Regione Emilia Romagna

Servizio di valutazione indipendente del POR FSE 2014–2020

Rapporto di valutazione della Strategia di comunicazione

RTI Iris srl – Performer srl

Giugno 2020

INDICE

1 INTRODUZIONE 1

1.1 LE FINALITÀ DEL RAPPORTO 1

2 ANALISI DI CONTESTO E STRATEGIA DI COMUNICAZIONE POR FSE 2014-2020 2

2.1 IL CONTESTO DELLA STRATEGIA 2

2.2 L'APPROCCIO DELLA STRATEGIA 3

2.2.1 Caratteristiche della Strategia di comunicazione 4

2.2.2 Priorità della Strategia di comunicazione 5

2.2.3 Obiettivi della strategia 5

2.2.4 Destinatari della Strategia di comunicazione 6

2.2.5 Azioni di informazione e comunicazione della strategia 7

2.3 L'ORGANIZZAZIONE E LE RISORSE PER LA COMUNICAZIONE 9

2.4 LA VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA 9

2.4.1 Elementi di valutazione della strategia di comunicazione 10

3 LE AZIONI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE REALIZZATE E LA VALUTAZIONE 11

3.1 AZIONI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE 11

3.1.1 Comunicazione digitale 11

3.1.2 Eventi e campagne pubblicitarie 15

3.1.3 Materiali informativi 18

3.1.4 Attività di Help desk 19

3.1.5 Relazioni con i media 20

3.2 LA VALUTAZIONE DELLE AZIONI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 20

3.2.1 Gli indicatori di realizzazione 21

3.2.2 Gli esiti delle rilevazioni 23

4 FOCUS SULLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "QUI LE IDEE DIVENTANO REALTÀ" 25

5 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE 28

1 INTRODUZIONE

1.1 LE FINALITÀ DEL RAPPORTO

Il Rapporto di valutazione della Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 della Regione Emilia-Romagna pone l'attenzione sul contributo che la strategia, nel corso delle annualità di programmazione, ha fornito per il raggiungimento degli obiettivi del Programma operativo, coniugando la conoscenza delle opportunità e l'acquisizione della consapevolezza della strategicità delle competenze e del valore aggiunto dei fondi europei alle politiche regionali.

In relazione a quanto definito nel Reg. (UE) n.1303/2013 (artt. 115-117 e Allegato XII),[1] il rapporto prende in considerazione la struttura, i contenuti, l'organizzazione e la gestione della Strategia di comunicazione per rispondere a precise esigenze di valutazione e verificare che la strategia abbia le caratteristiche fondamentali per realizzare efficaci azioni di informazione e pubblicità, che le finalità della strategia siano in linea con gli strumenti e le azioni previste dalla strategia stessa e che i destinatari individuati siano coerenti con le priorità di investimento del PO FSE.

Pertanto, a partire dall'analisi desk della Strategia di comunicazione del POR FSE, il rapporto esamina nel dettaglio i contenuti della Strategia di comunicazione per verificare la presenza degli elementi richiesti dal Reg. (UE) n.1303/2013 e la pertinenza delle finalità della strategia con le azioni previste.

Il periodo oggetto di analisi si riferisce alle annualità dal 2015 al 2019.

La fonte dei dati e il materiale analizzato sono:

- il documento "Strategia di comunicazione del Programma operativo FSE 2014-2020 Regione Emilia-Romagna";
- i piani di comunicazione annuali (dal 2015 al 2019);
- le relazioni e gli aggiornamenti di attuazione della strategia;
- il portale Formazione e lavoro del PO FSE;
- gli aggiornamenti pubblicati nelle relazioni annuali di attuazione del Programma operativo.

Il documento è organizzato in capitoli, che descrivono il contesto e l'articolazione della strategia, in relazione a obiettivi, caratteristiche, destinatari e azioni, l'analisi delle azioni attuate e un focus sulla campagna di comunicazione, integrata con il FESR, "QUI le idee diventano realtà" realizzata nel corso del 2019 (periodo giugno – dicembre).

[1] Il Regolamento di esecuzione (UE) n.821/2014 della Commissione definisce le modalità di applicazione del Reg. (UE) n.1303/2013 e approfondisce le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione. Il Reg. (UE) 1046/2018 esplicita l'esigenza di migliorare la visibilità dei risultati e dell'impatto dei programmi operativi dei fondi e della politica di coesione.

2 ANALISI DI CONTESTO E STRATEGIA DI COMUNICAZIONE POR FSE 2014-2020

2.1 IL CONTESTO DELLA STRATEGIA

Nella programmazione 2014-2020 della politica di coesione, il tema della comunicazione assume un'elevata rilevanza motivata dalla scarsa consapevolezza dei cittadini in merito all'azione condotta dall'Unione europea per ridurre le disuguaglianze. Pertanto, al fine di aumentare il livello di informazione sul ruolo dei fondi SIE, l'Unione europea incoraggia l'utilizzo, a livello nazionale e regionale, di un approccio globale e sistematico ai temi della comunicazione e della pubblicità.

L'Articolo 116 "Strategia di comunicazione" del Reg. (UE) n. 1303/2013 stabilisce che "Lo Stato membro o le Autorità di Gestione elaborano una strategia di comunicazione" che tenga conto dell'entità del programma o dei programmi operativi pertinenti conformemente al principio di proporzionalità» nella convinzione che la definizione di una strategia di comunicazione possa contribuire a:

- migliorare l'accessibilità e la trasparenza delle novità relative alle opportunità di finanziamento per i potenziali beneficiari;
- assicurare un'ampia diffusione delle informazioni sull'attuazione dei fondi Strutturali e di Investimento Europei (SIE);
- far conoscere al pubblico i risultati raggiunti dai fondi SIE;
- valorizzare il ruolo dell'Unione europea nel favorire le politiche per la competitività e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio.

La Regione Emilia-Romagna ha deciso di elaborare strategie di comunicazione monofondo dei Programmi operativi,[2] assicurando la collaborazione tra tutte le Autorità di Gestione regionali dei fondi europei per condividere alcune priorità strategiche.

La definizione della strategia si basa sulla esperienza maturata nella realizzazione del piano di comunicazione del periodo di programmazione precedente, valorizzando gli elementi positivi - relativi alla adozione di una immagine coordinata chiara e riconoscibile, all'integrazione di strumenti e canali, con attenzione al forte orientamento al web dei cittadini emiliano-romagnoli, alla valorizzazione dei punti informativi e allo storytelling di seconda generazione – e superando gli elementi di criticità – in particolare una integrazione più sistematica con le altre Autorità di Gestione regionali, l'intensificazione dei social media e un rafforzamento della comunicazione interattiva e partecipata.

[2] La Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 è stata approvata dal Comitato di Sorveglianza del 5 giugno 2015.

In tale contesto, l'analisi della strategia prende in considerazione:

- l'approccio della Strategia di comunicazione, per verificarne la coerenza e la corrispondenza dei contenuti con gli elementi richiesti e indicati nell'Allegato XII del Reg. (UE) n.1303/2013;
- l'organizzazione e la governance della Strategia di comunicazione, in relazione alla disponibilità di risorse destinate all'attuazione della strategia e ai ruoli di responsabilità nell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione;
- il monitoraggio e la valutazione, verificando che siano stati individuati gli appositi strumenti per consentire, nel percorso di attuazione del POR FSE, la valutazione delle iniziative di comunicazione previste dalla strategia.

