori di risultato della comunicazione dei Programmi PR FESR e FSE+ in Veneto. Tuttavia però, solo l'indagine Flash Eurobarometro 480 del 2019, rispetto alle successive del 2021, 2023 e 2024 ha assicurato la copertura regionale del dato rilevato.

In particolare, già nel 2019, il Veneto si distingueva per una consapevolezza dei progetti UE superiore alla media nazionale ed europea (56% contro 50% Italia e 40% UE), nonché per una percezione dell'impatto positivo anch'essa elevata (57%).

L'indagine Eurobarometro Flash 497 relativa alla consapevolezza e percezione della politica regionale della UE da parte dei suoi cittadini ha confermato, a livello nazionale, il dato regionale veneto del biennio precedente (2019). Tuttavia, successivamente, l'indagine 2023 ha mostrato un calo nella consapevolezza generale a livello nazionale (dal 50% al 45%) e una stabilità o lieve crescita nella percezione dell'impatto (dal 51% al 57%).

Il dato nazionale, riferito anche al 2024, conferma un persistente gap tra consapevolezza e percezione, che suggerisce l'utilità di fissare baseline disaggregate regionalmente laddove i dati lo consentano⁴. In questo senso, il Veneto emerge come territorio avanzato, dove le azioni comunicative hanno generato risultati migliori rispetto ad altre aree, rappresentando quindi un utile riferimento per indicatori come la percentuale di cittadini consapevoli dei progetti cofinanziati, la percezione dell'impatto positivo e la fiducia verso l'UE.

Inoltre, l'indagine IZI per ACT del 2021 ha invece arricchito questa prospettiva introducendo dimensioni qualitative e una metrica sintetica di conoscenza, stimata per il Veneto intorno a 0,45 su scala 0-1. Questo valore, sebbene non ufficializzato, colloca la regione nella fascia medio-alta nazionale, accanto a contesti virtuosi come il Trentino. L'indagine sottolinea il disallineamento tra la conoscenza generica dei fondi europei (oltre il 70%) e la reale comprensione delle logiche e strumenti delle politiche di coesione (solo il 18% ne ha una conoscenza esplicita), fenomeno presente anche in Veneto, seppur in forma attenuata. In definitiva, questi dati suggeriscono l'opportunità di introdurre indicatori basati non solo sulla "notorietà" (es. awareness), ma anche sulla "attribuzione corretta" delle fonti di finanziamento, sulla percezione dell'accessibilità dei bandi e sulla fiducia nei canali informativi. Tali dimensioni possono costituire un set coerente di indicatori di risultato da ancorare alla baseline 2021, in linea con il quadro strategico UE che pone crescente enfasi su trasparenza, coinvolgimento e accountability pubblica. Il Veneto, per il suo profilo, si presta bene a fungere da laboratorio di riferimento per l'evoluzione di questi indicatori, anche nell'ottica di una loro progressiva armonizzazione a livello nazionale.

Infine, relativamente alle rilevazioni su base regionale, va anche menzionata l'attività svolta dal Valutatore indipendente FSE 2014-2020 per la Regione del Veneto stessa che, nell'indagine di marzo 2022, sulla

⁴ In proposito si segnala l'iniziativa del DpCoe nell'ambito della Rete Inform-IT finalizzata a realizzare, su base regionalizzata, la rilevazione sulla conoscenza delle politiche di coesione in Italia. L'indagine verrà realizzata nell'autunno 2025 e sarà ripetuta nel 2027 e 2029.

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

conoscenza della politica di coesione: rilevava come, tra gli intervistati, il 45,9% conoscesse il FESR e il 48,6% il FSE⁵.

Tabella 3. Consapevolezza dei cittadini sui progetti UE - Flash Eurobarometro 480 (2019)

Area	Ha sentito parlare (%)	Non ha sentito (%)	Non sa (%)
UE28	40	58	2
Italia	50	49	1
Veneto	56	43	1
Macroarea CN	53	46	1

Fonte: elaborazioni su dati Eurobarometro

Sulla base delle analisi disponibili e considerando l'assenza di dati disaggregati per il Veneto riferiti al 2023 e 2024, è coerente e metodologicamente fondato proporre il valore regionale del Veneto rilevato nel **2019 come baseline quantitativa**⁶ e il **2021 come baseline percettiva e qualitativa** per la valutazione degli indicatori di risultato delle attività di comunicazione dei Programmi PR FESR e FSE+ in Veneto. Questa baseline potrà essere utilizzata nell'ambito del PR FESR in linea con le indicazioni per l'adozione dell'indicatore di risultato ISRCOM_1⁷ (anche se il Programma FESR non ha inserito un valore obiettivo in sede di programmazione), nonché come proxy⁸ dell'indicatore di risultato del PR FSE+ (cfr. Tabella 1). I suddetti indicatori potranno essere utilizzati per il confronto con i risultati delle rilevazioni della Rete INFORM IT⁹ e Eurobarometro e con i risultati di survey realizzate nel corso del percorso valutativo (cf. CATI/CAWI del valutatore) al fine di analizzare l'avanzamento rispetto agli obiettivi.

Queste due fonti rappresentano gli ultimi dati attendibili e coerenti con i requisiti europei per l'impostazione del monitoraggio nel ciclo 2021–2027. La tabella seguente propone un menu di valori di baseline identificati per il monitoraggio degli indicatori di risultato dei Programmi PR FESR e FSE+ della Regione del Veneto, basandosi sulle ultime fonti disponibili con disaggregazione regionale. Questi valori possono essere assunti come **riferimento iniziale per il monitoraggio** del cambiamento atteso entro il 2029, in linea con gli obiettivi di comunicazione e trasparenza fissati nei PR. La Stazione appaltante provvederà a selezionare e confermare quelli ritenuti più significativi per entrambi i Programmi o già previsti in essi.

Tabella 4. Baseline utilizzabili per misurare uno o più indicatori di risultato

Indicatore di risultato	Baseline proposta e fonte	Note
% cittadini che hanno sentito parlare dei progetti UE	56% (Flash Eurobarometro 2019)	Dato specifico per il Veneto
% cittadini che percepiscono impatto positivo dei progetti	57% (Flash Eurobarometro 2019)	Veneto superiore alla media nazionale
% cittadini che conoscono i fondi ERDF / Coesione	55% (Flash Eurobarometro 2019)	Dato stabile tra Veneto e Centro-Nord
% di cittadini che hanno consapevolezza e percezione della politica regionale della UE	56% (Eurobarometro Flash 2021)	Dato disponibile solo a livello nazionale, indicata come baseline di riferimento dalle linee guida nazionali e fiche metodologica per ISRCOM_2IT
% cittadini che dichiarano fiducia nelle istituzioni UE	51% (Eurobarometro 2024)	Veneto in linea con la media UE
Indicatore sintetico di conoscenza delle politiche UE	~0,45 (IZI 2021)	Stima basata su prossimità a regioni simili
% cittadini che conoscono le politiche di coesione (esplicito)	18% (nazionale, IZI 2021)	Disallineamento rispetto alla conoscenza dei fondi
Click Through Rate	0,4%	Indicatore previsto nel PR FESR

Fonte: elaborazioni su dati Eurobarometro

⁵ <https://drive.google.com/file/d/16VEOfJQUIMv0YaDQSBUDmuGo1dDbUgc/view> .

⁶ Anno in cui è disponibile il dato disaggregato regionalmente.

⁷ Le linee guida nazionali e la fiche metodologica per questo indicatore fanno riferimento al dato aggregato a livello nazionale rilevato dall'indagine Eurobarometro del 2021, Flash 497.

⁸ Il target indicato dal PR FSE+ è "75% della popolazione sia informata su obiettivi, strategie e risultati del PR".

⁹ Rilevazioni programmate nel 2025, 2027 e 2029.

2.4. Attività di comunicazione e informazione realizzate

In questa sezione vengono esaminate le attività di comunicazione e informazione avviate sin dall'avvio dei Programmi Regionali FESR e FSE+ 2021-2027.

Nel biennio 2023-2024 e avvio del 2025, la Regione del Veneto ha avviato un significativo percorso di attuazione delle attività previste dal Piano Strategico di Comunicazione per i Programmi FESR e FSE+.

Per la ricostruzione dell'insieme delle attività di informazione e comunicazione realizzate dal 2023 al primo trimestre 2025, ovvero con l'avvio effettivo del Programma, si sono assunti elementi utili dalle Informatriche sulle attività di comunicazione e informazione preparate per i Comitati di Sorveglianza, da informazioni desunte e disponibili in vari punti e sezioni del portale istituzionale e da interviste e incontri informativi con le strutture regionali interessate e l'operatore incaricato delle attività di comunicazione.

È quindi possibile affermare che, nella fase iniziale, le attività si siano concentrate nella creazione di due strumenti fondamentali:

1. la creazione di un'immagine grafica coordinata che contribuisce a facilitare la riconoscibilità del programma. Il brand unitario "Coesione Italia" è stato debitamente integrato nel portale in linea con le indicazioni nazionali in materia di comunicazione istituzionale.
2. l'avvio, a febbraio 2023, del portale web istituzionale unico, strumento centrale di comunicazione, in ottemperanza a quanto previsto dall'art. 49 del Regolamento (UE) 2021/1060 (entro sei mesi dalla decisione di approvazione dei programmi). Il portale è accessibile all'indirizzo: <https://programmazione-ue-2021-2027.regione.veneto.it>. Da questa piattaforma si può accedere alle sezioni dedicate ai due Programmi Regionali: PR Veneto FESR 2021-2027 ([Il Veneto verso il 2030 - FESR](#)) e PR Veneto FSE+ 2021-2027 ([Il Veneto verso il 2030 - FSE+](#)). Il portale web istituzionale unico è finalizzato a raccogliere in un'unica piattaforma tutte le informazioni sui Programmi, le opportunità di finanziamento, le storie di successo e i materiali promozionali. Il portale è stato progettato con particolare attenzione all'aggiornamento continuo e all'integrazione con i canali social ufficiali.

