

INFORMATIVA SULL'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE UNITARIA E SULLE ATTIVITÀ DA SVOLGERSI NEL CORSO DELL'ANNO SUCCESSIVO PER IL POR FSE 2014-2020 (ART. 116, C. 3) REG. UE 1303/2013)

Sommario

LE PRINCIPALI INIZIATIVE REALIZZATE NEL CORSO DELL'ANNO.....	2
European social sound 2.....	2
Il festival internazionale del giornalismo 2018.....	3
Le linee guida e manuale d'uso per la comunicazione e pubblicizzazione delle attività finanziate.....	4
La collaborazione con RAI nazionale e regionale	6
La collaborazione con AICCRE	7
La campagna sugli interventi finanziati nell'ambito delle politiche sociali	8
Lo stato di avanzamento degli interventi annunciati nel corso del comitato di sorveglianza 2017	8
LE INIZIATIVE DELLA PROSSIMA ANNUALITA'	9
Linee guida e attestazioni.....	9
Prosecuzione della campagna "Ti serve una mano?"	9
Realizzazione del programma radiofonico "Europa InfoSound"	10
Attuazione della Campagna "FSE e fai centro!"	10
Apertura del canale dedicato al FSE	10
Attività informativa principale 2018.....	11
Allegati:.....	11
• format del programma radiofonico "Europa InfoSound"	11
• flyer della campagna "Ti serve una mano?"	113

LE PRINCIPALI INIZIATIVE REALIZZATE NEL CORSO DELL'ANNO

European social sound 2

E' stato il web a dominare la seconda edizione della campagna innovativa di comunicazione *European Social Sound 2*: la diretta streaming della serata conclusiva ha raggiunto oltre 5 mila utenti e, da agosto, la pagina della campagna ha ottenuto più di 520.000 visualizzazioni dei contenuti pubblicati con interazioni con la paginaFB (commenti, reactions, etc etc) a quota 8 mila (circa).

L'evento finale della campagna della Regione Umbria è culminata in uno spettacolo che, come da format depositato, prevede che le esibizioni musicali siano intervallate da informazioni istituzionali sugli interventi finanziati dal Por FSE Umbria 2014-2020.

Il successo dell'iniziativa deriva dal fatto che essa offre una opportunità concreta per tutte le band di mettere in luce le proprie qualità davanti ad esperti.

Quest'anno il panel dei giudici annoverava Nicolò Fragile (musicista, arrangiatore e produttore di artisti del calibro di Mina, Eros Ramazzotti, Irene Grandi, Renato Zero, Vasco Rossi, Gianluca Grignani, Mario Venuti, Stadio, Alex Baroni, Adriano Celentano, Ornella Vanoni), Fausto Donato (scopritore di talenti, che ha lavorato per quasi tutte le Major musicali, attualmente è in forza alla Universal) e Francesco Facchinetti che, fra l'altro, ha scoperto e lanciato diversi personaggi tra cui Emis Killa, Nesli, Riki, molto noti al pubblico giovanile e legati ai social media e ai talent.



Il voto dei tre componenti la giuria ha pesato per il 60% nella selezione, mentre il 40% dei voti proveniva dal popolo del web che ha potuto assistere alla serata in streaming e dal pubblico presente in sala.

ESS 2, a detta di tecnici e professionisti dell'informazione, è veramente un modo diverso di parlare ai giovani per far conoscere loro tutte le possibilità che hanno a disposizione attraverso il Fondo Sociale Europeo.

[Il festival internazionale del giornalismo 2018](#)

Il FSE Umbria, ha organizzato “Europa, Social...mente” un agile appuntamento formativo per i professionisti dell'informazione. Dopo una breve contestualizzazione della politica di coesione ad opera del direttore regionale alla programmazione, affari internazionali ed europei, agenda digitale, agenzie e società partecipate della Regione Umbria, è stata proposta una chiave di lettura induttiva dei finanziamenti europei fornita da presentazioni di sei progetti finanziati con i fondi FSE, FESR, FEASR della durata di soli tre minuti.



