

**UNA
REGIONE
+ GRANDE**

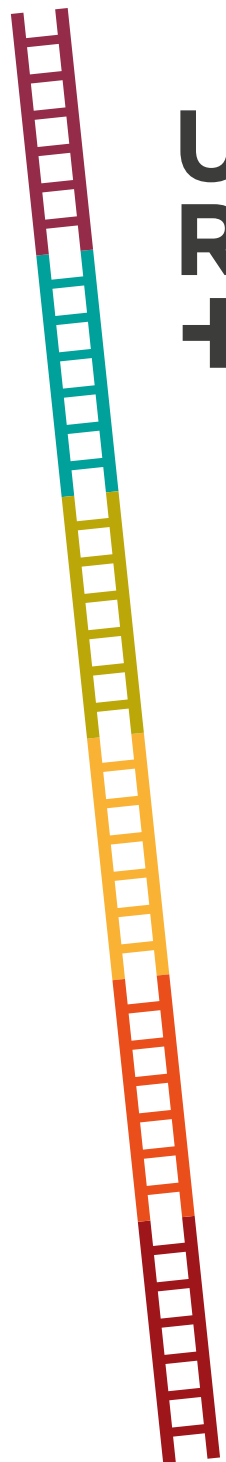


COMITATO DI SORVEGLIANZA POR FESR 2014-2020

26-27 Giugno 2019

ALLEGATO 7:

PIANO DI COMUNICAZIONE 2019



**UNA
REGIONE
+GRANDE**

REGIONE DEL VENETO
POR FESR 2014-2020

**PIANO
DI COMUNICAZIONE
2019**



FESR / REGIONE DEL VENETO



UNIONE EUROPEA



REGIONE DEL VENETO



REGIONE DEL VENETO
POR FESR 2014-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE 2019

RTI:
Mandataria: Heads Collective
Mandante: Digical Consulting

HEADS®

digical





SERVIZIO INTEGRATO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE
DEGLI INTERVENTI DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE
E PUBBLICITÀ PREVISTI NELLA STRATEGIA
DI COMUNICAZIONE DEL PROGRAMMA OPERATIVO
REGIONALE DEL VENETO DEL FONDO EUROPEO
DI SVILUPPO REGIONALE 2014-2020
CUP: H11F18000190009 - CIG: 76217746DF



SOMMARIO

DESCRIZIONE CONTENUTI “PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ” - ANNO 2019.....	9
Premessa	9
Obiettivi per l’anno 2019	9
Definizione dei gruppi target	10
Il concept.....	10
AZIONI PREVISTE DURANTE IL PERIODO DI RIFERIMENTO	12
WBS 1 PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO.....	12
WBS 1.1 Coordinamento e rapporti con l’AdG.....	12
WBS 1.2 PIANO DI COMUNICAZIONE Anno 2019	17
WBS 1.3 Rapporti di monitoraggio.....	17
WBS 2 COMUNICAZIONE ON LINE	18
WBS 2.1 Web e newsletter	18
WBS 2.2 Social network	18
WBS 3 BROCHURE INFORMATIVE E GADGET	20
WBS 3.1 Brochure informative.....	20
WBS 3.2 Gadget	21
WBS 4 EVENTI.....	22
WBS 4.1 Convegni e seminari	22
WBS 4.2 Iniziativa informativa principale annuale - Lectio Magistralis	22
WBS 4.3 Comitato di Sorveglianza.....	23
WBS 5 MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO	24
WBS 5.1 Proposta grafica da declinare su format comprensivi di testo per la diffusione a mezzo stampa	24
WBS 5.2 Spot video	24
WBS 5.3 Spot audio	25
WBS 6 CAMPAGNA MEDIA	26
Valore economico oltre IVA.....	31
Cronoprogramma	32
Allegato A1 Proposta creativa	33



DESCRIZIONE CONTENUTI “PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ” - ANNO 2019

PREMESSA

Il documento rappresenta analiticamente la pianificazione delle attività che saranno realizzate durante l'annualità 2019. Le stesse sono rappresentate in WBS e organizzate in azioni. Per ognuna delle azioni sono sinteticamente ripresentati i contenuti già ampiamente ripresi dai documenti approvati in precedenza (OT, prescrizioni del contratto, indicazioni recepite durante gli incontri con la committenza), oltre a individuare per ognuna gli output puntuali, la pianificazione temporale e il loro valore economico a corpo, in linea con la tipologia del contratto.

OBIETTIVI PER L'ANNO 2019

Il Piano descrive le azioni programmate nel periodo di riferimento, che, in linea con gli obiettivi generali della strategia di comunicazione approvata dal Comitato di Sorveglianza nella riunione tenutasi a Venezia il 03/02/2016 e modificata nella riunione del 19/04/2018, concorrono al raggiungimento dei seguenti obiettivi generali, pun-

tualmente rappresentati nella strategia della comunicazione al paragrafo 4.3 in obiettivi specifici differenziati con i differenti target/pubblico di riferimento:

- piena conoscenza delle opportunità offerte dal POR FESR;
- costante e adeguata informazione e comunicazione con i cittadini sul ruolo dell'Unione Europea e del POR FESR;
- migliorare la conoscenza da parte dei cittadini sui risultati delle politiche comunitarie e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con il fondo FESR;
- incentivare e diffondere la conoscenza del Programma Operativo FESR 2014-2020 e del ruolo che esso gioca nella valorizzazione e nello sviluppo del territorio del Veneto nel suo complesso;
- garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal Programma POR FESR.

L'approccio è sistematico e integrato, solo il dialogo tra

tutti gli attori può garantire risultati accettabili.

I beneficiari protagonisti della comunicazione sono l'interlocutore del grande pubblico e di quelli che possono da potenziali beneficiari essere percettori delle somme stanziolate dal programma operativo FESR.

I beneficiari identificano e rappresentano la Regione del Veneto in quanto territorio e anche istituzione vicina al tessuto produttivo e sociale.

DEFINIZIONE DEI GRUPPI TARGET

In coerenza con gli obiettivi e con la Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 i destinatari delle azioni di informazione e pubblicità definite nel presente piano, e coincidenti con quello della precedente annualità, sono:

- beneficiari potenziali del programma: nello specifico si tratterà dei target a cui sono rivolti i bandi e gli avvisi in pubblicazione nell'anno;
- grande pubblico, da sensibilizzare e informare sul ciclo di programmazione e sulle nuove opportunità. Il pubblico è sostanzialmente rappresentato dalla popolazione regionale nel suo complesso, verso la quale è necessario assicurare la massima copertura mediatica;
- partenariato economico e sociale e mass media, da coin-

volgere nelle principali iniziative affinché possano svolgere la loro funzione di moltiplicatori di informazioni;

- beneficiari effettivi, da informare su regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti.

IL CONCEPT

Le proposte creative (si veda allegato "A1 Proposta Creativa") rappresentano la sintesi grafica della strategia di comunicazione applicata agli strumenti di comunicazione operativa.

Tenendo presente la traccia della comunicazione istituzionale del FESR e della Regione del Veneto realizzata, il brief sviluppato ha previsto un percorso comunicativo mediante le immagini e il testo, per avere un focus di facile lettura visiva, chiaro e distinto, migliorativo rispetto alla soluzione presentata in fase di candidatura, e in linea con quanto già realizzato prima dell'affidamento. Un processo che consentirà un posizionamento dell'intera campagna di comunicazione con un taglio di tipo istituzionale ma, al tempo stesso, moderno e dal look friendly. Il concept generale della campagna di comunicazione intende dare voce concreta a quanti hanno potuto usufruire delle risorse erogate dalla Regione del Veneto e stanziolate dal FESR.

Sempre nell'ottica di facilitare il raggiungimento degli obiettivi fissati nella Strategia della comunicazione, la campagna si configura come una “comunicazione tra pari” e non “diretta dall'alto”, e quindi più credibile e reale. Il target si identifica con i testimonial, beneficiari e grande pubblico allo stesso tempo.

Le storie dei protagonisti sono funzionali tanto a informare quindi sugli strumenti a disposizione, quanto a raccontarne le potenzialità e i risultati ottenuti.

Lo storytelling attraverso gli strumenti diversi – campagna pubblicitaria, pubblicazioni, contenuti editoriali, interviste e video interviste, web, social media ecc – contribuirà a “sostanziare” di vita il programma. Del resto, la stessa comunicazione della Commissione Europea sul FESR appare orientata in questo senso.

Un concept generale che stabilisce quelli che sono gli elementi portanti: il territorio e la sua crescita.

Elementi che vengono interpretati in un visual generale che identifica il territorio di riferimento, attraverso la linea grafica dei confini geografici della regione del Veneto ritagliati in un maestoso albero, simbolo della crescita del tessuto produttivo e sociale. Nello stesso visual è presente una scala Multicolor, elemento positivo che eredita lo spirito di quello che è il claim definito e fino a

questo momento di attuazione del programma utilizzato “un moltiplicatore di opportunità...” e si propone non di superare, ma di sintetizzare con il binomio immagine positiva rappresentata dalla scala e il key message “Una Regione + Grande”.

Un key message che rafforza il concetto di crescita, con una comunicazione differenziata per meglio informare quello che rappresenta il programma, i suoi Assi, e le sue priorità.

Non solo una comunicazione generale del Programma, ma una comunicazione declinata per Asse, nel visual e nel key message rappresentata graficamente nel documento inerente le proposte grafiche di comunicazione (A1 Proposta Creativa, pag 3).

