



## Valeria Covarelli

POR FESR:

le fonti di informazioni a livello regionale

# Ogni programma operativo ha un suo Piano di comunicazione



Programma Operativo Regionale  
Fondo Europeo  
di Sviluppo Regionale



Programma Operativo Regionale  
Fondo Sociale Europeo



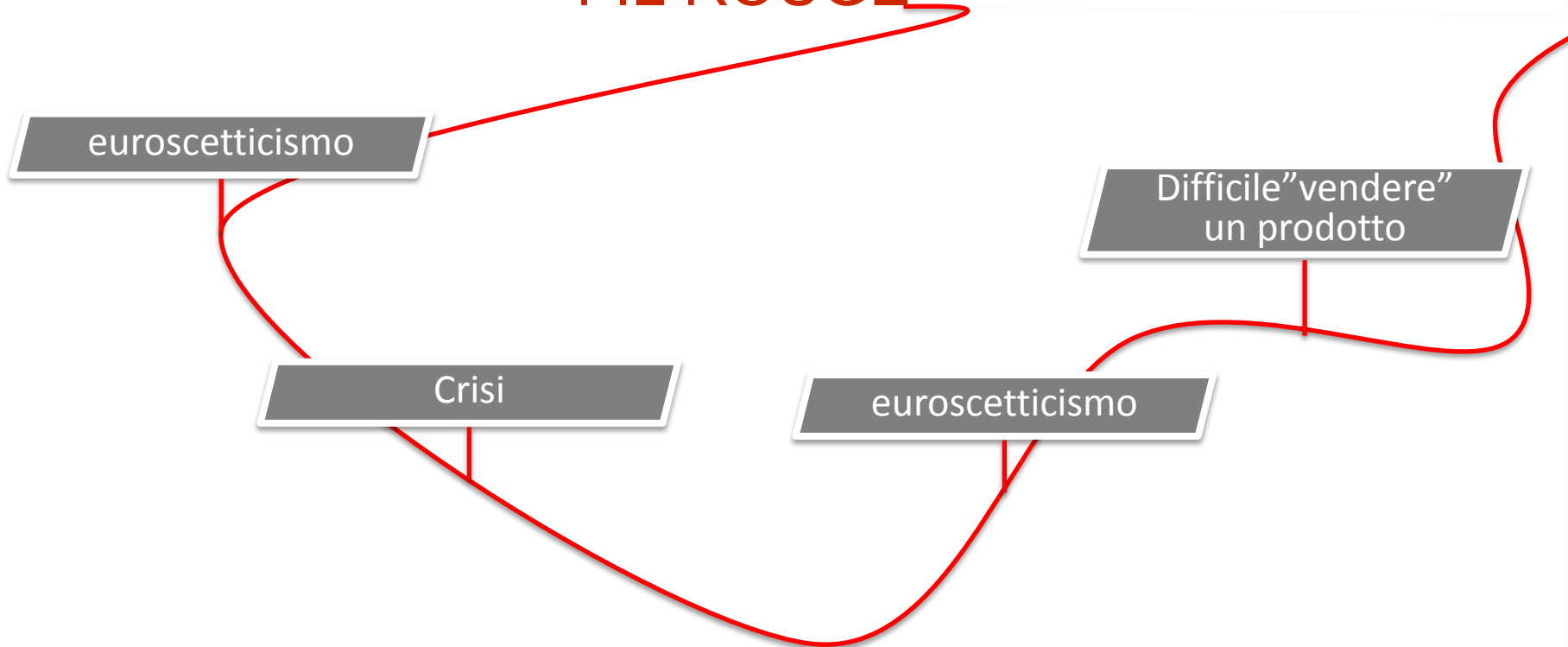
Programma di Sviluppo Rurale  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo Sviluppo Rurale