Va evidenziato che nel corso del secondo semestre 2025 verrà implementato un nuovo sito web istituzionale (<http://www.venetocoesione.regione.veneto.it/>) che unificherà i siti attuali:

- "Il Veneto verso il 2030" <https://programmazione-ue-2021-2027.regione.veneto.it/>
- "PR Veneto FESR 2021-2027" <https://www.regione.veneto.it/web/programmecomunitari/pr-fesr-2021-2027>
- "PR Veneto FSE+ 2021-2027" <https://www.regione.veneto.it/web/programmecomunitari/programmazione-regionale-2021-2027>
- "FSC - Fondo per lo Sviluppo e la Coesione" <https://www.regione.veneto.it/web/fsc/fondosviluppocoesione>

Il portale è lo strumento cardine di comunicazione informazione dei Programmi e le relative sezioni ospitano tutte le informazioni relative alla loro messa in opera: bandi e loro calendario, i criteri di selezione, operazioni selezionate per il finanziamento, beneficiari, governance, attuazione finanziaria, fisica e procedurale, valutazione, comunicazione, etc.

Nell'area dedicata i beneficiari trovano tutte le informazioni relative agli obblighi in materia di informazione e comunicazione. Le AdG hanno reso disponibili delle linee guida per i beneficiari in materia di comunicazione e dei materiali ad uso dei beneficiari (FESR) e il Vademecum della Comunicazione (FSE+) che prevede anche un simulatore per generare poster, cartelloni e cartelli - "Online generator" e un kit loghi.

Dalla sua messa online, il portale e rispettive sezioni sono stati progressivamente sviluppati e arricchiti attraverso un'attività continuativa di ideazione, creazione e pubblicazione di contenuti di comunicazione ad hoc da parte delle AdG.

La seguente tabella riporta alcuni indicatori relativi al traffico delle sezioni FESR e FSE+ nel periodo ottobre 2024- maggio 2025.

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

Tabella 5. Traffico dei segmenti <https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fse> e <https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/pr-fesr-2021-2027> del sito istituzionale relativo al periodo 01/10/2024-25/05/2025

	FSE+ programmazione- regionale-2021-2027	FESR pr-fesr-2021-2027
Visite	1 911,00	11 131,00
Azioni nel sito	13 991,00	56 290,00
Numero massimo di azioni in una visita	141,00	215,00
Rimbalzi	319,00	3 442,00
Durata totale delle visite (in secondi)	899 919,00	4 230 670,00
Nuove Visite	826,00	2 655,00
Azioni per Nuove Visite	4 997,00	10 987,00
Percentuale di Rimbalzi per le Nuove Visite	0,17	0,38
Media Azioni per una Nuova Visita	6,00	41,00
Media Durata di una Nuova Visita (in sec.)	363,00	278,00
Visite di Ritorno	690,00	6 015,00
Azioni eseguite dalle Visite di Ritorno	5 674,00	33 453,00
Numero massimo di azioni in una visita di ritorno	141,00	215,00
Percentuale dei rimbalzi per le Visite di Ritorno	0,16	0,26
Media. Azioni per Visite di Ritorno	82,00	56,00
Media. Durata delle Visite di Ritorno (in sec)	551,00	455,00
Visitatori da Motori di Ricerca	1 747,00	7 346,00
Visitatori da Social Networks	3,00	18,00
Visitatori da Ingressi Diretti	216,00	2 869,00
Visitatori da Siti Web	309,00	2 367,00
Visitatori da Campagne	5,00	35,00
Visualizzazioni pagina	13 269,00	59 590,00
Visualizzazioni uniche	8 448,00	42 872,00
Download	18,00	145,00
Download Unici	16,00	126,00
Outlinks (link esterni)	3 980,00	13 323,00
Percentuale di Visitatori da Ingressi Diretti	0,09	0,23
Percentuale di Visitatori da Motori di Ricerca	0,77	0,58
Percentuale di Visitatori da Campagne	-	-
Percentuale di Visitatori da Social Networks	-	-
Percentuale di Visitatori da Siti Web	0,14	0,19
% rimbalzi	0,17	0,31
Azioni per visita	73,00	51,00
Durata media delle visite (in secondi)	471,00	380,00

Nota: la definizione degli indicatori fornita unitamente ai dati è presente nell'allegato 2

Fonte: dati web analytics - MATOMO forniti dalla Regione

Va evidenziato che l'attuale architettura comunicativa del FSE+ si articola attraverso una rete integrata di portali web, ciascuno con funzioni specifiche e destinato a pubblici differenti.¹⁰ In particolare, l'ecosistema digitale FSE+ comprende i seguenti portali:

- Il portale istituzionale [Il Veneto verso il 2030](#) che, come già menzionato in precedenza, costituisce il riferimento ufficiale comunicato alla Commissione Europea per la programmazione regionale FSE+ e FESR 2021-2027. In questo portale vengono pubblicati gli aggiornamenti in merito ai programmi, e tutti in materiali ed eventi relativi al Comitato di Sorveglianza (CdS), al Tavolo di Partenariato (TdP), ai bandi e agli eventi.
- [Il sito istituzionale regionale, pagina dedicata al FSE+ e gestito da ADG](#), che funge da vetrina istituzionale del Fondo Sociale Europeo, illustrando ai cittadini le priorità strategiche e i meccanismi operativi del Fondo.

¹⁰ Ai fini della valutazione dell'efficacia delle attività di comunicazione, l'analisi prenderà in considerazione l'intero ecosistema digitale del FSE+, compatibilmente con la disponibilità dei dati.

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

- [Spazio operatori](#), piattaforma dedicata principalmente ai beneficiari, contenente la documentazione relativa ai bandi, informazioni tecniche e strumenti di monitoraggio FSE+.
- [Clic Lavoro](#), portale che rappresenta un punto di riferimento essenziale per gli utenti nell'ambito delle politiche attive del lavoro, ma anche per le aziende, per i lavoratori, per gli studenti e per gli operatori del settore.

Con la realizzazione del nuovo portale "Venetocoessione" si intende avviare un processo di accorpamento delle informazioni, che come primo step porterà all'unificazione tra "Il Veneto Verso il 2030" e "Il sito istituzionale regionale - pagina FSE+ gestito da ADG".

Per quanto riguarda la piattaforma Spazio Operatori e il portale ClicLavoro Veneto, si riportano di seguito alcuni dei principali indicatori disponibili relativi all'anno 2024, che forniscono elementi sul rispettivo traffico.

Tabella 6. Indicatori relativi a Spazio Operatori

Utenti attivi	131.433
Nuovi utenti	125.354
Durata media del coinvolgimento per utente attivo	2 m 36 s
Visualizzazioni Homepage	122.484
Visualizzazioni Bandi	101.186
Visualizzazioni Formazione	98.586
Visualizzazioni Bandi e direttive	92.025
Visualizzazioni 1304 - FORTI_FORmazione e Tirocinio - Spazio Operatori	47.277
Visualizzazioni Buono Libri	26.578

Fonte: Spazio Operatori - dati web analytics

Tabella 7. Indicatori relativi a ClicLavoro Veneto

Visite	1.190.108
Visualizzazioni di pagina	1.866.961
Visualizzazioni di pagina uniche	1.254.064
Durata media visita	2'49"
% di rimbalzo	54%
Dispositivi	73% desktop; 26% smartphone; 1% altro

Fonte: ClicLavoro Veneto - dati web analytics

Ancora nel 2023, è stata elaborato e approvato con DDR n. 28/2023 e DDR n. 141/2023 il "Piano Strategico di Comunicazione e Informazione PR Veneto FESR 2021 - 2027 e PR Veneto FSE + 2021-2027 (illustrato nel Capitolo precedente, § 2.2).

A novembre 2023 è stata avviata la procedura aperta telematica per l'affidamento del servizio di ideazione e realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità del PR Veneto FSE + 2021 - 2027 e del PR Veneto FESR 2021 - 2027, risultata successivamente aggiudicata a settembre 2024 in favore di HEADS GROUP S.R.L.

Il servizio prevede la realizzazione di una serie di prodotti e attività di comunicazione e informazione, quali:

- campagne di comunicazione e informazione tramite media attraverso il ricorso a quotidiani, periodici, testate on line, emittenti TV e radio, social networks e affissioni dinamiche;
- campagne di informazione pubblicitaria attraverso social media, siti web istituzionali e altra comunicazione on line;
- realizzazione di eventi, convegni, workshop, webinar;
- supporto alle attività di organizzazione degli incontri dei Comitati di Sorveglianza;
- materiale informativo e promozionale e affissioni statistiche.

È altresì prevista, attraverso periodici rapporti, una costante attività di monitoraggio e verifica delle azioni di comunicazione e informazione realizzate. Il Piano di comunicazione ideato dall'operatore risulta nella fase finale di predisposizione alla data di presentazione del presente Rapporto di Valutazione.

