



Regione del Veneto

Informativa sulla comunicazione e visibilità dei PR VENETO FESR e PR VENETO FSE+ 2021-2027

Versione al 8 giugno 2023

1. La programmazione 2021 – 2027: normativa di riferimento

Le disposizioni comuni applicabili ai vari fondi sono contenute all'interno del Regolamento (UE) 2021/1060 (RDC), che fornisce la cornice normativa della Programmazione della politica di coesione 2021-2027. In particolare, tale regolamento conferisce alla comunicazione un ruolo di primaria importanza quale leva strategica della politica di coesione e fattore di moltiplicazione della conoscenza della visibilità europea e degli effetti delle politiche dell'UE sul miglioramento della qualità della vita dei cittadini; la comunicazione, pertanto, risulta essere un elemento indispensabile per garantire il radicamento della fiducia nelle istituzioni europee, nazionali e locali e il riconoscimento immediato degli impatti della politica di coesione.

In particolare, la comunicazione dovrà avere il compito di sensibilizzare la popolazione rispetto alle priorità del PR Veneto FESR 2021-2027 e del PR Veneto FSE+ 2021-2027, qui di seguito riportate:

- PR Veneto FSE+ 2021-2027

- Priorità 1 - Occupazione
- Priorità 2 - Istruzione e Formazione
- Priorità 3 - Inclusione sociale
- Priorità 4 - Occupazione giovanile

- PR Veneto FESR 2021-2027

- Priorità 1 - Un Veneto più competitivo e intelligente
- Priorità 2 - Un Veneto più resiliente, verde e a basse emissioni di carbonio
- Priorità 3 - Un Veneto più connesso attraverso la mobilità urbana sostenibile
- Priorità 4 - Un Veneto più sociale ed inclusivo
- Priorità 5 - Un Veneto più vicino ai cittadini

2. Analisi di contesto

Al fine di adottare una strategia di comunicazione in grado di consentire il raggiungimento degli obiettivi previsti dai Programmi Regionali (PR), nel corso del 2022 sono state svolte delle indagini demoscopiche rivolte alla cittadinanza e, in maniera più specifica, ai destinatari e beneficiari delle iniziative promosse dal FSE e dal FESR, per verificare i risultati raggiunti nell'ambito della programmazione 2014-2020.

Tali indagini hanno evidenziato un **livello di conoscenza più che buono**, specialmente tra i cittadini, delle iniziative e opportunità promosse dal FSE e dal FESR. Ad esempio circa l'**85%** degli intervistati nell'ambito dell'indagine CAWI¹¹ si considera adeguatamente informato circa l'esistenza di opportunità di investimento/crescita legate all'utilizzo del POR FSE. Altrettanto soddisfacente è il grado di conoscenza della politica di coesione dei residenti veneti: due intervistati su tre, infatti, hanno un livello di conoscenza adeguato (ovvero hanno sentito parlare di almeno tre fondi/strumenti tra FESR, FEASR, FSE, Next Generation UE, PNNR, REACT-UE) e più di uno su tre ne ha una conoscenza elevata.

Nell'ambito della Programmazione 2021-2027, si intende adottare una **strategia di comunicazione**

¹ Fonte: "Rapporto di valutazione della strategia di comunicazione per il servizio di valutazione operativa e strategica del POR FSE 2014-2020"

ancora più efficace e inclusiva, che riesca a far conoscere ancor più i Programmi Regionali FSE+ e FESR, in modo tale da raggiungere e coinvolgere il più ampio numero possibile di cittadini e beneficiari nelle iniziative e nelle opportunità messe a disposizione.

3. Obiettivi di comunicazione e gruppi target

Nell'ottica di garantire la visibilità dei risultati raggiunti dalle iniziative attivate in particolare rispetto alle **operazioni di importanza strategica** individuate dai rispettivi PR e mantenendo attivo il **ruolo del partenariato** delle parti sociali, delle organizzazioni della società civile e della rete degli operatori pubblici e privati, nelle diverse sedi previste - tra cui il Tavolo di Partenariato per le politiche regionali di coesione 2021-2027 e il Comitato di Sorveglianza unico del PR Veneto FESR e del PR Veneto FSE+ 2021-2027 - le **azioni di informazione e comunicazione** dovranno assicurare, anche attraverso nuove modalità di dialogo e partecipazione, la **comunicazione e visibilità dei PR presso i cittadini e presso il partenariato, durante tutte le fasi di attuazione dei PR**, assicurando il dialogo rispetto alle succitate priorità dei Programmi.