2.2 L'APPROCCIO DELLA STRATEGIA

La Strategia di comunicazione del POR FSE 2014-2020 adottata si pone in continuità con l'approccio comunicativo che ha contribuito a rafforzare l'identità e l'efficacia delle azioni del precedente piano di comunicazione del periodo di programmazione 2007-2013 e con l'importanza di comunicare le opportunità delle politiche regionali per l'istruzione, la formazione e il lavoro in una logica di sistema stabile, strutturato e riconoscibile.

ER Educazione Ricerca Emilia-Romagna è il "brand" che rappresenta l'infrastruttura educativa e formativa per lo sviluppo del territorio regionale, e identifica l'Emilia-Romagna con il preciso impegno politico di investire in capitale umano per garantire ai suoi abitanti e al territorio la competitività necessaria per crescere e la coesione sociale che da sempre ha contraddistinto la regione.

Figura 1 – Infrastruttura educativa ER

L'infrastruttura educativa è rappresentata simbolicamente da un grande albero, le cui radici affondano in un terreno fertile di tradizione formativa, di cultura del lavoro e del fare impresa, e dal cui tronco ramificano i percorsi e le opportunità che le politiche regionali per l'istruzione, la formazione e il lavoro offrono alle persone e alle imprese:

- Il primo ramo di ER è costituito dall'Istruzione e Formazione professionale (IeFP) - la proposta educativa, regolata dalla Legge regionale n.5/2011, che permette di conseguire in un percorso di tre anni una qualifica professionale;
- il secondo, la Rete Politecnica, raccorda l'offerta formativa volta a qualificare le competenze tecniche e scientifiche delle persone - in essa confluiscono la Formazione superiore, l'Istruzione e Formazione Tecnica Superiore e i percorsi biennali delle Fondazioni ITS, nuove scuole di tecnologia che formano tecnici superiori in grado di inserirsi nei settori strategici del sistema economico-produttivo, portando nelle imprese competenze altamente specialistiche e capacità d'innovazione;
- il terzo ramo dell'infrastruttura è quello dell'Alta formazione, ricerca e mobilità internazionale - a cui afferiscono le opportunità e gli interventi più sperimentali e innovativi, assegni per l'alta formazione, dottorati di ricerca, incentivi economici e altre agevolazioni per favorire il trasferimento tecnologico e la nascita di imprese ad alto contenuto di conoscenza;
- l'ultimo completa il disegno regionale con le politiche attive - percorsi per l'inserimento e il reinserimento lavorativo e misure di accompagnamento al lavoro, azioni integrate per l'inclusione lavorativa delle persone in condizioni di svantaggio, tirocini, formazione per apprendisti, percorsi per l'aggiornamento delle competenze dei lavoratori e l'innovazione organizzativa e produttiva delle imprese.

Nei paragrafi che seguono sono evidenziati gli elementi principali della strategia – caratteristiche, priorità, obiettivi e destinatari.

2.2.1 CARATTERISTICHE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

L'elemento principale della Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 è l'integrazione sotto vari aspetti con:

- la Strategia di comunicazione degli altri fondi SIE e dei programmi europei a gestione diretta, per una visione unitaria e più efficace dell'Unione europea;
- le iniziative di comunicazione delle politiche formative e per il lavoro, a prescindere dalla fonte di finanziamento;

- il partenariato istituzionale ed economico-sociale per un supporto nella modulazione e ottimizzazione della trasmissione delle informazioni;
- reti di informazione europea e con la rete attiva per il lavoro.

L'integrazione ha un valore più ampio e riguarda anche strumenti e canali di comunicazione, mantenendo un assetto coordinato della comunicazione, con una identità sempre riconoscibile, e orientato alle caratteristiche e alle esigenze dei cittadini.

2.2.2 PRIORITÀ DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Una maggiore conoscenza dell'Unione europea – valori, obiettivi e politiche – e dell'utilizzo delle risorse comunitarie a livello regionale è una priorità della Strategia di comunicazione perché strumento di riduzione della distanza tra istituzioni e cittadini.

Far conoscere di più e meglio l'Europa e gli strumenti di intervento, quali il FSE che "investe sul futuro" dei cittadini europei, è prioritario nei confronti di tutti i target di destinatari della Strategia di comunicazione adottata, sia per i destinatari potenziali sia per chi partecipa effettivamente ad una azione finanziata perché testimone di tali opportunità.

2.2.3 OBIETTIVI DELLA STRATEGIA

La Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 definisce obiettivi generali e specifici, a partire dall'impegno a garantire la trasparenza, l'accessibilità e l'imparzialità nell'accesso alle opportunità. Attenzione specifica è rivolta all'accesso alle informazioni alle persone con disabilità.

Rafforzare la consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e del valore aggiunto che i fondi europei apportano alle politiche regionali per lo sviluppo innovativo, coeso e sostenibile del territorio e della società emiliano-romagnola è l'obiettivo generale condiviso con le Autorità di Gestione del FESR e del FEASR.

Per il FSE, l'obiettivo generale è contribuire al raggiungimento degli obiettivi del POR FSE 2014-2020, diffondendo la conoscenza delle opportunità, promuovendo il sapere come strumento di crescita individuale e collettiva, evidenziando il ruolo che l'Unione europea svolge nella programmazione e attuazione delle politiche regionali per la formazione e il lavoro.

Sono obiettivi specifici:

- aumentare la riconoscibilità delle azioni informative realizzate dai beneficiari presidiando e offrendo supporto alle azioni di comunicazione dei soggetti attuatori attraverso la condivisione di materiali informativi generali sulla programmazione e la predisposizione di format per promuovere le loro attività;
- valorizzare il ruolo del partenariato economico e sociale come interpreti di fabbisogni comunicativi del territorio e potenziali moltiplicatori dell'informazione attraverso i propri canali di comunicazione;
- individuare nuove modalità di comunicazione verso le imprese per favorire processi di innovazione, valorizzarle quali luoghi formativi, rafforzare l'integrazione tra le imprese e l'infrastruttura educativa e formativa;
- promuovere l'accesso alle opportunità delle persone maggiormente distanti dal mercato del lavoro diversificando le azioni di comunicazione verso potenziali destinatari in condizioni di svantaggi;
- comunicare sistematicamente e in modo trasparente i risultati conseguiti per garantire un costante aggiornamento dell'avanzamento del Programma, sia in termini di capacità attuativa, sia di avvicinamento del territorio regionale agli obiettivi di Europa 2020;
- restituire e diffondere obiettivi, azioni e risultati della programmazione integrata dei fondi strutturali europei, quale leva fondamentale per incidere sulla struttura dell'economia, sulla produttività, sul capitale umano e sociale regionale.

2.2.4 DESTINATARI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

L'obiettivo generale relativo al rafforzamento della consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e al raggiungimento degli obiettivi del POR FSE richiede il coinvolgimento di una molteplicità di soggetti verso i quali agire trasmettendo le informazioni e modulando strumenti e canali adeguati di comunicazione.