Nel biennio 2023-2024, la diffusione delle informazioni relative ai due Programmi Regionali (PR) è stata condotta attraverso diversi canali e strumenti, tra cui la progettazione e distribuzione di brochure, campagne

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

sui media tradizionali e digitali, e l'organizzazione di eventi. I dettagli delle attività svolte sono riportati nella tabella seguente.

Nella fase iniziale di lancio dei Programmi Regionali, gli incontri tematici hanno rappresentato lo strumento privilegiato per la diffusione delle informazioni e il coinvolgimento degli stakeholder territoriali. Questi momenti di confronto hanno favorito la condivisione delle strategie, la raccolta di contributi e l'attivazione di processi partecipativi fondamentali per l'efficace attuazione dei Programmi. Durante il periodo considerato, è stato promosso un numero significativo di incontri tematici su argomenti di particolare rilevanza per il territorio, specifici per ciascun PR. Si evidenzia, inoltre, la realizzazione di eventi congiunti, caratterizzati da un approccio integrato che ha messo in relazione tematiche comuni a entrambi i programmi.

Inoltre, le sezioni FESR e FSE+ del portale riservano un'attenzione specifica alla promozione delle Operazioni di Importanza Strategica (OIS) con la produzione di materiali divulgativi dedicati.

L'approccio integrato, basato sulla complementarità dei canali tradizionali e digitali, sembrerebbe, dalle informazioni riportate nei documenti regionali, aver consentito di ampliare la platea dei destinatari e di aver migliorato il livello di interazione e partecipazione del pubblico regionale. Le future analisi valutative permetteranno di accertare l'effettiva portata delle azioni intraprese fino ad oggi.

Tabella 8. Attività di comunicazione realizzate nel biennio 2023-2024 e primi mesi del 2025

Anno	Strumento	Breve descrizione
Attività di informazione e comunicazione realizzate nell'ambito del PR Veneto FESR 2021-2027		
2025	Campagna media	<p>Campagna "Efficientamento energetico delle imprese" relativa alla presentazione delle misure del PR Veneto FESR 2021-2027 per l'efficientamento energetico delle imprese:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 6 uscite il 31/03/2025 nei seguenti quotidiani: L'Arena di Verona, Il Mattino di Padova, La Nuova Venezia, Il Corriere delle Alpi, Il Giornale di Vicenza, Tribuna di Treviso. ▪ 6 uscite dal 31/03/2025 al 06/04/2025 nei quotidiani online (www.tribunatreviso.it, www.corrierealpi.it, www.ilgiornaledivicenza.it, www.larena.it, www.mattinopadova.it, www.nuovavenezia.it). ▪ 4 uscite dal 30/03/2025 al 05/04/2025 nei seguenti periodici: La vita del popolo, La difesa del popolo, Nuova scintilla, La voce dei berici. ▪ 28 uscite di uno spot video da 30 sec dal 14/04/2025 al 20/04/2025 su Telenuovo Padova, ReteVeneta, Tele NordEst, TVA Vicenza, 7 Gold TelePadova, TeleArena. ▪ 28 uscite di uno spot Radio da 30 sec dal 14/04/2025 al 20/04/2025 su Radio Vicenza, Radio Cafè, Radio Verona, Radio Bruno, Radio Veneta, Radio Club 103. <p>Campagna "Sostenere il cambiamento" relativa alla presentazione degli strumenti finanziari a disposizione delle imprese finalizzati alla ricerca, l'innovazione, la transizione, la sostenibilità e la nascita delle PMI:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 uscite il 16/04/2025 nei seguenti quotidiani: L'Arena di Verona, Il Mattino di Padova, La Nuova Venezia. ▪ 3 uscite dal 21/04/2025 al 27/04/2025 nei quotidiani online (www.tribunatreviso.it, www.corrierealpi.it, www.ilgiornaledivicenza.it). ▪ 2 uscite dal 20/04/2025 al 26/04/2025 nei seguenti periodici: La vita del popolo, La difesa del popolo. ▪ 28 uscite di uno spot video da 30 sec dal 12/05/2025 al 18/05/2025 su Telenuovo Padova, ReteVeneta, Tele NordEst. ▪ 28 uscite di uno spot Radio da 30 sec dal 12/05/2025 al 18/05/2025 su Radio Vicenza, Radio Cafè, Radio Verona.
2025 e 2024	Eventi e seminari	<p>Sono stati realizzati i seguenti eventi/incontri:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 10 luglio 2024 - Presentazione del bando PR Veneto FESR 2021-2027 a supporto della nascita di nuove imprese culturali e creative Priorità 1 – Obiettivo Specifico 1.3 Azione 1.3.11 "Interventi a sostegno delle imprese culturali, creative e dell'audiovisivo - Sub B – Nascita nuove imprese culturali", Treviso, Museo Santa Caterina. Ha coinvolto 55 partecipanti. ▪ 14 marzo 2025 - sede Fondazione Fenice Green Energy Park di Padova, evento "Per un Veneto competitivo e sostenibile. Le misure della Regione del Veneto per l'efficientamento energetico delle

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

		<p>imprese". Evento di presentazione della misura attivata dal Fondo Veneto Energia con il PR Veneto FESR 2021-2027, per l'efficientamento energetico delle imprese. Ha coinvolto 118 partecipanti in presenza e 10 collegamenti online.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 9 aprile 2025 - PR FESR Veneto 2021-2027 • Presentazione del bando per l'erogazione di contributi a favore della produzione cinematografica e audiovisiva Azione 1.3.11 Sub C "Produzione audiovisiva". Ha coinvolto 140 partecipanti. ▪ 14 aprile 2025 - sede di Confindustria Vicenza, Sala Palladio, Vicenza evento "Sostenere il cambiamento: tra innovazione, transizione e Start-Up. Nuove opportunità per la competitività delle imprese" Fondo di partecipazione PR Veneto FESR 2021-2027. Ha coinvolto 77 partecipanti
2024	Video sul sondaggio relativo al sito del PR Veneto FESR 2021-2027	<p>Si tratta di un video che presenta i risultati di un'indagine di customer satisfaction rivolta a cittadini, beneficiari e stakeholders per raccogliere pareri in merito alle modifiche e integrazioni effettuate nelle pagine del PR FESR nel corso del 2024.</p> <p>Il video è stato diffuso sui canali web e social ed è pubblicato nella pagina di apertura della sezione dedicata al FESR</p>
2024 e 2023	Social network	<p>Attività di implementazione e gestione di contenuti dedicati al FESR nei profili social della Regione del Veneto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ post relativo al bando 1.3.8 – Regione del Veneto – dal 27 marzo al 7 aprile (11 giorni), pubblicato come post e come storia su Instagram e Facebook (impression 87.952, visualizzazioni 88.244, click sul link 407, interazione con la pagina 507, Follower o “mi piace” 9, reazioni al post 61). ▪ post relativo al bando 1.3. – Regione del Veneto – dal 27 marzo al 7 aprile (11 giorni), pubblicato come post e come storia su Instagram e Facebook (impression 117.315, click sul link 431, interazione con la pagina 522, follower o “mi piace” 10, reazioni al post 61)
2023	Video di presentazione del PR Veneto FESR 2021-2027	<p>Si tratta di un video che presenta il programma, i suoi obiettivi e le risorse a disposizione.</p> <p>Il video è stato diffuso sui canali web e social ed è pubblicato nella pagina di apertura della sezione dedicata al FESR.</p>
2023	Video “Il PR Veneto FESR a portata di click”	<p>Video di presentazione del programma, dei suoi obiettivi e delle risorse a disposizione.</p> <p>Il video invita a consultare il sito per informazioni dettagliate sulle opportunità offerte.</p> <p>Il video è stato diffuso nella pagina di apertura della sezione dedicata al FESR:</p> <p>https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/pr-fesr-2021-2027 e nella pagina YouTube di Fesr Veneto: https://www.youtube.com/watch?v=ZuQF11rVIRM</p>
2023	Spot audio	<p>Sono stati realizzati n. 15 podcast di informazione sugli obiettivi specifici del PR Veneto FESR 2021-2027. Gli audio sono scaricabili nella sezione “Contenuto del Programma Regionale” all'interno delle cinque sottosezioni dedicate alle Priorità:</p> <p>https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/programma-regionale</p>
2023	Brochure di sintesi del PR Veneto FESR 2021-2027	<p>Si tratta di una brochure che presenta il programma, i suoi obiettivi e le risorse a disposizione.</p> <p>La brochure può essere consultata e scaricata nella pagina di apertura della sezione dedicata al FESR.</p> <p>https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/pr-fesr-2021-2027</p>
2023	Brochure informative relative alle priorità del PR Veneto FESR 2021-2027	<p>Si tratta di cinque brochure che sintetizzano i contenuti relativi alle priorità del PR Veneto FESR 2021-2027.</p> <p>La brochure può essere consultata e scaricata nella pagina di apertura della sezione dedicata al FESR.</p> <p>https://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/pr-fesr-2021-2027</p>
Attività continuativa	Newsletter	<p>La newsletter è stata lanciata nel 29/08/2019. Informa gli iscritti su bandi di contributo, opportunità e avvisi; promuove eventi, diffonde buone prassi e</p>