AZIONI PREVISTE DURANTE IL PERIODO DI RIFERIMENTO

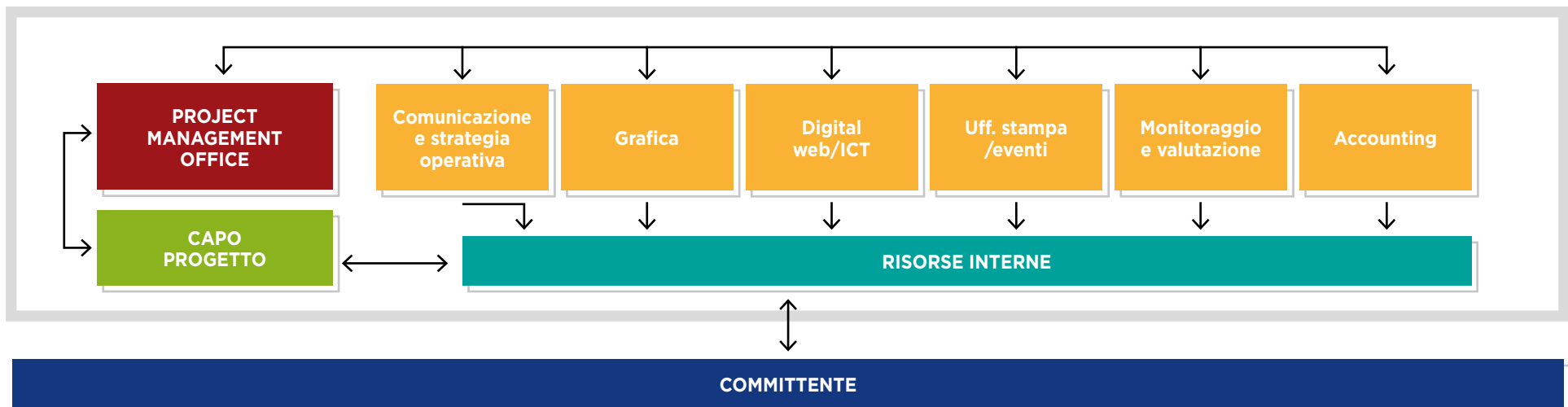
WBS 1 PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO

WBS 1.1 COORDINAMENTO E RAPPORTI CON L'ADG

Da un punto di vista funzionale è stata predisposta una matrice compiti-responsabilità quale strumento di programmazione e controllo delle attività, che associa le azioni da compiere alle risorse che le eseguono (unità operative interessate) sulla base delle effettive competenze e capacità.

Nel dettaglio, il Capo Progetto costituisce l'interfaccia con l'Amministrazione nel controllo di gestione,

nella gestione dei rischi, per la qualità del servizio e per assicurare la fornitura dei dati necessari al sistema di monitoraggio e valutazione della comunicazione. Il gruppo di lavoro esplicitato è assegnato alle diverse aree funzionali presenti nello schema: comunicazione strategica e operativa, grafica e operatività, digital web/ICT, ufficio stampa/eventi, monitoraggio e valutazione, accounting.



WBS	RISORSA – (ID)	FUNZIONE
1.1 Coordinamento e rapporti con l'AdG	Sandro Turano – 01	Capo progetto
1.2 Piano di comunicazione Anno 2019	Sandro Turano – 01	Capo progetto
1.3 Rapporti di Monitoraggio	Sandro Turano – 01	Capo progetto
2.1 Web e Newsletter	Erica Visentin – 08	Area Web e Social
	Fabio Miotti – 09	Area Web e Social
	Stefano Falcone – 10	Area Web e Social
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
2.2 Social Network	Erica Visentin – 08	Area Web e Social
	Fabio Miotti – 09	Area Web e Social
	Stefano Falcone – 10	Area Web e Social
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
3.1 Brochure Informative	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
3.2 Gadget	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto

4.1 Convegni e Seminari	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
4.2 Iniziativa Principale Annuale	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
4.3 Comitato di Soveglianza	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.1 Proposta grafica da declinare	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.2 Spot Video	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.3 Spot Audio	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
6. Campagna Media	Faustino Fabiano – 04	Acquisto spazio media
	Sandro Turano – 01	Capo progetto

Inoltre, al fine di poter monitorare l'andamento delle attività vengono identificati anche:

1) un indicatore finale quale traduzione quantitativa de-

gli obiettivi del servizio;

2) un indicatore di risultato intermedio a supporto del monitoraggio in itinere di commessa.

WBS	INDICATORI DI RISULTATO INTERMEDI
1.1	<ul style="list-style-type: none"> Matrice responsabilità Definizione di Work Package
1.2	<ul style="list-style-type: none"> Briefing Analisi preliminare (target, obiettivi) Elaborazione Concept
1.3	<ul style="list-style-type: none"> Raccolta dati Analisi dei dati Indagini, focus group, tavoli tecnici
2.1	<ul style="list-style-type: none"> Swot analysis sito web Swot analysis newsletter
2.2	<ul style="list-style-type: none"> Analisi social attivati Piano interventi migliorativi Piano editoriale Pianificazione campagne adv
3.1	<ul style="list-style-type: none"> Progettazione Layout grafico Definizione contenuti
3.2	<ul style="list-style-type: none"> Elaborazione Layout grafico Predisposizione prodotti promo
4.1	<ul style="list-style-type: none"> Piano evento Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.) Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, diretta streaming Attività post- evento: relazione fotografica, relazione video, atti del convegno, registro ospiti

4.2	<ul style="list-style-type: none"> Piano evento Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.) Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, diretta streaming Attività post- evento: relazione fotografica, relazione video, registro partecipanti
4.3	<ul style="list-style-type: none"> Piano evento Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.) Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, welcome coffee e brunch, registrazione audio Attività post-evento: relazione fotografica, relazione video, sbobinatura audio registrato, registro ospiti
5.1	<ul style="list-style-type: none"> Declinazioni delle proposte grafiche per tutti i format necessari
5.2	<ul style="list-style-type: none"> Storyboard per ciascun video Realizzazione riprese ed interviste
5.3	<ul style="list-style-type: none"> Storyboard per ciascun spot audio Speakeraggio
6	<ul style="list-style-type: none"> Pianificazione uscite annunci su quotidiani Pianificazione uscite annunci su periodici Pianificazione uscite annunci su testate online Pianificazione spot su emittenti televisive Pianificazione spot su emittenti radio

WBS	INDICATORI DI RISULTATO FINALI
1.1	Relazioni trimestrali – Report annuale di monitoraggio
1.2	Redazione Piano di comunicazione
1.3	Produzione Rapporto di monitoraggio
2.1	Azioni di miglioramento del sito e della newsletter
2.2	<ul style="list-style-type: none"> Implementazione/Gestione social media Pianificazione Campagne di advertising sui canali social con relativi report risultati
3.1	Realizzazione di n. 3 tipologie di brochure e relativa stampa
3.2	Realizzazione di n. 3 tipologie di gadget (Tazze, calendari da tavolo, shoppers) con relativa stampa
4.1	Organizzazione di n. 2 convegni
4.2	Organizzazione di evento "Informativa annuale principale"
4.3	Organizzazione riunione Comitato di Sorveglianza
5.1	<ul style="list-style-type: none"> Revisione manuale d'uso logo File esecutivi relativi ai mezzi
5.2	Produzione n. 5 spot video
5.3	Produzione n. 4 spot audio
6	<ul style="list-style-type: none"> N. 84 uscite su quotidiani; N. 24 uscite di una settimana ciascuna su testate periodiche; N. 48 uscite di una settimana ciascuna su testate online; N. 546 spot su televisioni; N. 294 spot su radio.

In relazione agli incontri e allo stato di avanzamento dei lavori, saranno realizzati dei report. Più nello specifico il concorrente presenterà n.1 report al mese per ogni in-

contro coordinamento; gli stessi saranno inviati al Committente entro n.5 giorni lavorativi. Al termine di ogni trimestre, il concorrente, produrrà un report trimestrale sullo stato di avanzamento dei lavori, utilizzabile anche a supporto di tutte le verifiche di natura amministrativa e contabile. Entro il 15/02/2020, sarà elaborato un report annuale delle attività realizzate entro il 31/12/2019 rappresentato dal Rapporto di Monitoraggio, sottoposto preliminarmente e concordato con il committente e successivamente presentato al primo Comitato di sorveglianza del programma. Il Rapporto di Monitoraggio descriverà le attività realizzate, le modalità e le scelte organizzative adottate, riporterà i relativi indicatori di realizzazione e di risultato.

Il Rapporto di Monitoraggio sarà supportato anche da un'apposita presentazione elaborata secondo un format condiviso con il committente, da utilizzare nell'ambito di incontri, riunioni e gruppi di lavoro. Comunque sia, tutti i report e le attività saranno redatti in stretta collaborazione con il committente e sempre sottoposti a validazione dallo stesso. I documenti richiameranno puntualmente gli obiettivi previsti dalla Strategia di comunicazione, anche nell'ottica del monitoraggio e della valutazione delle attività. I report e i relativi allegati, sa-

ranno distribuiti sia in formato cartaceo sia digitale (file pdf).

Tempi di realizzazione: (30 maggio/31 dicembre 2019)

Output: Report (mensili, trimestrali e annuale)

Valore economico indicativo attività 2019: € 10.000,00

WBS 1.2 PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2019

Sarà predisposto il Piano di Comunicazione per l'annualità 2019, in ottemperanza a quanto previsto dal Contratto e da tutti gli atti di gara.

Tempi di realizzazione: (30 maggio/15 giugno 2019)

Output: Piano di Comunicazione (PdC) per l'anno 2019

Valore economico indicativo attività 2019: € 5.000,00

WBS 1.3 RAPPORTI DI MONITORAGGIO

L'attività di monitoraggio e valutazione è innanzitutto finalizzata a rispondere a quanto previsto dal Reg. (UE) n. 1303/2013 che prevede che il rapporto di monitoraggio annuale da presentare illustri e valuti "i risultati delle misure di informazione e pubblicità dei fondi promosse nell'ambito della Strategia di Comunicazione. Quest'ultima, nel rispetto di quanto stabilito dall'allegato XII del citato Regolamento, punto 4, lettera g), stabilisce che le attività di informazione e comunicazione siano valutate "in

termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione in termini di sensibilizzazione nei loro confronti".

