

*Regione del Veneto – POR FESR 2014-2020*

**Comitato di Sorveglianza – 14 luglio 2017**

*Allegato 5*

## **Piano di Comunicazione 2018**



Un moltiplicatore  
di opportunità.  
Da non lasciarsi  
sfuggire.

*Aggiornato al:*  
**30 aprile 2017**

A cura di:



**Autorità di Gestione:** Direzione Programmazione Unitaria  
UO Programmazione e gestione FESR  
Rio dei Tre Ponti  
Dorsoduro, 3493 – 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)

## 1. PREMESSA

In accordo con le linee guida definite nella Strategia di comunicazione POR FESR 2014-2020, si sviluppa di seguito il **Piano di comunicazione relativo al 2018**, così come previsto dagli artt. 115 e 116 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (il Regolamento disciplina, tra l'altro, il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) che cofinanzia il Programma Operativo Regionale (POR) FESR 2014-2020 della Regione del Veneto approvato dalla Commissione Europea il 17/08/2015).

Visto:

- a) che nel 2017 non è stato possibile dare avvio a tutte le attività di comunicazione indicate nel piano relativo, per la forte flessibilità temporale del timing di pubblicazione dei bandi, si propone di pianificare nel 2018 una serie di azioni di comunicazione (già individuate nel 2017) volte ad agevolare la conoscenza del Programma Operativo Regionale;
- b) la difficoltà di pianificare puntualmente le attività di comunicazione, dovuta anche alla forte flessibilità del timing dei bandi, proponiamo una pianificazione per **macro - obiettivi** delle attività di comunicazione, definendo in un cronoprogramma la successione delle diverse attività.

Nel piano saranno presenti gli strumenti già attivati nel 2017, che devono essere continuativamente aggiornati e mantenuti per aumentare l'efficacia del Programma Operativo Regionale.

La delega ad AVEPA della gestione operativa dei finanziamenti, obbliga ad una particolare attenzione nei confronti dei **beneficiari effettivi** perché siano informati delle novità e nel piano di comunicazione sono stati previsti strumenti specifici per raggiungere tale obiettivo.

E' stata inoltre posta attenzione ad **azioni mirate per la valorizzazione dell'Unione Europea nei confronti del grande pubblico**.

## 2. DAGLI OBIETTIVI AGLI STRUMENTI

La presente tabella delle azioni 2018 mette in relazione i macro-obiettivi di comunicazione, in ordine di priorità di realizzazione, con i pubblici da coinvolgere e gli strumenti da attivare per il raggiungimento di ciascun pubblico.

I tempi di realizzazione qui indicati sono riportati in maniera più approfondita nel cronoprogramma presentato al punto 3.

OBIETTIVI 2018	PUBBLICI DI RIFERIMENTO	STRUMENTI E AZIONI <sup>*(1) (2)</sup>	TEMPISTICA
<b>Gestione dei finanziamenti. Istruzioni per l'uso:</b> <b>Informare i beneficiari effettivi sulle modalità di gestione dei finanziamenti:</b> - dove reperire le informazioni tecniche di gestione dei finanziamenti; - linee guida per la rendicontazione.	Beneficiari potenziali Beneficiari effettivi Grande Pubblico Moltiplicatori di informazione	✓ Aggiornamento costante di: Sito Regione; Sito POR. ✓ Pubblicazione e invio aggiornamenti periodici: - Newsletter POR; Newsletter SRA per asse di competenza; BUR. ✓ Opuscoli specialistici sui bandi. ✓ Realizzazione di video tutorial. ✓ Realizzazione di un opuscolo con le linee guida per la rendicontazione. ✓ Attività di comunicazione interna: - Incontri formativi con Tavolo Partenariato; - Riunioni Cabina di Regia Strategica e Team di Comunicazione Operativo; - Riunioni Comitato di Coordinamento; - Attivazione comunicazioni newsletter dei partner. ✓ Eventi informativi sulla gestione dei finanziamenti. ✓ Attività continuativa degli sportelli on e off line.	Da gennaio a dicembre
<b>Mobilitazione e coinvolgimento dei beneficiari.</b>	Moltiplicatori di informazione Beneficiari effettivi	✓ Aggiornamento siti web: - Case history su Portale OpenCoesione; Sito Regione e sito POR. ✓ Aggiornamento newsletter: - Newsletter POR; Newsletter SRA per asse di competenza . ✓ Comunicati stampa dedicati. ✓ Coinvolgimento beneficiari nelle campagne di informazione e promozione. ✓ Video su progetti realizzati. ✓ Presenza come testimonial agli eventi di lancio dei bandi e di rendicontazione.	Da gennaio a dicembre
<b>Aggiornamento sull'avanzamento del programma e sulla presentazione dei risultati, fornendo informazioni chiare, puntuali e coerenti.</b>	Beneficiari potenziali Beneficiari effettivi Grande Pubblico Moltiplicatori di informazione	✓ Aggiornamento siti web: - Portale OpenCoesione; Sito Regione e sito POR. ✓ Aggiornamento newsletter: - Newsletter POR; Newsletter SRA per asse di competenza, BUR . ✓ Comunicati stampa dedicati e di sintesi dei risultati. ✓ Inserzioni pubblicitarie di presentazione dei risultati. ✓ Coinvolgimento beneficiari nelle campagne. ✓ Video su progetti realizzati con testimonial (con diffusione anche tramite social media). ✓ Infografiche. ✓ Evento annuale di presentazione di risultati con coinvolgimento dei beneficiari come testimonial.	Da giugno a dicembre
<b>Informazione sul contenuto: cos'è il POR FESR.</b>	Beneficiari potenziali Beneficiari effettivi	✓ Aggiornamento costante di:	Da gennaio a dicembre