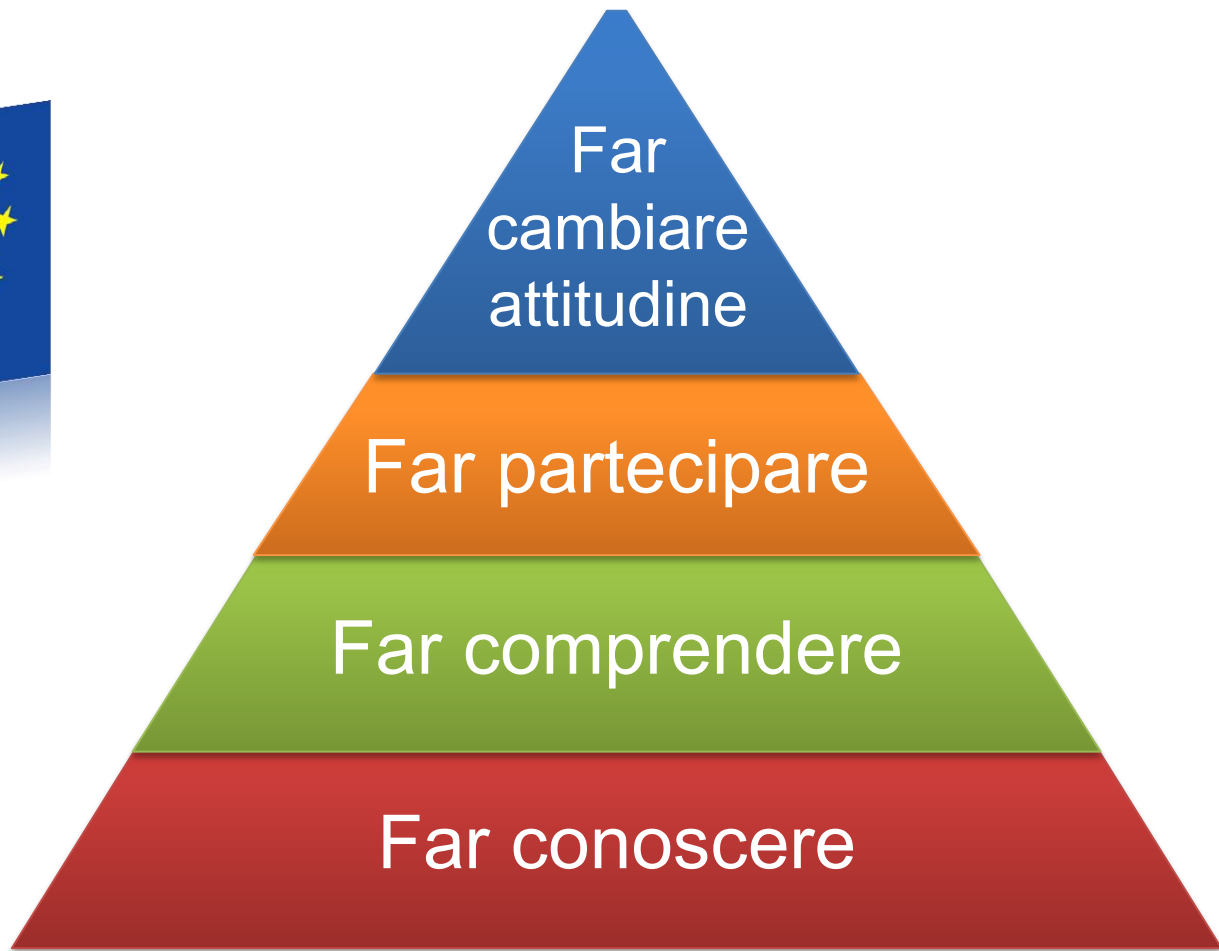
# Perché si fa il piano di comunicazione:

- Rafforzare il consenso generale
- Garantire trasparenza
- Ridurre il divario tra amministratori e amministrati