Saranno realizzate le attività di monitoraggio che terranno conto di quanto emerso dai rapporti predisposti dal Valutatore indipendente. Le attività che saranno realizzate saranno propedeutiche per la presentazione del rapporto stesso previsto entro il 15/02/2020.

Le attività di monitoraggio sono descritte al paragrafo 1.1 Output e tempi di realizzazione:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (luglio/dicembre 2019)

Output: Rapporto di monitoraggio - prima stesura (susceptibile di modifiche/integrazioni dopo il 31/12/2019)

Valore economico indicativo attività 2019: € 3.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1

PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO: € 18.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.1

Coordinamento e rapporti con l'AdG: € 10.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.2

Piano di Comunicazione anno 2019: € 5.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.3

Rapporti di monitoraggio: € 3.000,00

WBS 2 COMUNICAZIONE ON LINE

WBS 2.1 WEB E NEWSLETTER

L'attività riguarderà una prima fase di analisi per verificare le funzionalità e l'organizzazione delle informazioni e degli strumenti utilizzati; in una fase successiva saranno proposte le modifiche funzionali e dei contenuti; in una terza e ultima fase l'assistenza continua per migliorare il layout grafico.

Una prima attività di miglioramento del sito e newsletter verrà fatta entro agosto 2019 al fine di consentire la realizzazione di un sondaggio per verificare la rispondenza con l'esigenza degli utenti.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 6 mesi (luglio/dicembre 2019).

Output:

- documenti redatti durante le fasi di realizzazione delle attività.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2019: € 5.000,00

WBS 2.2 SOCIAL NETWORK

2.2.1 All'avvio sarà verificato lo stato dell'arte e la funzionalità degli strumenti attualmente attivi, sarà garantito un supporto puntuale all'Adg.

L'approccio seguirà le seguenti fasi: definizione delle specifiche; sviluppo e redazione; testing e rilascio. Ciclo di attività che verrà applicato a ogni output prodotto.

2.2.2 Inoltre sarà realizzata una campagna di Adv

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 7 mesi (giugno/dicembre 2019).

Output:

- documenti redatti durante le fasi di realizzazione delle attività;
- campagna di adv sui social in base a quanto stabilito in offerta tecnica o definito con la stazione appaltante e documentato con report comprovanti le campagne realizzate.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;

- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2019: € 15.000,00

2.2.1 € 10.000,00

2.2.2 € 5.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 2

COMUNICAZIONE ON LINE : **€20.000,00**

(WBS 2.1) WEB E NEWSLETTER

Valore economico indicativo : € 5.000,00

(WBS 2.2) SOCIAL NETWORK

Valore economico indicativo : € 15.000,00

WBS 3 BROCHURE INFORMATIVE E GADGET

WBS 3.1 BROCHURE INFORMATIVE

N. 3 prodotti editoriali: il primo che presenti il programma, il secondo che raccolga le esperienze più significative dei beneficiari, il terzo che presenti i numeri dei risultati del programma. Per ognuno si realizzerà un layout semplice e chiaro, caratterizzato da elementi grafici e testuali, la cui articolazione e struttura sarà dettata sulla base delle informazioni da comunicare (si veda allegato A1 Proposta Creativa, pagg 15-23)

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 6 mesi (luglio/dicembre 2019)

Output:

- n. 3 progetti grafici, e definizione contenuti, impaginazione;
- brochure formato 15x21cm (A5 vert.) chiuso, 16 facciate, su carta patinata opaca da 150 g e copertina carta patinata opaca 150 g, stampa a 4 colori, rilegatura a punto metallico;
- stampa e definizione e realizzazione di un piano di diffusione (n. 2.000 copie per ogni prodotto editoriale).

In riferimento alla diffusione, i destinatari dei tre pro-

dotti sono rappresentati da:

- **beneficiari potenziali del programma** a cui sono rivolti i bandi e gli avvisi in pubblicazione nell'anno;
- **grande pubblico**, ovvero la popolazione regionale nel suo complesso, verso la quale è necessario assicurare la massima copertura mediatica, da sensibilizzare e informare sul ciclo di programmazione e sulle nuove opportunità;

- **beneficiari effettivi**, da informare su regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti.

Il materiale realizzato nel numero di copie previste (2.000 per tipo) sarà recapitato con consegna e diffusione concordata con il Committente.

La diffusione delle brochure avverrà attraverso due canali:

- in occasione di eventi (nel numero di 500 per prodotto);
- presso centri informativi (nel numero complessivo di 1.500).

Valore economico indicativo attività 2019: € 6.000,00

WBS 3.2 GADGET

Durante il 2019 si provvederà alla realizzazione delle quantità di gadget previste:

- n. 2.000 calendari da tavolo;
- n. 2.000 shoppers in tessuto con stampa a un colore;
- n. 2.000 tazze.

In riferimento alla diffusione, i destinatari delle tre tipologie di gadget sono rappresentati da:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Il materiale realizzato nel numero previsto (2.000 per tipo) sarà recapitato con consegna e diffusione concordata con il Committente.

I gadget saranno distribuiti:

- in occasione di eventi (nel numero di 500 per prodotto);
- presso centri informativi (nel numero di 1.000);
- presso la sede del Committente (nel numero di 500).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 7 mesi (giugno/dicembre 2019)

Output:

- realizzazione e consegna gadgets nelle quantità previste;

- verbale di consegna gadget;
- relazione fotografica.

Valore economico indicativo attività 2019 GADGET:

€ 6.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 3**BROCHURE INFORMATIVE E GADGET: €12.000,00**

(WBS 3.1) BROCHURE

Valore economico indicativo: € 6.000,00

(WBS 3.2) GADGET

Valore economico indicativo: € 6.000,00

WBS 4 EVENTI

WBS 4.1 CONVEGNI E SEMINARI

Saranno realizzati nel periodo luglio-dicembre 2019 due dei nove convegni, secondo le modalità previste e prescritte dal contratto.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 6 mesi (luglio/dicembre 2019)

Output:

- piano evento;
- elenco relatori;
- registro presenze;
- atti del convegno;
- relazione fotografica.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- beneficiari effettivi.

Valore economico attività 2019: € 6.000,00

WBS 4.2 INIZIATIVA INFORMATIVA PRINCIPALE ANNUALE - LECTIO MAGISTRALIS

L'evento "iniziativa informativa principale annuale" programmato per il periodo novembre-dicembre 2019 ri-

guarderà l'organizzazione di una lectio magistralis, secondo le modalità prevista dal contratto. L'evento sarà tenuto in un Ateneo del Veneto attraverso il coinvolgimento delle facoltà/dipartimenti (da definire con la committenza); saranno organizzate delle lezioni con il coinvolgimento di docenti universitari, esperti del settore, istituzioni afferenti alla Regione del Veneto, l'Autorità di Gestione del FESR, ecc. L'obiettivo è quello di promuovere il Programma presso un vasto pubblico di non addetti ai lavori (studenti universitari). Il calendario, nonché i programmi e i temi delle lezioni, saranno definiti di concerto con la Stazione Appaltante e le Università coinvolte.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 3 mesi (ottobre-dicembre 2019)

Output:

- piano evento da realizzarsi entro il 30/10/2019;
- relazione fotografica;
- video integrale;
- kit utenti accreditati;
- scelta relatori;

- materiale informativo/formativo (slides, etc);
- registrazione partecipanti;
- registrazione evento per la fruizione in modalità differita.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2019: € 10.000,00

WBS 4.3 COMITATO DI SORVEGLIANZA

La riunione del Comitato di Sorveglianza 2019 sarà realizzata nel mese di giugno 2019, secondo le modalità previste. L'evento si svolgerà nell'arco di due giornate. Tutti gli aspetti organizzativi e logistici verranno definiti di concerto con la Stazione Appaltante, ivi compresa l'individuazione della sede. Conformemente a quanto previsto dagli atti di gara, le prestazioni programmate per la gestione dell'evento comprenderanno: n. 2 welcome coffee (uno per ogni giornata); n. 2 brunch pomeridiani (uno per ogni giornata). L'allestimento, inoltre, prevedrà adeguamenti tecnici, amplificazione audio per le persone sedute al tavolo e registrazione audio dell'incontro con consegna del relativo file su supporto digitale non modificabile.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: giugno 2019

Output:

- piano evento;
- relazione forografica;
- video integrale;
- kit utenti accreditati;
- materiale informativo/formativo (slides, ecc.);
- registrazione partecipanti;
- evento on line;
- sbobinatura dell'audio registrato e sintesi.

Valore economico indicativo COMITATO DI SORVEGLIANZA 2019: € 27.392,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 4

"EVENTI":	€ 43.392,00
4.1 Valore economico indicativo	
Convegni e seminari:	€ 6.000,00
4.2 Valore economico indicativo	
Eventi informativi principali annuali	
(Lectio Magistralis):	€ 10.000,00
4.3 Valore economico indicativo	
CdS 2019:	€ 27.392,00

WBS 5 MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO

WBS 5.1 PROPOSTA GRAFICA DA DECLINARE SU FORMAT COMPRENSIVI DI TESTO PER LA DIFFUSIONE A MEZZO STAMPA

In fase di candidatura sono state inserite delle proposte grafiche, che saranno riprese per essere riadattate a tutti i formati necessari. A tal fine l'affidatario propone di rivisitare il manuale d'uso del logo di programma e dei loghi istituzionali al fine di migliorare le applicazioni nei format. Inoltre, nella definizione dei layout grafici saranno definite le specifiche del testo che sarà redatto sempre dell'affidatario. Si veda in proposito l'elemento dell'"albero" contenuto nell'allegato relativo al progetto creativo complessivo (A1 Proposta Creativa, pag. 4).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 7 mesi (giugno/dicembre) 2019

Output:

- manuale d'uso rivisitato;
- file esecutivi per mezzi e tutta la documentazione attestante la realizzazione delle attività.

Valore economico attività 2019: € 8.000,00

WBS 5.2 SPOT VIDEO

Durante il 2019 è prevista la realizzazione di numero 5 spot video dei 15 previsti da contratto.