	Grande Pubblico Moltiplicatori di informazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito Regione; Sito POR;</li> <li>- News di approfondimento sul blog (se realizzato).</li> <li>✓ Pubblicazione e invio aggiornamenti periodici:</li> <li>- Newsletter POR; Newsletter SRA per asse di competenza; BUR.</li> <li>✓ Conferenze stampa di lancio bandi e Comunicati stampa dedicati e agganciati ai temi di attualità.</li> <li>✓ Ristampa di materiale divulgativo e opuscoli specialistici.</li> <li>✓ Diffusione costante dello spot realizzato su sito della regione e sui social.</li> <li>✓ Attività continuativa degli sportelli on e off line.</li> </ul>	
<b>Valorizzazione del ruolo dell'Unione Europea.</b>	Beneficiari potenziali Beneficiari effettivi Grande Pubblico Moltiplicatori di informazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Valorizzazione del ruolo UE, anche con utilizzo del logo, in tutti i contenuti di: Portale OpenCoesione; Sito Regione; Sito POR; News di approfondimento sul blog; newsletter POR e SRA; comunicati stampa, prodotti multimediali; infografiche.</li> <li>✓ Azioni di informazione e sensibilizzazione sul ruolo del POR FESR con docenti e studenti delle Scuole Superiori, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale</li> <li>✓ Presenza di un corner UE in ogni evento.</li> <li>✓ Attivazione di strumenti di monitoraggio e rassegna stampa su temi specifici e parole chiave.</li> </ul>	Da gennaio a dicembre
<b>Favorire il coordinamento con le attività di comunicazione istituzionale e con le Strutture Responsabili di Azione per una chiara ed efficace comunicazione verso l'esterno.</b>	Tavolo di Partenariato Moltiplicatori di informazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Documenti scaricabili e aggiornamenti a disposizione delle SRA per il download su apposita area riservata.</li> <li>✓ Comunicazioni di aggiornamento a mailing SRA.</li> <li>✓ Utilizzo continuativo dell'immagine coordinata fornita.</li> <li>✓ Comunicazioni di coordinamento dell'ufficio stampa regionale con il Team Operativo Comunicazione.</li> <li>✓ Incontri formativi con Tavolo Partenariato.</li> <li>✓ Riunioni Cabina di Regia Strategica e Team di Comunicazione Operativo.</li> <li>✓ Riunioni Comitato di Coordinamento.</li> <li>✓ Coordinamento AdG, SRA e Giunta per eventi sul territorio.</li> </ul>	

\*NOTA 1: tutti gli strumenti attivati devono essere realizzati con particolare attenzione ai formati accessibili per persone con disabilità.

\*NOTA 2: la stampa degli opuscoli relativi al report 2017 e al piano di comunicazione 2018 deve tenere conto dei diversi formati delle pagine per una migliore lettura (A3 – A4).

