



Comitato di Sorveglianza unitario POR FESR e POR FSE 2014 – 2020 della Regione Umbria

Palazzo Donini, Sala Fiume

16 dicembre 2020

PUNTO 8 all'Ordine del Giorno

Informativa sull'attuazione della strategia di comunicazione.

PARTE FSE

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE ANNO 2019 -2020

Sommario

CAMPAGNA “EUROPA 2019” CAMPAGNA MULTIFONDO FSE, FESR, FEASR.....	3
a) Programma radio Europa infosound	3
b) Campagna Social media	4
c) Affissioni	5
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “NOINSIEME”	5
EUROPEAN SOCIAL SOUND 4U	6
ATTIVITÀ INTERREGIONALI ESS 4 U	7
LA FINALE REGIONALE DI ESS4U.....	7
LA FINALE NAZIONALE	8
NUOVO SITO WEB DEDICATO AL FSE, LINEE GUIDA SULLA COMUNICAZIONE FSE, PROGRAMMAZIONE DI INCONTRI FORMATIVI SULLA COMUNICAZIONE FSE	10
CAMPAGNA “FSE E FAI CENTRO!” – CENTRO COMMERCIALE COLLESTRADA E UNIVERSITÀ DI PERUGIA	12
REALIZZAZIONE DI PRODOTTI AUDIOVIDEO E BROCHURE	14
PROSECUZIONE DEL CONFRONTO PARTENARIALE PER APPROFONDIMENTI TEMATICI RELATIVI ALL’AVVIO DELLA POLITICA DI COESIONE 2021-2027.....	16
PROGETTO “GIOVANI GIORNALISTI PER L’EUROPA”	17
I premi assegnati.....	20
LA RASSEGNA STAMPA ONLINE.....	22
EUROPEAN WEEK OF REGIONS AND CITIES	26
LA COMUNICAZIONE AL TEMPO DEL COVID – LA CAMPAGNA MULTIFONDO “EUROPA E UMBRIA PER TE”	28
AZIONI DI COMUNICAZIONE FSE PREVISTE PER IL PERIODO GENNAIO 2021-DICEMBRE 2021.....	31
FOCUS SU ALCUNE INIZIATIVE DEL PROSSIMO ANNO	33
Giovani Giornalisti per l’Europa 2.....	33
Campagna di comunicazione FSE: imprenditori si nasce o si diventa? La parola ai cittadini.....	34
Iniziativa di comunicazione destinata agli <i>stakeholder</i>	34

CAMPAGNA “EUROPA 2019” CAMPAGNA MULTIFONDO FSE, FESR, FEASR

composta da:

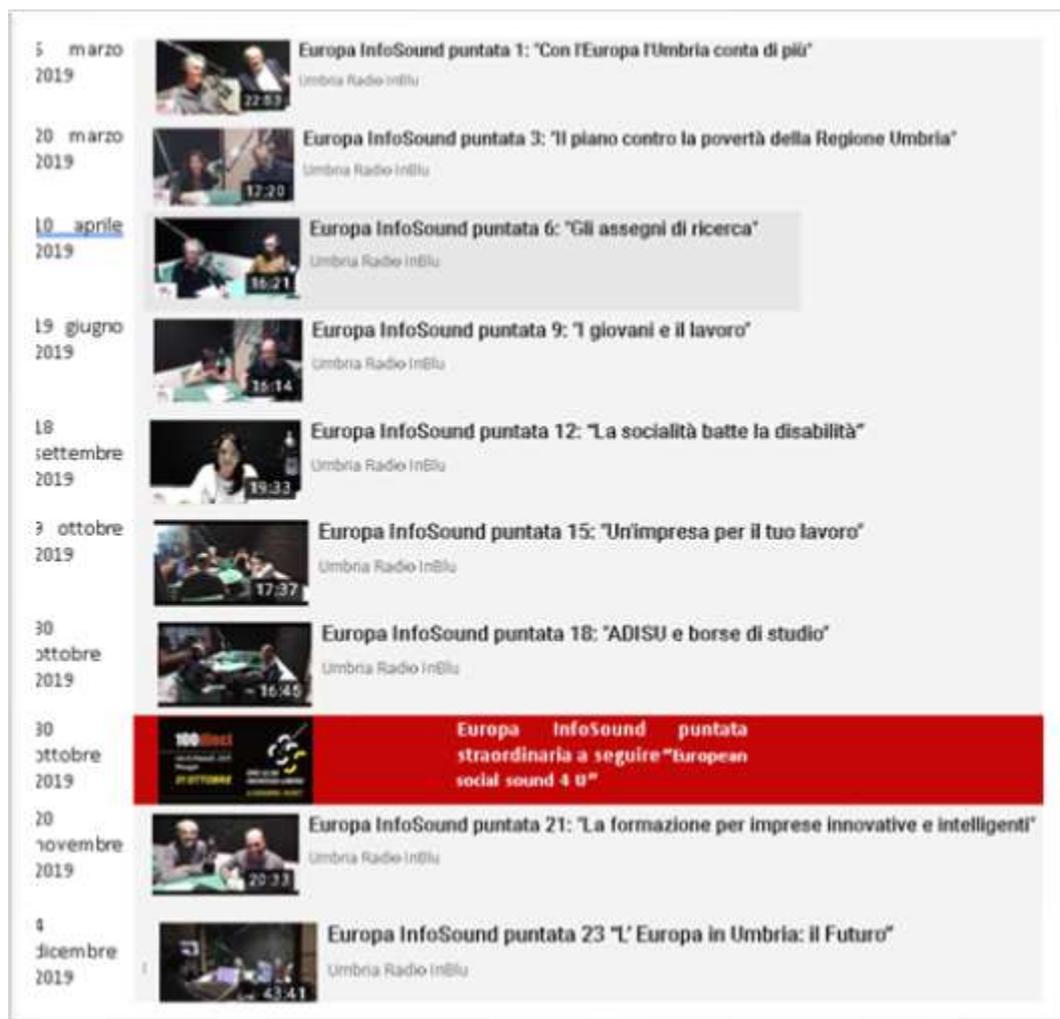
- a) Programma radio Europa infosound



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 format del programma è un originale ideato dalla responsabile della comunicazione FSE, che ne ha curato interamente la parte creativa (ideazione del format), nonché la parte di progettazione e il coordinamento amministrativo e finanziario. EUROPA InfoSound si propone l’obiettivo di rendere i cittadini maggiormente informati riguardo quanto realizzato, e quanto in corso di realizzazione, nella Regione Umbria, grazie ai fondi europei e di aumentare la consapevolezza nei riguardi dell’azione dell’Unione europea in senso più ampio.

Il programma ha potuto contare sull’annunciata rubrica musicale, che trasmette le canzoni legate alle due edizioni (2015-2017) del progetto “European Social Sound” finanziate dal POR FSE Umbria; questo aspetto ha rappresentato un ulteriore traino per la ormai nota iniziativa di comunicazione del Fondo Sociale Europeo.