In una preliminare fase saranno definiti i contenuti con la committenza, la realizzazione di ognuno seguirà le seguenti fasi: progettazione e realizzazione storyboard per ciascun video; realizzazione riprese e interviste o animazioni in graphics motion, montaggio e post-produzione.

La durata sarà concordata in base all'utilizzo nella diffusione. Si veda story board spot video proposto, contenuto nel documento relativo alle proposte creative (A1 Proposta Creativa, pag. 24-26).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 7 mesi (giugno/dicembre 2019)

Output

- n. 5 story board;
- n. 5 spot video da 30".

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2019: € 10.000,00

WBS 5.3 SPOT AUDIO

Nell'annualità 2019 ne saranno realizzati numero 4 dei dodici previsti da contratto, nella fase preliminare sarà selezionata una base musicale che diventerà identitaria per tutta la campagna e utilizzata anche nella realizzazione dei video, una seconda scelta riguarderà la selezione della voce dello speaker di tipo "Nazionale", ossia compatibile con gli standard ammessi dalle emittenti radiofoniche nazionali, la durata di ognuno sarà di 30" e per la realizzazione saranno seguite le seguenti fasi: progettazione e realizzazione storyboard per ciascun spot; speakeraggio, montaggio e post-produzione con base musicale. Si veda script relativo a spot audio proposto, contenuto nel documento relativo alle proposte creative (A1 Proposta Creativa, pag. 27).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 7 mesi (giugno/dicembre 2019)

Output:

- n. 4 script/testi spot audio;
- n. 4 spot audio 30" formato mp3.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;

- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2019: € 2.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 5

"MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO": € 20.000,00

5.1 Valore economico indicativo

Proposta grafica da declinare su format comprensivi di testo per la diffusione a mezzo stampa: € 8.000,00

5.2 Valore economico indicativo

Spot video: € 10.000,00

5.3 Valore economico indicativo

Spot radio 2019: € 2.000,00

WBS 6 CAMPAGNA MEDIA

La Campagna media, rispettando i tempi e gli obiettivi della Strategia di comunicazione partirà il mese di giugno/luglio 2019 e si articolerà in due azioni che si svilupperanno in periodi di tempo variabili.

Descrizione delle due azioni della Campagna media in termini di output, tempi di realizzazione e valore economico.

La **prima azione** 2019 (giugno/ottobre) si svilupperà secondo il seguente schema:

- n. 6 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 42 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 12 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 24 uscite;
- n. 2 uscite di una settimana ciascuna su ogni televisione, tranne per Antenna Tre e Telenuovo per le quali ne sono previste 3, per un totale di 210 spot;
- n. 2 uscite di una settimana ciascuna su Radio Cafè e Radio Vicenza, n. 1 uscita di una settimana per Ra-

dio Stella, Radio Sportiva e Radio Company, per un totale di 147 spot.

La **seconda azione** 2019 (novembre/dicembre) si svilupperà secondo il seguente schema:

- n. 6 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 42 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 12 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 24 uscite;
- n. 4 uscite di una settimana ciascuna su ogni televisione per un totale di 336 spot;
- n. 2 uscite di una settimana ciascuna su Radio Cafè, Radio Vicenza e Radio Stella, n. 1 uscita di una settimana su Radio Sportiva per un totale di 147 spot.

Totali delle uscite programmate per le due azioni di campagna media complessivamente considerate.

- n. 12 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 84 uscite;

- n. 6 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 24 uscite;
- n. 6 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 48 uscite;
- n. 6 uscite di una settimana ciascuna su ogni televisione tranne per Antenna Tre e Telenuovo per le quali ne sono previste 7 per un totale di 546 spot;
- n. 4 uscite di una settimana ciascuna su Radio Cafè e Radio Vicenza, n. 3 uscite Radio Stella, n. 2 uscita di una settimana per Radio Sportiva e n. 1 uscita su Radio Company, per un totale di 294 spot.

PIANIFICAZIONE CAMPAGNA MEDIA

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO			
CARTA STAMPATA	UNITÀ MISURA GIORNI	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	2019
L'ARENA	12	12	12	12
IL MATTINO DI PADOVA	12	12	12	12
LA NUOVA VENEZIA	12	12	12	12
CORRIERE DELLE ALPI	12	12	12	12
IL GIORNALE DI VICENZA	12	12	12	12
TRIBUNA DI TREVISO	12	12	12	12
LA VOCE DI ROVIGO	12	12	12	12
TOTALE PARZIALE USCITE		84	84	84

PRODOTTO	SETTIMANE PER ANNO DI SERVIZIO			
CARTA STAMPATA PERIODICA	UNITÀ MISURA SETTIMANA	DURATA IN SETTIMANA	TOTALE SETTI-MANA ANNO	2019
LA VITA DEL POPOLO	6	6	6	6
LA DIFESA DEL POPOLO	6	6	6	6
NUOVA SCINTILLA	6	6	6	6
LA VOCE DEI BERICI	6	6	6	6
TOTALI IN SETTIMANE		24	24	24

PRODOTTO	SETTIMANE PER ANNO DI SERVIZIO			
STAMPA ON LINE	UNITÀ MISURA SETTIMANA	DURATA IN SETTIMANA	TOTALE SETTIMANE ANNO	2019
www.ilgiornale.it /gelocal.it/veneto	6	6	6	6
www.tempi. it /gelocal.it/Veneto	6	6	6	6
www.larena.it	6	6	6	6
www.mattinopadova.gelocal.it/padova	6	6	6	6
www.nuovavenezia.gelocal.it/venezia	6	6	6	6
www.tribunatreviso.gelocal.it/treviso	6	6	6	6
www.corierealpi,gelocal.it/belluno	6	6	6	6
www.ilgiornalevicenza.it	6	6	6	6
TOTALI IN SETTIMANE		48	48	48

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO					
TELEVISIONI	UNITÀ MISURA SPOT	TOTALE SPOT	SPOT AL GIORNO	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	2019
ANTENNA TRE	1	147	3	49	49	49
RETEVENETA	1	126	3	42	42	42
TVA VICENZA	1	126	3	42	42	42
TELENUOVO PADOVA	1	147	3	49	49	49
TOTALI IN SETTIMANE		546	3	182	182	182

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO					
RADIO	UNITÀ MISURA SPOT	TOTALE SPOT	SPOT AL GIORNO	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	2019
RADIO CAFÈ	1	84	3	28	28	28
RADIO VICENZA	1	84	3	28	28	28
RADIO STELLA	1	63	3	21	21	21
RADIO SPORTIVA	1	42	3	14	14	14
RADIO COMPANY	1	21	3	7	7	7
TOTALI IN SETTIMANE		294	3	98	98	98

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico complessivo Campagna media**2019:** € 187.560,63

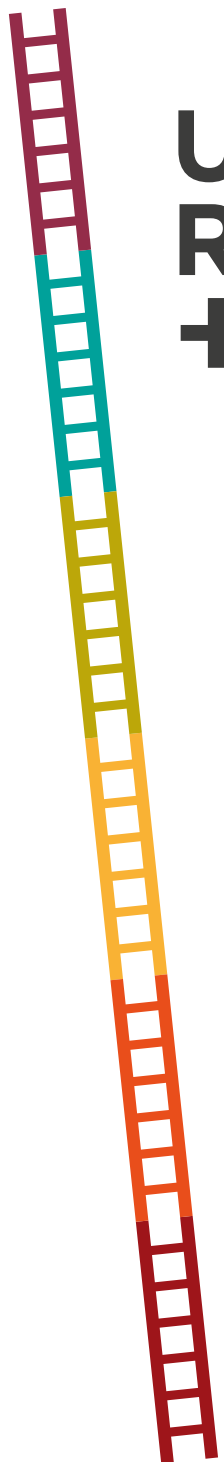
Carta	€ 93.912,00	50%
Tv	€ 83.640,38	45%
Radio	€ 10.008,25	5%
Totale	€ 187.560,63	

VALORE ECONOMICO OLTRE IVA

% MACROCATEGORIE	WBS MACROCATEGORIE	ATTIVITA'	N. PRODOTTI TOTALI	N. PRODOTTI	BUDGET 2019	IMPORTO
			PER 3 ANNI	ANNO 2019		
30% dell'importo complessivamente offerto	1. Programmazione e coordinamento	1.1 Coordinamento e rapporti con l'AdG	Attività continuativa		€ 111.892,00	€ 294.120,00
		1.2 Piani di Comunicazione	3	1		
		1.3 Rapporti di Monitoraggio	3	1		
	2. Comunicazione on line	2.1 Web e Newsletter	Attività continuativa			
		2.2 Social Network	Attività continuativa			
		- supporto AdG				
		- campagna promozionale	1			
	3. Materiale divulgativo e promozionale	3.1 Brochure informative	12	3		
		3.2 Gadget	7	3		
	4. Eventi e manifestazioni	4.1 Convegni e Seminari	9	2		
		4.2 Eventi informativi principali annuali: Lectio Magistralis	3	1		
		4.3 Comitati di sorveglianza	3	1		
	5. Materiale grafico, video e audio	5.1 Proposta grafica da declinare per la diffusione a mezzo stampa	1	1		
		5.2 Spot video	15	5		
		5.3 Spot audio	12	4		
70% dell'importo complessivamente offerto	6. Acquisto di spazi sui media	6.1 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su quotidiani locali, periodici e riviste specializzate (edizioni cartacee e on line)	30		€ 93.912,00	€ 343.140,00 (di cui max € 51.471,00 per spese generali di agenzia)
		6.2 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su emittenti televisive locali	24		€ 83.640,38	€ 308.826,00 (di cui max € 46.323,90 per spese generali di agenzia)
		6.3 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su emittenti radiofoniche locali	12		€ 10.008,25	€ 34.314,00 (di cui max € 5.147,10 per spese generali di agenzia)
	Tutte le attività saranno realizzate dall'RTI in misura del: 51% Heads srl - 49% Digical srl				€ 299.452,63	€ 980.400,00