3. CRONOPROGRAMMA

A livello strategico, facendo riferimento allo sviluppo progressivo delle attività svolte fino ad oggi, come indicato nel paragrafo della Strategia di Comunicazione **4.3.1Timeline**, emerge che nel 2018 l’attività di comunicazione si dovrà concentrare prevalentemente su azioni legate:

- alle attività di assistenza al beneficiario;
- alle attività di informazione ai pubblici sui progetti realizzati e sugli step di avanzamento del programma;
- alle attività continuative di promozione del Programma e dei singoli bandi rivolte ai beneficiari potenziali e alla mobilitazione/coinvolgimento degli stessi, oltre alla costante valorizzazione del ruolo dell’UE.

CATEGORIE	Mese	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
	Azioni												
	Aggiornamento Siti web Regione Veneto e POR FESR	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Siti web/social delle SRA per as-se di competen-za	In concomitanza dei bandi e dell’assegnazione dei contributi											
BOLLETTINI NEWSLETTER	Portale Open Coesione	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Newsletter POR	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Newsletter SRA per asse di com-petenza	In concomitanza dei bandi e dell’assegnazione dei contributi											
	BUR	In concomitanza dei bandi											

IDENTITA' VISIVA	Utilizzo strumenti di identità visiva												
	Conferenza stampa di lancio bandi	In concomitanza dei bandi											
	Confezionamento Press kit per singolo bando	In concomitanza dei bandi											
	Comunicati stampa dedicati												
	Comunicazioni di coordinamento dell'ufficio stampa regionale verso gli uffici stampa dei partner												
	Comunicazioni di coordinamento dell'ufficio stampa regionale con il Team Operativo Comunicazione												
	Conferenza stampa di sintesi dei risultati												
	Attivazione di strumenti di monitoraggio e rassegna stampa su temi specifici e parole chiave												

CAMPAGNE PUBBLICITARIE	Diffusione risultati in Inserzioni pubbliredazionali												
	Diffusione Spot/campagna generale												
MATERIALE DIVULGATIVO	Opuscoli specialistici (linee guida per la gestione dei finanziamenti)												
	Infografiche per presentazione risultati												
	Video Tutorial Su gestione finanziamenti												
	Video su progetti realizzati												
	Coordinamento distribuzione del materiale divulgativo fornito alle SRA e Partner												



AZIONI COMUNICAZIONE INTERNA	Incontri con Tavolo Partenariato		●		●		●			●		●	
	Utilizzo marchi e strumenti immagine coordinata	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Condivisione della <i>scheda feedback</i> per la raccolta organizzata di informazioni sulle attività di comunicazione svolte dai partner e dalle altre strutture coinvolte	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Partnership selezionate con Centri d'Informazione sull'Europa	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

<b>EVENTI E MANIFESTAZIONI</b>	Eventi informativi sulla gestione dei finanziamenti			●							●		
	Evento annuale di presentazione dei risultati												●
	Esposizione degli emblemi e delle bandiere	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Iniziative nelle scuole	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Partecipazione a eventi informativi sul territorio delle SRA per asse di competenza (Info Day, ecc..)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>COM. DIRETTA</b>	Attività degli-Sportelli on e offline: - Desk - Help Line - Chat - Incontri one to one	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>INDAGINI</b>	Indagine preliminare qualitativa su tutti i pubblici	●	●	●									

#### 4. RIPARTIZIONE DEL BUDGET 2018

STRUMENTI		PUBBLICI				INCIDENZA %
		Beneficiari potenziali	Beneficiari effettivi	Grande pubblico	Moltip. di Info.	
Strumenti on line	Siti web Regione Veneto, Sito POR, Blog POR FESR, OpenCoesione	●	●	●	●	5%
	Bollettini e Newsletter Regione Veneto, SRA, POR FESR ed eventuali newsletter con partnership concordata	●	●		●	
Comunicazione di massa	Relazioni con i media	●	●	●	●	40%
	Campagne pubblicitarie	●	●	●	●	
Materiale stampa e prodotti multimediali	Materiale divulgativo	●	●	●	●	15%
Comunicazione Interna	Azioni comunicazione interna				●	5%
Comunicazione diretta	Eventi e manifestazioni	●	●	●	●	20%
	Help line, chat, desk	●	●			
Monitoraggio E misurazione dei risultati	Indagini quali-quantitative	●	●	●	●	15%
	Strumenti di monitoraggio e tracking on line	●	●	●	●	
TOTALE						100%

## 5. INDICATORI DI MISURAZIONE

L'attività di monitoraggio e misurazione prevede la **definizione di indicatori** e l'utilizzo di **strumenti/azioni di controllo e rilevazione** individuati in base agli obiettivi definiti.

