

Punto 7 - Comitato di Sorveglianza, 19 aprile 2018

Regione del Veneto – POR FESR 2014-2020

# **3° RAPPORTO SUI PROGRESSI NELL'ATTUAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE**

Periodo di analisi:

**1 gennaio – 31 dicembre 2017**

**Tabella comparativa degli indicatori: 2016-2017**



Un moltiplicatore  
di opportunità.  
Da non lasciarsi  
sfuggire.

A cura di:



**Autorità di Gestione:**

**Sezione programmazione e AdG FESR**

Rio dei Tre Ponti

Dorsoduro, 3494 - 30123 Venezia

Tel. 041 2791469-1472

Fax. 041 2791477

e-mail: [autoritagestionefesr@regione.veneto.it](mailto:autoritagestionefesr@regione.veneto.it)

PEC: [programmazione-unitaria@pec.regione.veneto.it](mailto:programmazione-unitaria@pec.regione.veneto.it)

<http://partenariato.regione.veneto.it>

<http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fesr-2014-2020>

## INDICE

<b>PREMESSA</b>	<b>pag. 4</b>
<b>1. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE</b>	
1.1 COMUNICAZIONE ONLINE	pag. 7
1.2 COMUNICAZIONE DI MASSA/INIZIATIVE INFORMATIVO-PUBBLICITARIE	pag. 9
1.3 MATERIALI A STAMPA E PRODOTTI MULTIMEDIALI	pag. 12
1.4 COMUNICAZIONE INTERNA	pag. 14
1.5 COMUNICAZIONE DIRETTA E ANIMAZIONE TERRITORIALE	pag. 14
1.6 STRUMENTI DI ASCOLTO, MONITORAGGIO E MISURAZIONE DEI RISULTATI	pag. 16
<b>2. MONITORAGGIO, MISURAZIONE E VALUTAZIONE DEI RISULTATI</b>	
Tabella degli indicatori di realizzazione (output), ordinati per strumenti di comunicazione	pag. 17
<b>3. CONCLUSIONI. ANALISI QUALITATIVA</b>	
3.1 LO STATO DELL'ARTE	pag. 24
3.2 AZIONI DI COMUNICAZIONE 2016-2017	pag. 26
3.3 DIFFICOLTA' E OSTACOLI	pag. 27
3.3.1 Cronoprogramma pubblicazione bandi	
3.3.2 Modello organizzativo Regione Veneto	
3.4 AZIONI NON ANCORA REALIZZATE	pag. 27
3.4.1 Materiali resi disponibili in formati accessibili a persone con disabilità	
3.4.2 Valutazione periodica dei risultati delle attività di informazione e comunicazione. Definizione e costruzione del "punto zero".	

## PREMESSA

Dopo l'approvazione della **Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020** (Venezia, Comitato di Sorveglianza, 3 febbraio 2016), nel mese di febbraio 2016 hanno preso avvio ufficialmente le **attività di informazione e comunicazione** previste per la promozione del POR FESR.

Dalla data di avvio delle attività di comunicazione sono stati pubblicati due report: il 1° al 30 giugno 2016 ed il 2° al 30 aprile 2017.

Dal 1° e dal 2° Report emerge che l'Autorità di Gestione (ADG) ha dato priorità alla realizzazione degli strumenti "*preliminari*" e di "*prima informazione*" necessari alla costruzione dell'identità istituzionale del Programma Operativo Regionale POR FESR 2014-2020 a partire:

- **dalla creazione di una chiara identità visiva del POR FESR** (marchio/logo e *claim*), da condividere con tutti i soggetti del partenariato istituzionale e da utilizzare in tutti gli strumenti di informazione/comunicazione attivati;
- **dall'aggiornamento degli spazi web** sul portale della Regione Veneto, sul sito del Tavolo di Partenariato del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, come canali privilegiati di informazione e approfondimento;
- **dalla stampa di materiale divulgativo** come supporto nelle prime fasi di presentazione del Programma Operativo;
- **dalle attività di comunicazione diretta**; in particolare l'organizzazione dell'evento di presentazione/lancio e la partecipazione ad attività di animazione territoriale organizzate sia direttamente che da attori del Tavolo di partenariato;
- **dalle attività di informazione relative ai primi bandi** (in particolare sono state realizzate 2 campagne pubblicitarie e sono stati organizzati 15 eventi di presentazione).

**In questo 3° report (riferito all'anno 2017) emerge che l'attività si è invece concentrata:**

- a) sull'apertura dei bandi e sulle **attività di informazione e promozione dei singoli bandi**;
- b) sulla realizzazione delle **campagne promo-pubblicitarie** per far conoscere le potenzialità e le opportunità offerte dall'UE e dalla Regione Veneto attraverso il POR-FESR;
- c) sulla **costante organizzazione di eventi** di presentazione e coinvolgimento dei beneficiari potenziali;
- d) sulla **manutenzione delle attività permanenti e continuative di informazione on e off line**.

Nella tabella relativa al "Monitoraggio, misurazione e valutazione dei risultati" (vedi pag. 19) saranno comparati i dati del **2016** e del **2017**, allo scopo di indagare punti di forza e punti di debolezza delle azioni attivate, con l'obiettivo di aggiornare/aggiustare il Piano di comunicazione.