CRONOPROGRAMMA

WBS	Descrizione	Anno 2019											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
1	Programmazione e Coordinamento												
2	Comunicazione On Line												
3	Brochure e Gadget												
4	Eventi												
5	Materiale Grafico, Video e Audio												
6	Acquisto di Spazi su Media												



UNA REGIONE +GRANDE

ALLEGATO

A1 PROPOSTA CREATIVA

UNA REGIONE +GRANDE

indice

03 Introduzione

04 Elementi grafici

CAMPAGNA ISTITUZIONALE

06 Campagna tabellare istituzionale generale

09 Campagna tabellare istituzionale singolo asse

11 Pieghevoli istituzionali singoli assi covers

15 Brochure istituzionale singolo asse

25 Spot video istituzionale 30"

28 Spot radio istituzionale 30"

CAMPAGNA TESTIMONIALS E RISULTATI

30 Campagna testimonials e risultati singolo asse

32 Campagna testimonials e risultati pagina doppia e piedone

35 Spot video 30" testimonials e risultati

41 Pagine web e social

44 Gadgets

UNA REGIONE +GRANDE

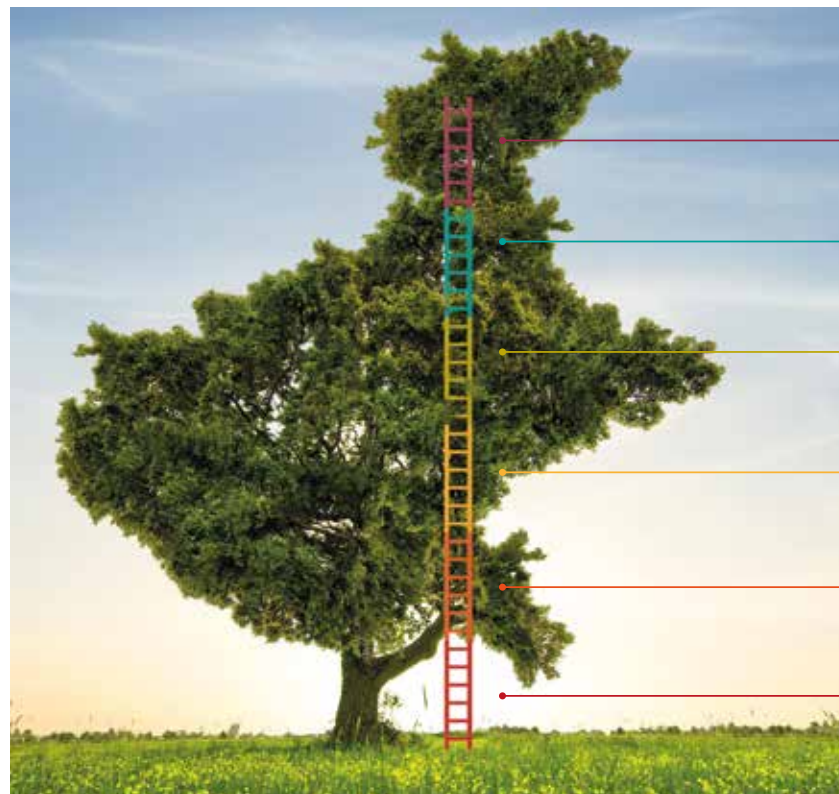
introduzione

Le radici, le diramazioni, la crescita, il legame con il territorio, i valori che convergono in questo concept dove la Regione e la sua forza sono rappresentate da un grande albero le cui fronde disegnano la sagoma del Veneto.

L'albero diventa metafora della crescita e dell'interazione tra imprese. Il totale dell'albero diventa la campagna madre.

UNA REGIONE +GRANDE

Elementi grafici



asse 06
Sviluppo urbano
sostenibile

asse 05
Rischio sismico
e idraulico

asse 04
Sostenibilità
energetica e
qualità ambientale

asse 03
Competitività
dei sistemi
produttivi

asse 02
Agenda
digitale

asse 01
Ricerca
sviluppo tecnologico
e innovazione

LE SCALE

Le scale colorate in base all'asse
accompagnano le immagini dei
testimonial nella campagna.



asse 01
Ricerca
sviluppo tecnologico
e innovazione



asse 02
Agenda
digitale



asse 03
Competitività
dei sistemi
produttivi



asse 04
Sostenibilità
energetica e
qualità ambientale



asse 05
Rischio sismico
e idraulico



asse 06
Sviluppo urbano
sostenibile

UNA REGIONE +GRANDE

Elementi grafici

L'ASTERISCO

il segno che identifica gli assi e rimanda agli approfondimenti.



asse 01
Ricerca
sviluppo tecnologico
e innovazione



asse 02
Agenda
digitale



asse 03
Competitività
dei sistemi
produttivi



asse 04
Sostenibilità
energetica e
qualità ambientale



asse 05
Rischio sismico
e idraulico



asse 06
Sviluppo urbano
sostenibile

LE BARRE

il segno che accompagna la
cialda del marchio POR FESR
nelle tabellari e negli impaginati
su singolo asse.



asse 01
Ricerca
sviluppo tecnologico
e innovazione



asse 02
Agenda
digitale



asse 03
Competitività
dei sistemi
produttivi



asse 04
Sostenibilità
energetica e
qualità ambientale



asse 05
Rischio sismico
e idraulico



asse 06
Sviluppo urbano
sostenibile

UNA REGIONE +GRANDE

Campagna tabellare
istituzionale
pagina singola



UNA REGIONE +GRANDE

 Unione Europea, Stato Italiano e Regione del Veneto insieme per la crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva del nostro territorio. 600 milioni di investimento dedicati a imprese, università, pubbliche amministrazioni per migliorare la vita di tutti i cittadini.

Scopri come partecipare ai bandi e accedere ai finanziamenti su www.regione.veneto.it/porfesr

2014/2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

 UNIONE EUROPEA   REGIONE DEL VENETO

UNA REGIONE +GRANDE



 Unione Europea,
Stato Italiano e
Regione del Veneto
insieme per la
crescita intelligente,
sostenibile ed
inclusiva del
nostro territorio.
600 milioni di
investimento
dedicati a imprese,
università, pubbliche
amministrazioni per
migliorare la vita di
tutti i cittadini.

Scopri come partecipare ai bandi
e accedere ai finanziamenti su:
www.regione.veneto.it/porfesr



UNA REGIONE +GRANDE

Campagna tabellare
istituzionale singolo asse
pagina singola

UNA REGIONE + COMPETITIVA



 Il POR FESR stanZIA 5 milioni di Euro per rilanciare il settore del commercio.

Asse 3 – Azione 3.1.1 B
Il bando dedicato alle **Reti di imprese del settore commercio** punta a rilanciare la propensione agli investimenti del sistema produttivo nel settore del commercio, attraverso l'erogazione di contributi a PMI promotrici, in forma aggregata, di progetti strategici. Sono previsti incentivi per incrementare l'attrattività, la competitività, l'innovazione dei sistemi e la valorizzazione delle eccellenze.

POR 
2014/2020
FESR / REGIONE DEL VENETO

 **UNIONE EUROPEA**   **REGIONE DEL VENETO**

Puoi presentare la tua candidatura dal 31 maggio 2019 al 31 luglio 2019.
Scopri come diventare beneficiario su: www.regione.veneto.it/porfesr

Segui la regione del Veneto su      

UNA REGIONE +GRANDE

Pieghevoli istituzionali
singolo asse

Pieghevoli istituzionali
singolo asse cover



Pieghevoli istituzionali
singolo asse cover



**UNA
REGIONE +
SOSTENIBILE** ❁

❁
ASSE 04
**Sostenibilità
energetica e
qualità ambientale**

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

REGIONE DEL VENETO



**UNA
REGIONE +
SICURA** ❁

❁
ASSE 05
**Rischio
sismico
e idraulico**

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

REGIONE DEL VENETO



**UNA
REGIONE +
SMART** ❁

❁
ASSE 04
**Sviluppo
urbano
sostenibile**

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

REGIONE DEL VENETO

Pieghevoli istituzionali singolo asse cover



UNA REGIONE +GRANDE

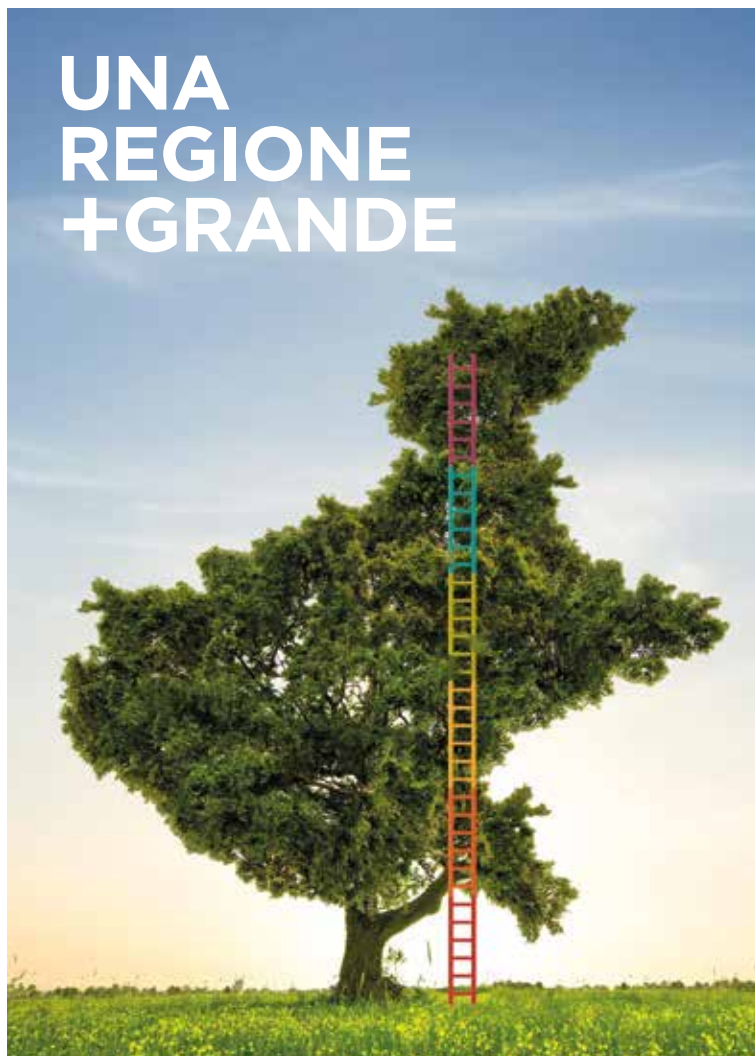
Brochure istituzionale
singolo asse

Brochure istituzionale singolo asse fronte

- formato chiuso
15 x 21cm
- formato aperto
30 x 21cm
- interno: carta patinata
opaca 135 g.
- copertina: carta patinata
opaca 135 g.
- Stampa quadricromia
- numero pagine 20
- numero copie 2000
per soggetto



Brochure istituzionale singolo asse pagine interne



Che cos'è il POR?