EUROPA InfoSound, ha previsto quali momenti fissi la rubrica “un minuto con l’esperto” e l’Euroquiz; in palio vi erano biglietti per lo stadio o per il teatro. Nell’ultima puntata è stato messo a disposizione un cellulare. Per ciascun fondo (FSE, FESR e FEASR) sono state realizzate 7 puntate dedicate, più altre due, una iniziale e una finale dedicate ai tre fondi, e, bonus per il FSE una puntata straordinaria ha coperto l’evento European Social Sound4U. Di seguito i temi delle puntate comuni ai tre Fondi e quelle specificatamente dedicate al FSE:



- PROMO EUROPA INFO SOUND Totale: n. 629 spot

b) Campagna Social media

REPORT SOCIAL WEB

Facebook: 24 post, 7.258 persone raggiunte, 185 interazioni	Fondo Europeo Sviluppo Regionale
Twitter: 23 post, 1.383 visualizzazioni	Copertura a pagamento 30142
Instagram: 6 post	Copertura organica 1814
You Tube: 9 video, 490 visualizzazioni	Copertura totale 31956
Umbria Oggi: 11 articoli, 1.676 letture	Impression 84850
PERIODO DI RIFERIMENTO 11-03 - 31-05	Frequenza 2,82
	Numero di post 5
Fondo Sociale Europeo	Programma Sviluppo Rurale
Copertura a pagamento 25667	Copertura a pagamento 36145
Copertura organica 1037	Copertura organica 2542
Copertura totale 26704	Copertura totale 38687



Il Progetto European Social Sound si svolge secondo un format depositato, ideato dalla responsabile per la Comunicazione FSE della Regione Umbria: l’iniziativa si basa su un contest per band emergenti, abbinato ad informazioni sui progetti FSE, che si è articolato in eventi regionali locali ed una finale nazionale, comportando una serie di attività strettamente interdipendenti fra il livello regionale e quello sovregionale.

European Social Sound ha acquisito la prevista dimensione interregionale raggiungendo però dal punto di vista delle selezioni una dimensione nazionale.

L’iniziativa è partita in maniera coordinata il 10 giugno con una campagna social.

L’attività di coordinamento del progetto interregionale ha implicato un grandissimo impegno, l’apertura di un gran numero di procedure e l’approfondimento di “nuovi” temi quali **l’applicazione del regolamento europeo sulla tutela dei dati personali che, in un contesto così ampio e innovativo, ha comportato una notevole attività di approfondimento da parte di personale specificamente dedicato a tale attività** in quanto il sito web a sostegno dell’intera iniziativa è composto da un portale pubblico ed uno privato ed ha gestito una notevole mole di dati personali.

Numerose sono state le riunioni presso l'Associazione Tecnostruttura delle Regioni, e notevole l'attività di aggiustamento del regolamento e delle procedure connesse all'iniziativa, anche in previsione del fatto che tutte le attività di progettazione e la realizzazione del bando per l'aggiudicazione dei servizi comuni sono state realizzate in proprio dalla struttura che programma e gestisce la comunicazione FSE, e la sua responsabile è coordinatore interregionale del progetto, nonché promotrice dell'unico accordo sulla comunicazione interregionale a livello italiano.

Alle procedure per il reperimento dei servizi comuni, aggiudicati con determinazione dirigenziale del Servizio "Provveditorato, Gare e Contratti" n. 3829/2019, sono seguiti i trasferimenti delle quote provenienti dalle altre Regioni firmatarie. Anche per l'evento finale, che si è tenuto a Matera, la Regione Umbria ha mantenuto un forte coordinamento, entrando anche nel dettaglio dell'iniziativa, curando la scrittura del copione, la supervisione delle scelte artistiche, la realizzazione e la presentazione dello spettacolo finale, con definizione di testi, con attività di tipo altamente tecnico nell'ambito della comunicazione, potendo disporre dell'expertise necessaria.

Le attività realizzate rientrano nelle seguenti macrocategorie:

ATTIVITÀ INTERREGIONALI ESS 4 U

A) SITO WEB

- Creazione di un sito / sezione di sito web dedicato al bando.

(Il sito dell'iniziativa: oltre ad essere il motore di tutta l'organizzazione e dell'informazione riguardanti la gara, fornisce pillole informative di utilità pratica sui progetti e i programmi finanziati dalle quattro Regioni grazie al Fondo Sociale Europeo).

- Creazione di un portale secondario, non pubblico, raggiungibile dal sito principale, per la gestione delle domande on line relative all'avviso,
- Campagna social condivisa.

B) GIUDICI PRELIMINARI

- Remunerazione giudici preliminari
- Percentuale servizio ingaggio artisti con anticipazione dei fondi necessari

C) EVENTO FINALE

- Organizzazione: spese di esercizio; audio, video, luci; sicurezza; setting; trasmissione streaming; giudici finale; hospitality band; individuazione buone pratiche, apparati per votazioni.
- Erogazione premi band vincitrici

LA FINALE REGIONALE DI ESS4U



IL 31 OTTOBRE, presso il 100Dieci café, noto locale di riferimento per gli universitari umbri e non solo, si è tenuta la finale della fase regionale umbra, che costituiva anche l'evento annuale. I progetti europei per il lavoro, l'istruzione, la formazione, l'inclusione sociale, sono stati raccontati in maniera dinamica da chi vi ha partecipato dal vivo oppure tramite audiovisivi, fra i cambi di palco delle band.

LA FINALE NAZIONALE



La finale nazionale si è svolta presso l'Auditorium di Matera. La serata è stata oggetto di copertura di servizi dei TV delle Regioni aderenti all'iniziativa. Anche la versione interregionale del contest ha riscosso un grande successo online, in particolare:

- La diretta della serata finale di ESS4U è stata vista da quasi **12.000** utenti;
- Nei sei mesi di attività sono stati realizzati e pubblicati **130 contenuti originali**, nello specifico si tratta di post composti da copy testuale e visual originale, GIF animate, video, dirette live e gallerie fotografiche;
- La **reach complessiva** (organica e a pagamento mediante sponsorizzazioni) è stata pari a **4.594.000** utenti che hanno visto passare un qualsiasi contenuto della pagina sul proprio schermo (sia desktop che smartphone);
- Il **50%** degli utenti della pagina FB di ESS4U ha un'età compresa tra i **18 e i 35 anni** e sono per il 63% uomini, mentre le donne sono il 37%. Sono principalmente italiani, ma ci sono anche inglesi, francesi e spagnoli;



- Il numero dei follower della pagina è cresciuto di 600 unità nel corso della campagna di comunicazione; La pagina Instagram è stata molto utilizzata per la sponsorizzazione di contenuti promozionali circa le iscrizioni e gli aggiornamenti sullo sviluppo del contest anche grazie alla pubblicazione di oltre cento contenuti tra post e IG Stories che hanno raccolto circa **300.000** visualizzazioni complessive.



ovvero altre opportunità che prevedono un comportamento attivo ai fini dell'ottenimento di un servizio o un beneficio.