### Azioni di informazione per l'uscita di nuovi Bandi

L'AdG, per standardizzare le azioni di informazione da attivare ogniqualvolta viene pubblicato un singolo bando e omogeneizzare quindi le azioni attivate dai diversi attori, ha definito le seguenti attività:

ATTIVITÀ	DATA	DETTAGLIO AZIONI	RESPONSABILE
<b>Approvazione bando</b>		<i>Deliberazione della Giunta Regionale</i>	Giunta Regionale
<b>Comunicato stampa</b>	I giorni immediatamente successivi alla approvazione della DGR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pubblicazione comunicato sul sito web regionale</i></li> <li>- <i>Invio newsletter da mailing list di AdG e SRA con comunicato stampa</i></li> </ul>	Ufficio Stampa AdG / SRA
<b>Conferenza stampa</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Organizzazione conferenza stampa sull'approvazione della DGR e per anticipare i contenuti del bando</i></li> </ul>	Assessorato / Ufficio Stampa / AdG / SRA
<b>Pubblicazione del bando</b>		<i>Pubblicazione sul BUR e sul sito regionale nella sezione Bandi e Avvisi</i>	Ufficio BUR / Ufficio Coordinamento Internet / SRA
<b>Informazioni + newsletter</b>	I giorni immediatamente successivi alla pubblicazione del bando	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pubblicazione informazioni sul bando nell'home page del sito web regionale e sul sito del TdP</i></li> <li>- <i>Invio newsletter da mailing list di AdG e SRA</i></li> </ul>	AdG / SRA
<b>Eventi informativi</b>	Entro 20 gg dalla approvazione del bando	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Organizzazione su territorio regionale di uno o più eventi informativi a invito</i></li> </ul>	Assessorato / AdG / SRA
<b>Avvisi su quotidiani</b>	Tempistiche tecniche	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pubblicazione di avvisi/comunicati su quotidiani regionali e locali (cartacei e on line)</i></li> </ul>	AdG / SRA
<b>Spot radiofonici</b>	Tempistiche tecniche	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Produzione di spot audio e diffusione su radio regionali e locali</i></li> </ul>	AdG / SRA
<b>Sportelli informativi</b>	Tempistiche tecniche	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Attivazione della collaborazione con sportelli informativi</i></li> <li>- <i>Formazione degli operatori</i></li> <li>- <i>Produzione e diffusione di materiale informativo</i></li> </ul>	AdG

A fianco delle attività di **comunicazione esterna** sono state avviate e implementate anche le attività di **comunicazione interna** che sono state correttamente e costantemente rivolte al Team di Comunicazione, al **Tavolo del partenariato** e al Comitato di Sorveglianza con i seguenti obiettivi:

- a) costruire la rete di collaborazione tra tutti i soggetti coinvolti;
- b) condividere gli standard comunicativi sia in entrata che in uscita;
- c) strutturare gli strumenti per il trasferimento interno dei documenti e delle informazioni;
- d) integrare o modificare gli strumenti previsti dal Piano di comunicazione 2017.

### **Metodologia per la stesura del Rapporto**

Nella compilazione del presente Report abbiamo adottato la seguente **metodologia**: nella prima parte (capitolo 1), sarà scattata una sintetica ma dettagliata **fotografia delle diverse azioni attuate**; nella seconda parte (capitolo 2), saranno presentati gli **indicatori di risultato** già definiti nella Strategia riportando, dove possibile, i dati del monitoraggio; nella terza parte (capitolo 3), sarà invece dato spazio alle **conclusioni e ad alcune riflessioni di tipo qualitativo**.

Conformemente a quanto specificato nella **Strategia di Comunicazione**, le diverse attività saranno via via presentate e analizzate utilizzando la seguente successione:

- comunicazione on-line;
- comunicazione di massa/iniziative informativo-pubblicitarie;
- materiali a stampa e prodotti multimediali;
- comunicazione interna;
- comunicazione diretta e animazione territoriale;
- strumenti di ascolto, monitoraggio e misurazione dei risultati.

Alla fine di ogni paragrafo sono evidenziate, all'interno di box dedicati di colore blu, le Attività previste nella strategia di comunicazione POR FESR 2014-2020, ed in particolare nel Piano di Comunicazione 2017, **ancora in fase di definizione e/o attuazione**.

## 1. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE 2017

### 1.1 COMUNICAZIONE ONLINE

L'attività si è concentrata sulla manutenzione e l'aggiornamento costante della comunicazione online nell'area dedicata al POR FESR all'interno del portale regionale e del sito del Tavolo del Partenariato.

#### 1.1.1 Sito web della Regione Veneto - programmi comunitari - POR FESR

In home page del sito regionale è presente il link diretto alla sezione interna dedicata alla Programmazione Comunitaria FESR 2014-2020:

<http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fesr-2014-2020>

La sezione è stata costantemente aggiornata dall'ADG con l'inserimento di documenti di programmazione, materiale informativo, comunicati stampa.

Le visite alla pagina regionale dedicata alla Programmazione Comunitaria FESR 2014-2020 sono state, tra il 1/01/2017 e il 31/12/2017, **n. 56.749** con **n. 39.549** visitatori unici.

In questa sezione sono state pubblicate **n. 17 news** relative al POR FESR 2014-2020.

Tutte le informazioni e i documenti relativi al POR FESR 2014-2020 sono scaricabili nel sito.

#### 1.1.2 Sito web del Tavolo di Partenariato del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

<http://partenariato.regione.veneto.it/>

Con l'obiettivo di riportare tutte le informazioni sul POR FESR 2014-2020 all'interno di un unico sito, i contenuti del sito web del Tavolo di Partenariato sono state progressivamente trasferite all'interno del sito web regionale.

Il sito comunque è stato mantenuto aggiornato e utilizzato per il caricamento delle news.

Numero news caricate: **19**

Numero di pagine visitate: **8.348**

#### 1.1.3 Newsletter

L'ADG ha provveduto ad inviare periodicamente le newsletter a tutti gli iscritti, informando sui progressi della programmazione effettuati e sui documenti disponibili.

Il numero di utenti iscritti alla newsletter è cresciuto da **n. 3194** iscritti al 30 aprile 2017 a **n.4.096** al 27/12/2017.

Sono state inviate **43** newsletter.

#### **1.1.4 Portali web degli altri Programmi comunitari:**

Controllo del costante collegamento con portali web dei programmi europei di finanziamento diversi dal POR FESR (Portale OpenCoesione).