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

		sondaggi di customer satisfaction. Il numero di iscritti a maggio 2025 era di 6.402
Attività di informazione e comunicazione realizzate nell'ambito del PR Veneto FSE+ 2021-2027		
2025	Video "Dialogo alla PARI"	Il video, pubblicato a seguito dell'evento finale del Bando PARI, presenta una sintesi dei principali risultati raggiunti. https://www.youtube.com/watch?v=Y8fRB2x0ulk
2025	Eventi e seminari	Sono stati realizzati i seguenti eventi/incontri: <ul style="list-style-type: none"> 7 Aprile 2025 si è svolto l'evento "Dal monitoraggio all'azione: l'evoluzione di Giovani Energie". Durante l'incontro, sono state presentate le iniziative a sostegno dei giovani, i risultati dell'analisi qualitativa sulle progettualità dell'Avviso "Giovani Energie" (DGR 729/2023) e il nuovo Avviso "Giovani Energie in Azione" (DGR 307 del 24 marzo 2025), finanziato dal PR Veneto FSE+ 2021-2027. È stata organizzata una serie di eventi nell'ambito del Programma a sostegno delle attività di orientamento dei giovani "Orientati" – Interventi per lo sviluppo di servizi di orientamento ed educazione alla scelta (DGR 685/2023): <ul style="list-style-type: none"> 23 Maggio "Sul sentiero invisibile" (Rovigo) 8 Maggio "Adulti e adolescenti: come stare in relazione?" (Verona) 3 Aprile "Sogna, ragazzo, sogna! In viaggio verso l'autonomia" (Vicenza). <p>8 Marzo si è svolto l'evento finale "Dialogo alla PARI" Progetti e Azioni di Rete Innovativi per la parità e l'equilibrio di genere, in cui sono stati presentati i risultati emersi dalle attività e dalle ricerche realizzate.</p>
2024	Video "ITS Academy Veneto"	Il video illustra i percorsi di formazione promossi dagli ITS della Regione Veneto. https://www.youtube.com/watch?v=rhBOP6iOPpk
2024	Video "Politica di coesione regionale 2021-2027: visita a progetti finanziati"	Realizzato in occasione di CdS, il video illustra alcuni progetti sostenuti dai fondi FSE+ e FESR relativi alla programmazione 2021-2027. https://www.youtube.com/watch?v=dJ4RP-qn17k&t=90s
2024	Video "Comunità di ricerca"	Il video è stato realizzato in seguito al lancio della piattaforma "Community della ricerca", presentando i primi risultati del progetto. https://www.youtube.com/watch?v=uyaQpFDwJEI&t=110s
2024	Video "Essere donna"	Il video, realizzato in occasione della Giornata della Donna, consiste in un'intervista all'Assessore all'Istruzione, alla Formazione, al Lavoro e alle Pari Opportunità, che illustra le iniziative promosse dalla Regione a favore dei diritti delle donne e delle pari opportunità. https://www.youtube.com/watch?v=9qri5pLeclA&t=81s
2024	Campagna media "Un aiuto a chi aiuta"	La campagna ha l'obiettivo di promuovere il progetto omonimo, finalizzato a sostenere le persone anziane non autosufficienti e le loro famiglie. È stata diffusa attraverso il sito della Regione del Veneto, in collaborazione con Azienda Zero e le ULSS territoriali, oltre che tramite i media. Di seguito le attività realizzate: <ul style="list-style-type: none"> 14 uscite nei seguenti quotidiani: l'Arena, il Mattino di Padova, la Nuova Venezia, Corriere delle Alpi, il Giornale di Vicenza, Tribuna di Treviso e la Voce di Rovigo. 14 uscite nei quotidiani online (larena.it, ilmattinopadova.it, nuovavenezia.it, corrierealpi.gelocal.it, ilgiornalevicenza.it, tribunatreviso.it e www.polesine24.it). <p>Secondo i dati di monitoraggio il numero potenziale delle visualizzazioni del banner informativo è 806,000.</p>
2024 e 2023	Eventi e seminari	Sono stati realizzati i seguenti eventi/incontri: <ul style="list-style-type: none"> 10 Maggio 2023 si è tenuto l'evento "Prevenzione dei fattori di rischio e delle tensioni sociali in età adolescenziale", quale occasione di confronto rispetto agli interventi di orientamento, formazione, accompagnamento volti a favorire l'attivazione e la partecipazione dei giovani alla società e al mercato del lavoro, ripresi dal PR Veneto FSE+ 2021-2027. Dal 29 al 30 settembre si sono svolti gli ITS Safety day: un progetto della Regione Veneto mirato a creare consapevolezza e formazione sui temi della sicurezza negli ambienti di lavoro a cui hanno partecipato 144 studenti degli ITS del Veneto. L'evento è stato realizzato al fine di

creare consapevolezza e formazione sui temi della sicurezza negli ambienti di lavoro.

- 27 settembre 2023 è stato realizzato l'evento "Le politiche regionali per l'orientamento educativo e professionale. Riflessioni e confronti" che ha presentato l'iniziativa "ORIENTATI interventi per lo sviluppo di servizi di orientamento ed educazione alla scelta [DGR 685/2023]". L'evento è stato gestito anche in diretta su piattaforma online.
- 10 e 12 Ottobre 2023 sono stati organizzati due focus group sul tema "Age Management come strumento di valorizzazione delle competenze e di promozione di nuovi modelli organizzativi nel mercato del lavoro", in seguito ai quali è stato pubblicato il Bando "GENERAZIONI A CONFRONTO. Promuovere Age Diversity Management nei contesti organizzativi". All'evento hanno partecipato le parti sociali, gli operatori pubblici e privati coinvolti nella programmazione delle politiche di age management e gli esperti della materia.
- 21 marzo 2024 – si è trattato di un evento dal titolo "Navigando le trasformazioni" che ha trattato il tema della "Strategia di Specializzazione Intelligente" come strumento per la competitività sostenibile del Veneto e della formazione come principale leva di cambiamento per le persone e le organizzazioni. All'evento hanno partecipato 90 persone.
- 25 marzo 2024 - evento "Generazioni a confronto: Promuovere l'Age Diversity Management nei contesti organizzativi".
- 26 marzo 2024 è stato organizzato l'evento "La cultura trasversale. Arte, Economia, Benessere: competenze e creatività per gli ecosistemi culturali territoriali", durante il quale è stato presentato lo stato di avanzamento del Bando "il bando "Cultura in rete - Interventi per lo sviluppo di ecosistemi culturali territoriali".
- 27 marzo 2024, in occasione della Settimana europea dei Giovani, la Regione del Veneto ha promosso l'evento "Generazione Proattiva: come rafforzare nei giovani la partecipazione e il sentimento di cittadinanza europea" (PR Veneto FSE+ 2021-2027 - DGR 729/2023 Giovani Energie.
- 17 aprile 2024 - evento "BENESSERE A SCUOLA, ORIENTARE ALLA FELICITÀ" rivolto alle famiglie e alla comunità educante, nell'ambito di #Orientati, programma della Regione del Veneto dedicato all'educazione alla scelta e all'orientamento scolastico.
- 24 maggio 2024 è stato organizzato l'evento di lancio della "Community della ricerca", una piattaforma per i ricercatori del Veneto coordinata dall'Università luav di Venezia e dalla Regione del Veneto con il sistema universitario veneto. Hanno partecipato all'evento oltre 170 ricercatori, ricercatrici e docenti.
- 12 ottobre 2024 è stato organizzato l'evento "Sul Sentiero Invisibile", rivolto alle famiglie e agli studenti che affrontano la scelta della scuola superiore, promossa nell'ambito del Programma #Orientati.
- È stata organizzata una serie di eventi nell'ambito della DGR 1643/2022 "Cultura in rete – Interventi per lo sviluppo di ecosistemi culturali territoriali", durante i quali sono stati presentati i risultati raggiunti dai progetti realizzati a livello locale:
 - 4 ottobre 2024 "CultuRete - Intrecci e connessioni culturali a Vicenza" (Vicenza);
 - 11 Ottobre 2024 "Creatività e cultura" (Belluno);
 - 22 Ottobre 2024 "Creatività e cultura" (Treviso);
 - 29 Ottobre 2024 "VENETIAN MOONLIGHT - Visioni dalla scena culturale veneziana indipendente" (Venezia);
 - 30 Ottobre 2024 "Cultura d'impresa e impresa culturale" (Porto Viro, Rovigo);
 - 30 Ottobre 2024 "Cultura, Arte, Valori nelle comunità e nei gruppi" (Verona).
- 6 dicembre 2024 è stato organizzato l'evento "Orientarsi tra tempi di vita: prepararsi al futuro con scelte realistiche", l'iniziativa promossa nell'ambito di #Orientati, il programma della Regione del Veneto dedicato all'educazione alla scelta e all'orientamento scolastico.