Nello specifico analizzando gli obiettivi di comunicazione specifici espressi dai due programmi, emergono una serie di punti comuni che sottolineano l'esigenza di sviluppare una strategia di comunicazione condivisa, in grado di **promuovere la conoscenza delle iniziative europee presso il grande pubblico e di favorire l'accesso** a tali iniziative **a beneficiari effettivi e destinatari specifici**. In particolare, emergono i seguenti obiettivi di comunicazione comuni:

1. Informare la popolazione su obiettivi, strategie e risultati dei PR - evidenziando il ruolo dell'UE - coinvolgendola nella politica di coesione;
2. Garantire che potenziali beneficiari e destinatari siano informati su obiettivi e strategie dei PR e sulle relative opportunità di finanziamento, garantendo trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'utilizzo delle risorse tramite opportuna pubblicizzazione;
3. Mettere a disposizione strumenti e informazioni accessibili anche alle persone con disabilità, attraverso un linguaggio chiaro e semplice;
4. Garantire che i beneficiari siano informati su obblighi e responsabilità in materia di comunicazione.

Le **attività di comunicazione e visibilità saranno pertanto implementate con un approccio integrato** per garantire visibilità e riconoscibilità degli interventi a valere sui PR, in particolare rispetto ai risultati delle **operazioni di importanza strategica**, in sinergia con altri Fondi UE, **partenariato** e canali di comunicazione istituzionali regionali.

Così come gli obiettivi di comunicazione, anche i segmenti di pubblico, sia **target** che sotto-target, risultano in gran parte comuni a entrambi i Programmi. Va tuttavia sottolineato, come elemento di discontinuità tra i due Programmi, che il FESR rivolge le proprie iniziative principalmente a imprese e enti locali, mentre il FSE+ agisce in favore delle persone, e più precisamente aduna serie di destinatari specifici legati agli ambiti di azione del programma nei sistemi dell'istruzione, della formazione, del lavoro e del sociale. In particolare, si evidenziano i seguenti gruppi target:

- **Cittadine/i della Regione** con particolare riferimento alle generazioni più giovani;
- **Beneficiari** potenziali, effettivi e **loro partner**;
- **Destinatari degli interventi**, potenziali ed effettivi;
- **Target group specifici** (previsti dai PR, con particolare riferimento ai destinatari delle operazioni di importanza strategica individuate).

Per ogni gruppo target particolare attenzione sarà data alle esigenze informative delle **persone con disabilità**.

Si sottolinea che per ognuno dei PR è stato nominato un **responsabile della comunicazione** per

garantirne la corretta attuazione, compresa la partecipazione alle reti nazionali ed europea di informazione e comunicazione.

4. Canali, strumenti e monitoraggio

Al fine di soddisfare gli obiettivi di comunicazione sopra citati e consentire un'adeguata diffusione di entrambi i Programmi, è fondamentale sviluppare una strategia di comunicazione *omnicannale* che preveda l'utilizzo integrato di canali online e offline, proprietari e a pagamento, evidenziandone la complementarità. La strategia di comunicazione si svilupperà quindi su più fronti: canali digitali proprietari come i siti web dei PR (collegati al portale unico nazionale e contenenti informazioni generali sui programmi e i principali documenti e dati, il calendario degli inviti a presentare proposte, aggiornato almeno 3 volte l'anno e l'elenco delle operazioni selezionate, aggiornato con cadenza quadrimestrale), mail, newsletter e social; reti territoriali esistenti; eventi, fiere e manifestazioni; acquisto di spazi editoriali sui canali tradizionali (es. Tv, Radio, Stampa) e digitali (Pubblicità sui motori di ricerca e sui Social Network).

La scelta degli strumenti e dei canali deve tenere conto delle caratteristiche degli stessi, dei target, degli obiettivi, dei costi e tempi di realizzazione e verrà definita in sede di progettazione esecutiva, al fine di ottimizzare efficienza ed efficacia delle azioni.