#### **ALTRE ATTIVITÀ PREVISTE NELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E NEL PIANO DI COMUNICAZIONE 2017 POR FESR 2014-2020, IN FASE DI DEFINIZIONE E/O ATTUAZIONE.**

##### ***Blog POR FESR:***

strumento in collegamento al sito del Tavolo del Partenariato per trattare i contenuti tecnici in modo più semplice e accessibile, anche per un pubblico meno esperto.

La mancanza del Blog è stata comunque compensata da un elevato invio di newsletter e da una rapida ed efficace attività di Segreteria Tecnica volta a rispondere ai quesiti formulati da soggetti esterni.

## 1.2 COMUNICAZIONE DI MASSA/INIZIATIVE INFORMATIVO-PUBBLICITARIE

### 1.2.1 Identità visiva, loghi e immagine coordinata

Il marchio del progetto:



Un moltiplicatore di opportunità.  
Da non lasciarsi sfuggire.

che sintetizza i valori di cui è portatore il POR FESR 2014-2020 è stato correttamente declinato in tutti gli strumenti di comunicazione utilizzati nel periodo di analisi. Lo stesso si può affermare per la **brochure informativa** (che ne presenta sinteticamente la composizione ed il concept, oltre ad illustrare i contenuti del POR) ed il **Manuale d'uso del logo e dell'immagine coordinata**, che sono stati correttamente e capillarmente distribuiti.

### 1.2.2 Relazioni con i media

In quest'ambito, l'attività dell'ADG è stata orientata in particolare alla collaborazione con l'Ufficio Stampa Regionale, trasferendo informazioni aggiornate e costanti in merito a tutte le azioni del Programma Operativo Regionale FESR 2014-2020 e per tutto il periodo di riferimento.

Sono stati elaborati dall'Ufficio Stampa Regionale e diffusi **n. 34 comunicati stampa**.

### 1.2.3 Campagne pubblicitarie

L'AdG ha indetto una gara per la pianificazione delle campagne promozionali relative ai bandi e alle potenzialità e delle opportunità offerte dall'Unione Europea attraverso il POR FESR 2014-2020.

La proposta tecnica realizzata da **DNA Italia Srl**, vincitrice della gara RdO n. 1248305 sulla piattaforma del MEPA, ha previsto l'acquisizione del servizio di ideazione e realizzazione di **1** campagna promozionale delle potenzialità e delle opportunità offerte dall'Unione Europea attraverso il POR FESR 2014-2020 e di **8** campagne promozionali relative ai singoli bandi di gara del POR FESR 2014-2020. Da settembre 2017 non sono state pianificate ulteriori campagne.

Di seguito a titolo esemplificativo la presentazione della campagna sulle potenzialità e le opportunità offerte dall'Unione Europea attraverso il POR FESR 2014-2020:

### Spot video (della durata di 30")

La campagna, ideata da DNA Italia Srl, viene realizzata a partire dal seguente **brief**:

“Vediamo il Veneto come motore d’Europa, sia dal punto di vista geografico, che nella sua qualità culturale di cuore dello sviluppo anche economico. Una headline che rimanda il lettore alla ben nota caratteristica del riconoscersi quali genti capaci e operose, un invito ad emulare questo antico atteggiamento imprenditoriale per un futuro d’impegno. In maniera diretta si comunica che, da questo *motore/cuore del fare*, arriva e parte il sistema vascolare dello sviluppo, un messaggio didascalico di immediata comprensione.”

La campagna è stata pianificata sulle seguenti **emittenti televisive**:

*Telenuovo*

*7 Gold Padova*

*Antenna Tre*

*Tva Vicenza*

*TeleChiara*

*Cronache Trevigiane (programma televisivo trasmesso da Tele Chiara e Telenuovo)*

Per la campagna televisiva è stata scelta una pianificazione che coinvolgesse il maggior numero di emittenti, in modo da garantire un buon dato di pressione esercitata.

I passaggi sono stati distribuiti durante tutta la giornata, con una presenza a ridosso delle singole trasmissioni più seguite di ogni emittente (es. approfondimenti, telegiornali, rubriche).

### Dem (Direct Email Marketing)

Invio di newsletter agli indirizzari degli operatori economici del Veneto (indirizzario selezionato di 110.000 microimprese + 50.000 pmi).

### Attività di social media marketing

In concomitanza con la programmazione degli spot, è stata realizzata un’azione simultanea sui maggiori social network: **facebook, twitter, flickr e youtube**.

### Affissioni su retro bus/tram e pensiline

La pianificazione è concentrata sulla pubblicità dinamica presente nei capoluoghi di provincia, preferendo i mezzi automobilistici ad altre forme possibili. La durata dell’esposizione è di 14 gg, ad esclusione di Padova dove la durata è stata di 30 gg.

Oltre ad automezzi del trasporto urbano, sono stati utilizzati anche alcuni mezzi del servizio extraurbano, in modo da aumentare il numero di contatti anche nelle zone periferiche.