Il *template* è pensato per contenere una descrizione minima di ciascun intervento, che sarà fornita dal soggetto che programma/attua l'intervento, unitamente al link che indirizzerà l'utenza alla precisa pagina/sezione del proprio sito web, che contiene le info utili e dettagliate sull'intervento. Il collegamento dovrà essere diretto alla specifica pagina web del singolo intervento (n.b. non deve atterrare nella home dei medesimi). Ma non basta, in tutte le pagine dei soggetti che programmano o attuano un intervento FSE dovrà essere inserito anche un link di rimando al canale omonimo della Regione Umbria.

A fini della regolamentazione dei flussi di comunicazione il Servizio "comunicazione istituzionale e social media", settore FSE, ha dovuto emendare più volte le "Linee Guida sulla Comunicazione FSE", ai fini di per effettuare l'adeguamento progressivo alle mutate condizioni dell'assetto istituzionale del FSE Umbria. In particolare, con il passaggio di alcune competenze all'esterno della Regione Umbria, alcune attività devono essere realizzate con la collaborazione di altri enti.

La diffusione ed illustrazione delle linee guida è subordinata al loro imminente completamento. L'unico punto che ne impediva la chiusura era costituito dalla realizzazione grafica, finalizzata alla diffusione delle attestazioni finali, il cui contenuto è di competenza Arpal, che ha recentemente inviato quanto richiesto. Questo consentirà l'elaborazione grafica di tutti format, complete delle stringhe di simboli, da declinarsi per le combinazioni di finanziamento possibili (attualmente sette), numero speculare al complesso panorama dell'organizzazione regionale.

Data tale complessità tutto il materiale riferibile alle linee guida sarà essere necessariamente oggetto di illustrazione e spiegazione nel corso di giornate formative sulla comunicazione, destinate ad avere luogo presso la Scuola di Pubblica Amministrazione di Villa Umbra, ma che slitterà nel 2021 a causa della mancanza del loro completamento

Per ultimo, fondandosi la comunicazione di successo di un Programma sull'instaurarsi di un flusso codificato e costante di informazioni che devono convergere verso l'unità organizzativa designata dall'Autorità di Gestione a programmare e realizzare le attività di comunicazione, le giornate formative serviranno a sensibilizzare i soggetti che programmano e gestiscono le risorse FSE, verso pratiche virtuose di conferimento documentale previste dalle medesime.

CAMPAGNA “FSE E FAI CENTRO!” – CENTRO COMMERCIALE COLLESTRADA E UNIVERSITÀ DI PERUGIA

E' stata realizzata una iniziativa formativa presso il Centro commerciale Collestrada, in cui, oltre ad informazioni sul FSE è stato proposto un breve sondaggio sulla conoscenza del FSE da parte della popolazione. Sono state proposte domande semplici e brevi, visto che, per esperienza già condotta in location di questo tipo, è difficile che le persone si prestino a rispondere ad un gran numero di quesiti.

La campagna è stata ripetuta in occasione del **job day** presso l'università di il giorno 13 giugno 2019.



Fra le persone che hanno già risposto al sondaggio ed hanno lasciato i propri dati per continuare ad essere informati sul FSE, in estrema sintesi, i risultati sono stati i seguenti:

Il **40%** degli intervistati è a conoscenza del fatto che l'Europa finanzia sul territorio regionale progetti per le persone e le imprese nel campo dell'istruzione, della formazione, del lavoro, dell'inclusione sociale e della lotta alla povertà.

Il 20% degli intervistati sa che l'insieme di questi finanziamenti prende il nome di "Fondo Sociale Europeo", che il Fondo Sociale Europeo finanzia iniziative pubbliche gratuite e che, in alcuni casi, esse possono prevedere anche un beneficio economico per chi vi partecipa.

Il 19% dei soggetti conosce la label del POR FSE Umbria e sa che essa identifica tutte le iniziative finanziate quali corsi, bandi, eventi, progetti.

Data la quasi coincidenza del dato fra coloro i quali conoscono il Fondo Sociale Europeo e quelli che sanno che un progetto FSE si riconosce con il "marchio di qualità", cioè la tipica *label* adottata per il FSE a livello regionale, significa che tale simbolo risulta efficace nell'associare il fondo e i suoi benefici alla politica regionale ed europea.

Per tale motivo si ritiene necessario insistere nell'azione di correzione nei riguardi di quei soggetti che rendono dominante il proprio simbolo per grandezza o posizionamento, in quanto essi non fanno che accentuare un particolarismo realizzativo che va nella direzione contraria rispetto a quella tracciata dall'Europa.

Nell'ambito delle due iniziative sono stati distribuite brochure e gadget proposti per attirare singoli e famiglie, studenti, e presso, gli stand sono stati proposti in visione video informativi.

REALIZZAZIONE DI PRODOTTI AUDIOVIDEO E BROCHURE

Sono state realizzate quattro brochure informative, la prima dedicata al FSE in generale, le altre tre incentrate rispettivamente sugli interventi finanziati dagli assi occupazione istruzione e inclusione sociale.

Sono stati realizzati, inoltre, alcuni prodotti audio-video sul FSE.



La Commissione Europea ha realizzato i sottotitoli a sue spese di alcuni video giudicati più interessanti, provenienti dalle Autorità di Gestione di tutta Europa e resi disponibili nel suo sito ufficiale, parte FSE, alla pagina <https://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=1493&langId=en> . Fra questi video ve ne sono due umbri , presentati anche alla finale di Matera di ESS4U.

Il posizionamento del video all'interno della pagina della Commissione dipende dal momento in cui il video è stato pubblicato sul canale Youtube della Commissione stessa . I due video, che sono "Mission Possible" e "Business Game". Con riguardo ad entrambi i video, la struttura di comunicazione FSE ha curato tutta la fase di produzione, dall'identificazione delle storie e dei testimonial di successo, alla scrittura della sceneggiatura, dello storyboard e delle indicazioni alla regia e al montaggio.

PROSECUZIONE DEL CONFRONTO PARTENARIALE PER APPROFONDIMENTI TEMATICI
RELATIVI ALL'AVVIO DELLA POLITICA DI COESIONE 2021-2027



L'evento si è tenuto il 15 ottobre 2019 presso la sede del Palazzo Broletto. Si è trattato di un approfondimento, realizzato ai “tavoli” del livello nazionale. Anche il tavolo n. 4 umbro è stato dedicato ad “Un'Europa più sociale” : mercato del lavoro, istruzione, formazione.

Gli argomenti che sono stati oggetto di confronto con il partenariato sono stati i seguenti:

- Politiche e servizi per il lavoro e l'apprendimento,
- Il diritto allo studio e progetti per la ricerca,
- dal rafforzamento della governance del sociale per utilizzare al meglio le risorse europee, alla condivisione della nuova programmazione,
- Innovazione nei Servizi di Welfare,
- Inclusione sociale, le politiche di contrasto alle povertà. L'inclusione attiva. Le politiche regionali di promozione e valorizzazione dell'invecchiamento attivo.