Le iniziative finanziate descritte hanno costituito il terreno pratico per approfondire le tecniche di divulgazione ottimali dei progetti finanziati tramite i new media con l'aiuto di esperti comunicazione e di formazione, quali

Dino Amenduni, esperto di comunicazione e social media presso l'Agenzia di comunicazione Proforma nonché docente universitario; Marco Mazzoni, docente di *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* presso l'Università degli Studi di Perugia, autore di numerose pubblicazioni sui nuovi media; Matteo Salvai, esperto di comunicazione della commissione europea, che ha illustrato come sia possibile usare i progetti locali della politica di coesione per parlare di Europa.

L'evento prevedeva il riconoscimento di crediti formativi da parte dell'Ordine dei Giornalisti.

[Le linee guida e manuale d'uso per la comunicazione e pubblicizzazione delle attività finanziate](#)



Il Reg. CE n. 1030/2013, fra le altre cose, individua i criteri minimi per l'azione dell'Autorità di Gestione dei Programmi Operativi, in qualità di soggetto responsabile delle azioni di comunicazione.

Fra gli obblighi in capo all'AdG vi è quello di informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell'ambito dei programmi operativi, nonché di pubblicizzare presso i cittadini dell'Unione il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi.

Secondo il citato regolamento, l'Autorità di Gestione fornisce, tra l'altro, informazioni, strumenti di comunicazione, comprendenti modelli in formato elettronico, per aiutare i beneficiari a rispettare gli obblighi di comunicazione.

Nell'adempimento di questo compito, non si può non tener conto dell'evoluzione apportata dagli spunti, suggerimenti ed indirizzi provenienti dal livello nazionale ed europeo, che prevedono che la pubblicizzazione di ogni singolo intervento finanziato avvenga sotto l'ombrello unitario del FSE; la frammentazione dell'azione pubblica riverberata anche nella comunicazione, infatti, è un aspetto che influisce negativamente sulla vita pratica dei cittadini, i quali, oltretutto, non riescono a percepire l'unicità di intenti che risiede alla base delle politiche stesse.

Tale condizione non è un mistero per i vertici europei e nazionali che insistono, opportunamente, per la realizzazione di una comunicazione efficiente ed efficace, capace di essere vicina al cittadino, che veicoli costantemente il *sovramessaggio* europeo mentre

si ricevono informazioni riguardo gli interventi in corso, in modo che l'opinione pubblica possa associare la politica europea ai benefici che riceve dall'azione portata avanti dalle Regioni.

Dovendo l'AdG adoperarsi affinché nel messaggio di comunicazione e pubblicità emerga chiaramente la matrice FSE, è necessario che siano utilizzati simboli, stili, linguaggi omogenei in ogni categoria di informazione e per ciascun intervento e che i flussi informativi siano organizzati in maniera convergente anche se gli interventi sono ascrivibili all'azione delle differenti unità organizzative, organismi, agenzie ed enti che sono coinvolti nel processo di attuazione del Programma Operativo.

L'AdG, pertanto, tramite le *Linee guida*, fornisce alla totalità dei soggetti che gestiscono e/o programmano interventi FSE, quali i servizi regionali, le agenzie formative, altri enti o organismi, ecc., gli indirizzi per l'azione complessiva ed unitaria della comunicazione, unitamente a format grafici, indicando nel costituendo canale dedicato www.regione.umbria.it/FSE, il punto di raccolta delle informazioni sugli interventi e le notizie utili a beneficio di tutti i target, per fornire una panoramica generale sempre aggiornata sulle opportunità disponibili, le politiche, i programmi e gli interventi riguardanti il POR FSE 2014-2020, nonché le azioni realizzate a livello territoriale collegate ai PON con quota di finanziamento FSE.

Il documento tesauroizza l'esperienza proveniente dalla passata programmazione e rende chiari i comportamenti da adottare nella pubblicizzazione degli interventi, sintetizzando le indicazioni provenienti dal livello europeo, nazionale e regionale.