### Otto aziende di trasporto coinvolte

ACTV (Mestre – Venezia – Dolo – Padova)

MdM (Treviso – Conegliano – Vittorio Veneto)

- Dolomiti Bus (Belluno – Valbelluna – Feltre)
- Atv (Verona)
- Aps (Padova)
- Sita (Rovigo)
- Aim (Vicenza – Bassano del Grappa)
- CTM (Castelfranco)



### 1.3 MATERIALI A STAMPA E PRODOTTI MULTIMEDIALI

Nell'anno 2017 sono stati realizzati e/o ristampati i **seguenti materiali** per l'attività di prima informazione:

- Strategia di comunicazione POR FESR 2014-2020
- Criteri di Selezione POR FESR 2014-2020
- SIGECO
- Rapporto Finale definitivo POR CRO FESR 2007-2013
- Pieghevole POR FESR 2014-2020
- Pieghevole POR FESR 2014-2020 (aggiornamento)
- RAA 2016 Relazione annuale di attuazione
- Secondo Report progressi attuazione strategia comunicazione
- Piano di comunicazione 2017
- Piano Comunicazione 2018
- Regolamento interno CdS
- Manuale uso logo e immagine coordinata
- Linee Guida dei beneficiari

Il relativo **piano di distribuzione** prevedeva il coinvolgimento attivo dei seguenti soggetti:

- Comitato di Sorveglianza
- Tavolo del Partenariato
- Enterprise Europe Network
- Europe Direct Venezia-Veneto
- Europe Direct Veneto "Veneto Agricoltura"
- Europe Direct Verona
- URP Regione del Veneto
- Strutture Responsabili di Azione (SRA regionali e comunicazione interna alla Regione)
- 

L'AdG ha provveduto alle necessarie ristampe dei materiali in esaurimento e verificato costantemente che la distribuzione degli stessi fosse curata, puntuale e capillare.

Tutti i materiali sono stati inoltre resi disponibili nel sito internet della Regione del Veneto.

Gli obblighi in materia di **informazione e comunicazione dei beneficiari** sono stati resi disponibili anche online nel sito della Regione del Veneto (<http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/beneficiari>), in cui sono stati riportati anche il link per scaricare il manuale d'uso del logo e dell'immagine coordinata, le note di copyright in cui sono esplicitate le informazioni per l'uso del logo e della grafica, i contatti e-mail per richiedere informazioni.

Sono anche stati realizzati alcuni **gadget** (penne, chiavette usb, block notes) che riportano il marchio POR FESR e che sono stati distribuiti gratuitamente in occasioni speciali ed eventi per accrescere l'impatto promozionale sul grande pubblico e promuovere la visibilità dell'UE e dei fondi strutturali in maniera facile, semplice e utile.

### Prodotti multimediali

È stata prodotta una versione per il web dello spot tv che è stata diffusa nei social network e inserita nel sito della Regione Veneto.



Veneto motore d'Europa

84 visualizzazioni

👍 2    💬 0    ➦ CONDIVIDI    ☰    ⋮



**Fesr Veneto**

Publicato il 30 giu 2017

[MODIFICA VIDEO](#)

Spot televisivo 30"

[MOSTRA ALTRO](#)

## 1.4 COMUNICAZIONE INTERNA

### 1.4.1 Incontri e riunioni

**ALTRE ATTIVITÀ PREVISTE NELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E NEL PIANO DI COMUNICAZIONE 2017 POR FESR 2014-2020, IN FASE DI DEFINIZIONE E/O ATTUAZIONE.**

- *Materiali resi disponibili in formati accessibili a persone con disabilità*

#### **Team operativo di comunicazione**

Il Team operativo di comunicazione si è riunito il 7 marzo 2017.

#### **Tavolo di partenariato**

Il Tavolo di Partenariato è stato convocato in occasione dell'evento di comunicazione annuale svoltosi a Venezia il 20/12/2017 in cui è stato presentato lo stato di attuazione del programma ed è stato fatto un focus sull'Asse 6.

L'ADG ha svolto azioni di coinvolgimento del partenariato nell'ottica di costruire progressivamente un luogo di confronto tra l'Amministrazione regionale, le altre autorità pubbliche competenti, le parti economiche e sociali e i pertinenti organismi che rappresentano la società civile, seguendo le linee guida alla base della sua istituzione (DGR n. 942 del 18 giugno 2013).

#### **Comitato di Sorveglianza e suoi Gruppi di Lavoro**

In Comitato di Sorveglianza si è riunito il 20/03/2017 e il 14/07/2017.

Il Gruppo di Lavoro "Sorveglianza delle azioni e delle attività risolte alle imprese" nel 2017 si è riunito 10 volte.

#### **Comitato di Coordinamento**

Istituito con DGR n. 150 del 16 febbraio 2016 con l'obiettivo di assicurare una *governance* continua del programma operativo regionale FESR.

Il Comitato si è riunito il 5 aprile 2017.

## 1.5 COMUNICAZIONE DIRETTA E ANIMAZIONE TERRITORIALE

### 1.5.1 Desk, help line e chat

Al fine di avviare un'attività di informazione capillare presso tutti i pubblici, dai primi mesi del 2016 ad oggi è stata attivata una collaborazione con chi già opera sul territorio con

propri sportelli utilizzando pertanto la loro conoscenza e gli strumenti informativi già a loro disposizione. In particolare sono stati coinvolti i **Centri d'informazione sull'Europa** che rappresentano un ulteriore desk di contatto diretto per la prima informazione sul POR FESR e che fanno parte del Team Operativo di Comunicazione, come specificato nel DDR 29:

- a) **Eurosportello Veneto** (EEN), c/o Unioncamere
- b) **7 sportelli Rete degli URP**
- c) **33 Centri Europe Direct** (Provincia di Verona, Europe Direct Veneto – Venezia, Venetoagricoltura)

Denominazione	accesso sportelli	pagine web	news web	fw social	News letter	Contatti personali	Altro
Rete degli URP	7		70		200	500	Distribuzione materiale cartaceo
Europe Direct	33	10.000	170	8.500	16.000		Quindicinale "Veneto Agricoltura Europa"
Eurosportello		100.000		3.000	40.000		

### 1.5.2 Procedure di assistenza agli utenti

La gestione delle procedure di **assistenza agli utenti** messe in essere per favorire l'accesso ai bandi e alle relative informazioni, una volta attivate, sono state costantemente oggetto di manutenzione e controllo.