PROGETTO “GIOVANI GIORNALISTI PER L’EUROPA”

Iniziato a novembre 2019, è proseguito nel 2020. Il suo evento finale ha costituito evento annuale FSE 2020.

Il progetto-campagna evento messo a bando ha previsto una specifica formazione nell’ambito del giornalismo radiotelevisivo e sul Fondo Sociale Europeo, erogata a studenti di scuole superiori individuate dalla Regione Umbria e di un evento finale in cui i giovani, divisi in piccoli gruppi, hanno proposto servizi radio-giornalistici su temi FSE nell’ambito del Primo Gran Premio di Giornalismo Radiotelevisivo Junior dell’Umbria.

Gli studenti hanno seguito un corso di formazione a contenuto misto con moduli di giornalismo radiotelevisivo di 44 ore sulle tecniche di giornalismo radiotelevisivo, e moduli a contenuto europeo (4 ore).

I moduli europei vertevano:

- sull’Europa in generale (a cura dell’Università di Perugia);
- sul Fondo Sociale Europeo, a cura di dirigenti e funzionari della Regione Umbria, i quali hanno illustrando alcuni progetti di punta realizzati sul territorio grazie a tali finanziamenti, nei seguenti ambiti: istruzione, formazione, lavoro, inclusione sociale e lotta alla povertà.



Le tecniche oggetto della formazione giornalistica riguardavano i contenuti tipici del giornalismo radiotelevisivo e dei nuovi media per consentire agli studenti partecipanti di acquisire le basi per realizzare dei veri e propri servizi giornalistici radiotelevisivi con l’ausilio dei propri smartphone.

Al "Progetto campagna-evento annuale Fondo Sociale Europeo 2014-2020 Giovani giornalisti per l'Europa" partecipano n.6 istituti superiori umbri. Il Soggetto attuatore individuato è la Scuola di Giornalismo Radiotelevisivo dell’Umbria.

Il Kick off del progetto (l'Evento di lancio) si è tenuto l'8 novembre 2019. Le classi hanno partecipato all'incontro, che ha aperto la "Festa della Rete". L'incontro ha costituito la prima occasione di promozione dell'iniziativa (è stata invitata la stampa locale e nazionale, sono state effettuate promozioni sui principali social).



Hanno partecipato il presidente dell'Ordine dei Giornalisti dell'Umbria, l'Università di Perugia, nella persona del Prof. Raspadori che ha tenuto una lezione sull'Europa.

Presenti in sala, gli istituti aderenti all'iniziativa e pubblico esterno. Sono state toccate le tematiche dell'odio in rete (ospiti: Flavio Alivernini, Luca Telese, Matteo Grandi, moderatrice: Chiara Longo Bifano) e della costruzione di carriere di successo grazie anche all'utilizzo dei social media ("Il Pagante", storia di una band underground).

Lezioni di giornalismo. Nei mesi di novembre 2019, dicembre 2019 e gennaio 2020 sono stati svolti i primi moduli di formazione, che si sono conclusi a maggio 2020.

A causa del lockdown imposto dall'epidemia di Covid-19 le lezioni sono protratte oltre le previsioni e, per non sottoporre le scolaresche ad eventi rischiosi, la finale è stata fatta slittare all'inizio dell'anno scolastico di quest'anno.

Il 30 settembre 2020 si è tenuto presso l'aula magna dell'Università di Perugia, il primo **"Gran Premio di Giornalismo radiotelevisivo Junior dell'Umbria"**.

Il "Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo junior dell'Umbria" ha previsto delle vere e proprie *nominations* e una giuria di eccezione ha individuato il miglior video servizio ed assegnato altri riconoscimenti minori.

La giuria era presieduta da **Giuseppina PATERNITI**, che attualmente ricopre il ruolo di direttore editoriale dell'offerta informativa della RAI, quindi può essere considerata alla stregua di un "direttore dei direttori RAI", già direttrice del TG3 nazionale e a lungo corrispondente da Bruxelles.



Alcuni degli studenti sono stati intervistati dalla TgR Rai dell'Umbria

Interviste ai protagonisti



Di seguito i componenti della giuria:

- Maria Concetta Mattei - caporedattore e conduttrice Tg2
- Roberto Conticelli - vicedirettore de "La Nazione" e presidente dell'Ordine dei giornalisti dell'Umbria
- Pier Paolo Cito - giornalista e fotoreporter, finalista al premio Pulitzer, vincitore dell'Award of Excellence, e del Premio "Picture of the Year International"
- Corinna Lo Castro - attrice ed esperta di dizione
- Luca Romani - Regista RAI

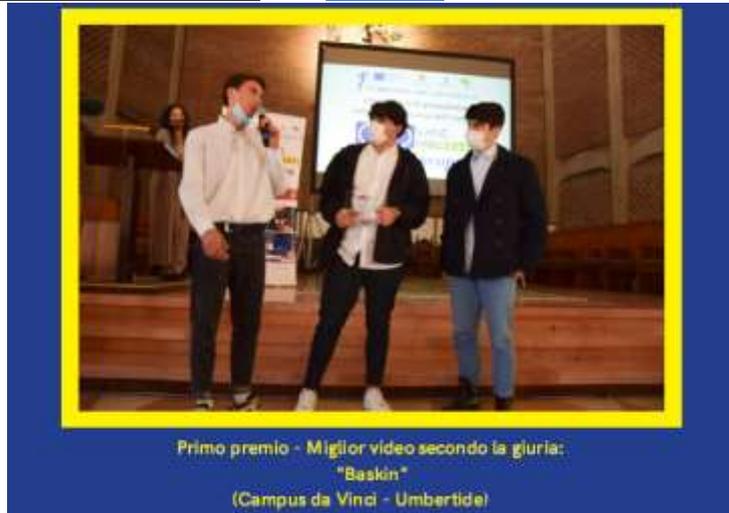
RAI (e tutte le TV locali) ha seguito l'iniziativa, prima con un "traino" al TG3 finalizzato ad informare la popolazione dell'iniziativa e con l'appello a vedere i video dei giovani poi coprendo Il Gran Premio con un dettagliato reportage.