E' stata quasi conclusa la realizzazione di gabbie grafiche che completano Linee guida, operazione che sarà ultimata non appena l'ultimo schema di attestato sarà approvato dalla Giunta regionale.

La collaborazione con RAI nazionale e regionale

La bontà delle azioni messe in campo, si pensi alla citata campagna ESS2 ma anche ai progetti realizzati all'intervento relativo *ITS*, e una buona *reputation* della comunicazione FSE Umbria, hanno consentito di instaurare un circolo virtuoso con la rete di comunicazione nazionale FSE e i mezzi e i protagonisti dell'informazione.

Il FSE Umbria, infatti, per fare un esempio, è stato protagonista della trasmissione RAI “il Posto giusto” con il progetto di successo “ITS”; inoltre il TG3 ha consentito alla Regione Umbria di essere ospite in studio per lanciare la serata finale di ESS2, in modalità di anticipo, accadimento del tutto inusuale per una iniziativa pubblica.



La collaborazione con AICCRE

In collaborazione con AICCRE - Associazione italiana per il Consiglio dei Comuni e delle Regioni d'Europa, è stato organizzato un evento titolato “*Dialogo locale e regionale sulle politiche di coesione*” presso la Sala Brugnoli del Consiglio regionale.

Dedicato ai giovani delle scuole superiori, l'occasione ha consentito di offrire una panoramica congiunta degli interventi finanziata dai Fondi FSE e FESR.

Durante la giornata grazie alla numerosità di prodotti già disponibili, quali ad esempio video polivalenti e altri materiali che il FSE Umbria realizza e utilizza all'interno di campagne complesse, i giovani hanno potuto usufruire di una disamina dinamica di quanto realizzato con i fondi europei in Umbria.

[La campagna sugli interventi finanziati nell'ambito delle politiche sociali](#)

E' in corso di realizzazione la campagna "Ti serve una mano? " che si baserà su volantini (già progettati) e poster. Propone al pubblico informazioni di base relativamente i tre interventi programmati con fondi FSE nell'ambito del Sociale, di seguito indicati.

1. *bando per anziani non autosufficienti: assistenza familiare per le persone anziane in condizione di dipendenza assistenziale o non autosufficienza*
2. *bando per la vita indipendente della persona con disabilità*
3. *Family help*

[Lo stato di avanzamento degli interventi annunciati nel corso del comitato di sorveglianza 2017](#)

Con Deliberazione di Giunta Regionale n.1107 del 04/10/2017 è stato approvato il format innovativo ideato dal Servizio Comunicazione Istituzionale, sezione comunicazione FSE, relativo ad una trasmissione radiofonica sulla comunicazione dei progetti finanziati dai fondi europei gestiti dalla Regione Umbria, e, in dicembre, è stato realizzato il corrispondente capitolato per la realizzazione del servizio.

Per quanto riguarda, invece, l'attuazione campagna presso i centri commerciali di Perugia e Terni essa è stata rimandata per una serie di motivazioni; in primo luogo non vi erano spazi disponibili presso i centri commerciali adatti. In quanto nelle piazze commerciali individuate per la campagna, che sono quelle che massimizzano la possibilità di realizzare una iniziativa di successo, le agende di concessione di spazi per iniziative di marketing aziendale sono redatte con un planning con anticipo annuale o addirittura superiore all'anno. L'unico spazio di due giorni, liberatosi per la mancata conferma di un operatore economico, si collocava nel periodo preelettorale, quindi non utilizzabile ai nostri fini.

Del resto, questi luoghi appaiono una scelta obbligata, in quanto dalla valutazione di una iniziativa itinerante realizzata dalla Regione Umbria nella precedente programmazione, e presentata all'attenzione del Comitato di sorveglianza del 2012, nonché in appuntamenti nazionali di diffusioni di buone pratiche a livello nazionale, era emerso quanto segue: *"I risultati peggiori in termini di affluenza presso lo stand -e di partecipazione al concorso- sono stati registrati, come si vede, presso le tappe della campagna allestite negli unici due centri urbani, Orvieto e Città di Castello, scelti perché entrambi sprovvisti di un centro commerciale di grande richiamo. L'esperienza condotta insegna, quindi, che i luoghi dispersivi, che non*

prevedono canalizzazioni obbligate di flussi di visitatori, non sono da prendere più in considerazione per eventi futuri di questo tipo.”