### 1.5.3 Eventi e manifestazioni

Sono stati organizzati **n. 15** eventi e incontri per presentare i contenuti del POR FESR 2014-2020 ed informare sugli obiettivi prefissati, di cui:

- **1 evento di presentazione** dello stato di avanzamento del Programma il 20 dicembre 2017;
- **14 incontri di informazione** sull'apertura e sulle caratteristiche dei bandi.

## 1.6 STRUMENTI DI ASCOLTO, MONITORAGGIO E MISURAZIONE DEI RISULTATI

Le iniziative previste nella Strategia di Comunicazione, per la valutazione periodica dei risultati delle attività di informazione e comunicazione e la definizione e costruzione del “punto zero” non sono a tutt’oggi state avviate.

### **ALTRE ATTIVITÀ PREVISTE NELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E NEL PIANO DI COMUNICAZIONE 2017 POR FESR 2014-2020, IN FASE DI DEFINIZIONE E/O ATTUAZIONE.**

- *Indagini quali-quantitative sui target di riferimento del POR FESR (cittadinanza, beneficiari, tavolo del partenariato)*

## **2. MONITORAGGIO, MISURAZIONE E VALUTAZIONE DEI RISULTATI:**

**Indicatori di realizzazione (output) – ordinati per Strumenti/attività di comunicazione.**

**Periodo analizzato: 01.01.2017 – 31.12.2017**

		2016		2017		
Strumenti/ attività di comunicazione	Indicatore di realizzazione	Output (UdM)	Out-take/ Outcome (UdM)	Output (UdM)	Out-take/ Outcome (UdM)	Strumenti di rilevazione utilizzati
Siti web Regione Veneto	news	n. 1	n. visite alla pagina generale delle news: <b>67.121</b> n. utenti unici: <b>42.200</b>	n.17	n. visite alla pagina generale delle news: <b>56.749</b> n. utenti unici: <b>39.549</b>	Strumenti monitoraggio: google analytics
	Frequenza aggiornamento contenuti	periodica		periodica		
Sito Tavolo Parteneriato	news	n. 12	n. visite alla pagina generale: <b>7.959</b> dato non rilevato n. utenti unici:	n. 19	n. visite alla pagina generale: <b>8.348</b> dato non rilevato n. utenti unici:	Strumenti monitoraggio: dato non rilevato
	Frequenza aggiornamento contenuti	--	dato non rilevato	--	dato non rilevato	
Bollettini e Newsletter POR FESR	Invio e frequenza comunicazioni	n. comunicazioni inviate / mese: <b>42</b>  destinatari raggiunti complessivamente: <b>3194</b>	Dati non disponibili:  % apertura  % click su link/call to action inseriti	n. comunicazioni inviate / mese: <b>43</b>  destinatari raggiunti complessivamente: <b>4096</b>	Dati non disponibili:  % apertura  % click su link/call to action inseriti	Strumenti di gestione database e newsletter

			% incremento tassi in ingresso sui siti di riferimento in connessione alle comunicazioni inviate		% incremento tassi in ingresso sui siti di riferimento in connessione alle comunicazioni inviate	
Relazioni con i media	Comunicati stampa	<b>n. 28</b>	n. uscite stampa, parole chiave presenti: dati non disponibili	<b>n. 34</b>	n. uscite stampa, parole chiave presenti:  Dati non disponibili	Strumenti di monitoraggio e rassegna stampa utilizzati: dato non disponibile
	Conferenze stampa	Dato non disponibile		Dato non disponibile		
	Interviste/foto notizie/ servizi redazionali televisivi/altro	Dato non disponibile		Dato non disponibile		
Campagne pubblicitarie	Banner, campagne o spazi online	<b>n. 2</b>	% reach Non rilevabile	<b>n. 6</b>	% reach Non rilevabile	Dati visita alla landing Page non rilevabili
	Spot radio/TV	<b>n. 2 campagne per 7 emittenti</b>	% reach	<b>n. 6 campagne per 7 emittenti</b>	% reach	Dati Radiomonitor,

		<b>n. 0</b> spot tv	Non rilevabile	<b>n. 1 spot tv x 6 emittenti</b>	Non rilevabile	Auditel e readership: non rilevabili
	Campagne pubblicitarie	<b>n. 2</b>	% reach Non rilevabile	<b>n. 6</b>	% reach Non rilevabile	
Materiale divulgativo						
	POR FESR 2014-2020 Guida ufficiale	<b>n. 185</b>	Distribuiti internamente			Dati forniti da incaricati della distribuzione
	Estratto: Assi e Azioni	<b>n. 790</b>	Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza			
	Criteria di Selezione	<b>n. 250</b>	Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza	<b>n.10</b>	Distribuiti internamente a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza	
	Strategia di comunicazione e Piano di Comunicazione 2016	<b>n. 125</b>	Distribuiti internamente	<b>n.80</b>	Distribuiti internamente	

	Brochure informativa	<b>n. 800</b>	Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza	<b>n.750</b>	Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza
	Guida al POR	<b>n. 330</b>	Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza		Distribuiti internamente e 150 copie a Tavolo di Partenariato e Comitato di sorveglianza
	Manuale per l'utilizzo del logo e dell'immagine coordinata del POR	<b>n. 124</b>	Distribuiti internamente	<b>n.20</b>	Distribuiti internamente
	DGR 2289-16 SIGECO		distribuiti internamente	<b>n.40</b>	distribuiti internamente
	Rapporto finale definitivo POR CRO FESR 2007-2013		distribuiti internamente	<b>n.100</b>	distribuiti internamente
	Manuale procedurale POR 2014-2020		distribuiti internamente	<b>n.65</b>	distribuiti internamente
	Relazione Annuale di Attuazione		distribuiti internamente	<b>n.10</b>	distribuiti internamente
	Secondo report attuazione Strategia di Comunicazione		distribuiti internamente	<b>n.10</b>	distribuiti internamente
	Piano di Comunicazione 2018		distribuiti internamente	<b>n.30</b>	distribuiti internamente