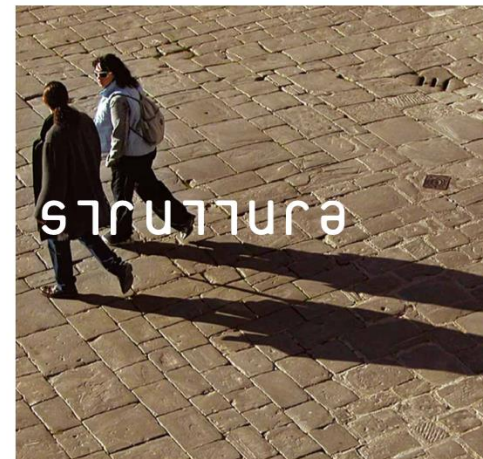
# FIL ROUGE





# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

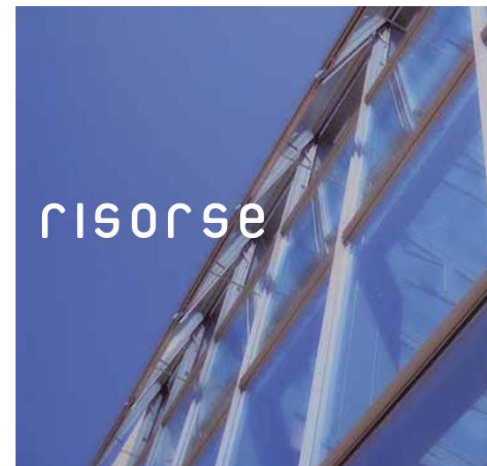
**misure di marketing,**  
volte a richiamare l'attenzione  
e suscitare interesse a quanto  
effettuato nell'ambito del  
Programma Operativo.



# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

## Misure informative,

hanno lo scopo di rendere disponibili a tutti gli interessati le informazioni specifiche e di dettaglio sulle attività che si sviluppano nell'ambito del POR FESR e al contempo di informare il pubblico sullo stato di avanzamento nella realizzazione del programma operativo;



# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

misure di  
**accompagnamento,**  
 finalizzate a supportare le attività di  
 comunicazione del POR.

Descrizione delle Attività
<p><b>Sostegno alla ricerca industriale e allo sviluppo sperimentale per il sistema produttivo</b></p> <p>L'attività sostiene la realizzazione di progetti di ricerca industriale a fini produttivi intesi di fattibilità, ricerca partecipata o indagini critiche mirate ad acquisire nuove conoscenze per mettere a punto nuovi prodotti, processi e servizi o apportare un notevole miglioramento a quelli esistenti, nonché di iniziative di sviluppo sperimentale e prospettive (acquisizioni, combinazioni, sfruttazione e utilizzo delle conoscenze e delle capacità esistenti di natura organizzativa, scientifica, tecnologica, commerciale allo scopo di produrre nuovi progetti o disegni per prodotti, processi e servizi nuovi, modifiche o migliorati da svilupparsi nell'ambito di partnership tra raggruppamenti di imprese e centri di competenza e di produzione della conoscenza e all'interno di reti di imprese o di singole imprese. In questo ambito è prevista, altresì, il potenziamento della dotazione di infrastrutture attrezzature per la ricerca e laboratori nell'ambito di programmi di ricerca congiunti tra imprese e imprese e centri di ricerca e della creazione e/o sviluppo dei più tecnologie.</p> <p>La presente attività si propone pertanto di sostenere, oltre a collaboratori, reti e partenariati, anche pubblico-privati in una logica di cluster, iniziative di singole imprese aventi ad oggetto attività di RDT suscettibili di produrre effetti duraturi sul sistema produttivo.</p> <p><b>Beneficiari:</b> PMI, grande impresa<sup>1</sup>, centri di competenza e di produzione della conoscenza.</p> <p><b>Procedure amministrative tecniche per la realizzazione dell'attività:</b> Bando</p> <p><b>Dotazione finanziaria dell'attività 2007-2013 (euro):</b> 34.811.608,00</p> <p><b>Servizio competente:</b> Politiche di sostegno alle imprese</p>
<p><b>Progetti aziendali di investimento innovativo</b></p> <p>L'attività è rivolta al sostegno di progetti aziendali delle PMI per investimenti innovativi, con particolare attenzione a quelli finalizzati all'introduzione di innovazioni di prodotto e di processo. Tali progetti dovranno prioritariamente incorporare i risultati dell'attività di sviluppo sperimentale. Il sostegno alla ricerca industriale e allo sviluppo sperimentale per il sistema produttivo, favorire l'aggregazione di imprese in una logica di cluster o di filiera e prevedere dei piani di integrazione aziendale. Tale attività è rivolta a tutte le PMI con l'obiettivo di realizzare progetti caratterizzati da un elevato grado di innovazione e che implichi l'innalzamento dei livelli qualitativi dei processi produttivi e organizzativi, e possibile finanziare, altresì, la grande impresa qualora sia inserita nell'ambito di partnership con raggruppamenti di PMI.</p> <p><b>Beneficiari:</b> PMI e grande impresa in associazione con PMI.</p> <p><b>Procedure amministrative tecniche per la realizzazione dell'attività:</b> Bando</p> <p><b>Dotazione finanziaria dell'attività 2007-2013 (euro):</b> 45.255.051,00</p> <p><b>Servizio competente:</b> Politiche di sostegno alle imprese</p>