2024 e 2023	Eventi e seminari	<ul style="list-style-type: none">▪ 13 novembre 2023 - Focus Group "Rafforzare la capacità istituzionale e le competenze della P.A. - Dal progetto VIA all'iniziativa di Capacity Building 2021-2027" Evento di confronto e dialogo per costruire un nuovo progetto di formazione e accompagnamento rivolto al partenariato regionale, attraverso la raccolta di stimoli e proposte per lo sviluppo delle competenze necessarie al pieno raggiungimento degli obiettivi della politica di coesione regionale perseguiti dai PR Veneto FSE+ 2021-2027 e PR Veneto FESR 2021-2027. Ha coinvolto 35 partecipanti.▪ 17 gennaio 2024 – si è trattato del focus group "Rafforzare la capacità istituzionale e le competenze della P.A. Il Focus Group è stato dedicato alla programmazione delle iniziative di Capacity Building sostenute con le risorse del PR Veneto FSE+ 2021 - 2027, ed è stata l'occasione per proseguire il dialogo sulle sfide e le opportunità della Regione del Veneto verso il 2030 con l'obiettivo di condividere proposte e riflessioni per promuovere la capacità istituzionale e il rafforzamento delle competenze del Tavolo di partenariato 2021-2027. Ha coinvolto 34 partecipanti.▪ 17 settembre 2024 - incontro del "Tavolo di Partenariato per le politiche regionali di coesione 2021 - 2027". Hanno partecipato alle attività oltre 120 rappresentanti delle autorità pubbliche regionali, locali, cittadine, delle parti economiche e sociali, degli organismi che rappresentano la società civile. Ha coinvolto 128 partecipanti.
-------------	-------------------	--

Fonte: elaborazioni su informazioni al CdS e documentazione regionale

Il quadro che emerge è, al momento, ancora parziale, con un livello di attuazione delle attività programmate che si colloca nelle fasi iniziali. L'analisi condotta evidenzia come le azioni finora realizzate si siano concentrate prevalentemente sulla fase di lancio del programma, con un focus specifico sulla promozione della conoscenza generale dei Programmi e delle opportunità previste nei diversi ambiti di intervento.

È plausibile ritenere che, con l'imminente attivazione delle attività previste dal Piano di Comunicazione elaborato dall'operatore economico selezionato, si possa avviare nei prossimi mesi un progressivo riorientamento delle attività di comunicazione e informazione. Tali attività saranno via via più indirizzate verso obiettivi strategici volti a valorizzare e diffondere i risultati concreti dell'attuazione, nonché i traguardi raggiunti, contribuendo così a una più efficace visibilità dell'impatto generato dai Programmi.

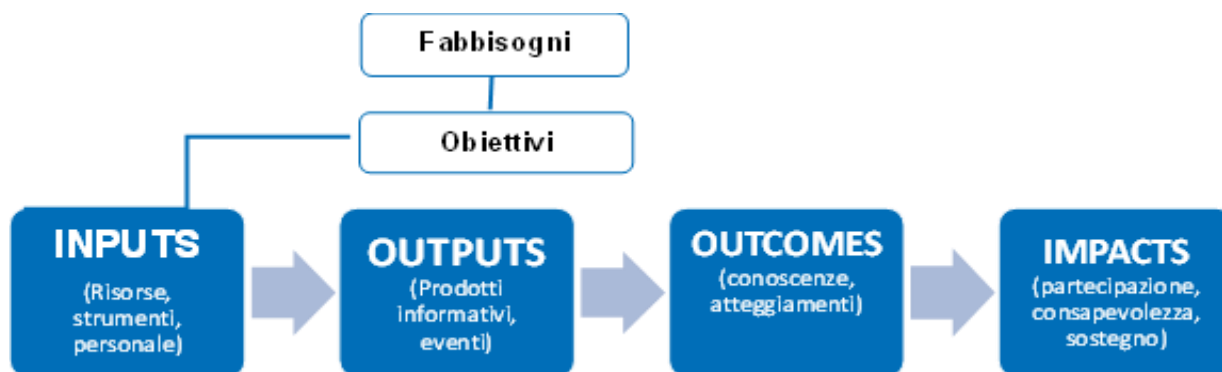
Alla luce di questa analisi preliminare, si suggerisce di orientare le attività per favorire una progressiva unificazione delle iniziative attraverso il portale, semplificando l'accesso alle informazioni su FESR e FSE+ e valorizzando l'area News come strumento utile e aggiornato di comunicazione. Potrebbe inoltre essere utile prevedere una sezione simile anche per il PR FSE+ o valutare la creazione di uno spazio condiviso tra i due Programmi.

3. Definizione dell'approccio metodologico: quesiti valutativi, metodi e fonti

3.1. Strutturazione della domanda valutativa sulla comunicazione e informazione

L'approccio metodologico adottato si traduce in modo coerente nella definizione e articolazione delle domande valutative previste dal Piano Unitario di Valutazione (PUV) 2021–2027 dei Programmi Regionali FESR e FSE+ della Regione Veneto ed è in linea con le indicazioni metodologiche dell'"Evaluation Tool Box for Communication"¹¹, ovvero la definizione chiara delle relazioni tra input, output, outcome e impatto atteso delle attività comunicative.

Figure 1. Schema logico di intervento



Fonte: elaborazioni su Evaluation Tool-box for Communication – Tips & Tools, 2019

Nell'illustrare i principali elementi metodologici adottati per rispondere in modo esaustivo alle domande valutative indicate dal Piano Unitario di Valutazione, il Valutatore propone di integrare le 5 domande previste dal Piano di Valutazione (e qualche leggera riformulazione) con una sesta domanda, con l'obiettivo di arricchire l'analisi e cogliere aspetti di particolare rilevanza per l'efficacia degli interventi (evidenziata in grigio nella matrice sottostante).

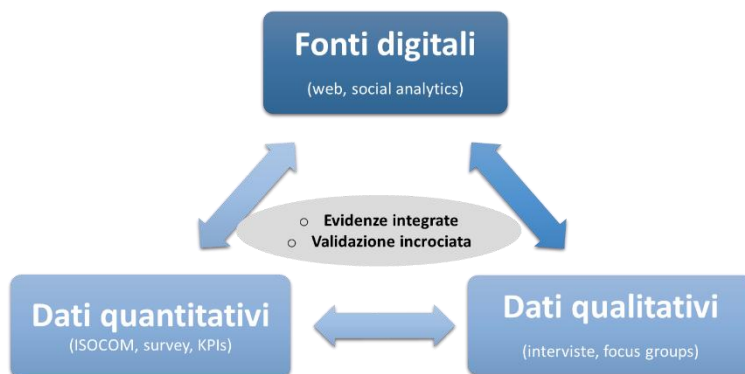
Approccio metodologico

La valutazione si basa pertanto su un modello triangolato, orientato all'evidenza empirica che combina metodi quantitativi e qualitativi in un quadro di triangolazione delle fonti, al fine di garantire la robustezza delle evidenze prodotte. In particolare, esso include:

- l'analisi documentale approfondita;
- il monitoraggio degli indicatori comuni (ISOCOM, ISRCOM);
- l'analisi dei dati digitali (web analytics, insights e engagement social media);
- la raccolta di dati qualitativi (interviste semistrutturate, focus group, pareri esperti);
- survey CAWI/CATI;
- analisi contenutistica dei materiali informativi;
- il benchmarking con altre amministrazioni regionali (rete INFORM IT);
- la valutazione dell'efficacia secondo i livelli cognitivi, affettivi e comportamentali del pubblico, come suggerito dal modello "Hierarchy of Effects" (Evaluation tool box).

¹¹ European Commission, Evaluation Tool box for Communication – Tips & Tools novembre 2019.

Figure 2. Triangolazione delle fonti e dei dati



Fonte: elaborazioni Valutatore

Particolare attenzione è dedicata anche al benchmarking interregionale, mediante la partecipazione attiva della Regione del Veneto alla rete INFORM IT, che consente la condivisione e il confronto costante con le migliori pratiche comunicative sviluppate da altre regioni. Si utilizzeranno, se i dati disponibili lo consentiranno, metodologie comparative, tramite benchmarking con altre regioni italiane coinvolte nella rete INFORM IT.

Questo impianto consente di verificare se le attività di comunicazione abbiano generato: attenzione (awareness), comprensione (understanding), interesse e cambiamento di atteggiamento (attitude), e infine azione (engagement/participation), in linea con gli obiettivi specifici e generali della politica di coesione.

Criteri valutativi

La valutazione viene condotta secondo i cinque criteri principali individuati nel quadro europeo della valutazione:

- **Efficacia:** capacità delle attività di raggiungere gli obiettivi comunicativi prefissati.
- **Efficienza:** rapporto tra risorse impiegate e risultati ottenuti.
- **Pertinenza:** coerenza delle attività di comunicazione rispetto ai target individuati.
- **Impatto:** effetti sulle percezioni, comportamenti e conoscenze del pubblico;
- **Sostenibilità:** capacità delle strategie di comunicazione di produrre effetti duraturi.

Quesiti valutativi chiave

Il framework valutativo, come detto, si articola attorno a sei domande principali, di cui cinque sono previste dal Piano Unitario di Valutazione (seppure leggermente riformulate secondo l'approccio valutativo), mentre una è stata proposta dal valutatore in coerenza con le raccomandazioni europee, al fine di includere l'analisi della percezione del valore aggiunto dell'Unione europea da parte dei cittadini. Le domande coprono l'intero ciclo della logica di intervento:

1. Il Piano Strategico di comunicazione è coerente con gli obiettivi dei PR FESR e FSE+?
2. Quali sono i canali e gli strumenti utilizzati per garantire la visibilità dei PR?
3. Quali sono i gruppi target effettivamente raggiunti dalle attività di comunicazione?
4. Qual è l'efficacia dei differenti canali e strumenti utilizzati?
5. Gli obiettivi definiti nei Programmi con riferimento agli indicatori di output e di risultato sono stati raggiunti?
6. Le attività di comunicazione hanno garantito la visibilità dei Programmi e il ruolo dell'UE/del valore aggiunto apportato dall'UE allo sviluppo del territorio?