La Strategia di comunicazione individua numerosi target rispetto ai quali modulare gli strumenti e i canali di trasmissione delle informazioni. Beneficiari potenziali ed effettivi – che devono accedere a informazioni chiare e dettagliate sulle modalità di accesso e sulla corretta gestione degli interventi; destinatari potenziali ed effettivi – un insieme vasto ed eterogeneo per ampiezza e diversità delle opportunità disponibili e coloro che, già beneficiari, diventerebbero interlocutori stabili e testimoni delle opportunità che le politiche dell'Unione europea e le risorse comunitarie offrono; società regionale – il grande pubblico dei cittadini dell'Emilia-Romagna a cui trasmettere la conoscenza del ruolo dell'Unione europea nell'ambito delle politiche regionali e dei risultati raggiunti e su cui i media contribuiscono in modo fondamentale alla diffusione delle informazioni; partenariato istituzionale socio-economico rappresentato da Organismi formalmente costituiti – Comitato di Coordinamento istituzionale CCI, Commissione regionale tripartita (CRT), Conferenza regionale per il sistema formativo (CRSF), Conferenza dei Rettori delle Università (CRU).

2.2.5 AZIONI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DELLA STRATEGIA

Garantire la trasparenza, l'accessibilità e l'imparzialità è l'impegno su cui si basano tutte le attività che la Regione Emilia-Romagna realizza per comunicare le misure cofinanziate dal FSE, a cui si accompagna la volontà di rafforzare, attraverso la promozione delle opportunità, la consapevolezza che i cittadini hanno del ruolo che l'Unione europea ricopre nelle politiche regionali per la formazione e il lavoro. Lo stesso impegno è richiesto ai beneficiari dei finanziamenti, che quando comunicano ai destinatari le proprie attività cofinanziate dal FSE hanno le medesime responsabilità.

Il Reg. (UE) n.1303/2013 stabilisce quali sono gli obblighi che sia le Autorità di Gestione sia i beneficiari [3] devono rispettare per informare correttamente il pubblico sulle operazioni sostenute dai fondi europei. A partire da queste prescrizioni, la Regione ha indicato nella Delibera di Giunta n. 1298/2015 le disposizioni per l'informazione e la comunicazione delle operazioni cofinanziate dal FSE nell'ambito della programmazione 2014-2020. La sezione comunicazione del portale Formazione e lavoro[4] contiene indicazioni e materiali per il download relativi a disposizioni e riferimenti normativi regionali e comunitari sulla responsabilità di comunicazione da parte dei beneficiari.

La Strategia di comunicazione del POR FSE descrive in maniera ampia e precisa le azioni di comunicazione e informazione che la Regione Emilia-Romagna propone di realizzare, annualmente, per il periodo 2014-2020, per accompagnare l'attuazione del Programma.

La scelta degli strumenti e dei canali da utilizzare ha privilegiato il web e i social network, come strumenti in grado di realizzare comunicazioni tempestive e capillari e una forte e rapida interazione con gli utenti. La scelta del web è determinata anche dall'ampia diffusione di dotazioni ICT nel territorio regionale, tra le più alte a livello nazionale.[5]

Tabella 1. Azioni, strumenti e canali di comunicazione

AZIONI	*STRUMENTI*
Comunicazione online	*Portali e siti web*
	Social network
	Newsletter
Attività help desk	*Numero verde*
	Assistenza email

[3] Reg. (UE) n.1303/2013 – Allegato XII, paragrafo 2.2.

[4] https://formazionelavoro.regione.emilia-romagna.it/sito-fse/POR-2014-2020/disposizioni-beneficiari

[5] Ricerca "Benchmarking della società dell'informazione in Emilia-Romagna 2014", realizzata dalla Direzione generale Organizzazione, Personale, Sistemi informativi e Telematica della Regione Emilia-Romagna.

AZIONI	STRUMENTI
	Rete attiva del lavoro
Materiali informativi	Prodotti editoriali
	Brochure, pieghevoli, flyer
	Manuali
	Documenti di supporto alla programmazione
	Prodotti audiovisivi
Relazioni con i media	Conferenze stampa
	Comunicati stampa
	Attività di media relations
Eventi	Evento di lancio e iniziative annuali
	Convegni
	Seminari e workshop
	Eventi per il grande pubblico
	Manifestazioni fieristiche
Campagne pubblicitarie	Materiali cartacei
	Stampa
	Radio
	Televisione
	Affissioni
	Web

2.3 L'ORGANIZZAZIONE E LE RISORSE PER LA COMUNICAZIONE

Per l'attuazione della Strategia di comunicazione le risorse destinate sono pari a euro 4.000.000, suddivise in quote annuali per il settennio 2014-2020, corrispondenti al 14% della dotazione dell'Asse 5 "Assistenza tecnica" e allo 0,5% della dotazione complessiva del POR FSE, in linea con la media dei Programmi operativi italiani.[6]

Nella Strategia di comunicazione sono definiti inoltre l'organizzazione e la governance della comunicazione individuando l'organismo responsabile del coordinamento e della esecuzione della Strategia di comunicazione – l'Autorità di Gestione del PO FSE – e il referente[7] delle procedure di attuazione della strategia. La struttura competente per l'attuazione della strategia assicura il coordinamento tra le azioni di comunicazione realizzate a vari livelli in ambito regionale e garantisce:

- il coordinamento tra le azioni di comunicazione, con le strutture e i servizi regionali che partecipano alla programmazione, gestione, controllo e valutazione dei fondi europei, con le strutture regionali e nazionali di comunicazione;
- la comunicazione interna verso i servizi che supportano le attività dell'Autorità dei gestione;
- la collaborazione con la rete nazionale di comunicazione.

Il referente per l'attuazione della strategia informa la Commissione europea su quanto realizzato e presente il piano di comunicazione annuale in sede di Comitato di Sorveglianza.

2.4 LA VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA

La sezione finale del documento sulla Strategia di comunicazione del POR FSE 2014-2020 definisce gli elementi per la valutazione dell'efficacia degli interventi della strategia, in termini di visibilità del Programma e del ruolo svolto dall'Unione europea. La valutazione ha duplice natura, operativa – realizzata con continuità durante l'attuazione della strategia utilizzando indicatori di realizzazione per misurare l'efficacia delle azioni - e strategica, per stabilire in che misura sono stati raggiunti gli obiettivi della strategia in termini di diffusione della conoscenza delle opportunità e conoscenza del ruolo svolto dall'Unione europea nelle politiche regionali.

[6] Fonte: European Commission (2017) https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/informing/events/3005-pamhagen/communication_budget.pdf

[7] La struttura referente, inizialmente indicata nella Strategia di comunicazione approvata nel 2015, era il Servizio Programmazione, valutazione e interventi regionali nell'ambito delle politiche della formazione e del lavoro. Con atto num. 10577 del 28/06/2017 del Direttore generale "Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa", è stata formalizzata la posizione organizzativa unica per la "comunicazione POR FESR e POR FSE".

Nel capitolo 3 sono quantificati gli indicatori di rilevazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione realizzate nel corso del periodo 2015-2019 e gli esiti di indagini dirette tramite questionario, rivolte a campioni di destinatari effettivi e potenziali.

2.4.1 ELEMENTI DI VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La tabella seguente mostra l'elenco dei requisiti soddisfatti nella Strategia di comunicazione, richiesti dal Reg. (UE) n.1303 - *Allegato XII.*

Tabella 2 – Requisiti soddisfatti nella Strategia di comunicazione

REQUISITI DELLA STRATEGIA SODDISFATTI
a) Descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'Autorità di Gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico
b) Descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità
c) Descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione
d) Bilancio indicativo per l'attuazione della strategia
e) Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione
f) Modalità per le misure di informazione e comunicazione per il grande pubblico
g) Indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti
h) Descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo
i) Aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

3 LE AZIONI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE REALIZZATE E LA VALUTAZIONE

Il rapporto esamina i progressi nell'attuazione della strategia per verificare i livelli di realizzazione, a partire dagli strumenti individuati e dalle attività realizzate, quantificando gli indicatori previsti.