TIPOLOGIE DI INTERVENTO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	GRUPPI DESTINATARI
Misure di <i>marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>layout</i> grafico unitario</li> <li>• pubblicità sui media</li> <li>• pubblicità esterna</li> <li>• <i>gadget</i> pubblicitari</li> <li>• convegni regionali</li> <li>• Festa del 9 maggio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GP</li> <li>• PB/ B</li> <li>• GP/PB/ B</li> <li>• GP</li> <li>• PB</li> <li>• GP</li> </ul>
Misure informative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pubblicazioni informative</li> <li>• pagina Web</li> <li>• <i>call center</i></li> <li>• cartellonistica</li> <li>• <i>newsletter</i></li> <li>• comunicati stampa periodici e conferenza stampa (a cura dell'Ufficio stampa della Presidenza della Giunta)</li> <li>• informazione sui media</li> <li>• seminari tematici</li> <li>• attività promo-educative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PB/B</li> <li>• GP/PB/B</li> <li>• PB/B</li> <li>• GP/PB</li> <li>• PB/B</li> <li>• GP</li> <li>• GP</li> <li>• B</li> <li>• GP/PB</li> </ul>
Misure di accompagnamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Workshop e eventi</i></li> <li>• studi e sondaggi</li> <li>• partecipazione a reti per lo scambio di informazioni ed esperienze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PA</li> <li>• PA</li> <li>• PA</li> </ul>

**Legenda:**

Grande pubblico

=GP

Potenziali beneficiari

= PB

Beneficiari dei finanziamenti

= B

Personale della Pubblica Amministrazione coinvolto nella gestione del POR

= PA

# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

## Lay out grafico unitario



Unione Europea  
Fondo Europeo  
di Sviluppo Regionale



Ministero  
dello Sviluppo  
Economico



**Regione Umbria**



UMBRIA



porfesr

Programma Operativo Regionale  
Fondo Europeo  
di Sviluppo Regionale








# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

## Publicità sui media

si farà ricorso ai mezzi di comunicazione di massa (TV, radio, carta stampata, internet-canale tematico dedicato al POR FESR 2007-2013) per pubblicizzare sia il POR FESR nel suo complesso che le singole attività in cui questo si articola; si ricorrerà a tal fine sia agli spazi pubblicitari a pagamento che a quelli gratuiti previsti per l'informazione istituzionale della Regione. Si costituirà inoltre, in raccordo con l'ufficio stampa della Presidenza della Giunta, una rete di giornalisti referenti per coinvolgere quanto più efficacemente le testate giornalistiche, sia dei quotidiani/periodici che delle televisioni e delle radio nazionali e locali. Particolare attenzione sarà dedicata ai contenuti dei messaggi, che dovranno valorizzare, da un lato, il ruolo dell'Unione Europea, dal Ministero dello sviluppo economico e della Regione Umbria nell'ambito del POR FESR, dall'altro, la percezione dei concreti risultati del Programma e del valore aggiunto comunitario. Verranno realizzati prodotti audiovisivi, opportunamente tarati, da diffondere in corrispondenza delle realizzazioni di maggiore rilievo del POR. Tali prodotti potranno essere messi in onda radiofonica, televisiva o cinematografica, nonché diffusi mediante il canale tematico del portale della Regione dedicato al POR FESR 2007-2013, o essere distribuiti sul territorio agli enti locali, associazioni di categoria o agenzie di informazione.








# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

COSA HA FUNZIONATO con la stampa/TV: 

- Contratto/ spazi acquistati sui media   
- Politico “esposto”  
- Presidente della Regione membro del Comitato delle Regioni   (giornalisti invitati a BXL)



# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

## MA COSA NON HA FUNZIONATO:

- Temi “tecnici” → linguaggio tecnico?    POR? FESR? AdG?
- Confusione tra i vari finanziamenti comunitari  
- Alcune conferenze stampa non sono state seguite abbastanza, come se non fosse chiaro che lo spazio di manovra della amministrazione regionale è sempre più intrinsecamente legato ai finanziamenti comunitari  

# PIANO DI COMUNICAZIONE POR FESR 2007 -2013

COSA HA FUNZIONATO, ma male!!! 