Ad ogni modo, a questo fattore di tipo organizzativo si sommava il momento di transizione che il settore lavoro e formazione sta attraversando dal punto di vista dell'assetto istituzionale, che provoca ripercussioni relativamente alla programmazione/gestione degli interventi finanziati.

LE INIZIATIVE DELLA PROSSIMA ANNUALITA'

Linee guida e attestazioni

Una volta ricevuto l'ultimo format di attestato dal servizio competente, a seguito di approvazione della Giunta regionale, il Servizio Comunicazione Istituzionale e Social Media organizzerà alcune giornate di informazione dedicate all'illustrazione particolareggiata delle Linee guida e dell'utilizzo dei format a tutti i soggetti che programmano e attuano interventi con risorse FSE.

Si evidenzia che all'interno della gara multiservizi per la comunicazione del Fondo Sociale Europeo, aggiudicata ai primi del mese corrente, è stata prevista anche la realizzazione di un set di ologrammi codificati, destinati ad essere applicati alle attestazioni e alle certificazioni formative rilasciate o approvate dalla Regione Umbria, per rendere infattibile la falsificazione delle medesime; anche questo aspetto necessiterà di comunicazione appropriata e di coordinamento fra tutti gli uffici coinvolti.

Prosecuzione della campagna “Ti serve una mano?”

Dopo aver sottoposto ad una preventiva operazione di *naming*, approvata dal servizio competente per la programmazione dell'intervento, che ha fatto sì che i primi due bandi precedentemente citati, e, segnatamente, il *bando per anziani non autosufficienti: assistenza familiare per le persone anziane in condizione di dipendenza assistenziale* o non autosufficienza e il *bando per la vita indipendente della persona con disabilità*, fossero denominati, rispettivamente “**1X1**” e “**Vado a vivere da solo**”, cui si aggiunge l'altro

intervento “Family Help”, è stata richiesta la stampa di 63.000 volantini, che saranno distribuiti tramite le farmacie comunali dislocate nel territorio regionale e saranno realizzati dei poster da distribuire ai comuni.

[Realizzazione del programma radiofonico “Europa InfoSound”](#)

Come premesso, il capitolato di gara relativo al progetto è stato realizzato nei tempi previsti, tuttavia, per la prosecuzione dell'iniziativa è necessario attendere la messa in disponibilità dei fondi riferibili alla quota FESR, attualmente non presenti per motivazioni di bilancio. Una volta a disposizione tali somme, esse si aggiungeranno agli stanziamenti dei fondi FSE e FEASR, già presenti dall'inizio dell'anno, consentendo l'effettuazione della prenotazione di impegno, che rappresenta la condizione necessaria per la pubblicazione del bando della gara finalizzata all'individuazione del soggetto o del raggruppamento di soggetti che attuerà il progetto.

[Attuazione della Campagna “FSE e fai centro!”](#)

La sua realizzazione è prevista per il mese di ottobre 2018, nelle more della definitiva assegnazione degli spazi, richiesti ai centri commerciali individuati.

Nel corso della campagna saranno presentati materiali relativi alle iniziative che saranno aperte nel periodo di riferimento e agli interventi messi in campo nel settore del *sociale* qualora residuassero risorse da impiegare per le iniziative 1X1”, “Vado a vivere da solo”, “Family Help”.

Presso lo stand si prevede anche di poter spiegare l'utilizzo del bot *inform@tutto Young*, per l'implementazione definitiva del quale si attende il collegamento con le fonti-dati da parte degli uffici competenti. La campagna costituirà, altresì, occasione per realizzare un sondaggio sulla conoscenza del FSE da parte della popolazione.