I premi assegnati

I riconoscimenti assegnati sono stati i seguenti, e tutti video servizi giornalisti premiati sono visibili cliccando il link corrispondente:

Vincitore: MIGLIOR VIDEO SCELTO DALLA GIURIA **"BASKIN"**



- Video più votato su YouTube **"Una nuova occasione"**
- Video più visto su YouTube **"Progetto vita indipendente, appartamento casa Paradiso"**
- Premio speciale ESN (Erasmus Student Network) **"Pon: un viaggio verso l'Unione europea"**
- Video con la storia più bella **"L'integrazione nelle diverse sfumature"**
- Video con l'intervista più interessante **"Mediazione familiare"**
- Video con le migliori immagini **"Nessuno rimanga indietro"**
- Video con il miglior montaggio **"Un arco per l'Europa"**
- Migliore video selezionato dai docenti del corso **"Espressivo, divertente e formativo: questo è l'Istituto Calvino!"**
- Video con la miglior scelta musicale **"Noi che non abbiamo il mare"**

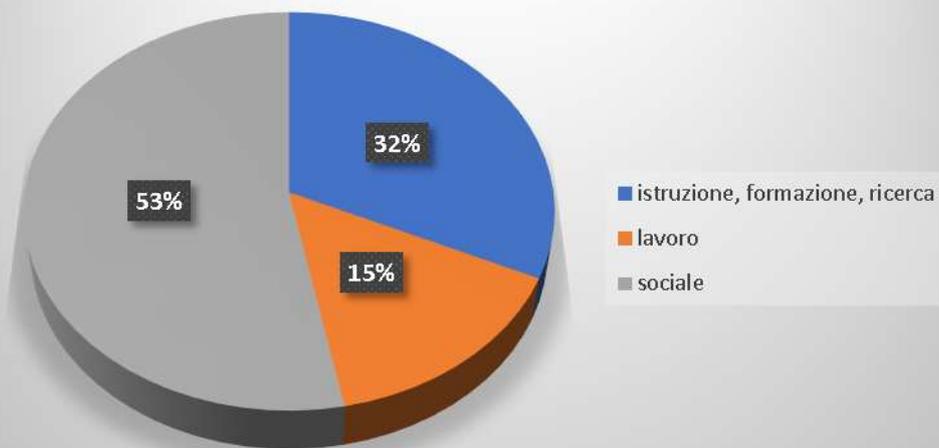
Dato il grande successo dell'iniziativa, a livello regionale, nazionale e il positivo riscontro da parte di importanti esponenti di Istituzioni Europee e dai responsabili per la stampa del Parlamento Europeo, la Regione Umbria sta preparando "Giovani Giornalisti per l'Europa 2" con l'introduzione di alcune novità.

Ad oggi, i video della playlist di "Giovani Giornalisti per l'Europa" hanno totalizzato **10.403 visualizzazioni**.

video per tematica



voti per tematica



The screenshot shows the top of the Scuola24 website. The main header features the logo 'Scuola24' and the tagline 'Il quotidiano della Formazione, dell'Università e della Ricerca'. Below the logo is a navigation bar with 'Home', 'Tutti i documenti', and 'Guida alla scelta'. The article is dated '22 Gen 2020' and is categorized under 'FAMIGLIE E STUDENTI'. The title is 'A Scuola di giornalismo per video-raccontare l'Europa' by 'di Antonino Stella'. The article text describes a project for young journalists in Umbria, funded by the European Union, involving various schools and a final competition.

[Giovani Giornalisti per l'Europa - Home | Facebook](#)

www.facebook.com > ... > [Youth Organization](#)

[Giovani giornalisti per l'Europa - Liceo Statale A. Pieralli Perugia](#)

www.liceopieralli.edu.it > [app](#) > [PGLS0011](#) > [pvw_sito](#)

[ue, "baskin" vince il premio giovani giornalisti per l'europa ...](#)

www.umbria24.it > [eumbria](#) > [lumbria-come-modello-d...](#)

[Giovani reporter per l'Europa - Cronaca - lanazione.it](#)

E, "Baskin" vince il premio giovani giornalisti per l'Europa - Trg

www.trgmedia.it › news-118067

[1 ott 2020 — UE, “Baskin” vince il premio **giovani giornalisti per l'Europa**. E' "Baskin" il video vincitore del primo "Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo ...](#)

A Scuola di giornalismo per video-raccontare l'Europa

scuola24.ilsole24ore.com › art › a-scuola-giornalismo-...

[22 gen 2020 — sue istituzioni e le opportunità offerte dall'Fse per la regione Umbria. . Questo, in sintesi, il progetto “ **Giovani giornalisti per l'Europa** ” finanziato ...](#)

Progetto Giovani Giornalisti per l'Europa - Enne Project

www.enneproject.eu › giovani-giornalisti-europa

[Il Progetto “**Giovani giornalisti per l'Europa**”, è un' iniziativa promossa dalla Regione Umbria, in collaborazione con il “Centro italiano di studi superiori per la ...](#)

[A Perugia il primo premio giornalismo radiotelevisivo junior ..](#)

www.umbriadomani.it › perugia › a-perugia-il-primo-p...

[29 set 2020 — Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo junior dell'Umbria” che conclude il progetto della Regione Umbria “**Giovani giornalisti per l'Europa**”](#)

[Giovani giornalisti tra i banchi di scuola - Centro Italiano di ...](#)

www.centrogiornalismo.it › giovani-giornalisti-tra-i-ba...

[Il progetto “**Giovani giornalisti per l'Europa**” è stato realizzato dalla Regione Umbria con la collaborazione del nostro Centro di Giornalismo, grazie al ...](#)

#FDR19 | Giovani Giornalisti per l'Europa | Radiophonica

www.radiophonica.com › video



L'Umbria premierà domani, 30 settembre, i giovani giornalisti ...

www.corrieredelleconomia.it › 2020/09/29 › lumbria-p...

[29 set 2020 — ... Umbria “**Giovani giornalisti per l'Europa**”, realizzato dal “Centro studi di ... I ragazzi hanno così potuto acquisire le basi per realizzare veri e ...](#)

[Giovani giornalisti per l'Europa Archivi - Vivo Umbria](#)

www.vivoumbria.it › tag › amp

[Giovani giornalisti per l'Europa. Gran Premio giornalismo radiotelevisivo junior dell'Umbria: vince Baskin del Campus Da Vinci di · Fotografia, Cinema e Pittura ...](#)

[“Baskin” vince il premio 'Giovani Giornalisti per l'Europa' — La ...](#)

www.lavoicedelterritorio.it › CULTURA e EVENTI

[1 ott 2020 — Baskin” vince il premio 'Giovani Giornalisti per l'Europa'. Realizzato dal Campus Da Vinci di Umbertide, che racconta la storia di uno sport che ...](#)

[“Baskin” vince il premio 'Giovani Giornalisti per l'Europa' — La ...](#)

www.lavoicedelterritorio.it › CULTURA e EVENTI

[Progetto “Giovani Giornalisti per l'Europa” | ISTITUTO ...](#)

www.isiscalvino.it › circolari › progetto-“giovani-giorn...

[UE, "Baskin" vince il premio "Giovani giornalisti per l'Europa"](#)

it.geosnews.com › ... › Provincia di Perugia

[“Scarpellini”: al via il progetto “Giovani giornalisti per l'Europa”](#)

www.rgunotizie.it › articoli › attualita › dalla-festa-della...

[LA CASA PARADISO nel concorso Giovani Giornalisti per l'...](#)

fuorisacco.com › 2020/06/10 › la-casa-paradiso-nel-conc...