- L'attenzione dei giornalisti è “catturata”  
sempre dalle notizie “negative”  
(soldi spesi male/scandali ecc.). 
- Catturata raramente dai risultati positivi  
(deve essere non stimolata da noi) 





# COSA ABBIAMO IMPARATO

- “se si corre da **sol** si va più **veloci**, se si corre **insieme** si va più **lontano**”
- Contatti con i giornalisti:
  - per questioni di carattere generale:  
curati attraverso l'Ufficio stampa della Giunta regionale
  - per iniziative particolari:  
creare dei canali specifici



# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

- Di che si tratta:
  - trasmissione che va in onda, a livello nazionale, tutte le domeniche alle ore 11,30;
  - Contenuti: l'Unione europea a Bruxelles e nei territori

# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

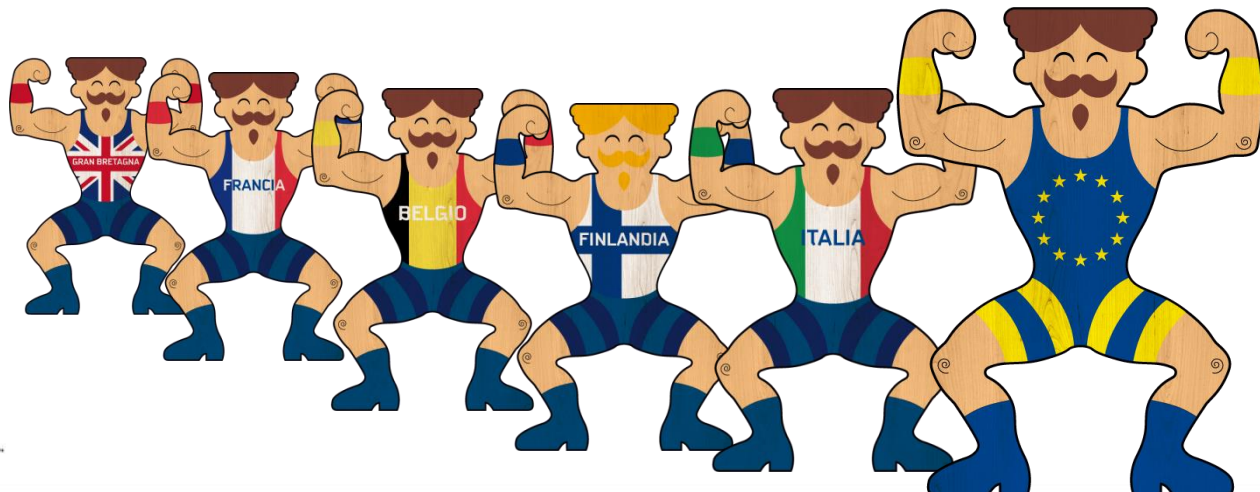
- Come inizia la nostra collaborazione:
  - giornalista Antonio Silvestri di RAI 3 è venuto a conoscenza tramite l'Europe Direct Umbria di questa iniziativa;
  - attività promo-educativa



# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

A cosa serve la campagna promo-educativa?