L'analisi prende in considerazione i prodotti della Strategia di comunicazione al 31/12/2019. Tutte le azioni realizzate sono caratterizzate da:

- adozione di una immagine coordinata chiara, riconoscibile e fortemente identitaria della programmazione, rappresentata dall'albero della infrastruttura educativa regionale;
- integrazione degli strumenti e dei canali;
- valorizzazione dei punti informativi sul territorio, con tutti i soggetti che a vario titolo contribuiscono a consolidare la Rete attiva per il lavoro, in grado di offrire a persone e imprese informazioni sulle opportunità cofinanziate con il FSE.

Le fonti delle informazioni utilizzate per l'analisi della efficacia della strategia sono i piani di comunicazione annuali (periodo 2015-2019), le relazioni di attuazione (periodo 2015-2019), le informative sull'attività di informazione e comunicazione, le relazioni annuali di attuazione del POR FSE presentati ai Comitati di Sorveglianza e le statistiche web, fornite dall'Autorità di Gestione per esaminare la capacità del sito web di intercettare la cittadinanza.

Nei paragrafi seguenti sono descritti:

- le azioni per ciascuna delle tipologie di attività di comunicazione realizzate nel periodo in esame;
- gli indicatori di realizzazione previsti nella Strategia di comunicazione per la valutazione operativa dell'efficacia degli interventi, per singola azione e strumento attivato;
- gli esiti rilevati per la valutazione strategica sulla diffusione della conoscenza del ruolo svolto dall'Unione europea nelle politiche regionali.

3.1 AZIONI DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

Per ciascun canale individuato nella strategia, gli strumenti attivati misurano il livello di realizzazione costante e progressivo nel corso delle annualità e la rispondenza alla programmazione annuale dei piani di comunicazione. I dati di sintesi sono indicati nel paragrafo successivo con la valorizzazione dei singoli indicatori. Di seguito sono indicati i dettagli delle azioni realizzate.

3.1.1 COMUNICAZIONE DIGITALE

Il portale Formazione e lavoro[8] è l'elemento centrale delle azioni di comunicazione e informazione rivolte a cittadini, beneficiari, destinatari e partner istituzionali.

Nel settembre 2018 è stato pubblicato online il nuovo portale Formazione e Lavoro. La progettazione, avviata a maggio in coordinamento con tutti i servizi coinvolti, ha portato a una semplificazione della navigazione, orientata agli utenti, e al miglioramento dell'impatto grafico. I contenuti sono stati rivisti in un'ottica di semplificazione del linguaggio, per fornire un servizio adeguato agli utenti e migliorare la relazione tra amministrazione e cittadino. Il nuovo portale è *responsive* per dispositivi mobili. Il portale è costantemente aggiornato attraverso la pubblicazione di notizie, comunicati stampa, appuntamenti e documenti relativi al Programma operativo del FSE. Il sito rispetta le direttive sull'accessibilità per le persone con disabilità.

Il portale Formazione e Lavoro è uno strumento completo e facilmente fruibile, rappresenta il supporto necessario per favorire gli obiettivi di comunicazione delle iniziative di politica regionale e di attuazione del Programma operativo del FSE. Esso risponde con efficacia ai requisiti richiesti e indicati nel Reg. (UE) n.1303/2013, art. 115.

La struttura è semplice e chiara, l'home page (f*igura 2*) è intuitiva, il menu di navigazione e la razionalizzazione dei contenuti guidano rapidamente l'utente nella ricerca di informazioni e materiali, in particolare:

- una sezione per l'accesso tramite scelta di un'area tematica: formazione e politiche attive del lavoro, servizi e benefici, sistema regionale della formazione;
- una sezione "Come fare per", in cui le soluzioni sono suddivise per tipologia di soggetto – cittadini, imprese, operatori;
- un'area documentale in cui reperire, per sezione, leggi, atti, bandi, regolamenti, procedure;
- una sezione su piani e programmi relativi alle politiche attuative regionali;

quest'ultima contiene la sezione specifica relativa al FSE completa di documenti e materiali di programmazione e attuazione[9].

[8] https://formazionelavoro.regione.emilia-romagna.it

[9] Il Reg. (UE) n. 1303/2013 – art.115 e Allegato XII - stabilisce che l'Autorità di Gestione è responsabile della pubblicazione elettronica dell'elenco delle operazioni finanziate, specificando il formato e le informazioni minime. La sezione dedicata al Fondo Sociale europeo contiene il link per il download dell'elenco di beneficiari e delle operazioni finanziate (gli elenchi sono aggiornati al 31/10/2019 e disponibili anche in formato open).

Figura 2. Il portale Formazione e lavoro. Home page

Vai a: tutti i bandi tutte le procedure iscrizione alla newsletter

Sistemi informativi

SIFER - Sistema informativo della formazione
Candidatura di operazioni e gestione dei progetti approvati e autorizzati

SARE - Semplificazione amministrativa in rete
Gestione delle comunicazioni obbligatorie in materia di rapporti di lavoro

SIL - Sistema informativo lavoro
Erogazione di informazioni e servizi per il lavoro da parte dei centri per l'impiego

Agenda

tutti gli appuntamenti

Sharing is caring, innovare i servizi di orientamento ai tempi del covid-19
Tre incontri dedicati a chi si occupa di orientamento per i giovani
Dal 7/5/2020 al 4/6/2020

The Job After, competenze lavoro e imprenditorialità dopo l'emergenza
5 webinar per neo e aspiranti imprenditori, studenti universitari, professionisti, neo-freelance
Dal 20/5/2020 al 17/6/2020

Ragazze digitali
Summer camp online per le studentesse delle scuole superiori
Dal 8/6/2020 al 19/6/2020

Video

tutti i video

IntERvallo 28 - Speciale Borghi

IntERvallo 27 - La green economy è il nostro futuro

IntERvallo 26 - Amiamo la musica!

Aree tematiche

- Istruzione e formazione professionale
- Rete politecnica
- Alta formazione e ricerca
- Formazione per cinema e spettacolo
- Interventi per l'occupazione
- Tirocinio
- Apprendistato
- Inclusione
- Orientamento
- Diritto allo studio universitario
- Accreditamento
- Qualifiche
- Formazione regolamentata
- Data valley (portale ER)

Non hai trovato quello che cerchi ?