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

Per ciascuna domanda è stata costruita **una matrice valutativa** che comprende: criterio valutativo associato, indicatori, fonti informative, strumenti analitici e tempistiche. La raccolta dati è pianificata in modo ciclico e a intervalli regolari, con l'uso combinato di survey (CAWI/CATI), strumenti digitali e rassegna dei materiali e una proposta di tempistica per la raccolta e la restituzione degli indicatori.

Tabella 9. Overview dell'approccio alla valutazione

N.	Oggetto Domanda valutativa	Criterio	Indicatori principali	Fonti / Strumenti	Tempistica
1	Coerenza del Piano Strategico con obiettivi PR	Coerenza, efficacia	Obiettivi, target raggiunti, risorse, canali	Analisi documentale, interviste	Dal 2026
2	Canali e strumenti per la visibilità	Efficacia, efficienza	Numero canali, tipo, budget, coerenza obiettivi	Monitoraggio, mappatura canali e strumenti utilizzati, interviste, analisi documentale	Dal 2026
3	Copertura effettiva dei gruppi target	Pertinenza	Copertura target e scostamenti tra target previsti e raggiunti	Report, pareri esperti, analisi dati secondari	Dal 2026
4	Efficacia strumenti e canali	Efficacia	Web analytics (n. accessi, CTR, tempo medio navigazione, visualizzazioni, social engagement...), eventi, materiali	Web analytics, feedback utenti, benchmarking	Dal 2026
5	Raggiungimento degli obiettivi dei PR	Efficacia	Indicatori ISOCOM, ISRCOM, CTR, popolazione informata	Analisi dati Programmi, ISOCOM, ISRCOM, DV, analisi incrociata domande 2 e 4	Dal 2026
6	Visibilità del ruolo UE e valore aggiunto	Impatto	Conoscenza UE, logo, messaggi chiave	Survey biennale di Eurobarometro nazionale e ITAbarometro, CAWI/CATI, Focus group, analisi visibilità logo e materiali informativi	Dal 2026

Fonte: elaborazioni del Valutatore

La Matrice viene ulteriormente declinata esplicitando le diverse dimensioni valutative e gli evaluandi.

Tabella 10. Matrice di valutazione

N.	Domande Valutative	Criterio di Valutazione	Indicatori ed evaluandi	Strumenti/fonti informative
1	Il Piano Strategico di comunicazione è coerente con gli obiettivi dei PR FESR e FSE+?	<p><u>Coerenza</u> Il Piano Strategico di comunicazione e informazione PR Veneto FESR 2021 - 2027 e PR Veneto FSE+ 2021-2027 è coerente rispetto agli obiettivi delle attività di comunicazione e informazione definiti nei PR</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obiettivi generali e specifici dei PR ▪ Obiettivi del Piano Strategico di comunicazione e informazione ▪ Copertura dei diversi destinatari target previsti ▪ Canali e strumenti previsti ▪ Modalità di organizzazione e governance previsti ▪ Risorse previste 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale ▪ Diagramma logico del Piano Strategico di comunicazione e informazione ▪ Interviste responsabili attuazione ▪ Interviste tecnici
		<p><u>Efficacia</u> La tipologia e numero di prodotti e strumenti utilizzati dalle azioni di comunicazione e informazione contribuiscono a garantire l'integrazione e la complementarità dell'azione comunicativa/informativa tra i due Programmi Regionali</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strumenti/attività di comunicazione comuni (es. sito web) ▪ Quota di attività comunicative realizzate in forma integrata tra i due PR ▪ Coerenza grafica, lessicale e narrativa tra i materiali dei due PR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale: piano di comunicazione; analisi dei prodotti e materiali di comunicazione ▪ Parere dell'esperto ▪ Interviste responsabili attuazione ▪ Interviste tecnici ▪ Dati di monitoraggio
2	Quali sono i canali e gli strumenti utilizzati per garantire la visibilità dei PR?	<p><u>Efficacia</u> Ampiezza e diversificazione dei canali e strumenti impiegati</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Numero e tipologia di canali/strumenti utilizzati ▪ Frequenza di utilizzo dei diversi canali ▪ Budget allocato a ciascun canale/strumento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale ▪ Dati di monitoraggio ▪ Analisi dei contenuti ▪ Interviste ai responsabili dell'attuazione
		<p><u>Efficienza</u> Coerenza dei canali e strumenti utilizzati rispetto agli obiettivi di comunicazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canali/strumenti/attività di comunicazione realizzati nel periodo di analisi per obiettivo ▪ Analisi scostamenti e motivazioni tra pianificato e realizzato in termini di attività e timeline 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale ▪ Interviste tecnici ▪ Interviste ai responsabili dell'attuazione ▪ Parere di esperto

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

N.	Domande Valutative	Criterio di Valutazione	Indicatori ed evaluandi	Strumenti/fonti informative
3	Quali sono i gruppi target effettivamente raggiunti dalle attività di comunicazione?	<u>Pertinenza</u> I canali e strumenti adottati sono diversificati rispetto agli obiettivi e target individuati nel Piano Strategico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grado di copertura dei target previsti nel Piano Strategico ▪ Grado di differenziazione e della capacità informativa degli strumenti rispetto ai target individuati 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale ▪ Interviste tecnici ▪ Parere di esperto
		Coerenza tra i target individuati e quelli effettivamente raggiunti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Numero e tipologia di attività realizzate rispetto a quelle pianificate. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale: report di comunicazione ▪ Dati di monitoraggio ▪ Risultati della DV 4
4	Quale è l'efficacia dei differenti canali e strumenti utilizzati?	<u>Efficacia</u> Capacità dei canali e strumenti di comunicazione e informazione di raggiungere i destinatari target	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati ▪ ISOCOM_2IT – Campagne di comunicazione integrate Web e contenuti digitali: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Numero di accessi unici al sito web ▪ Numero totale di pagine visitate ▪ Numero di pagine pubblicate per anno ▪ Tempo medio di navigazione sul sito Numero di newsletter inviate e destinatari raggiunti Social media: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Engagement e copertura sui social media ▪ Indicatori di interazione: like, commenti, condivisioni, hashtag ▪ Click Through Rate (CTR) delle campagne digitali ▪ Numero totale di partecipanti agli eventi ▪ Numero di contest realizzati 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale ▪ Analisi quantitativa su dati monitoraggio ▪ Analisi web analytics, usabilità del sito, visibilità web, ecc) ▪ Analisi social media analytics ▪ Analisi di benchmarking ▪ Analisi dei risultati delle campagne pubblicitarie

N.	Domande Valutative	Criterio di Valutazione	Indicatori ed evaluandi	Strumenti/fonti informative
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Numero di consultazioni pubbliche effettuate ▪ Numero di cittadini coinvolti nelle consultazioni ▪ Target e copertura del piano media (audience potenziale e raggiunta) ▪ Numero di testate giornalistiche coinvolte ▪ Numero di passaggi pubblicitari su TV/radio ▪ Numero di spot realizzati e messa in onda effettiva ▪ Numero di comunicati stampa diffusi ▪ Numero di conferenze stampa realizzate ▪ Monitoraggio media: numero di articoli, interviste, interventi TV/radio/web 	
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verifica del gradimento dei destinatari delle attività di comunicazione (eventi, contenuti, strumenti) ▪ Verifica della comprensione e dell'efficacia dei messaggi veicolati ▪ Caratteristiche del sito: indicatori di performance, accessibilità, buone pratiche, SEO, ecc. ▪ giudizio complessivo di efficacia sulla comunicazione istituzionale ▪ tasso di soddisfazione degli utenti rispetto agli strumenti di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indagine di citizen satisfaction dei destinatari della comunicazione ⁽¹⁾ ▪ Rilevazione feedback dei partecipanti a eventi organizzati (online e in presenza): webinar, workshop, seminari (scheda di gradimento)⁽²⁾ e feedback utenti online ▪ Analisi di user experience design e analisi di performance del sito ▪ Parere di esperto

Valutazione annuale sulle attività di comunicazione e informazione dei PR FESR 2021-2027 e FSE+ 2021-2027

N.	Domande Valutative	Criterio di Valutazione	Indicatori ed evaluandi	Strumenti/fonti informative
5	Gli obiettivi definiti nei Programmi con riferimento agli indicatori di output e di risultato sono stati raggiunti?	<u>Efficacia</u> Efficacia complessiva delle azioni in termini di raggiungimento degli obiettivi prefissati dai PR (§ 7 dei rispettivi documenti di programmazione)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Livello di avanzamento rispetto agli indicatori di output e risultato previsti ne PR: - N. di iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati (ISOCOM_1IT)¹²; - indicatore di risultato (ISRCOM_1IT¹³): Click Through Rate (CTR)¹⁴ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dati di monitoraggio ▪ Risultati DV 4 ▪ Risultati DV 2
6	In che misura le attività di comunicazione hanno garantito la visibilità dei Programmi e del valore aggiunto apportato dall'UE allo sviluppo del territorio?	<u>Impatto</u> Consapevolezza del ruolo svolto dall'UE quale co-finanziatore della politica di coesione	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicatore di risultato (ISRCOM 2IT): Grado di conoscenza della politica di coesione della popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisi desk/documentale: Eurobarometro, Indagine ITA barometro (2025, 2027 e 2029) ▪ Indagine di percezione: survey campionarie CAWI/CATI¹⁵ ▪ Analisi dati di monitoraggio ▪ Focus group
		Corretto indirizzo del messaggio e effettiva comprensione da parte dei target	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riconoscibilità del logo UE e dei messaggi chiave 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Indagine di citizen satisfaction presso i destinatari della comunicazione ▪ Casi studio/Analisi di benchmarking

NOTE:

- (1) Verrà verificata con le AdG l'opportunità di rendere accessibile sul sito una Indagine di citizen satisfaction al fine di raccogliere elementi presso i destinatari della comunicazione.
- (2) Verrà verificata con le AdG l'opportunità di distribuire una scheda di gradimento in occasione di eventi organizzati (online e in presenza): webinar, workshop, seminari destinata alla rilevazione del feedback dei partecipanti.