	Linee Guida per i beneficiari sulle responsabilità in materia di comunicazione e informazione	<b>n. 115</b>	Distribuiti internamente	<b>n.20</b>	Distribuiti internamente	
Azioni di comunicazione interna	Incontri e riunioni	<b>n. 4</b>	n. decisioni, accordi, procedure definiti	<b>n.3</b>		Verbali
	Gruppi di lavoro formalizzati e partner	<b>n. 3</b>		<b>n. 5</b>		
Eventi e manifestazioni	Evento annuale	<b>n. 1</b> 20/12/2016 Conferenza stampa degli assessori Caner e Marcato "Risorse europee per lo sviluppo regionale: lo stato dei programmi della Regione del Veneto"	100 persone+160 visualizzazione della diretta in streaming  n. invitati: dato non disponibile	<b>n. 1</b> 20/12/2017 L'avanzamento del POR FESR 2014-2020 e il sistema di governance dell'Asse 6 "Sviluppo Urbano Sostenibile"	n. invitati: 100	Strumenti gestione accreditati informatizzati:  dato non disponibile

	Convegni, seminari, workshop (organizzati da ADG, Tavolo partenariato, SRA, partner)	<b>n. 22</b>	media di 103,5 persone/evento	<b>n. 14</b>	media di 86 persone/evento	Strumenti gestione accreditati informatizzati:  dato non disponibile
Comunicazione diretta	Sportelli	<b>n. 32</b> sportelli informativi nel Veneto attivati da Europe Direct Venezia-Veneto	distribuzione del materiale informativo	<b>n. 32</b> sportelli informativi nel Veneto attivati da Europe Direct Venezia-Veneto	distribuzione del materiale informativo	
		<b>n. 1</b> sportello dedicato con consulenza specifica e supporto alla redazione delle domande di finanziamento attivato da Europe Direct di Verona	appuntamenti nel periodo:  dato non disponibile	<b>n. 1</b> sportello dedicato con consulenza specifica e supporto alla redazione delle domande di finanziamento attivato da Europe Direct di Verona  <b>n. 1</b> sportello Veneto Agricoltura <b>n. 1</b> sportello Eurosportello Veneto <b>n.7</b> sportelli Rete degli URP	dato non disponibile	

### 3. CONCLUSIONI. ANALISI QUALITATIVA

#### 3.1 LO STATO DELL'ARTE

Nel 2° Report (relativo al periodo 1 dicembre 2016 – 30 aprile 2017) il Gruppo di valutazione della P.R. Consulting così concludeva la sua relazione: “Una dettagliata analisi delle attività realizzate nel periodo oggetto di analisi ci consente di affermare che **la maggior parte delle azioni previste dal Piano di Comunicazione 2017 sono state realizzate e implementate**”.

Inoltre, il 20 dicembre 2017, l'Assessore alla Programmazione dei Fondi UE della Regione del Veneto, Federico Caner, ha presentato, nel corso dell'incontro tecnico annuale previsto dai regolamenti comunitari, **lo stato di avanzamento nell'attuazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020**.

*“Il POR FESR è entrato nella sua piena attuazione e il 2017 è stato un anno particolarmente intenso di lavoro e ricco di iniziative – ha detto Caner –. Nell'anno che sta per chiudersi la Giunta Regionale ha, infatti, approvato **14 nuovi bandi** a favore delle imprese venete, presentandoli diffusamente in tutte le province venete, grazie anche alla collaborazione delle Associazioni di categoria”.*

L'Assessore ha ricordato in particolare che, a seguito dell'approvazione da parte della Commissione Europea dei documenti integrativi trasmessi dalla Regione a Bruxelles e del conseguente superamento della Smart Specialization Strategy, è stato possibile avviare numerosi bandi relativi all'asse della **ricerca e innovazione**.

*“La spesa complessivamente avviata dal 2016 ad oggi ammonta a **288 milioni di euro**– ha evidenziato Caner –, cifra che comprende anche i 40 milioni della Banda Ultra Larga”.*

Caner ha poi comunicato che, a seguito delle esigenze manifestate dal territorio, si sta provvedendo a introdurre alcune modifiche al POR FESR: una riguarda l'introduzione di una **nuova azione di sostegno alle imprese culturali che operano nel campo dell'audiovisivo, dello spettacolo e della creatività**, creando le condizioni per attrarre produzioni cinematografiche e audiovisive italiane ed estere, oltre a finanziare l'attività della nuova Veneto Film Commission; l'altra è una sub-azione nel **settore turistico per promuovere l'attivazione, lo sviluppo e il consolidamento delle aggregazioni di PMI e a favorire l'orientamento alla domanda e ai mercati internazionali**.

*“Il Veneto – ha concluso Caner – ha risposto con grande interesse e partecipazione ai bandi sin qui avviati sul POR FESR 2014-2020, in particolare alle misure di sostegno per investimenti nel settore manifatturiero, artigiano e del commercio, del turismo, della cultura e della ricerca. Basti solo pensare che sui diversi bandi ad oggi pubblicati sono state **presentate più di 4.200 domande e circa 1.200 di queste sono state finanziate**” (vedi tabella 1).*

**Tabella 1**



**ATTUAZIONE DEL POR FESR 2014-2020**  
*a che punto siamo?*  
 (dati al 18.12.2017)

**oltre 288 Milioni di Euro**  
 di risorse finanziarie messe a bando o Regia Regionale, di cui:  
**162 Milioni di Euro per le imprese**  
**126 Milioni di Euro per le amministrazioni pubbliche**

**163 Milioni di Euro**  
 di finanziamenti già assegnati a imprese e amministrazioni pubbliche

**32**  
 bandi avviati  
**2**  
 regie regionali avviate

**4.250**  
 domande  
 presentate

**1.192**  
 domande  
 finanziate

**Questi due elementi – le conclusioni del 2° Report ed i dati riportati dall’Assessore Caner – ci portano ad una valutazione complessivamente positiva della Strategia di comunicazione e della Gestione operativa del POR-FESR.**

Va però precisato che non tutte le azioni sono state programmate nel rispetto del **timing** definito e della **successione logica delle azioni** prevista dalla Strategia di comunicazione. Tali incongruenze non hanno impedito, da una parte, di raggiungere gli obiettivi definiti; ma, dall’altra, non hanno avuto l’impatto voluto sui pubblici e sull’opinione pubblica (soprattutto per quanto riguarda la creazione nei cittadini di una maggiore consapevolezza delle potenzialità e delle opportunità offerte dall’Unione Europea attraverso il POR-FESR 2014-2020).