[UE, “Baskin” vince il premio "Giovani giornalisti per l'Europa"](#)

www.vivereperugia.it › articolo › media

[UE, “Baskin” vince il premio "Giovani giornalisti per l'Europa"](#)

www.vivereperugia.it › articolo › media

www.informazione locale.it › giovani-giornalisti-al-cam...

[Giovani Giornalisti per l'Europa, via Giacomo Puccini, 253 ...](#)

www.findglocal.com › Perugia › Giovani-Giornalisti-pe...

[Usa 2020 nell'esperienza di giovani giornalisti italiani](#)

[www.affarinternazionali.it › blogpost › usa-2020-giova...](#)

[PROGETTO: Giovani Giornalisti per L'Europa- VOTA I VIDEO](#)

[www.campusdavinci.edu.it › ita](#)

EUROPEAN WEEK OF REGIONS AND CITIES

Con l'organizzazione del Workshop [“ROCKING & COMMUNICATING: EUROPE IS YOUNG!”](#) la Regione Umbria ha parlato al pubblico dell'European Week of Regions and Cities 2020 di due iniziative del FSE Umbria di quest'anno, lasciando la parola ai protagonisti delle iniziative e alle istituzioni . La registrazione dell'iniziativa è visibile anche nel sito della “European Week of Regions and Cities - EWRC 2020” .

All'evento hanno preso parte:

Moderatore: Paolo Saraca Volpini, giornalista e responsabile stampa presso il Palamento Europeo.

I seguenti speaker in ordine di contributo:

- Daniela Rondinelli: membro del Parlamento europeo
- Michele Fioroni (Vice-presidente Regione Umbria , Assessore allo Sviluppo economico, innovazione, digitale , semplificazione)
- Maria Rosaria Fraticelli (Responsabile comunicazione FSE Regione Umbria e progettista)
- Massimo Busuoli (Direttore del NTNU Brussels Office) ;
- Michele Cercone (Comitato delle Regioni), Ferrari (Teen Radio Radio Immaginaria),
- Luca Garosi (caporedattore Rainews 24),
- Corinna Lo Castro (attrice e docente di dizione),
- Ludovica Ferrari, giornalista della web radio “Radioimmaginaria” Italy.
- Rappresentante della band “Populalma” (gruppo vincitore del primo premio di ESS4U)
- Rappresentante della band “Emma Morton and the Graces” (premio della critica di ESS4U), Ludovica



Il workshop si articolava in due parti. La prima dedicata al progetto “Giovani Giornalisti per l’Europa” e la seconda a “ESS4U”, in quanto la Commissione apprezza in maniera crescente le iniziative di comunicazione rivolte ai giovani, futuro dell’UE, visti quali interlocutori privilegiati delle iniziative di comunicazione ai fini dell’acquisizione della consapevolezza del ruolo che l’Europa gioca nella vita della popolazione.

LA COMUNICAZIONE AL TEMPO DEL COVID – LA CAMPAGNA MULTIFONDO “EUROPA E UMBRIA PER TE”



La Regione Umbria ha realizzato una campagna di comunicazione multifondo denominata “EUROPA e UMBRIA CON TE” a valere sulla Strategia di Comunicazione Congiunta dei POR FSE e FESR; la strategia di comunicazione del PSR FEASR 2014-2020 e i fondi riferibili al Turismo e alla Comunicazione istituzionale.

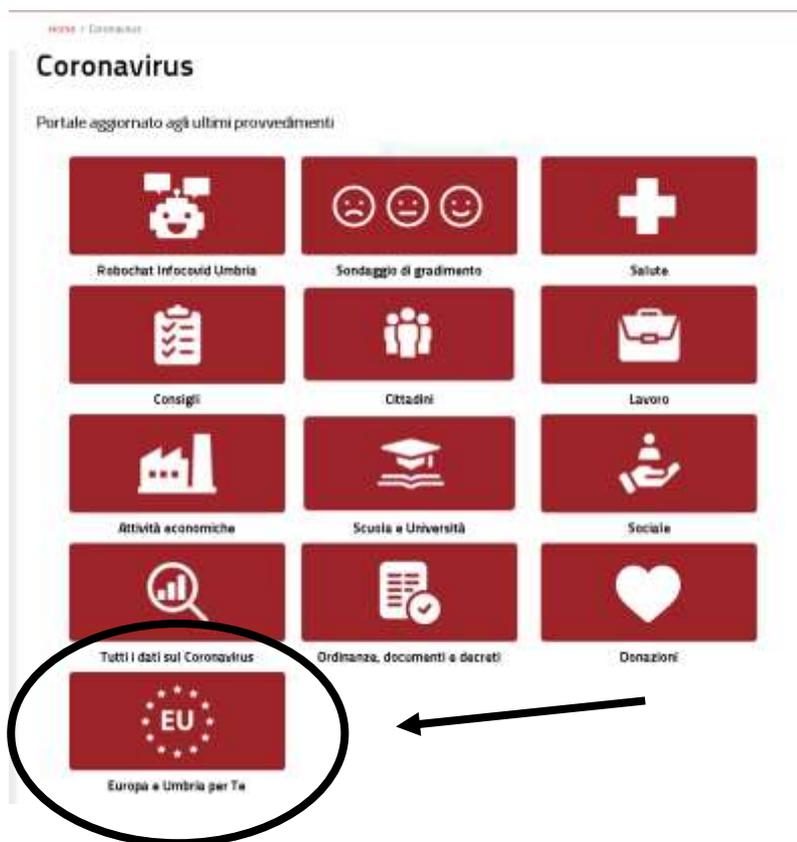
A latere delle misure che il governo nazionale stava e sta portando avanti, e di cui l’Ente Regionale ha sempre dato puntuale informazione nella pagina dedicata all’emergenza, è apparso subito di fondamentale importanza dare testimonianza ai cittadini e alle imprese dell’impegno del Governo regionale nell’affrontare le circostanze avverse introdotte dalla pandemia da COVID-19. Era necessario che la popolazione, il sistema produttivo e, per certi versi la nazione intera, percepissero ancor più l’azione che l’Amministrazione regionale stava progettando per fornire un sostegno specifico alla popolazione e al sistema-regione in generale con ogni mezzo a sua disposizione, fra cui i fondi europei e le risorse dedicate al turismo. La campagna doveva altresì impattare su un nucleo allargato di pubblici di riferimento, pertanto si è ritenuto opportuno far leva sui mezzi di informazione televisivi, sui quotidiani, a stampa e online. L’acquisto dei prodotti grafici è stato realizzato con fondi propri della comunicazione istituzionale.