In base alle azioni e strumenti di comunicazione suggeriti nel piano vengono definiti i **principali indicatori di realizzazione utilizzabili ai fini della misurazione degli esiti/output della comunicazione**. Per ciascun indicatore sono suggeriti gli strumenti e le azioni di rilevazione attivabili.

### INDICATORI DI REALIZZAZIONE (OUTPUT)

Ordinati per strumenti/attività di comunicazione

Strumenti/ attività di co- municazione	Indicatore di rea- lizzazione	Output (UdM)	Out-take/ Outcome (UdM)	Strumenti di rilevazione
Siti web Regione Veneto, Sito POR, Blog POR FESR	Pubblicazione bandi di finanziamento/ elenchi beneficiari/news	n.	- n. visite alla pagina tracking azioni call to action (es. link a landing page)	- Strumenti monitoraggio siti free o proprietari es. google analytics (free)
	Frequenza aggiornamento contenuti	n./settimana		
Bollettini e Newsletter Regione Veneto, SRA, POR FESR ed eventuali newsletter con partnership concordata	Invio e frequenza comunicazioni	n. comunicazioni inviate / mese  n. destinatari raggiunti per comunicazione e complessivamente	- % apertura - % click su link/call to action inseriti - % incremento tassi in ingresso sui siti di riferimento in connessione alle comunicazioni inviate	- Strumenti di gestione database e newsletter Es. Mailchimp, MailUp
Strumenti identità visiva	Declinazioni su supporti e quantità loro diffusione	n. supporti diffusi per tipologia periodo di esposizione (es. bandiera, targhe)	- n. distribuito per target	- Dati forniti da incaricati della distribuzione
Relazioni con i media	Comunicati stampa	n.	- n. uscite stampa, parole chiave presenti calcolo AVE	- Strumenti di monitoraggio e rassegna stampa forniti da imprese di servizi
	Conferenze stampa	n.		
	Interviste/foto notizie/ servizi redazionali televisivi/altro	n.		
Campagne pubblicitarie	Banner, campagne o spazi online	n.	- % reach (copertura netta della campagna = individui raggiunti/target audience)	- Dati visita alla landing page
	Spot o inserzioni redazionali televisivi	n.	- % reach (copertura netta della campagna = individui raggiunti/target audience)	- Dati Radiomonitor, auditel e readership
	Spot radio	n.		
	Inserzioni e pubblic-redazionali	n.		
	Altri	n.		

Materiale divulgativo	Pubblicazioni, opuscoli, brochure, locandine, gadget, prodotti multimediali	n.	- n. distribuito per target + bacino di utenza sede in cui è esposta	- Dati forniti da incaricati della distribuzione
	Video	n.	n. visualizzazioni	Visualizzazioni youtube Condivisioni sui social
Azioni comunicazione interna	Incontri e riunioni gruppi di lavoro formalizzati e partner	n.	- n. decisioni, accordi, procedure definiti - n. feedback definiti da procedure raccolte	- Verbali - Feedback
Eventi e manifestazioni	Evento di lancio	n.	- n. presenze su n. invitati (redemption)	- Strumenti gestione accreditati informatizzati Es. Eventbrite (free)
	Convegni, seminari, workshop	n.	- n. presenze su n. invitati (redemption)	- Strumenti gestione accreditati informatizzati Es. Eventbrite (free)
Comunicazione diretta	Help line	n.	- n. richieste, n. pratiche, feedback registrati	- Strumenti di CRM
	Chat	n.		
	Sportelli	n.		

### Legenda

**Output** = il prodotto della comunicazione, la quantità di comunicazione prodotta. Misurazione del risultato immediato (o a breve termine) e operativo dell'attività. Misurazione quantitativa dell'efficienza della comunicazione (non degli effetti).

**Out-take** = il riscontro della comunicazione. Misurazione di quanti destinatari hanno ricevuto il messaggio, quanti sono stati raggiunti dal messaggio.

**Outcome** = le conseguenze della comunicazione. Misurazione qualitativa dei cambiamenti sugli atteggiamenti e comportamenti dei pubblici.