far crescere la conoscenza di quello che stiamo facendo

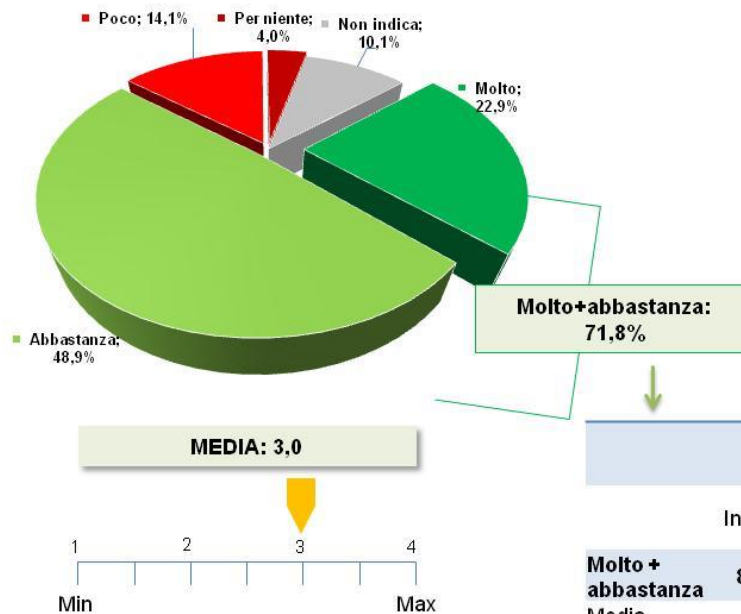


# GIUDIZIO DI UTILITA' DEL POR FESR

**Domanda:** In che misura ritieni che il POR FESR possa essere uno strumento utile alla crescita sociale ed economica della tua regione?

Base: totale campione (n=327)

- Studenti di scuola superiore:  
campione informati (n=93),  
campione di controllo (n=96)
- Studenti universitari:  
campione informati (n=73),  
campione di controllo (n=65)



	Studenti di scuola superiore		Universitari	
	Informati	Campione di controllo	Informati	Campione di controllo
<b>Molto + abbastanza</b>	<b>87,1%</b>	<b>50,1%</b>	<b>90,4%</b>	<b>61,5%</b>
Media	3,1	2,7	3,3	3,0
Basi	93	96	73	65

# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

- **Tempi:**
  - contatti ad inizio ottobre 2013:  
in contemporanea ci siamo assicurati la presenza del Direttore  
e della Presidente per la data delle riprese
  - riprese 12 novembre 2013
  - messa in onda 8 e 15 dicembre 2013

## Come abbiamo strutturato il lavoro:

TEMA	CHI	TEMPO	NOTE
Comunicare ai cittadini i fondi strutturali, il perché di una campagna di comunicazione	Presidente Regione Umbria Catuscia Marini	1 minuto	
Le iniziative rivolte al cittadino dell'Umbria: illustrazione e punti di forza	Direttore Lucio Caporizzi	30 secondi	
La campagna nelle scuole	Intervista a studenti di scuole elementari medie e superiori e immagini anche del gioco dei forzuti. I temi da trattare possibili sono: - Europa nel nostro quotidiano - Anno europeo cittadini - Rapporto con le istituzioni e i giovani (elezioni PE)	50-60 secondi	Sono disponibili immagini già girate con le attività nelle scuole elementari medie e superiori, contenenti anche le interviste agli studenti.
La campagna nelle Università	Intervista a studente Università - Dimensione europea dello studio/lavoro	30 secondi	Sono disponibili registrazioni di un seminario fatto con studenti del prof. Raspadori dell'Unipg.

Abbiamo inviato tutti i documenti che potevano esser utili:

Brochures



Abbiamo inviato tutti i documenti che potevano esser utili:

- video girati da noi precedentemente in argomenti utili
- **DATI** certi

**PROBLEMA:** la certezza dei dati **VERIFICARE** sempre l'attendibilità delle informazioni



## Mentre il giornalista lavora sui contenuti noi....

- Abbiamo tenuto i contatti con il Portavoce, con la Segreteria della Presidente e con quella del Direttore per esser sicuri di avere entrambi “gli attori” nel giorno prefissato
- Soltanto a quel punto abbiamo individuato la scuola: selezionato a classe, avvisato la Preside, procurato liberatorie (essendo minori anche le firme dei genitori)
- Fornito i dati alla Presidente e al Direttore
- Contestualmente fornito gli stessi dati al giornalista (ovviamente è un tipo di campagna stampa COMUNICAZIONE, non d’indagine)
- Fornito al giornalista tutti i video a disposizione (ora abbiamo un canale Youtube !)
- Controllato accuratamente che i nomi e le qualifiche fossero corretti (le qualifiche cambiano spesso in Regione...)

# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

Come si sono svolte le riprese:

Ci siamo trovati nella scuola in cui fare le riprese.