La campagna è stata interamente progettata dalla struttura tecnica che ora ha in carico sia la comunicazione FSE, sia la comunicazione e il marketing istituzionale (ad interim), e anche l’attuazione della stessa ha finito per gravare interamente su tale struttura, sia per quanto riguarda l’attuazione della parte FSE sia per quanto riguarda quella FESR. Questo ha provocato una forte alterazione dei ritmi di lavoro, che si ripercuote ancora

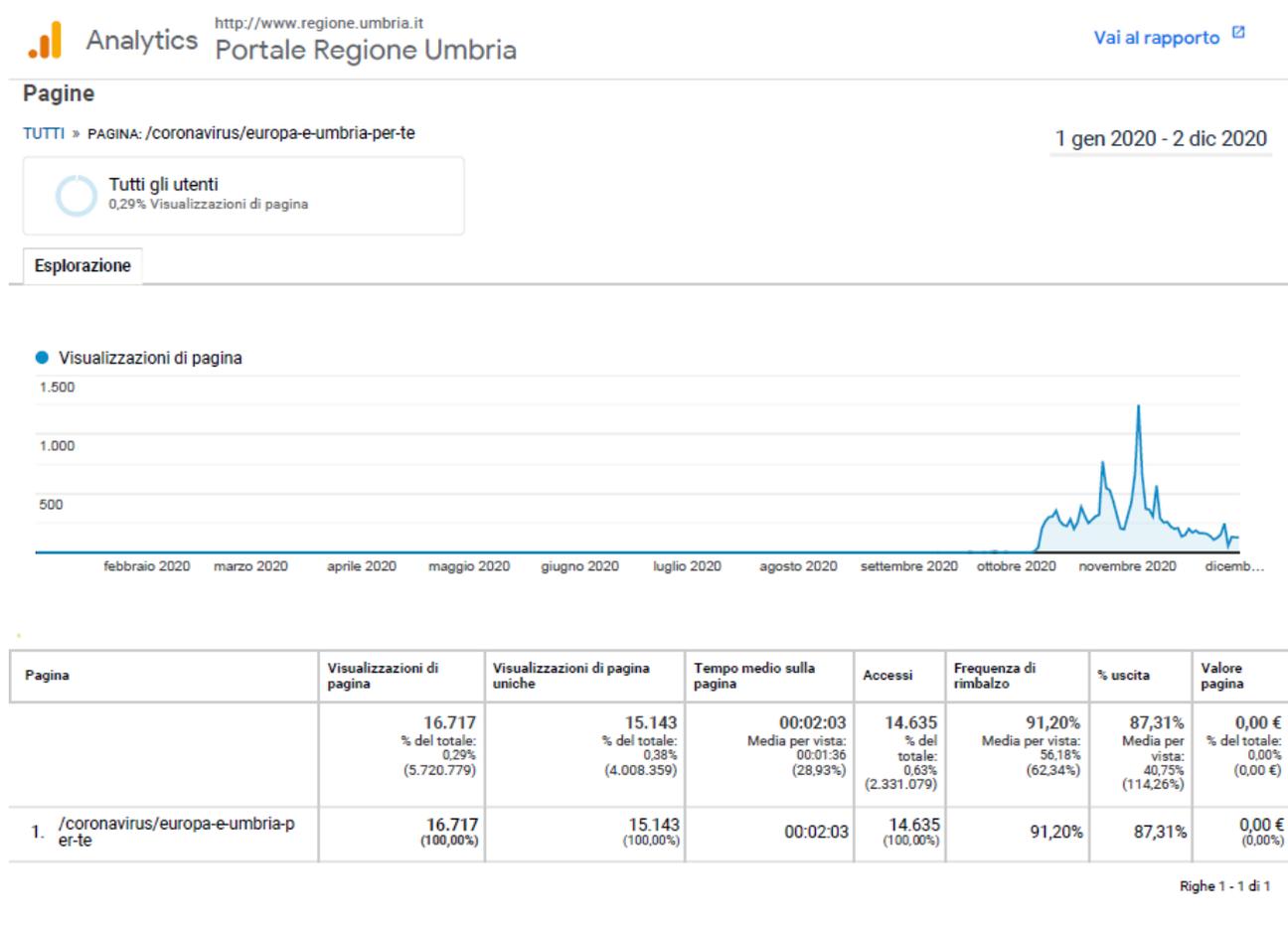
adesso sul lavoro ordinario e con il ritardo di altre iniziative: gran parte delle risorse umane, a partire dalla fine di maggio (per la fase di progettazione e preparazione amministrativa della campagna) si è dedicata ad “Europa e Umbria per TE” per arrivare all’obiettivo di una partenza coordinata della campagna medesima agli inizi di ottobre. L’impegno prosegue tuttora con la liquidazione delle spettanze alle concessionarie dei (numerosi) operatori dell’informazione in quota FSE/FESR. Il totale di soggetti gestiti, infatti, è stato di n. 5 operatori dell’informazione cartacei e n. 26 operatori online, e l’impianto amministrativo curato poggia su un totale complessivo di n. 65 procedimenti amministrativi.

La campagna, in particolare, è stata così strutturata:

- Redazione di un documento apposito; il documento anch’esso redatto dalla comunicazione FSE, facendo ricorso ad una narrazione non tecnica, ha collazionato gli interventi in corso di programmazione da parte del Governo regionale, con finanziamento a valere su ciascuno dei tre fondi citati e sui fondi del turismo;
- Creazione concept e adattamenti grafici;
- Realizzazione di un video promozionale;
- Creazione di un apposito tema all’interno del canale <http://www.regione.umbria.it/coronavirus>, canale già conosciuto dal pubblico;
- Acquisto di spazi pubblicitari sul circuito televisivo locale (banner 2 mesi x 8 passaggi al giorno) , sui quotidiani cartacei locali, sui quotidiani nazionali cartacei con edizione locale, sui quotidiani online (dai 2000 ad oltre 100.000 follower, pubblicizzazione di banner per un mese), collegati da link interattivi o QR code con la sezione dedicata <https://www.regione.umbria.it/coronavirus/europa-e-umbria-per-te> , raggiungibile dalla home page (di seguito un’immagine) :



Per quanto riguarda i risultati, la dashboard disponibile evidenzia il picco di visualizzazioni e la numerosità totale delle stesse (n. 16.717) nonché il tempo di lettura, compatibile con quello necessario alla lettura dell'articolo.