Si precisa che l'allegato 1 riporta il set di indicatori proposto suddivisi per tipologia- realizzazione, risultato e impatto – le relative modalità di rilevazione e, laddove opportuno, di calcolo.

Per gli indicatori comuni si allegano le relative fiche metodologiche e i tool kits per la loro quantificazione.

¹² Indicatore comuni per le attività di comunicazione elaborati dal coordinamento nazionale della comunicazione 2021-2027.

¹³ Indicatore ISRCOM1 IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma

¹⁴ Corrisponde al numero di clic di un'inserzione diviso per il numero di volte in cui l'inserzione viene visualizzata (%) e misura l'efficacia di una campagna pubblicitaria on-line.

¹⁵ Le tempistiche sono subordinate all'avanzamento effettivo delle attività di comunicazione.

3.2. Strumenti di analisi e rilevazione dei dati

Nel quadro della strutturazione metodologica prevista per il presente Rapporto, verrà adottato un approccio integrato che farà ricorso a strumenti di analisi sia qualitativi che quantitativi. L'obiettivo sarà quello di garantire una valutazione completa e coerente delle attività di comunicazione e informazione, attraverso le seguenti attività e strumenti:

1. **Analisi documentale (desk)** dei documenti rilevanti, finalizzata all'analisi critica degli stessi. In particolare, si tratta della:

- Documentazione relativa ai PR: testo del PR (paragrafo 7), avviso per l'affidamento del servizio di ideazione e realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità, rapporti regionali di monitoraggio, ecc.
- Documentazione relativa ad altri contenuti programmatici: Piano strategico di comunicazione e informazione del PR Veneto FESR 2021-2027 e PR Veneto FSE+ 2021-2027.
- Verbali e documenti delle riunioni del Comitato di Sorveglianza.
- Materiale fornito dalle Autorità di Gestione (relazioni su eventi, articoli, comunicati stampa, newsletter, analytics del sito web ecc.).
- Documenti resi disponibili sul Portale nazionale della Coesione (OpenCoesione.gov.it) relativamente ai contenuti della comunicazione delle politiche di coesione del ciclo di programmazione 2021-2027;
- Documentazione Rete INFORM EU e rete INFORM Italia.
- Documentazione relativa alle valutazioni del periodo precedente 2014-2020 sul tema, incluse le indagini sul grado di conoscenza dei cittadini europei della politica di coesione;
- Risultanze delle nuove indagini sul grado di conoscenza dei cittadini europei della politica di coesione nel tempo (Eurobarometro, Agenzia di Coesione – IZI e DPCoe).
- Materiale coordinato e/o prodotto fornito dalle Autorità di Gestione (relazioni su eventi, articoli, comunicati stampa, newsletter, analytics del sito web ecc.).
- Screening delle attività di comunicazione realizzate/piano esecutivo/rapporti di monitoraggio (se del caso) della ditta aggiudicataria del servizio di comunicazione del PR FESR e del PR FSE+ e dai sistemi informativi delle AdG.

2. Analisi statistico-descrittiva: si procederà con l'elaborazione e l'analisi descrittiva dei dati di monitoraggio, con riferimento alle attività realizzate, ma anche dei dati raccolti attraverso le rilevazioni primarie. I dati saranno utilizzati per identificare andamenti, livelli di attuazione e possibili criticità, approfondendo in particolare l'analisi e l'avanzamento degli indicatori comuni – di realizzazione e risultato - di comunicazione ISOCOM_1IT, ISOCOM_2IT, ISRCOM_1IT e ISRCOM_2IT, in linea con le linee guida nazionali richiamate nel Capitolo 2.

Inoltre, l'analisi includerà anche l'approfondimento dei dati relativi all'interazione sui canali digitali ufficiali dei Programmi (social media e web analytics).

3. Rilevazione di dati primari: Saranno realizzate diverse indagini tramite questionario per raccogliere dati primari relativi alla percezione, soddisfazione e livello di conoscenza dei destinatari:

- **Indagine di citizen satisfaction:** Verrà verificata con le AdG l'opportunità di rendere accessibile sul sito una Indagine di citizen satisfaction online, aperto a tutti i cittadini interessati, per rilevare opinioni sugli strumenti di comunicazione utilizzati.
- **Indagini CAWI/CATI:** al fine di arricchire il quadro conoscitivo acquisito attraverso l'analisi degli indicatori, verranno svolte specifiche rilevazioni e indagini quantitative e qualitative su campioni di destinatari statisticamente significativi, concordando preventivamente sia i contenuti degli strumenti di indagine (questionari) sia le modalità di somministrazione delle survey al fine di rilevare la percezione e la conoscenza della popolazione sulla politica di coesione. Queste indagini integreranno i risultati delle indagini della rete INFORM IT nella quantificazione dell'indicatore di risultato **ISRCOM 2IT** (si veda box 1 per maggiori dettagli). Laddove opportuno e secondo modalità da verificare di volta in volta potranno essere realizzate anche specifiche indagini presso i beneficiari degli interventi.
- **Interviste qualitative:** saranno condotte interviste con i referenti regionali competenti, con lo staff dell'agenzia incaricata dell'attuazione del piano di comunicazione integrato. In seno al CdS, al fine di acquisire dati qualitativi e informazioni operative sulle campagne realizzate. Inoltre sono previste

interviste e focus group anche con specifici target delle attività di comunicazione e informazione, tra cui anche i rappresentanti del partenariato socio-economico, al fine di per raccogliere percezioni, aspettative e suggerimenti.

- **Casi di studio e benchmarking:** potranno alimentare l'analisi relative alla valutazione della visibilità dei PR e del valore aggiunto apportato dall'UE allo sviluppo del territorio, unitamente al confronto con strategie e performance di comunicazione di altri programmi regionali italiani ed europei.

4. Analisi del feedback da eventi digitali: verranno analizzati i feedback dei partecipanti a webinar e altri eventi digitali, con l'obiettivo di valutarne l'efficacia informativa e comunicativa. Verrà verificata con le AdG l'opportunità di distribuire una scheda di gradimento in occasione di eventi organizzati (online e in presenza): webinar, workshop, seminari destinata alla rilevazione del feedback dei partecipanti.

5. Analisi dell'esperienza utente e delle performance digitali: verranno effettuate analisi di user experience e di performance del sito (con particolare attenzione alle sezioni dedicate ai due PR, per valutare accessibilità, usabilità e fruizione dei contenuti digitali).

Infine sarà attivata una costante interazione con le strutture regionali coinvolte, fondamentale per l'acquisizione dei dati di monitoraggio e per la verifica della realizzazione concreta delle attività di comunicazione previste.

→ **Gli strumenti sopra elencati saranno utilizzati nei diversi rapporti annuali di valutazione delle attività di comunicazione e informazione, selezionando di volta in volta quelli più appropriati sulla base delle esigenze analitiche, dell'avanzamento delle attività di comunicazione e degli strumenti e canali messi in opera nei differenti periodi di analisi.**

Nelle note metodologiche di ciascun rapporto, condivise e approvate dalla Regione del Veneto, verrà indicato, sulla base di una ricognizione preliminare delle attività di comunicazione svolte nel periodo da valutare, il possibile mix di strumenti valutativi da adottare. È importante tenere presente che tecniche e strumenti di analisi potranno essere modificati nel corso del processo, in funzione delle esigenze valutative o della qualità dei dati disponibili. La proposta metodologica dovrà quindi essere considerata come indicativa e suscettibile di adattamenti.

BOX 1 – Approccio per la realizzazione di indagini CAWI/CATI sulla consapevolezza e conoscenza della popolazione in merito alla politica di coesione e all'azione dei Programmi Regionali

Le survey saranno mirate a rilevare la percezione dei cittadini in merito al ruolo di finanziatore dello sviluppo territoriale dell'Unione europea e della Regione del Veneto, al livello di conoscenza e di gradimento dei progetti finanziati da parte di cittadini e beneficiari dei due Programmi, nonché alla visibilità e il livello di gradimento e di efficacia degli interventi di comunicazione e informazione realizzati.

Tali dati saranno raccolti tramite indagini online basate su questionario. Questo strumento consente di raccogliere opinioni e valutazioni da un ampio campione rappresentativo, rafforzando la validità dei risultati e permettendo la triangolazione con altre fonti e metodi di raccolta dati.