RegioneEmilia-Romagna

Direzione Generale Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa
Viale Aldo Moro, 44
40127 Bologna

Assessorato allo sviluppo economico e green economy, lavoro, formazione

Assessorato alla scuola, università, ricerca, agenda digitale

Servizi competenti in materia di formazione professionale, università, ricerca e lavoro

Redazione
- Responsabile
- Informazioni sul sito e crediti
- Scrivici: e-mail

Seguici su

Recapiti
Regione Emilia-Romagna
Viale Aldo Moro, 52
40127 Bologna
Centralino 051 5271
Cerca telefoni o indirizzi

URP
Sito web: www.regione.emilia-romagna.it/urp
PEC
Numero verde formazione: 800.955.157
Urp formazione: e-mail
Orari: lun. - ven. 9-13
lun. e giov. 14.30-16.30

Trasparenza
- Amministrazione trasparente
- Note legali e copyright
- Privacy e Cookies

A fine 2018 è stato inoltre realizzato un nuovo sito dedicato al Patto per il lavoro - Giovani Più, dedicato alla strategia regionale a favore dell'occupazione giovanile, finanziata anche con risorse FSE. Il sito è stato pubblicato a seguito della firma – 12 novembre 2018 - del Patto da parte di enti locali, università, parti sociali e associazioni del no profit.

Il servizio di newsletter ha avuto un regolare sviluppo dei contatti per il periodo iniziale, dal 2015 al I quadrimestre 2018, con 5.879 iscritti. Il numero attuale di destinatari attivi del servizio è 3.850. I canali tradizionali di contatto e diffusione delle informazioni cedono il passo ai canali più innovativi legati alla diffusione del digitale e dei canali social. I profili social della Regione Emilia-Romagna e il canale YouTube Formazione e Lavoro, attivo da marzo 2019, sono supporti molto efficaci nella promozione delle campagne pubblicitarie che la Regione ha attivato nel corso del periodo di riferimento, coinvolgendo in maniera rapida e diretta target di destinatari sensibili ed esperti nella fruizione digitale e interattiva delle informazioni.

I dati relativi agli accessi al portale e agli strumenti digitali di comunicazione regionali del FSE sono sintetizzati nella *Tabella 3* relativa agli indicatori di realizzazione della strategia.

3.1.2 EVENTI E CAMPAGNE PUBBLICITARIE

Oltre agli eventi previsti dai regolamenti comunitari[10] – l'iniziativa di lancio del Programma operativo FSE,[11] le iniziative annuali e gli eventi che ogni anno sono realizzati per la Festa dell'Europa – sono stati organizzati numerosi eventi pubblici, tra i principali:

Anno 2015

- evento per la presentazione della legge regionale n.14/2015, a sostegno dell'inserimento lavorativo e dell'inclusione sociale delle persone in condizione di fragilità e vulnerabilità (Bologna, novembre 2015);
- Festa dell'Europa in collaborazione con Europe Direct ER.

Anno 2016

[10] Il Reg. (UE) 1303/2013 – Allegato XII punto 2.1. individua le responsabilità dell'Autorità di gestione tra cui sono presenti l'organizzazione di una attività informativa principale di pubblicizzazione dell'avvio del programma operativo e di una attività informativa annuale per la promozione delle opportunità di finanziamento e le strategie perseguite.

[11] Il 2 dicembre 2015, a un anno dall'approvazione del POR, si è tenuta l'iniziativa di lancio del POR FSE 2014-2020. La regione ha organizzato a Bologna un incontro con il partenariato economico-sociale e con tutti i soggetti che concorrono all'attuazione della programmazione regionale del FSE.

- Stati Generali della Formazione, incontri pubblici e tavoli di lavoro di condivisione con il sistema formativo e il partenariato economico-sociale;
- partecipazione al salone nazionale sull'orientamento – Job&Orienta;
- (attività informativa principale annuale) partecipazione al salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione – R2B Research to Business;
- Festa dell'Europa in collaborazione con le Autorità di Gestione del FESR e del FEASR e con Europe Direct ER;
- partecipazione al salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione – R2B Research to Business.

Anno 2017

- Conferenza internazionale Globalisation, human capital, regional growth and the 4th industrial revolution;
- Festa dell'Europa in collaborazione con Europe Direct ER;
- (attività informativa principale annuale) partecipazione al salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione – R2B Research to Business.

Anno 2018

- presentazione delle nuove linee guida del modello "European digital competence framework for all citizens";
- convegno sulle priorità di investimento del bilancio dell'Unione europea dopo il 2020;
- percorso di accompagnamento alla business plan competition START CUP 2018, a sostegno della nascita di nuove imprese;
- convegni su stato di attuazione e priorità della Strategia di specializzazione intelligente Forum S3;
- (attività informativa principale annuale) partecipazione al salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione – R2B Research to Business;
- Festa dell'Europa in collaborazione con le Autorità di Gestione del FESR e del FEASR e con Europe Direct ER;
- celebrazione dell'anniversario per i 30 anni della politica di coesione;
- punto informativo "Notte europea dei ricercatori" per avvicinare i cittadini al mondo della ricerca;
- presentazione di interventi cofinanziati dai fondi europei per il settore dei beni culturali durante "Energie diffuse";
- festival della cultura tecnica;

- seminari e workshop alla riunione annuale della Società italiana degli economisti su crescita e sviluppo, organizzata con EmiliaLab, la rete dei dipartimenti di Economia degli atenei emiliano-romagnoli;
- presentazione del nuovo programma Garanzia Giovani alla Rete attiva per il lavoro;
- convegno "Dal volume al valore", iniziativa sugli scenari futuri di nuove tecnologie e supercalcolo nel Mediterraneo.

Anno 2019

- convegno "Prima il lavoro" sulle trasformazioni del mercato del lavoro e sul ruolo delle politiche per l'istruzione, la formazione e l'occupazione;
- Festival dei Giovani, partecipazione con uno stand informativo all'iniziativa;
- partecipazione al salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione – R2B Research to Business;
- Festa dell'Europa in collaborazione con Europe Direct ER;
- punto informativo "Notte europea dei ricercatori" per avvicinare i cittadini al mondo della ricerca;
- eventi web radio Radioimmaginaria "After – Futuri digitali" esperienze digitali;
- fiera di riferimento in Europa "Ecomondo" per l'innovazione industriale e tecnologica dell'economia circolare;
- evento "Pronti per il futuro", la comunità regionale della ricerca e innovazione;
- festival della cultura tecnica.

Numerose anche le campagne pubblicitarie:

Anno 2017

- campagna di comunicazione "Io investo QUI" sul potenziale attrattivo della Regione Emilia-Romagna, programmi FSE e FESR;
- campagna web sui principali siti di informazione regionali per comunicare l'offerta formativa della Rete politecnica;
- campagna social (Facebook e Instagram) finalizzata a comunicare l'offerta formativa dei corsi ITS post diploma.

Anno 2018

- campagna social (Facebook e Twitter), "Open day" per le scuole nei laboratori della Rete alta tecnologia.

Anno 2019

- campagna informativa on air "Tu sei energia" su radio, web, stampa e trasporto pubblico per sensibilizzare i cittadini su uso dell'energia, promuovendo formazione e nuove professioni green;
- campagna social (Facebook e Instagram), "Patto per il lavoro – Giovani Più" per comunicare ai giovani la strategia regionale per rilanciare il ruolo di ragazzi e ragazze nella società;
- concorso spot video "QUI le idee diventano realtà", campagna integrata FSE e FESR;
- iniziativa "Racconta il tuo progetto di ricerca", per la promozione dei progetti finanziati, rivolta dottori e dottorandi di ricerca destinatari di borse finanziate dal FSE;
- campagna social, social (Facebook, Instagram, YouTube), web (Google display), radio e cinema per promuovere le opportunità di orientamento e formazione di Garanzia Giovani per entrare nel mondo del lavoro;
- campagna social (Facebook e Instagram), "Rete Politecnica" per promuovere i percorsi di formazione annuali (IFTS) e biennali (ITS), rivolti a diplomati per lo sviluppo delle competenze tecniche più richieste;
- (attività informativa principale annuale) campagna social (Facebook, Instagram, YouTube), "QUI le idee diventano realtà" (concorso video avviato a maggio 2019) per la promozione delle opportunità di formazione finanziate dal FSE attraverso i video dei beneficiari e le testimonianze dei destinatari.