Il Programma Operativo Regionale, detto sinteticamente POR, è lo strumento attraverso cui la Regione del Veneto, grazie ai circa 600 milioni di euro messi a disposizione dall'Unione Europea, dallo Stato e dalla Regione stessa, svilupperà dal 2014 al 2020 un piano di crescita sociale ed economica che interesserà la ricerca e l'innovazione, l'agenda digitale, le politiche industriali, energetiche e di tutela ambientale.

Che cos'è il FESR?

Il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, detto sinteticamente FESR, è uno dei fondi strutturali e di investimento europei il cui obiettivo è quello di finanziare progetti di sviluppo all'interno dell'Unione europea. In particolare attraverso il FESR, l'Unione europea persegue la propria "politica regionale", per raggiungere l'obiettivo fondamentale della coesione economica e sociale tra le regioni degli Stati membri, ossia di uno sviluppo armonioso dell'insieme della Comunità.

Perché è un "moltiplicatore di opportunità"?

Perché grazie ai finanziamenti che il POR concederà alle imprese e ai soggetti pubblici sarà possibile, concretamente, agevolare e moltiplicare le possibilità di investimento sul territorio, assicurando un'opportunità di sviluppo che tutti insieme non dobbiamo lasciarci sfuggire.

2-3

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne

<p>Come posso accedere ai finanziamenti del FESR?</p> <p>Dove trovo le informazioni sui bandi di gara?</p> <p>Per accedere ai finanziamenti del FESR è necessario aderire ai bandi emanati dalla Regione del Veneto. In essi è indicata l'apertura dei termini per la presentazione delle domande relative alle singole Azioni. Tutte le informazioni sono visionabili e scaricabili collegandosi alle seguenti pagine web:</p> <p><u>www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fesr-2014-2020</u></p> <p><u>partenariato.regione.veneto.it</u></p> <p>Dal sito del Tavolo di Partenariato, inoltre, è possibile ottenere tali informazioni direttamente nella propria casella di posta elettronica, registrandosi alla newsletter dedicata.</p> <p>Per qualsiasi ulteriore chiarimento in merito, si prega di contattare:</p>	<p>La struttura del POR e il suo budget</p> <table> <tr> <td>20%</td> <td>ASSE 1 114.000.000 euro</td> </tr> <tr> <td>13%</td> <td>ASSE 2 77.000.000 euro</td> </tr> <tr> <td>30%</td> <td>ASSE 3 175.739.776 euro</td> </tr> <tr> <td>16%</td> <td>ASSE 4 92.558.512 euro</td> </tr> <tr> <td>8%</td> <td>ASSE 5 45.000.000 euro</td> </tr> <tr> <td>13%</td> <td>ASSE 6 77.000.000 euro</td> </tr> </table> <p>4-5</p>	20%	ASSE 1 114.000.000 euro	13%	ASSE 2 77.000.000 euro	30%	ASSE 3 175.739.776 euro	16%	ASSE 4 92.558.512 euro	8%	ASSE 5 45.000.000 euro	13%	ASSE 6 77.000.000 euro
20%	ASSE 1 114.000.000 euro												
13%	ASSE 2 77.000.000 euro												
30%	ASSE 3 175.739.776 euro												
16%	ASSE 4 92.558.512 euro												
8%	ASSE 5 45.000.000 euro												
13%	ASSE 6 77.000.000 euro												

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne

<p>ASSE 1 Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione</p> <p>Le traiettorie di sviluppo per la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione riguardano il potenziamento del sistema di innovazione regionale, l'incremento dell'attività di ricerca e innovazione nelle imprese, l'incentivazione dei meccanismi di trasferimento tecnologico e la valorizzazione delle specializzazioni produttive innovative nel sistema economico regionale, anche favorendo le forme di aggregazione tra imprese. Tali traiettorie rappresentano la cornice programmatica di riferimento per le priorità di intervento a valere sul POR FESR, insieme alla Strategia di Specializzazione Intelligente regionale (RIS3) che individua gli ambiti ove intervenire: Smart Agrifood; Suistainable Living; Smart manufacturing; Creative Industries.</p> <p>Gli obiettivi del POR FESR riguardano l'incremento dell'attività di innovazione delle imprese, mediante la nascita di reti innovative e il consolidamento delle filiere dell'innovazione, e l'aumento dell'incidenza di specializzazioni innovative in perimetri applicativi ad alta intensità di conoscenza, mediante il sostegno agli spin-off e alle start-up innovative.</p>	<p>Azioni</p> <ul style="list-style-type: none"> → Sostegno a progetti di ricerca alle imprese che prevedano l'impiego di ricercatori (dottori di ricerca e laureati magistrali con profili tecnico-scientifici) presso le imprese stesse → Sostegno per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese → Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi → Sostegno alla creazione e al consolidamento di start-up innovative ad alta intensità di applicazione di conoscenza e alle iniziative di spin-off della ricerca <p>6-7</p>
--	---

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne



OS 1

Incremento dell'attività di innovazione delle imprese

Sostegno a progetti di ricerca alle imprese che prevedano l'impiego di ricercatori (dottori di ricerca e laureati magistrali con profili tecnico-scientifici) presso le imprese stesse (Azione 1.1.1 AdP)

La sfida che si intende sostenere consiste nell'incentivare e ottimizzare l'utilizzo della risorsa "capitale umano altamente qualificato" con ricadute positive anche in termini occupazionali. L'obiettivo è di promuovere ed incentivare, presso il tessuto produttivo veneto, sia attività di ricerca specializzata e di sviluppo sperimentale che meccanismi di innovazione di prodotto, di processo, organizzativa, di design e di marketing, realizzate attraverso lo sfruttamento delle tecnologie chiave abilitanti, aumentando l'attività di ricerca condotta nelle imprese—nello specifico attraverso un aumento del numero di ricercatori impiegati—negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto.

Tipologie di intervento:

- Progetti di ricerca che prevedono il sostegno di attività di R&I mediante l'inserimento in azienda di ricercatori con assunzione diretta o attraverso una convenzione tra imprese e strutture qualificate di ricerca per un periodo non inferiore a 12 mesi;
- Progetti di ricerca che prevedono il consolidamento di attività di R&I mediante il riconoscimento delle premialità alle imprese che, al termine delle attività progettuali, assumeranno a tempo indeterminato i ricercatori già impiegati.

Territori ammissibili: intero territorio della Regione.

Beneficiari: PMI che svolgeranno progettualità di ricerca e innovazione negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto.

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne



Sostegno per l'acquisto di servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese (Azione 1.1.2 AdP)

La sfida che si intende perseguire è di favorire l'innovazione ed il trasferimento delle conoscenze, nonché di facilitare i processi di brevettazione ed il trasferimento alle imprese dei risultati della ricerca, mediante lo strumento del voucher, assicurando, nel contempo, una maggiore tutela degli asset immateriali e una ricaduta positiva nell'ambito del processo di integrazione tra imprese, università, centri di ricerca e centri di trasferimento tecnologico e di conoscenza presenti sul territorio. Si intende incrementare l'attività di ricerca e d'innovazione delle imprese che operano negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto.

Tipologie di intervento:

- Servizi di gestione degli strumenti di "proprietà intellettuale", quali marchi, portafoglio brevetti, know-how esclusivi, ecc.;
- Trasferimento tecnologico: servizi per la prototipazione, valutazioni di attendibilità, ecc.;
- Innovazione strategica, organizzativa, di prodotto, di design e di processo.

Territori ammissibili: intero territorio della Regione.

Beneficiari: PMI che svolgono progettualità di ricerca e innovazione negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto.

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne



Sostegno alle attività collaborative di R&S per lo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili, di nuovi prodotti e servizi (Azione 1.1.4 AdP)

La sfida che si intende affrontare, mira ad incentivare la collaborazione e l'aggregazione tra le imprese e i soggetti della ricerca, al fine di promuovere, mediante forme aggregative, la tutela, la valorizzazione, lo sviluppo e la diffusione della ricerca applicata al sistema produttivo. La piattaforma "Innoveneto", creata dalla Regione per la mappatura regionale dei Centri di ricerca (pubblici e privati) e dei Centri di innovazione e trasferimento tecnologico (CITT) esistenti, costituisce la base per favorire l'incontro fra imprese e Centri di ricerca.