[Apertura del canale dedicato al FSE](#)

E' in corso di realizzazione la progettazione di un canale autonomo FSE all'interno del sito istituzionale e il ridisegno dei flussi di comunicazione del portale per la convergenza delle informazioni inerenti i vari assi all'interno dello stesso.

Attività informativa principale 2018

Il Servizio “Comunicazione Istituzionale”, all’interno del quale risiede la struttura di comunicazione del FSE, intende realizzare l’attività informativa principale annuale in forma di evento della durata di tre giorni, da svolgersi nel corso dell’autunno 2018, con il contributo dell’antenna locale della rete informativa dell’Unione Europea Europe Direct Umbria e AIDP, soggetti con cui la Sezione che cura la comunicazione FSE ha già collaborato in passato con successo.

L’evento intende fare il punto su Europa, i futuri scenari del lavoro, formazione, istruzione e gli interventi finanziati nel settore del sociale, per offrire ad una platea principalmente composta da giovani (scuole superiori, studenti universitari), non solo un confronto sul futuro dell’Europa, sulle sue politiche ma anche sul *recruiting*, affinché i giovani possano costruire il loro futuro da protagonisti, aprendo un canale diretto di ascolto e collaborazione con soggetti imprenditoriali di spicco nel panorama aziendale.

Agli interventi indicati si affiancheranno ulteriori iniziative che verranno realizzate dopo confronto con gli RdA. Si tenterà, comunque, come sempre accaduto, di risparmiare risorse realizzando iniziative che riescano a proporre la variegata gamma degli interventi finanziati con il FSE e realizzati da soggetti differenti, per evitare che al pubblico “passi” solo il nome dell’iniziativa e non la regia europea (e di conseguenza la regia regionale) che renderebbe le singole azioni slegate da un disegno politico economico integrato.

Allegati:

- format del programma radiofonico “Europa InfoSound”
- flyer della campagna “Ti serve una mano?”

FORMAT PROGRAMMA RADIOFONICO SULLA COMUNICAZIONE DEI PROGETTI FINANZIATI DAI FONDI EUROPEI GESTITI DALLA REGIONE UMBRIA

“Europa InfoSound”

CATEGORIA

Infotainment

SINTESI

EUROPA InfoSound è il format di un programma radiofonico dedicato ai progetti finanziati dai Fondi Europei FSE, FESR e FEASR, realizzati dalla Regione Umbria o da soggetti attuatori/delegati. Il programma si propone l'obiettivo di rendere i cittadini maggiormente informati riguardo quanto realizzato, e quanto in corso di realizzazione, nella Regione Umbria e di aumentare la consapevolezza nei riguardi dell'azione dell'Unione europea nel suo complesso, superando gli approcci tradizionali che si fondano su linguaggi densi di tecnicismi o iniziative troppo formali. Essi, di fatto, escludono il grande pubblico e sono inadatti ad evidenziare i vantaggi e i risultati tangibili che le politiche perseguono proprio nei riguardi dei cittadini.

Per tale motivo il format, pur forte di una trattazione professionale, prevede l'utilizzo di modalità espositive e dinamiche volte a semplificate, “alleggerire” e rendere divertenti a godibili le tematiche, facendo ricorso largo ricorso allo *storytelling*, ad esempi concreti passati e prospettive per il futuro.

Il format del programma gioca sul contrasto di stile di conduzione fra i due speaker previsti dallo stesso e prevede una forte interazione con i social media. Per aumentare ulteriormente l'attrattività del Programma ed invogliare maggiormente gli ascoltatori, il format prevede l'abbinamento fisso ad un momento musicale imperniato sulle canzoni in possesso della Regione Umbria, grazie al progetto di Comunicazione FSE “European Social Sound”.

Coerentemente con le tendenze della moderna comunicazione, che rende imprescindibile il ricorso ai Social Media e alla diffusione dei contenuti tramite streaming audio-video, e alla loro successiva fruibilità, le puntate del programma dovranno essere trasmesse in streaming e disponibili in formato scaricabile e riproducibile in un secondo momento (podcast). Il programma può giovare altresì del traino pubblicitario dell'evento FSE ESS, 2a edizione, 2017, previa verifica della compatibilità delle date di trasmissione con tale iniziativa.