Le cause di tale mancanza di sincronicità vanno ricercate soprattutto: a) nell’introduzione in corso d’opera del nuovo “Modello organizzativo della Regione Veneto”; b) nell’assenza di un dettagliato “Cronoprogramma” di pubblicazione dei bandi; c) dai tempi imposti dall’ufficio “Contabilità e Finanza” per l’espletamento delle gare dovuti all’applicazione del nuovo Codice degli appalti.

L'attivazione della Cabina di regia e del Team di comunicazione hanno comunque permesso di mantenere un forte coordinamento delle attività di comunicazione e di non realizzare azioni improvvisate e/o poco coerenti con le finalità del POR-FESR.

Alla luce di queste considerazioni, in questo terzo punto del Rapporto, saranno quindi presentate alcune **difficoltà e ostacoli** che non hanno favorito la rapida partenza delle azioni di comunicazione e sinteticamente presentate **le azioni non ancora realizzate**.

### 3.2 AZIONI DI COMUNICAZIONE 2016-2017

Come già affermato nel punto precedente i dati forniti dall'Assessore Caner confermano i positivi risultati raggiunti fino a oggi, sia in termini di **domande presentate** (4.250) che di **domande accolte** (1.192) per un totale di **163milioni di euro di finanziamenti assegnati** a imprese e Pubbliche amministrazioni.

Ad una prima valutazione dopo 2 anni e mezzo di attività possiamo notare una correlazione positiva tra i risultati ottenuti e le azioni di comunicazione.

Tale risultato sembra essere confermato anche da una lettura e analisi delle **azioni di comunicazione attuate nel 2016 e nel 2017**.

Tale lettura ci porta a evidenziare che le attività di **comunicazione diretta** (news, newsletter, bollettini, e-mail marketing) hanno caratterizzato positivamente la strategia di comunicazione e la sua efficacia. Lo possiamo dedurre dai seguenti dati:

- le news dal sito della Regione sono passate da **1** del 2016 a **17** del 2017;
- le news dal sito del Tavolo di Partenariato sono passate da **12** a **19**;
- i bollettini POR-FESR hanno raggiunto 4.096 destinatari con un **+28%**;
- le visite alla pagina del tavolo del Partenariato sono state 8.348 con un **+5%**.

Un leggero calo nella **presenza media agli eventi** (-15%) e negli **accessi unici al sito della Regione** (- 6%) nel 2017 rispetto al 2016 sembrano rappresentare un "calo fisiologico" dopo la forte spinta iniziale e non imputabile a vuoti o a carenze comunicative.

La validità della scelta di puntare soprattutto sulla "comunicazione diretta" è confermata anche dalle attività svolte dagli **sportelli di accesso diretto alle informazioni** che hanno avuto una forte impennata nelle visite ai loro siti con punte di oltre 10.000 accessi unici/mese.

Alla luce di queste considerazioni possiamo individuare tre linee guida per la definizione del **Piano di comunicazione 2019**:

- a) gli **eventi**, organizzati per favorire l'interazione diretta e lo scambio con le strutture della Regione, incontrano costantemente il favore dei pubblici;
- b) gli **strumenti web**, opportunamente integrati con l'uso dei social (vedi 2017), rafforzano e integrano efficacemente le attività di comunicazione;
- c) l'attività degli **sportelli** va incentivata e rafforzata.

Non è invece possibile valutare correttamente l'impatto dell'attività di **ufficio stampa** e delle **campagne pubblicitarie** (spot radio e tv, inserzioni pubblicitarie sui giornali, banner) in quanto non sono stati attivati idonei strumenti di rilevazione.

### 3.3 DIFFICOLTÀ E OSTACOLI

Tra le cause che non hanno favorito un rapido avvio delle azioni operative, segnaliamo:

#### 3.3.1 Cronoprogramma pubblicazione Bandi

Dopo alcune difficoltà nella stesura, il Cronoprogramma dei bandi è stato prodotto e reso disponibile nel sito internet regionale

<http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/bandi3>

Conoscere “in anticipo” il calendario di pubblicazione dei bandi consente: a) di pianificare al meglio le diverse azioni, evitando sovrapposizioni e/o vuoti comunicativi; b) di usare correttamente ed efficacemente le risorse; c) di mirare al meglio i diversi messaggi; d) di coinvolgere i giusti pubblici/target.

#### 3.3.2 Modello organizzativo della Regione Veneto

La seconda parte del 2016 e parte del 2017 sono state una fase di rodaggio anche per l'applicazione del nuovo modello organizzativo della macchina regionale (approvato con delibera 802 del 27 maggio 2016, pubblicato sul Bur del 3 giugno).

La delibera ha infatti definito un altro tassello rilevante della riforma, quello relativo all'istituzione delle Direzioni.

Il nuovo modello organizzativo, ora a regime, dovrebbe consentire di superare la scarsa funzionalità e la poca fluidità del processo decisionale soprattutto per quanto riguarda: a) la stesura e la strutturazione dei bandi; b) le tempistiche di pubblicazione dei singoli bandi e la costruzione del cronoprogramma.