Tipologie di intervento:

progetti di Ricerca Industriale e Sviluppo Sperimentale, che prevedano la collaborazione tra imprese e mondo della ricerca secondo le forme aggregative di cui alla L.R. n. 13/2014 (Distretto Industriale, Rete Innovativa Industriale, Aggregazione di Imprese) per:

- Sviluppo di nuovi prodotti e servizi,
- Sviluppo di tecnologie innovative sostenibili, efficienti ed inclusive per introdurre nei sistemi produttivi prodotti e impianti "intelligenti", dispositivi avanzati, di virtual prototyping e servizi ad alta intensità di conoscenza (KIBS). Tali interventi si realizzano anche attraverso il sostegno alla progettazione e all'attrezzamento di laboratori specifici, nonché al potenziamento degli apparati strumentali ritenuti indispensabili al sostegno dei progetti di cooperazione e piani di sviluppo con le forme aggregative di cui alla L.R. n. 13/2014.

Territori ammissibili: intero territorio della Regione.

Beneficiari:

- PMI, solo se partecipanti ad una delle forme aggregative di cui alla L.R. n.13/2014;
- Soggetti della ricerca regionali pubblici e privati (quali Università, Parchi Scientifici, Poli tecnologici e della conoscenza, KIBS, Centri di ricerca e di trasferimento tecnologico) che dimostrino di essere:
- Partecipanti di un Distretto industriale (ai sensi All. A DGR n. 582/2015);
- Partecipanti di una Rete Innovativa Regionale (ai sensi All. A DGR n. 583/2015);
- Soggetti che sviluppano progetti strategici comuni di particolare interesse per elevati livelli di specificità o eccellenza con Aggregazioni di imprese (come definite dagli artt. 2 e 5 della L.R. n.13/2014).
- Il soggetto gestore del Fondo di rotazione e del Fondo di capitale di rischio;
- Le grandi imprese esclusivamente in riferimento allo sviluppo di progetti di effettiva ricerca e innovazione industriale e alla sperimentazione dell'industrializzazione dei risultati da essi derivanti.

Detti beneficiari svolgeranno progettualità di ricerca e innovazione negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto.

12-13

Brochure istituzionale singolo asse pagine interne



OS 2

Aumento dell'incidenza di specializzazioni innovative in perimetri applicativi ad alta intensità di conoscenza

Sostegno alla creazione e al consolidamento di start-up innovative ad alta intensità di applicazione di conoscenza e alle iniziative di spin-off della ricerca [anche tramite la promozione delle fasi di pre-seed e seed] (rif. 1.4.1 AdP)

La sfida che si intende affrontare riguarda il sostegno alla creazione e al consolidamento di start up innovative ad alta intensità di applicazione e il supporto di iniziative di spin off della ricerca.

Tipologie di intervento:

- Imprenditorialità e incubazione, negli ambiti di specializzazione a forte contenuto innovativo, in particolare ICT, high tech (es. nanotech, biotech) e a forte contenuto creativo (es. design, comunicazione);
 - Trasformazione del settore manifatturiero verso nuovi sistemi di prodotto, processi/tecnologie, sistemi produttivi;
 - Processi di commercializzazione dei risultati della R&S;
 - Definizione del modello di business, organizzativo e di gestione finanziaria.
- L'Azione potrà anche essere indirizzata, in via sperimentale, alla creazione di nuove imprese che si sviluppino però in continuità a competenze imprenditoriali e/o accademiche già esistenti al fine di creare imprese leader di "ecosistemi di business" potenzialmente in grado di assumere, a loro volta, un ruolo di "incubatore".

Territori ammissibili: intero territorio della Regione.

Beneficiari: PMI che operano negli ambiti definiti dalla RIS3 del Veneto

Brochure istituzionale singolo retro



UNA REGIONE +GRANDE spot video 30”

Le radici, le diramazioni, la crescita, il legame con il territorio, i valori che convergono in questo video dove la regione e la sua forza sono rappresentate da un grande albero le cui fronde disegnano la sagoma del Veneto.

Il video è un unico piano sequenza che sale verso l'alto, e termina sull'immagine dell'albero.

L'artigiano, il ricercatore, il giovane imprenditore, **tutte le figure che rappresentano i vari assi, agiscono e interagiscono tra di loro ospiti del grande albero.**

Il segno + accompagna tutti i super del video, sarà sempre il primo elemento tipografico che appare e precede la formazione dei testi.

Un voice over accompagna l'intero spot.



IMMAGINA

*Musica allegra e positiva dalla base dell'albero la Mdp sale verso l'alto.
VO: Immagina una regione + grande....*



UNA
REGIONE
+ GRANDE

La Mdp sale inquadrando i rami dell'imponente albero



*il passaggio della mdp svela la presenza di più soggetti
che rappresentano i vari assi del piano*



+
INNOVATIVA

VO: Più innovativa...



+
DIGITALE

VO: Più digitale...



+
COMPETITIVA

VO: Più competitiva...





+SOSTENIBILE

VO: Più sostenibile...



VO: Più competitiva...



**+INTERAZIONE
TRA IMPRESE**

VO: che favorisce l'interazione tra imprese



**+ DI 600 MILIONI
DI INVESTIMENTO**

VO: 600 milioni di investimento dedicati a imprese, università, pubbliche amministrazioni



**PER FARE DEL VENETO
UNA REGIONE+GRANDE**

VO: per fare del Veneto una regione più grande e migliorare la vita di tutti i cittadini.



ANCHE LA TUA

VO: Anche la tua.



VO: POR FESR Regione del Veneto 2014-2021, con i contributi di Unione Europea e Stato Italiano



SCOPRI COME ACCEDERE AI BANDI SU:
www.regione.veneto.it/porfesr

VO: scopri come accedere ai bandi su www.regione.veneto.it/porfesr

UNA REGIONE +GRANDE spot radio 30''

Spot radio 30''

*Un sottofondo musicale di un pianista,
motivazionale, vibrante e ispiratore.*

**Il POR finanziato dal Fondo Europeo
per lo Sviluppo Regionale
stanza 21 milioni di Euro
per aiutare la competitività
delle imprese che vogliono
rilanciare gli investimenti sui temi
dell'innovazione, di industria 4.0,
dell'attrattività e della valorizzazione
delle eccellenze.**

La musica diventa più ritmata
**Se sei un'impresa della manifattura,
dell'artigianato, del commercio
o dei servizi, scopri come
diventare beneficiario su:
bandi.regione.veneto.it**

Pausa 1 secondo
Una regione più competitiva!!!

La musica si sente più in lontananza e scompare
**Campagna promossa dal POR FESR 2014-2020
della regione del Veneto**

UNA REGIONE +GRANDE

Campagna tabellare
Testimonial e risultati
singolo asse



LA MIA IMPRESA È +INNOVATIVA

 Grazie al POR/FESR della Regione del Veneto ho potuto investire nella ricerca e utilizzare le competenze di dottori di ricerca e laureati con profili tecnico-scientifici.

Così la mia impresa è cresciuta e loro hanno trovato un lavoro.

Scopri come partecipare ai bandi e accedere ai finanziamenti su:
www.regione.veneto.it/porfesr


2014/2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO
  
UNIONE EUROPEA REGIONE DEL VENETO



LA MIA FABBRICA È +SOSTENIBILE

 Grazie al POR/FESR della Regione del Veneto abbiamo avviato un processo di riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas inquinanti.

Così la mia fabbrica consuma meno e l'ambiente respira meglio.

Scopri come partecipare ai bandi e accedere ai finanziamenti su:
www.regione.veneto.it/porfesr


2014/2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO
  
UNIONE EUROPEA REGIONE DEL VENETO

UNA REGIONE +GRANDE

Campagna Testimonial e risultati singolo asse pagina doppia e piedoni



**LA MIA FABBRICA
È + SOSTENIBILE** ❁

Unione Europea,
Stato Italiano
e Regione del
Veneto insieme per la
crescita intelligente,
sostenibile ed
inclusiva del nostro
territorio. **600 milioni
di investimento
dedicati a imprese,
università, pubbliche
amministrazioni per
migliorare la vita di
tutti i cittadini.**

Scopri come partecipare
ai bandi e accedere ai
finanziamenti su:
[www.regione.veneto.it/
porfesr](http://www.regione.veneto.it/porfesr)

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA



**LA MIA
IMPRESA È
+INNOVATIVA** ❁

Grazie al POR/
FESR della
Regione del
Veneto ho potuto
investire nella
ricerca e utilizzare
le competenze di
dottori di ricerca e
laureati con profili
tecnico-scientifici.

**Così la mia impresa
è cresciuta e loro
hanno trovato
un lavoro.**

Scopri come partecipare
ai bandi e accedere ai
finanziamenti su:
[www.regione.veneto.it/
porfesr](http://www.regione.veneto.it/porfesr)

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA



**IL MIO
COMUNE È
+ DIGITALE** ❁

Grazie al POR/
FESR della
Regione del
Veneto ho potuto
investire nella
ricerca e utilizzare
le competenze di
dottori di ricerca e
laureati con profili
tecnico-scientifici.