DURATA

15 minuti

CONDUTTORI

N.2

conduttore/trice n.1	È “ironico e atipico”, possiede uno stile dinamico, tipo DJ
conduce la rubrica n.1	ha il compito di aprire la trasmissione con la rubrica n.1,
interviene nella rubrica n.2	Il conduttore/trice n.1 “avrà anche il compito di interagire con il conduttore/trice n. 2., facilitando la comprensione delle tematiche, tramite l’interpunzione dell’argomento europeo con domande formulate secondo la logica dell’uomo comune, insomma tramite un tono non tecnico, o il rilascio di commenti dal tono allegro, in modo da rendere divertente e maggiormente fruibile l’interazione, che si gioverà dell’inedito contrasto.
conduce la rubrica n.3	Formula la domanda dell’euroquiz e, se il tempo è sufficiente, “intervista” o interagisce con gli utenti che rispondono allo stesso.

conduttore/trice n.2	è un giornalista professionista , con esperienza radiofonica documentata di almeno 1 anno, è un conoscitore delle materie europee, conduce con un tono più “classico” e posato.
conduce la rubrica n.2	a lui/lei viene affidata la rubrica dell’argomento europeo della puntata.
Idea la domanda per la Rubrica n. 3	
conduce la rubrica n.4	Introduce e progetta la rubrica n.4, formulando il quesito all’esperto

CLOCK

SIGLA	10’’		
Rubrica n. 1 “ESS SOUND”	4’ 50’’	<ul style="list-style-type: none"> - Trasmissione di un brano che ha partecipato European Social Sound (edizione 2015 o che partecipa alla nuova iniziativa ESS 2), in corso di realizzazione, - Cenni sulla bio della band che ha eseguito il brano la cui registrazione viene messa in onda - Collegamento con un componente della band (facoltativo) - Possono essere forniti in studio aggiornamenti sul contest ESS 2, qualora le date dell’iniziativa fossero compatibili con quelle dalla produzione del programma. 	A cura del Conduttore/trice n. 1

Rubrica n. 2 “L’EUROPA IN UMBRIA”	8’	<ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo di una tematica riguardante un fondo europeo fra FSE, FESR e FEASR. - Descrizione delle politiche e degli interventi con ospiti in studio, fra cui testimonial, per favorire quando possibile la modalità “storytelling” e/o contributi telefonici. - Descrizione di progetti ed interventi si caratterizza per i contenuti resi concreti e fruibili, rivolto ad evidenziare i risultati, i benefici tangibili per la popolazione, le imprese, ecc. e le prospettive della futura azione regionale del tema trattato. 	<ul style="list-style-type: none"> • A cura del Conduttore/trice n. 2. • Il Conduttore/trice n. 1 interviene
Rubrica n. 3 “EUROQUIZ”	1’	<ul style="list-style-type: none"> - Quiz a premi vertente sull’argomento della giornata o sull’Europa. Si possono vincere gadget e, per la puntata finale, altro tipo o un riconoscimento. (es. andare a cena con i giudici vip di ESS 2 se la tempistica di ESS2 sarà compatibile con questa ipotesi, in caso contrario il premio finale sarà un telefonino di alta marca). 	<p>Il quiz è condotto a cura del conduttore n. 1 ma</p> <p>Il Conduttore/trice n.2 ne concepisce la domanda</p>
Rubrica n. 4 “UN MINUTO CON L’ESPERTO”	1’	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondimento di un particolare aspetto oppure rilascio di opinioni riguardante la tematica oggetto della puntata, da parte di soggetti provenienti dall’Amministrazione o altri ambiti che abbiano una coerenza con l’argomento trattato - L’argomento da approfondire scaturisce, di preferenza, dalla gestione delle comunicazioni degli account social del programma o da stimoli provenienti da fatti accaduti o topic di tendenza. 	<p>A cura del Conduttore/trice n.2</p> <p>Pre registrato, soggetti vari</p>