3.1.3 MATERIALI INFORMATIVI

I materiali informativi sono gli strumenti di promozione delle iniziative attuate dalla Regione con il contributo del FSE.

I materiali realizzati utilizzano l'immagine coordinata distintiva della Strategia di comunicazione, l'infrastruttura educativa e formativa ER Educazione e Ricerca. Tutti i materiali sono stampati, distribuiti presso i centri informativi della rete regionale del lavoro e pubblicati per il download sul portale Formazione e Lavoro e nei siti dedicati alle iniziative, agli eventi e alle campagne informative regionali, cofinanziati con il FSE. In particolare:

Anno 2015

- flyer promozionali dell'offerta formativa degli istituti tecnici superiori ITS;
- pubblicazioni informative sulla infrastruttura educative e formativa "ER Educazione e Ricerca".

Anno 2016

- "Emilia-Romagna big data community", ricognizione delle infrastrutture, delle competenze e delle esperienze presso università e centri pubblici di ricerca regionali nell'ambito del supercalcolo e dei big data;
- pubblicazioni relative alla strategia regionale di programmazione del FSE.

Anno 2017

- brochure di presentazione della rete degli ITS;
- cartoline e pubblicazioni sulle opportunità dell'infrastruttura educativa e formativa regionale;
- video "Tra Scuola e Lavoro", in collaborazione con L'URP regionale, sui percorsi della Rete Politecnica.

Anno 2018

- opuscoli informativi di promozione dei beni culturali come motore dello sviluppo;
- pubblicazione del documento "Patto per il Lavoro – Giovani Più";
- guida aggiornata del PO FSE 2014-2020.

Anno 2019

- video "Forza lavoro" di promozione e diffusione delle esperienze dei destinatari delle misure finanziate dal FSE;
- cartoline Giovani Più;
- nuova edizione della brochure ER Educazione e Ricerca;
- cartoline di promozione del concorso "QUI le idee di ventano realtà" e video dei partecipanti al concorso;
- volantino "Attrezzati per l'estate "personalizzabile sulle opportunità di accesso ai centri estivi grazie al finanziamento FSE;
- Rete politecnica - la tecnica per crescere, opuscolo sull'offerta formativa percorsi ITS 2019/2021 e IFTS 2019/2020;
- video "Garanzia Giovani" per la diffusione delle opportunità di orientamento e formazione per i giovani;
- opuscolo informativo sulla nuova programmazione dei fondi europei in Emilia-Romagna.

3.1.4 ATTIVITÀ DI HELP DESK

Il contatto diretto con i cittadini che richiedono informazioni sulle opportunità fornite dal FSE avviene attraverso due canali, il numero verde gratuito gestito dall'Urp e indirizzo email.

Questi canali permettono agli addetti al customer care di fornire risposte e chiarimenti sulla programmazione regionale e sulle opportunità finanziate dal FSE, indirizzando cittadini ai servizi regionali competenti.

I dati relativi ai servizi di assistenza erogati sono sintetizzati nella *Tabella 3,* relativa agli indicatori di realizzazione della strategia.

3.1.5 RELAZIONI CON I MEDIA

La comunicazione del Programma operativo FSE è caratterizzata da un rapporto costante con i media regionali e nazionali sulle principali iniziative messe in campo. Nel periodo preso in considerazione – 2015-2019 – sono stati, in particolare, diffusi comunicati e organizzate conferenze stampa. I dati di sintesi sono riportati nella *Tabella 3* relativa agli indicatori di realizzazione della strategia.

Nel 2016 è stato organizzato, in collaborazione con l'Ordine dei giornalisti dell'Emilia-Romagna e la Fondazione dell'Ordine, un corso di formazione riservato ai giornalisti dal titolo "Comunicare l'Europa - Parole e numeri dei fondi d'investimento e strutturali europei per una corretta informazione". Durante il corso, la programmazione regionale dei fondi SIE 2014-2020 è stata illustrata nel dettaglio dalle Autorità di Gestione dei Programmi operativi FSE, FESR e PSR e i materiali resi disponibili online per la consultazione e il download.

Nel corso del 2018 è stato lanciato il portale Econerre, con informazioni di cronaca e analisi sull'economia regionale di Unioncamere e Regione, rivolto a un ampio gruppo di destinatari - operatori, amministrazioni ed enti pubblici, organizzazioni economiche, professionali e sindacali, e realtà private - con l'obiettivo di fornire ai visitatori informazioni utili e un puntuale aggiornamento sulla situazione economica regionale. La collaborazione con la redazione è tuttora attiva e intensificata, con un'ampia gamma di informazioni integrate e costanti su temi quali ITS, IeFp, alta formazione, misure per l'inclusione, e in generale sulle iniziative finanziate dal FSE.

I dati relativi alle attività di relazione con i media sono sintetizzati nella *Tabella 3,* relativa agli indicatori di realizzazione della strategia.

3.2 LA VALUTAZIONE DELLE AZIONI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

3.2.1 GLI INDICATORI DI REALIZZAZIONE

Di seguito sono riportati i valori di quantificazione degli indicatori di realizzazione individuati nella Strategia di comunicazione FSE, relativi alla valutazione operativa delle azioni di comunicazione e informazione.

Tabella 3. Gli indicatori di realizzazione di azioni e strumenti della Strategia di comunicazione FSE

INDICATORI		2015	2016	2017	2018	2019
COMUNICAZIONE ONLINE						
Portali e siti web	*Num. di pagine realizzate*	170	170	180	250	170
	Num. di siti correlati	*17*	*17*	*18*	*15*	*17*
	Num. di visitatori unici	*639.911*	*614.684*	*579.768*	*451.343*	*361.461*
	Num. visite	*988.225*	*890.320*	*832776*	*649.077*	*557.853*
	Durata media delle visite (h;m;s)	00.03.10	00.03.19	00.03.21	00.03.19	00.03.47
	Num. visualizzazioni di pagina	*2.730.854*	*2.721.091*	*2.447.135*	*2.160.446*	*2.185.855*
Newsletter	*Num.uscite*	*7*	*6*	*4*	sospesa	sospesa
	Num. Iscritti (attivi al 31/12/2019)					*3.850*
HELP DESK						
Numero verde URP	*Num, contatti*		*19.600*	*9.500*	*11.000*	*9.290 (*)*
Assistenza email	*Num, contatti*					
	Tempi di risposta	100% entro 2 giorni lavorativi	100% entro 2 giorni lavorativi	100% entro 2 giorni lavorativi	100% entro 2 giorni lavorativi	100% entro 2 giorni lavorativi
Rete punti informativi	*Num. punti informativi*	- 1 sportello URP regionale - 37 centri per l'impiego	- 1 sportello URP regionale - 8 Spazi Area S3 - 37 centri per l'impiego	- 1 sportello URP regionale - 8 Spazi Area S3 - 37 centri per l'impiego - 246 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro - 195 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro per persone fragili e vulnerabili	- 1 sportello URP regionale - 8 Spazi Area S3 - 37 centri per l'impiego24 6 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro - 195 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro per persone fragili e vulnerabili	- 1 sportello URP regionale - 8 Spazi Area S3 - 37 centri per l'impiego24 6 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro - 195 sportelli di privati accreditati ai servizi per il lavoro per persone fragili e vulnerabili
MATERIALI INFORMATIVI						
Materiali stampati	*Num. edizioni*	*2*	*2*	*5*	*3*	*7*
	Num. copie	*3.000*	*3.000*	*7.500*	*4.500*	*10.500*
Materiali	*Num. edizioni*	*2*	*2*	*5*	*3*	*7*