Fasi del processo:

1. Definizione del target

Le indagini saranno rivolte alla popolazione in generale, con particolare attenzione a specifici sottogruppi di interesse, selezionati in base alla rilevanza rispetto agli obiettivi dell'indagine. Possono essere inclusi, ad esempio: cittadini che hanno avuto contatti diretti o indiretti con iniziative cofinanziate dai PR; partecipanti a programmi o bandi collegati alla politica di coesione; utenti di servizi pubblici o digitali promossi nell'ambito dei PR; membri di reti professionali o associative coinvolti in progetti finanziati.

La segmentazione consentirà di ottenere una visione articolata e comparabile tra diversi profili di pubblico.

2. Sviluppo del questionario

I questionari verranno sviluppati sulla base di indicatori predefiniti, coerenti con gli obiettivi di valutazione. Gli ambiti coperti potranno includere: il livello di conoscenza e consapevolezza sulla politica di coesione; le fonti di informazione utilizzate e accessibilità dei contenuti; opinioni sull'efficacia e rilevanza percepita delle azioni realizzate, etc.

Per garantirne la qualità, è raccomandata la collaborazione con esperti tematici e referenti istituzionali, oltre alla realizzazione di pre-test per verificare la comprensibilità e la coerenza dei questionari.

3. Realizzazione e somministrazione

Con il supporto di ditte specializzate, i questionari saranno somministrati tramite piattaforme CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing), che permettono una gestione efficiente del processo di raccolta dati.

È fondamentale garantire la rappresentatività dei campioni, attraverso campionamento casuale stratificato in base a variabili da identificare (es. socio-demografiche). A titolo indicativo, un campione di 1.000 rispondenti consente un livello di confidenza del 95% e un margine di errore contenuto.

4. Controlli di qualità

Per assicurare l'affidabilità dei dati raccolti, vengono implementati controlli automatici sia durante la compilazione sia nella fase di analisi: monitoraggio dei tempi di risposta; individuazione di pattern sospetti (es. risposte meccaniche); controlli di coerenza interna.

5. Tempistica

La tempistica per la realizzazione delle indagini CATI/CAWI potrà essere meglio definita nell'ambito del Rapporto Annuale di Valutazione del 2026, tenendo conto dello stato di avanzamento del Piano di Comunicazione. La raccolta di dati potrà essere avviata solo quando sarà trascorso un periodo sufficiente a garantire che le azioni di comunicazione previste siano state effettivamente realizzate e abbiano potuto raggiungere il pubblico attraverso un insieme articolato di strumenti e canali informativi. Ciò è essenziale per assicurare che le indagini possano misurare in modo significativo la percezione e il livello di consapevolezza generati dalle attività comunicative messe in campo.

Le rilevazioni verranno realizzate a partire dal 2026, sulla base dell'avanzamento effettivo delle attività di comunicazione: i primi risultati potrebbero essere integrati nel Rapporto di valutazione annuale del 2027 e una seconda rilevazione integrata nel Rapporto 2029.

In allegato al Rapporto di valutazione dell'annualità di riferimento, sarà prodotto un Report dell'indagine specifica realizzata.

3.3. Limiti e cautele metodologiche

L'implementazione delle attività di analisi e valutazione delle azioni di comunicazione, così come delineate nei paragrafi precedenti, può essere soggetta a una serie di limiti metodologici e operativi che richiedono un'attenta considerazione. Tali criticità riguardano principalmente quattro dimensioni:

- **Avanzamento operativo delle attività di comunicazione:** la valutazione tempestiva e coerente delle azioni di comunicazione integrate riferite ai due programmi può risentire di eventuali scostamenti tra la pianificazione prevista e lo stato effettivo di avanzamento delle attività. Questo aspetto può incidere sulla disponibilità e la qualità dei dati raccolti in itinere, nonché sull'efficacia delle analisi comparative tra i programmi.
- **Accessibilità a dati primari aggiornati:** nella fase iniziale del ciclo di monitoraggio, può manifestarsi una limitata disponibilità di dati primari aggiornati, sia quantitativi che qualitativi. Ciò può comportare ritardi nella costruzione degli indicatori di baseline e nella definizione di benchmark comparativi, influenzando la tempestività delle valutazioni preliminari.
- **Soggettività delle percezioni raccolte:** le evidenze derivanti da indagini campionarie (survey) e da metodologie partecipative quali focus group si fondano su percezioni individuali, fortemente influenzate da fattori personali e contestuali. Tali dati, seppur preziosi per cogliere aspetti qualitativi e valutativi, necessitano di essere opportunamente triangolati con fonti e indicatori oggettivi al fine di garantire solidità e robustezza interpretativa alle analisi.
- **Dinamiche evolutive del contesto digitale:** l'ecosistema comunicativo digitale è caratterizzato da una continua e rapida evoluzione, sia in termini di strumenti che di pratiche d'uso da parte degli utenti. Questa dinamicità impone un costante aggiornamento delle metodologie e degli strumenti di monitoraggio, affinché possano cogliere in modo efficace i cambiamenti nelle modalità di fruizione e interazione, nonché nell'efficacia dei canali e dei contenuti digitali.

In tale prospettiva, l'approccio metodologico adottato dovrà mantenere un elevato grado di flessibilità e adattabilità, affinché sia in grado di rispondere tempestivamente alle eventuali criticità emergenti, salvaguardando al contempo la coerenza, l'affidabilità e la validità complessiva del processo valutativo.

4. Conclusioni e raccomandazioni

Il Piano Strategico di Comunicazione della Regione del Veneto costituisce una base solida per la promozione della politica di coesione nella programmazione 2021–2027 a partire dal quale ricostruire e ricondurre a unitarietà gli output prodotti e i risultati conseguiti e da conseguire.

Seppure le attività realizzate nel biennio 2023–2024 e inizio 2025 restituiscano ancora un quadro in evoluzione, esse hanno evidenziato una buona capacità di utilizzo dei nuovi strumenti digitali e un progressivo miglioramento nella copertura informativa.

Tuttavia, permangono elementi di miglioramento in relazione alla definizione operativa dei target, alla misurazione sistematica dei risultati e alla costruzione di un dialogo strutturato con il partenariato per i quali, sulla base dell'analisi svolta nelle pagine precedenti e al fine di incrementarne ulteriormente l'efficacia e l'efficienza, si raccomanda di:

- Definire con maggiore precisione e chiarezza i momenti di rilevazione e rilascio degli indicatori, in particolare quelli comuni (ISOCOM e ISRCOM), con obiettivi quantitativi espliciti, nonché consolidare i dati relativi alle baseline di riferimento suggerite.
- Incrementare la frequenza delle attività di monitoraggio e di *accountability* periodica delle campagne comunicative, anche valorizzando il supporto metodologico offerto dal coordinamento della Rete INFORM – IT (OpenCoesione).
- Rafforzare strutturalmente il coinvolgimento degli stakeholder, del partenariato e dei beneficiari finali nelle fasi di progettazione e realizzazione delle attività di comunicazione e informazione, nonché intensificare la partecipazione della Regione del Veneto alla Rete INFORM EU/INFORM IT.
- Potenziare ulteriormente l'uso strategico dei dati raccolti tramite analytics digitali, survey periodiche, prevedendo la costruzione di un sistema di feedback organizzato (survey utenti portale, schede eventi pubblici, ecc.).
- Promuovere attività di storytelling focalizzate sui benefici concreti per i cittadini.

Relativamente al Portale istituzionale, dall'analisi preliminare effettuata emerge l'esigenza di ricondurre rapidamente a unitarietà e coordinamento strategico le varie iniziative messe in pista. In particolare, si suggerisce di far diventare il nuovo portale - nella sua rinnovata veste in fase di preparazione - l'unico punto di accesso effettivo alle informazioni relative alla programmazione FESR e FSE+ 2021-2027 dove concentrare gli sforzi, eventualmente prevedendo percorsi differenziati di accesso e navigazione per le diverse tipologie di utenti. Questo spazio potrebbe svolgere un ruolo strategico nella comunicazione, offrendo aggiornamenti tempestivi e facilmente accessibili sull'avanzamento del programma, sulla pubblicazione dei bandi, sugli sviluppi procedurali, elenco beneficiari, monitoraggio e valutazione, nonché su eventi e incontri informativi. Attualmente, la sezione non risulta utilizzata in modo attivo. Inoltre, si suggerisce di prevedere una area News comune ai due Programmi.

Infine, si suggerisce di valutare l'opportunità di seguire le indicazioni operative e/o suggerimenti avanzati in sede di Rete Nazionale – INFORM IT - per la personalizzazione dei messaggi e la selezione degli strumenti più efficaci in funzione dei diversi pubblici, in particolare per i gruppi meno raggiunti dalla comunicazione tradizionale. Questo approccio permetterebbe di aumentare l'efficacia delle azioni e di ridurre i margini di incertezza nella fase attuativa. Il rafforzamento della strategia di comunicazione, attraverso il progressivo affinamento di strumenti valutativi in un processo iterativo di raccolta dati, analisi dei risultati e revisione delle strategie di comunicazione, sarà infatti determinante per migliorare l'efficacia degli interventi e il loro riconoscimento pubblico.

Gruppo di lavoro

Nome e cognome
Andrea Ciffolilli
Maria Queiroz
Alessandra Nicita
Marco Pompili
Alena Dameronak
Veronica Grandoni



Ecorys Italy
Viale Castrense 8
00182 Roma
Italia

E italy@ecorys.com
W www.ecorys.com

COGEA S.r.l
Via Po 102
00198 Roma
Italia

W www.cogea.it