Il giornalista con i suoi cameramen, noi e l'Europe Direct



## Lezione in classe:



Il giornalista riassume i contenuti della lezione e, quindi, del POR FESR:



## Intervista ad uno studente:



## Intervista alla Preside:



## Intervista al Direttore regionale :





## Intervista alla Presidente:





# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

## Prima della messa in onda:

Mandata la notizia ai giornali tramite l'ufficio stampa della Giunta regionale

Mandate mail a tutti i nostri referenti

Pubblicata la notizia sul nostro canale tematico, all'interno del sito regionale

## Messa in onda:

8 e 15 dicembre 2013

# Buona prassi di CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE: Trasmissione TG Regioni Europa:

Dopo la messa in onda:

Data notizia a Ufficio stampa Giunta regionale

Pubblicato video nel nostro canale tematico



Inviato a Cantiere Europa [www.europa.rai.it](http://www.europa.rai.it)

Mandato mail a tutti i nostri stakeholders

# FASE DI PROGRAMMAZIONE 2014-2020

## SITO INTERNET

[www.regione.umbria.it/programmazione-fesr](http://www.regione.umbria.it/programmazione-fesr)

-  Svantaggio: è sepolto all'interno del sito regionale
-  Vantaggio: di solito si passa dai motori di ricerca (es. google)

# georeferenziare i progetti finanziati con il POR FESR

Possibilità di georeferenziare i progetti finanziati con il POR FESR

Per trovare: opere e lavori pubblici/acquisizione di beni e servizi/aiuti alle imprese

Per ogni singolo progetto posso consultare un set di informazioni

Attività realizzata dal Servizio Paesaggio, territorio e geografia della Regione Umbria

# georeferenziare i progetti finanziati con il POR FESR

**SCHEDA PROGETTO**  
Codice Locale Progetto: 28467

*Informazioni Anagrafiche - Sezione Comune*  
*Informazioni Anagrafiche*

Campo	
Programma	Programma Operativo Regionale del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2007/2013 - POR FESR
Asse	ASSE IV - Accessibilità e aree urbane
Obiettivo specifico	Promuovere una maggiore coesione territoriale e qualità urbana
Obiettivo operativo	4.2 Aree urbane - Valorizzazione delle aree urbane
Linea di attivazione	4.2.1 Riqualificazione e rivitalizzazione delle aree urbane
Azione Cardine	NO
Strumento Attuativo	PROGRAMMA OPERATIVO
Codice Locale	28467
CUP	CD4C1000020002
Titolo Progetto	Realizzazione Piazza Telematica, impianti di pubblica illuminazione e di video sorveglianza
Beneficiario	Comune di Perugia
Tipologia Operazione	Realizzazione di opere e lavori pubblici
Localizzazione del progetto/intervento	Regione UMBRIA Prov. :PERUGIA Comune Perugia Indirizzo :CORSO VANNUCCI Cap06124
Stato	In Corso
Indicatore di risultato di programma	Superficie urbana riqualificata sul totale aree da riqualificare
Classificazione OSN	<i>Priorità</i> : Competitività e attrattività delle città e dei sistemi urbani <i>Obiettivo Specifico</i> : Elevare la qualità della vita, attraverso il miglioramento delle condizioni ambientali e la lotta ai disagi derivanti dalla congestione e dalle situazioni di marginalità urbana, al contempo valorizzando il patrimonio di identità e rafforzando la relazione della cittadinanza con i luoghi. <i>Indicatore di risultato del OSN</i> : Nessun indicatore
Settore Prevalente	Telecomunicazioni
Tema prioritario di intervento	Progetti integrati per la rigenerazione urbana e rurale
Attività Economica	Amministrazioni pubbliche
Dimensione territoriale	Urbano
Tipologia di finanziamento	Altre forme di finanziamento
Generatore di entrate	SI
Intesa istituzionale di riferimento	Intesa non formalizzata
Lagge Obiettivo 448/2001	NO

Grazie per l'attenzione.

Valeria Covarelli

Responsabile Piano di Comunicazione POR FESR Regione Umbria

Direzione regionale programmazione,  
innovazione e competitività dell'Umbria  
Servizio Programmazione comunitaria

Valeria Covarelli

Tel +39-075-504.5667

E-mail: [vcovarelli@regione.umbria.it](mailto:vcovarelli@regione.umbria.it)