**Così la mia impresa
è cresciuta e loro
hanno trovato
un lavoro.**

Scopri come partecipare
ai bandi e accedere ai
finanziamenti su:
[www.regione.veneto.it/
porfesr](http://www.regione.veneto.it/porfesr)

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

**campagna testimonial
e risultati**
pagina doppia e piedoni



**LA MIA SCUOLA
È + SICURA** ❁

Grazie al POR/
FESR della
Regione del
Veneto il Preside ha
potuto mettere in
sicurezza l'edificio
scolastico. **Così
adesso nemmeno
il terremoto o le
alluvioni ci fanno più
paura, e andare a
scuola è ancora più
bello.**

Scopri come partecipare
ai bandi e accedere ai
finanziamenti su:
[www.regione.veneto.it/
porfesr](http://www.regione.veneto.it/porfesr)

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA



**LA MIA
CITTÀ È
+ SMART** ❁

Grazie al POR/
FESR della
Regione del
Veneto il mio comune
ha sviluppato un
servizio di mobilità
più sostenibile e
intelligente.
**Così ora e muoversi
è più facile e c'è
meno traffico
e quindi meno
inquinamento.**

Scopri come partecipare
ai bandi e accedere ai
finanziamenti su:
[www.regione.veneto.it/
porfesr](http://www.regione.veneto.it/porfesr)

POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

UNA REGIONE +GRANDE

spot video testimonials
60- 120”

**La scala, l'elemento che rappresenta
la crescita e gli assi del piano** diventa l'elemento
che unifica la campagna.

**6 testimonials beneficiari del piano raccontano
come sono riusciti a realizzare i propri progetti.**



un testimonial racconta il suo progetto di ricerca sviluppo e innovazione



In chiusura un puzzle di testimonials si compone sullo schermo


POR
FESR / REGIONE DEL VENETO
  
UNIONE EUROPEA REGIONE DEL VENETO

SCOPRI COME ACCEDERE AI BANDI SU:
www.regione.veneto.it/porfesr

CTA scopri come accedere ai bandi su: www.regione.veneto.it/porfesr



un testimonial racconta il suo progetto di digitalizzazione



In chiusura un puzzle di testimonials si compone sullo schermo

2014/2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA REGIONE DEL VENETO

SCOPRI COME ACCEDERE AI BANDI SU:
www.regione.veneto.it/porfesr

CTA scopri come accedere ai bandi su: www.regione.veneto.it/porfesr



un testimonial racconta il suo progetto per aumentare la competitività



In chiusura un puzzle di testimonials si compone sullo schermo

2014/2020

POR

FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

REGIONE DEL VENETO

SCOPRI COME ACCEDERE AI BANDI SU:
www.regione.veneto.it/porfesr

CTA scopri come accedere ai bandi su: www.regione.veneto.it/porfesr



un testimonial racconta il suo progetto antisismico



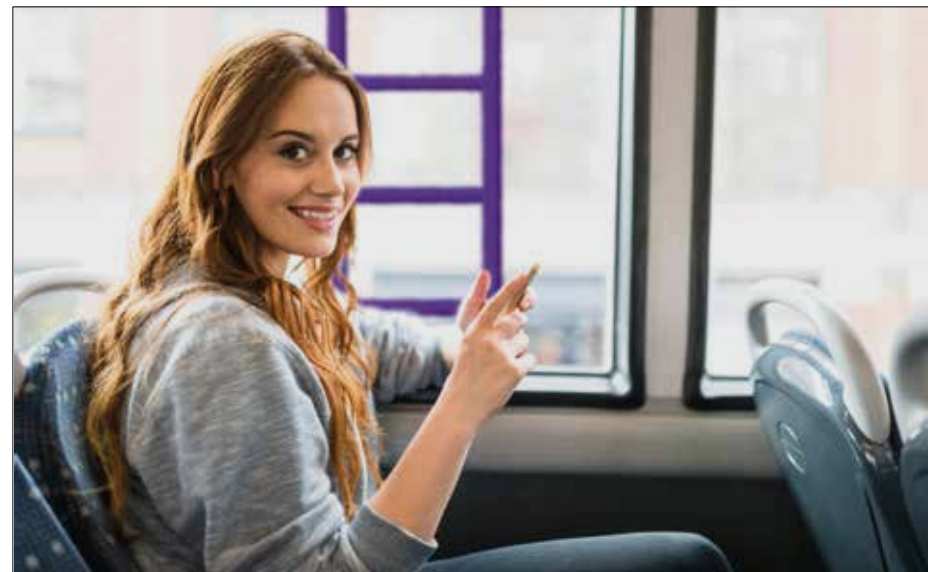
In chiusura un puzzle di testimonials si compone sullo schermo



CTA scopri come accedere ai bandi su: www.regione.veneto.it/porfesr



un testimonial racconta il suo progetto in chiave smartcity



In chiusura un puzzle di testimonials si compone sullo schermo

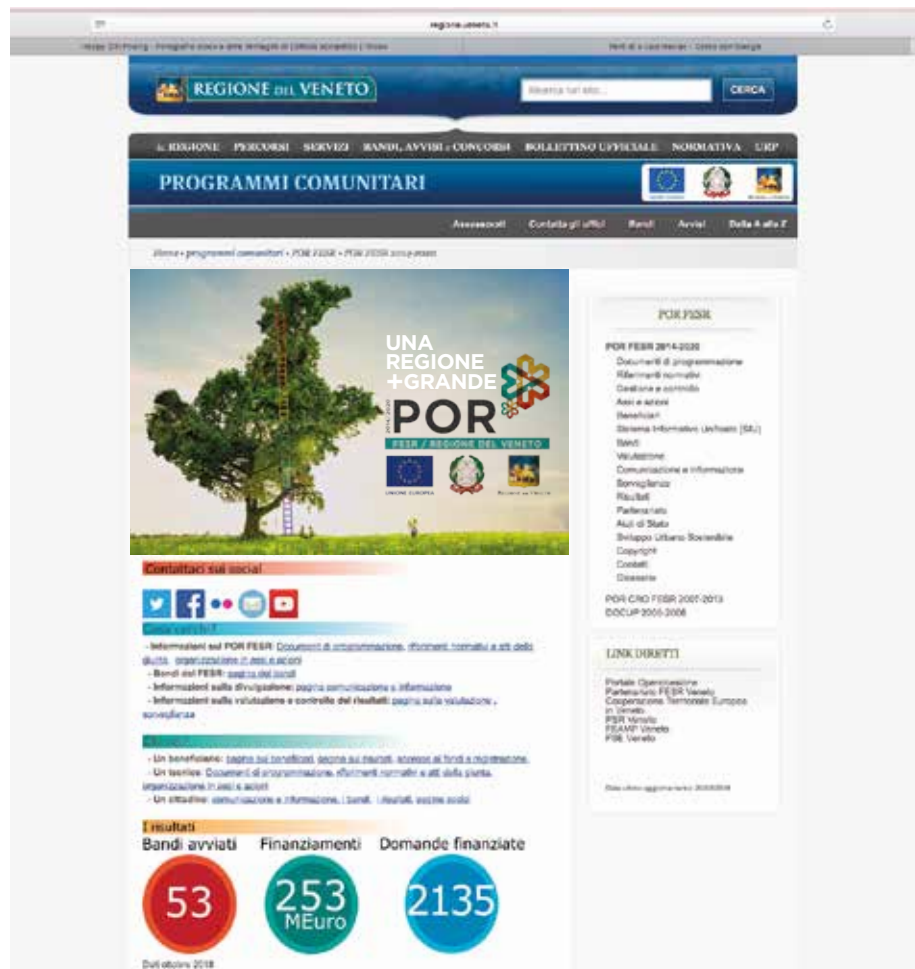


CTA scopri come accedere ai bandi su: www.regione.veneto.it/porfesr

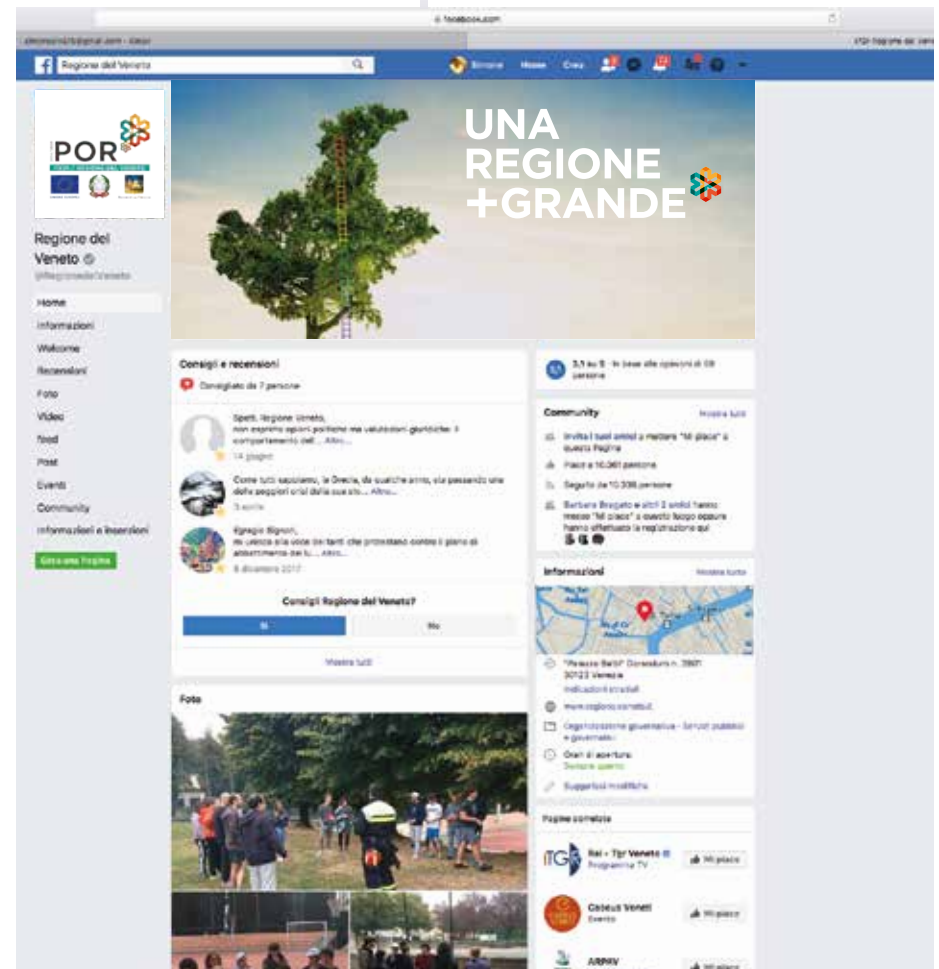
UNA REGIONE +GRANDE

Pagina web
e social

Pagina web



Pagina FaceBook



UNA REGIONE +GRANDE Gadgets

Calendario da tavolo

Dimensioni 148x148 mm

Grammatura carta 200g

Spirale metallica

Numero di facciate

compresa la copertina 28

Quantità 2000 pz



**Tazza Mug
e shopper**
Quantità 2000 pz
per tipologia





HEADS®

digical



www.regione.veneto.it/porfesr
Segui la regione del Veneto su