### 3.4 AZIONI NON ANCORA REALIZZATE

Le attività previste nella Strategia di Comunicazione e nel Piano annuale di Comunicazione POR FESR 2014-2020, in fase di definizione e/o attuazione sono:

#### 3.4.1 Materiali resi disponibili in formati accessibili a persone con disabilità

Al fine di assicurare l'accessibilità delle azioni di informazione e comunicazione alle persone con disabilità, la Strategia di Comunicazione prevedeva infatti di utilizzare i seguenti strumenti:

- realizzazione di video e spot televisivi che utilizzino il linguaggio dei segni o sottotitoli;
- utilizzo, durante gli eventi/convegni/seminari, di traduzione nella lingua dei segni e integrazione della stessa nell'eventuale diretta streaming e attenzione all'accessibilità delle sale da parte delle persone con disabilità fisica;
- predisposizione di materiale informativo su supporto cartaceo (brochure, locandine, flyer), allestimenti e touchpoint informativi con un sistema di scrittura e lettura a rilievo per non vedenti e ipovedenti (Braille);
- utilizzo degli strumenti messi a disposizione da YouTube per la realizzazione di video in formato accessibile ai non vedenti;
- sviluppo di pagine dei siti web in linea con gli standard legislativi vigenti, e in particolare con le previsioni del Decreto 20 marzo 2013 recante “Modifiche all'allegato A del decreto 8 luglio 2005 del Ministro per l'innovazione e le tecnologie recante “Requisiti tecnici e livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici”.

### **3.4.2 Valutazione periodica dei risultati delle attività di informazione e comunicazione. Definizione e costruzione del “punto zero”.**

La *Strategia di comunicazione* (vedi: punto 2.2.5 Monitoraggio, misurazione e valutazione dei risultati) prevedeva di misurare, tra gli altri, utilizzando strumenti dedicati, i seguenti indicatori:

- a) il grado di “informazione generale” e specifico raggiunto;
- b) il “livello di consapevolezza” costruito nei diversi pubblici;
- c) il livello di “coinvolgimento” attivato con gli attori territoriali;
- d) il livello di “valorizzazione del ruolo della UE, dello Stato italiano e della Regione Veneto” attraverso il programma POR FESR.

Per misurare i progressi conseguiti, la *Strategia di comunicazione* ha evidenziato la necessità di stabilire ex ante una *base line* (una sorta di “punto zero”) che defisse i valori iniziali sui quali monitorarne successivamente i progressi.

Partendo da questi presupposti la Strategia prevedeva la realizzazione periodica (nel 2016, nel 2018 e nel 2020) di:

un’indagine quali-quantitativa sui target di riferimento del POR FESR (cittadinanza, beneficiari, tavolo del partenariato) e conseguente costruzione di un panel per indagine periodica di valutazione dei risultati.

Anche per i motivi già sottolineati nel paragrafo 3.1, il “punto zero” sul quale misurare i progressi, non è ancora stato attuato anche se la necessità di attivare tali strumenti d’indagine era già emersa con forza nel corso del Comitato di Sorveglianza del 3 febbraio 2016, del 15 dicembre 2016 e del 14 luglio 2017.

**E’ opportuno precisare che con l’Allegato E del Decreto n. 70 del 18.09.2017 la Giunta Regionale del Veneto, ha approvato la delibera che ha per oggetto: “CAPITOLATO TECNICO E AMMINISTRATIVO PER L’APPALTO DEL SERVIZIO DI VALUTAZIONE STRATEGICA E OPERATIVA DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE DEL FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE 2014 – 2020 CUP: H79G17000140009 - CIG: 71970265BC.**

L’art. 2 dell’Allegato E recita: “Lo scopo del servizio è fornire le informazioni necessarie a verificare la rilevanza, l’efficacia e l’efficienza dell’attuazione degli interventi previsti dal POR FESR 2014 - 2020, oltre ad ogni elemento utile per identificare le problematiche che costituiscono impedimento all’ottimale realizzazione del POR FESR 2014 - 2020 e formulare proposte per il loro superamento, conformemente a quanto disposto dagli artt. 54 e ss. del Regolamento (UE) n. 1303/2013.

Nel Decreto n. 70 e nel suo Allegato E è stabilito che: **“La valutazione delle attività di comunicazione include l’ideazione, in collaborazione con l’Autorità di Gestione, e l’esecuzione di specifici sondaggi e indagini riguardo al grado di conoscenza del POR-FESR 2014-2020, al giudizio sull’Unione Europea e sulle politiche europee, sulle opportunità offerte dal POR-FESR 2014-2020, sugli interventi finanziati, sui risultati ottenuti, sull’efficacia degli strumenti di informazione e comunicazione utilizzati dall’Amministrazione regionale. Tali indagini devono essere effettuate con cadenza annuale e mirate a tre diverse platee di riferimento: i beneficiari delle azioni, i membri del Tavolo di partenariato e la popolazione regionale nel suo complesso.**

E’ auspicabile che con l’individuazione del fornitore di detti servizi (l’aggiudicazione è prevista per metà 2018) si possa superare il gap già evidenziato nel 2015, 2016 e nel 2017.





UNIONE EUROPEA



REGIONE DEL VENETO

Assessorato al Turismo, Commercio estero e internazionalizzazione, Attività Promozionali, Economia e Sviluppo Montano, Impianti a fune, Programmazione Fondi FAS e FSC, Programmi FESR, Rapporti col Consiglio Regionale, Attuazione programma di Governo Area Capitale Umano, Cultura e Programmazione Comunitaria

Direzione Programmazione Unitaria

UO Programmazione e Gestione FESR

Iniziativa realizzata dall'Assistenza Tecnica del Programma Operativo Regionale (POR)  
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) 2014-2020 della Regione del Veneto