AZIONI DI COMUNICAZIONE FSE PREVISTE PER IL PERIODO GENNAIO 2021-DICEMBRE 2021

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	BREVE DESCRIZIONE	NUMERO	PERIODO DI ATTUAZIONE	GRUPPI DI DESTINATARI
Elenco delle operazioni in formato elettronico	Par. 1) All. XII del Reg. UE 1303/2013 –	1	Costante tutto l'anno	GP
Attività informativa principale dell'anno 2021	Par. 2.1.2 b) All. XII del Reg. UE 1303/2013 Azione di informazione realizzata sul territorio per informare la cittadinanza circa i contenuti del Programma Operativo	1	Campagna (gennaio – ottobre (incluso evento finale))	PB/MI/GP
Campagna “Noinsieme”	Diffusione e visibilità del Piano di contrasto alla povertà della Regione Umbria	1	Inizio 15 giugno 2019	PB/MI/GP
Iniziativa “Imprenditori si nasce o si diventa ?”	Indagine rivolta alla popolazione e ulteriori prodotti	1	Almeno 6 mesi	GP/MI / PB / BF
Realizzazione di video	Identificazione delle storie e testimonial di successo, scrittura della sceneggiatura e realizzazione dello storyboard	2	Costante tutto l'anno	GP/PB/BF
Realizzazione di una iniziativa di stampo convegnistico/seminariale su richiesta e di concerto con la Commissione Europea	l'iniziativa coinvolgerà gli <i>stakeholder</i>	1	Da definire	GP/PB/RdA /PES

AZIONI DI COMUNICAZIONE FSE PREVISTE PER IL PERIODO GENNAIO 2021-DICEMBRE 2021

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	BREVE DESCRIZIONE	NUMERO	PERIODO DI ATTUAZIONE	GRUPPI DI DESTINATARI
Festa dell'Europa	Partecipazione ad eventi organizzati da altri enti a valenza territoriale	1	9 maggio 2020	GP/MI
Help Desk	Informazioni su POR FSE e sulla corretta pubblicizzazione delle iniziative	1	Costante tutto l'anno	GP/PB/BF
Lezioni presso la Scuola di PA Villa Umbra	La comunicazione FSE in Umbria	1	Primavera 2020	MI/BF
Sito internet FSE	Attività di supporto all'implementazione di contenuti	Secondo necessità	Costante tutto l'anno	tutti
Social media	Incremento dei video disponibili e loro diffusione disponibili sul canale YouTube del POR FSE .	Secondo necessità	Costante tutto l'anno	tutti
Coinvolgimento dell'Università di Perugia	Azioni di collaborazione con la cattedra di diritto internazionale	1	Gennaio Febbraio 2020	MI/BP
Coinvolgimento centri di informazione sull'Europa	Costante coinvolgimento dei centri Europe Direct presenti in Umbria	Secondo necessità	Costante tutto l'anno	MI
Coinvolgimento dell'Associazione ESN PEP ERASMUS	In particolare per quanto riguarda l' Iniziativa "Giovani Giornalisti 2"	1	Costante tutto l'anno	GP/MI/PB

Legenda: Grande Pubblico (GP); Potenziali Beneficiari (PB); Beneficiari dei Finanziamenti (BF); Moltiplicatori di informazioni (MI); Partenariato economico-sociale (PES) ; Responsabili di Azione dei Programmi Operativi (RdA).

FOCUS SU ALCUNE INIZIATIVE DEL PROSSIMO ANNO

Giovani Giornalisti per l'Europa 2



E' prassi consolidata della Comunicazione FSE non investire risorse per iniziative della durata di una singola giornata ma di costruire delle vere e proprie campagne tematiche, volte a massimizzare la conoscenza dell'azione regionale finanziata dall'UE.

Per l'innovatività delle sue realizzazioni, da oltre un decennio la comunicazione FSE Umbria costituisce un punto di riferimento a livello nazionale e rappresenta l'Italia in Europa. L'attenzione tributata anche a questo progetto non ha smentito tale tradizione.

«Giovani Giornalisti per l'Europa 2» si propone quale nuova edizione dell'iniziativa di grande successo del realizzata fra il 2019 e il 2020.

L'idea in più per una nuova edizione è quella di allargare l'iniziativa all'Università di Perugia, abilitando alla partecipazione anche studenti universitari iscritti alla facoltà di Scienze Politiche e/o Scienza della Comunicazione, i quali potrebbero usufruire della formazione nel campo del Giornalismo Radiotelevisivo e del modulo informativo sul FSE che è stato erogato dai funzionari regionali nell'edizione in corso e che viene riproposto.

Ciascuno studente universitario dovrebbe, inoltre, collaborare con un gruppo degli studenti degli istituti superiori aderenti, realizzando un inedito ponte fra la scuola secondaria e l'Università di Perugia, facilitando il travaso dei medesimi verso tale Istituzione. Ciascuno studente universitario parteciperebbe con il proprio gruppo di liceali al contest per l'identificazione del miglior servizio giornalistico radiotelevisivo.

Sono in corso contatti con il direttore del Dipartimento di "Scienze Politiche" per valutare la concretizzazione di questa nuova proposta regionale.

In caso negativo l'iniziativa resterebbe comunque di grande livello, bissando il format che si è guadagnato il plauso unanime di docenti, studenti, famiglie e opinione pubblica in generale.

Campagna di comunicazione FSE: imprenditori si nasce o si diventa? La parola ai cittadini.



L'Umbria risulta essere una regione con una bassa propensione all'autoimprenditorialità, che si concentra nei settori tradizionali, poco orientata all'export e ad investimenti in R&S, nei settori high-tech e ICT. Se si considera poi la fascia dei giovani fino a 29 anni, la propensione alla creazione di impresa si riduce drasticamente.

La campagna si prefigge di indagare sulle ragioni che mantengono bassa la propensione all'autoimprenditorialità dei cittadini umbri e che possa ottenere una forte risposta da parte degli stessi e di fornire dati utili alla programmazione regionale in tema di autoimprenditorialità, partendo dalla somministrazione di un questionario.

La campagna prevede altre azioni tuttavia la Pandemia da COVID-19 e la crisi che ne è scaturita fanno propendere per una realizzazione, almeno nel periodo iniziale, di solo una parte degli step dell'iniziativa. In particolare si inizierebbe la somministrazione del questionario, limitandola, per il momento alla sola

popolazione giovanile (ultimi anni degli istituti di istruzione superiore e studenti universitari). Sarebbe controproducente, rispetto al *sentiment* dominante nella popolazione in questo momento, sollevare l'argomento "propensione all'imprenditorialità" in un momento di grande crisi.

Sarebbe invece ben accolta l'ipotesi di una analisi propedeutica, finalizzata a decisioni che possano portare allo sviluppo dell'impresa nelle generazioni che ancora stanno completando la loro formazione.

Questo approccio prudentiale non intende escludere l'allargamento dell'indagine ad altre fasce di età e di completare tutte le azioni previste, anche in un futuro non lontano. Si evidenzia che la campagna è rappresenta una iniziativa a costo zero.

Iniziativa di comunicazione destinata agli *stakeholder*

La Commissione Europea, per vece del Desk *Officer* per la Regione Umbria , dott. Conzimu ha lanciato una proposta per la realizzazione di un evento che possa coinvolgere, in particolare, gli *stakeholder* . Tale iniziativa si svolgerebbe alla presenza (fisica o virtuale, a seconda dell'andamento della pandemia) della Commissione e sarebbe finalizzato a portare alla ribalta i temi europei, declinati anche in ottica di nuova programmazione.

La proposta per la realizzazione dell'iniziativa avanzata dalla Commissione si inquadra temporalmente nel mese di febbraio 2021.