INDICATORI		2015	2016	2017	2018	2019
disponibili in download	*Num. download*	*4.109*	*9.148*	*8.304*	*6.075*	*6.311*
Materiali multimediali online	*Num. visualizzazioni*	*43*	*44*	*448*	*727*	*704*
RELAZIONI CON I MEDIA						
Conferenze stampa	*Num. conferenze*	*5*	*3*	*4*		*5*
	Num. articoli in rassegna stampa	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata
Comunicati stampa	*Num. comunicati*	*43*	*26*	*32*	*56*	*42*
	Num. articoli in rassegna stampa	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata	attività non realizzata
EVENTI E CAMPAGNE PUBBLICITARIE						
Iniziativa annuale, Convegni, seminari, workshop, Iniziative per il grande pubblico	*Num. Edizioni*		*16*	*7*	*8*	*7*
	Pubblico partecipante		*2.500*	*500*	*7.950*	*10.690*
Social network	*Campagne social*	attività non realizzata	attività non realizzata	*2*	*1*	*4*
	Visualizzazioni	*nd*	*nd*	*2.663.096*	*190.459*	*16.061.663*

(*) Dato al 30/11/2019

3.2.2 GLI ESITI DELLE RILEVAZIONI

Alla valutazione di natura operativa si aggiunge il contributo fornito dagli esiti di alcune indagini realizzate su destinatari e potenziali destinatari sull'obiettivo della strategia di aumentare il livello di conoscenza sulle opportunità offerte dal FSE e sul ruolo dell'Unione europea nelle politiche regionali.

Nel corso del 2017, in occasione della partecipazione al "Mobility Village" di Bologna e alla Fiera "Ecomondo" di Rimini, riferimento in Europa per l'innovazione industriale e tecnologica dell'economia circolare, è stato somministrato ai partecipanti il questionario "Conosci i fondi europei?".

Su un campione di 220 soggetti intervistati al Mobility Village, l'86% ha dichiarato di essere a conoscenza dei fondi europei. Il 60% era a conoscenza di progetti e iniziative realizzati nella propria regione con i fondi europei. Il 78% ha espresso una percezione positiva dell'impatto sulla qualità della vita dei cittadini.

In occasione della fiera "Ecomondo" le percentuali, su un campione di 413 soggetti intervistati, mostrano livelli positivi più alti, rispettivamente il 94%, l'80% e l'87%.[12]

Alti livelli, specificamente sul FSE, sono emersi dall'indagine condotta sui destinatari delle attività formative realizzate al 31/12/2018. L'indagine qualitativa, realizzata nell'ambito del servizio di valutazione indipendente del POR FSE 2014-2020,[13] ha rilevato che l'88% è stato informato che il corso fosse finanziato dal FSE. Differenze sensibili si rilevano nell'analisi del dato rilevato a livello di tipologia di azione.

Tabella 4. Esiti indagine partecipanti per tipologia di azione

TIPOLOGIA AZIONE	*ESITO POSITIVO SU CONOSCENZA FINANZIAMENTO FSE*	*INTERVISTATI*	*%*
Formazione a qualifica	*316*	*334*	*94,6*
Formazione continua	*795*	*805*	*98,8*
Formazione permanente	*833*	*1023*	*81,4*
Istruzione e Formazione Professionale (IeFP)	*754*	*884*	*85,3*
Tirocini	*73*	*101*	*72,3*
Totale	*2.771*	*3.147*	*88,1*

L'informazione fornita ai destinatari delle attività cofinanziate dal FSE risponde alle indicazioni previste dal Reg. (UE) n.1303/2013 - Allegato XII, Sezione 2 "Misure di informazione e comunicazione per il pubblico". La Regione Emilia-Romagna ha recepito tali indicazioni tramite DGR 1298/2015, specificando il ruolo e l'impegno dei beneficiari dei finanziamenti nelle attività di informazione e comunicazione rivolta ai partecipanti effettivi e potenziali delle attività formative.

[12] Nell'indagine relativa alla consapevolezza e percezione dei cittadini sulle politiche regionali europee, la media italiana sulla conoscenza di progetti cofinanziati dai fondi europei è pari al 49% e del 51% la percezione positiva sull'impatto nel proprio territorio. Eurobarometro – Rilevazione giugno 2019)

[13] Indagine realizzata nell'ambito del servizio di valutazione indipendente del POR FSE 2014-2020 Emilia-Romagna. L'indagine è stata effettuata tramite intervista telefonica su un campione di 3.147 partecipanti alle attività formative relative alle priorità di investimento dell'asse I "Occupazione" del POR FSE, correlate ai temi delle politiche formative finalizzate alla buona occupazione dei giovani, alle politiche formative e alle politiche attive del lavoro per sostenere l'inserimento e il reinserimento del mercato del lavoro per il contrasto alla disoccupazione di lunga durata e alle politiche a sostegno dell'innovazione e del riposizionamento strategico del sistema imprenditoriale.

4 FOCUS SULLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "QUI LE IDEE DIVENTANO REALTÀ"

Imprese, startup, enti locali, professionisti, centri di ricerca, enti di formazione professionale e partecipanti ai percorsi formativi hanno dato visibilità ai progetti finanziati con i fondi europei – FSE e FESR 2014-2020 - partecipando al concorso spot video *QUI le idee diventano realtà*. Si è trattato della seconda edizione del concorso spot video, lanciato nel 2018, con lo slogan *Io investo QUI*, che è stato riproposto con una prospettiva più ampia, aprendo anche ai beneficiari di finanziamenti europei a valere sul POR FSE 2014-2020, per comunicare in modo integrato il contributo dei fondi europei nel territorio regionale, in linea con la campagna europea Euinmyregion.

Figura 3. Concorso QUI le idee diventano realtà

Il messaggio che la Regione ha voluto lanciare è che grazie ai fondi europei le idee diventano realtà, coinvolgendo i beneficiari dei finanziamenti e le persone che hanno partecipato alle attività finanziate con effetti positivi sulla propria storia personale e professionale.

Il concorso ha coinvolto i beneficiari dei finanziamenti europei Por FSE 2014-2020 nelle azioni di comunicazione della Regione per:

- illustrare esempi concreti di progetti realizzati o in corso di realizzazione attraverso le storie dei protagonisti;
- comunicare ai potenziali destinatari che il Fondo sociale europeo rappresenta un'opportunità di crescita e sviluppo;
- far sapere ai cittadini che in Emilia-Romagna ci sono per loro opportunità di formazione e crescita professionale che si realizzano grazie ai fondi europei;

- trasmettere il messaggio che in Emilia-Romagna, grazie ai progetti realizzati con il Fondo sociale europeo, le persone possono acquisire strumenti e competenze che hanno impatto sui loro percorsi professionali.