A titolo esemplificativo, i canali di comunicazione che potranno essere utilizzati per la diffusione di FSE+ e FESR potranno essere scelti tra i seguenti:

- **Canali Istituzionali:** i canali istituzionali di riferimento saranno il **Sito web istituzionale della Regione del Veneto** e i portali settoriali di riferimento, (quali a titolo esemplificativo ma non esaustivo **Il Veneto verso il 2030, Open Coesione, Veneto.eu ecc.**). Questi canali saranno fondamentali per la diffusione di informazioni complete sulle modalità di accesso ai Fondi, sulla fruizione degli stessi e sugli aggiornamenti riguardo l'andamento dei Programmi.
- **Tv e Radio:** i media tradizionali potranno promuovere le opportunità offerte dai Fondi trasversalmente, andando a intercettare più fasce di target comprese nel Grande Pubblico. La comunicazione avverrà tramite spot televisivi e radiofonici, trasmessi presso le maggiori emittenti, nazionali e locali, e attraverso la programmazione di interviste e testimonianze di beneficiari e soggetti che hanno partecipato alle progettualità finanziate dalle programmazioni precedenti.
- **Stampa:** Per garantire una diffusione capillare sull'intero territorio regionale di informazioni e messaggi chiave su FSE+ e FESR e una più intensa copertura delle aree interessate, sarà indispensabile considerare, nella strategia di comunicazione unitaria, l'attuazione di un'attività di comunicazione tramite mezzo stampa, che possa andare ad intercettare sia i target compresi nel Grande pubblico, sia stakeholders e beneficiari.
- **Canali social:** attraverso i canali social della Regione del Veneto (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e YouTube) - ed eventuali altri canali social che potranno essere attivati - sarà possibile divulgare su larga scala le attività svolte grazie a FSE+ e FESR, condividere le informazioni chiave con i diversi destinatari (es. grande pubblico, potenziali beneficiari, destinatari specifici), al fine di favorire una maggiore conoscenza delle iniziative promosse all'interno dei PR, e agevolare lo scambio di informazioni e le interazioni con i target. Ciascun canale social seguirà uno specifico piano editoriale che prevederà la promozione sia organica che a pagamento di progetti specifici, con call to action ai siti internet di riferimento.
- **Eventi, fiere e manifestazioni:** la comunicazione unitaria dei Fondi potrà essere veicolata attraverso l'organizzazione di **eventi, iniziative di sensibilizzazione** e la partecipazione a **fiere e manifestazioni di settore**. In questo modo sarà possibile informare, sia il grande pubblico che i possibili beneficiari, sui progetti dei PR, sulle modalità di presentazione delle richieste e sugli adempimenti in termini di comunicazione e promozione. Gli eventi e le iniziative programmate saranno pubblicizzati tramite gli altri canali di riferimento per strutturare un

modello di comunicazione dinamica ed efficace, che, oltre alla divulgazione, agevoli la partecipazione, la condivisione e l'inclusione.

Per implementare una strategia di comunicazione efficace, relativamente alla selezione dei canali, sarà fondamentale tenere in considerazione abitudini, preferenze e comportamenti specifici di ciascun target di riferimento.

L'eterogeneità delle tematiche contenute nelle priorità dei due Programmi sarà un ulteriore fattore di impatto rilevante nella selezione dei canali che comporranno il media mix. Le differenze nelle tematiche connesse alle priorità dei due Programmi, richiedono infatti che nella definizione delle azioni di comunicazione si tengano in considerazione, oltre ai target di riferimento, anche i messaggi chiave, specifici per ogni priorità.

Per quanto riguarda invece i **principali strumenti**, si citano ad esempio: materiale tecnico-operativo materiale informativo, pubblicazioni, produzioni audiovisive, eventi, consultazioni pubbliche per l'ascolto dei cittadini, campagne pubblicitarie e promozionali, con le modalità previste dalla normativa nazionale e regionale in materia.

La comunicazione unitaria dei PR Veneto FSE+ e del PR Veneto FESR per il ciclo 2021-2027, per essere efficace, dovrà essere in grado di **adattarsi**, nel corso del tempo, per meglio intercettare le preferenze e le caratteristiche specifiche del proprio pubblico.

Monitoraggio e valutazione

Tramite l'utilizzo integrato dei sistemi di monitoraggio delle performance, sarà quindi possibile impostare efficacemente una **strategia basata sui dati**, capace di **adattarsi** ed **evolvere** intorno ai propri interlocutori, **ottimizzando** i risultati e gli investimenti intrapresi.