I partecipanti al concorso hanno inviato, alla scadenza del 13 maggio 2019, brevi spot video per raccontare i progetti realizzati per la formazione e l'accompagnamento al lavoro delle persone, riferiti agli ambiti della infrastruttura formativa regionale ER Educazione Ricerca Emilia-Romagna: Istruzione e Formazione Professionale, Rete politecnica, Alta formazione e ricerca, Lavoro e competenze.

La commissione regionale, composta da un rappresentante della comunicazione POR FSE, un rappresentante dell'Agenzia di informazione e comunicazione, un rappresentante di Art-ER, società consortile dell'Emilia-Romagna per l'innovazione e il trasferimento tecnologico, ha valutato i 39 video presentati, pubblicati sul canale YouTube "Formazione e Lavoro", scegliendone 9, quelli che maggiormente hanno saputo comunicare il ruolo dei fondi europei nel contribuire positivamente nel percorso personale e professionale dei destinatari delle opportunità finanziate.[14]

In occasione del Salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione "Research to Business " in programma a Bologna nel mese giugno 2019, si è svolta la premiazione dei 9 spot vincitori, protagonisti negli spazi regionali e nelle iniziative di comunicazione realizzate dalla Regione.

La fase II è stata avviata nel mese di novembre 2019 con l'avvio della campagna pubblicitaria sui social media #QUIleideediventanorealtà, per il rilancio dei video e di un trailer riepilogativo degli spot realizzati.

Figura 4. Campagna social – Trailer video

[14] Le categorie dei 9 spot video premiati sono: Istruzione e Formazione Professionale (2 video), Rete Politecnica (2 video), Alta Formazione e Ricerca (2 video), Lavoro e competenze (3 video).

L'attenzione e l'interesse mostrati dagli utenti sono rappresentati dai numeri significativi e dai risultati raggiunti. Di seguito i dati di dettaglio della campagna sui canali Instagram RER, Facebook RER e YouTube FSE, nel periodo dal 18 novembre al 1 dicembre 2019.

YouTube	Utenti	53.732
	Riproduzioni video	55.996
	Click	204
Facebook	Utenti	95.292
	Riproduzioni video	213.674
	Click	1.322
Instagram	Utenti	109.728
	Riproduzioni video	28.074
	Click	413

5 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

La Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 adottata si pone in continuità con l'approccio comunicativo che ha contribuito a rafforzare l'efficacia delle azioni del precedente piano di comunicazione 2007-2013 e con l'importanza di comunicare le opportunità delle politiche regionali per l'istruzione, la formazione e il lavoro, maturando una chiara identità - veicolata dal *brand* "Infrastruttura educativa ER" - e una forte coerenza tra messaggio e azione e rendendo sempre più riconoscibili il supporto ai cittadini fornito dalle politiche regionali e dai fondi europei e il ruolo dell'Unione europea.

L'elaborazione del documento contenente la Strategia di comunicazione del PO FSE è un adempimento richiesto dal Reg. (UE) n.1303/2013, art. 116. L'Allegato XII al regolamento, al punto 4 indica gli elementi principali a cui la strategia deve fare riferimento. La strategia elaborata, sia in relazione ai contenuti e agli obiettivi sia rispetto alla pianificazione delle azioni di comunicazione, risponde in maniera coerente ai requisiti previsti nel regolamento.

L'analisi specifica sugli strumenti di valutazione della strategia, quelli di natura operativa e quelli più strategici, fornisce elementi per considerazioni sulla positiva attuazione della strategia e per segnalazioni utili anche al processo di definizione del piano di comunicazione per il successivo periodo di programmazione dei fondi strutturali. In particolare:

- dall'analisi della programmazione annuale delle azioni di comunicazione emerge una positiva evidenza di come le premesse della Strategia di comunicazione, relative alle finalità e agli obiettivi generali definiti, siano stati perseguiti tramite i singoli interventi di comunicazione. In particolare la volontà di rafforzare la consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e del valore aggiunto che i fondi europei apportano alle politiche regionali, obiettivo condiviso con le Autorità di Gestione degli altri fondi e realizzato attraverso azioni di comunicazione integrata, in occasione di eventi e campagne di pubblicizzazione;
- altro elemento di coerenza della strategia e di positiva valutazione è l'attenzione posta alla valorizzazione dell'esperienza maturata in precedenza e al superamento delle criticità riscontrate nell'attuazione del piano di comunicazione FSE 2007-2013. Da un lato la scelta di mantenere con successo l'immagine chiara e fortemente identitaria dell'infrastruttura formativa regionale, con un restyling che ha segnato il passaggio al nuovo periodo di programmazione, e la conferma di una ampia integrazione di strumenti e canali di comunicazione, dall'altro il superamento di criticità prestando maggiore attenzione alla integrazione tra i fondi, il FESR in particolare, e alla intensificazione dell'utilizzo dei social media;
- l'assenza di valori attesi per il sistema di indicatori di realizzazione previsti nella strategia non ha permesso la misurazione su avanzamento e progressione dei risultati ma le relazioni di attuazione

della comunicazione mostrano come e quanto le azioni siano state coerentemente realizzate. Inoltre i risultati sulle iniziative di comunicazione realizzate sono regolarmente comunicati in sede di Comitato di Sorveglianza e inseriti nelle Relazioni annuali di attuazione del PO FSE, adempimento previsto dal (Reg. (UE) n.1303/2013, art. 111, comma 4, b).

- gli obiettivi della strategia trovano riscontro nei piani di comunicazione annuali e nel corso del periodo di attuazione del PO FSE le scelte hanno privilegiato in misura sempre maggiore alcuni canali rispetto ad altri, un segno di adeguamento alla evoluzione sociale e tecnologica in corso e molto forte nel territorio regionale, dove la diffusione delle dotazioni ICT (nota 4) è superiore alla media nazionale. I valori degli indicatori di realizzazione mostrano come la scelta di ricorrere a strumenti digitali, canali social e portali web, nelle campagne informative e di promozione e negli eventi pubblici, sia stata sempre più presente rispetto agli strumenti più tradizionali di comunicazione quali stampa radio e tv, e di come siano immediatamente misurabili i risultati in termini di partecipazione e di diffusione delle informazioni;
- l'obiettivo generale della strategia, condiviso con le Autorità di Gestione del FESR e del FEASR, di rafforzare la consapevolezza del ruolo dell'Unione europea e del valore aggiunto che i fondi europei apportano alle politiche regionali, è stato in parte misurato nel corso del 2017 in occasione di eventi pubblici, tramite indagini dirette al pubblico partecipante, i cui esiti mostrano l'elevato livello di conoscenza dei fondi europei e la percezione di positività dell'impatto sul territorio dei progetti realizzati. La realizzazione di specifiche indagine su campioni di potenziali destinatari, potrebbero essere realizzate in questa fase di conclusione del periodo di programmazione 2014-2020 e di transizione verso il nuovo, per misurare gli effetti complessivi delle azioni di comunicazione che nella fase finale, dal 2017 ad oggi, sono state completate e maggiormente diversificate e indirizzate a utenti "digitali" e in numero potenzialmente maggiore, e per evidenziare nuovi elementi utili alla definizione della strategia di comunicazione del PO FSE per il periodo di programmazione 2021-2027.