



Servizio di Valutazione Indipendente del POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020

Secondo Rapporto Tematico: *Strategia di Comunicazione del POR FESR*

Giugno 2022

Committente: Regione Emilia-Romagna

Indice

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Finalità e Metodologia..... | 3 |
| 2 | Sintesi dei risultati raggiunti dall'azione di comunicazione nel precedente periodo di valutazione | 5 |
| 3 | La valutazione delle azioni di comunicazione al 30 aprile 2022..... | 7 |
| 3.1 | Le attività obbligatorie | 7 |
| 3.1.1 | <i>Attività informative annuali: le Campagne.....</i> | <i>7</i> |
| 3.1.2 | <i>Elenco delle operazioni</i> | <i>8</i> |
| 3.2 | Materiale informativo e promozionale..... | 8 |
| 3.3 | La comunicazione digitale | 9 |
| 3.4 | La comunicazione diretta | 11 |
| 3.5 | Le comunicazioni sui media | 12 |
| 3.6 | Gli eventi..... | 13 |
| 3.7 | Sintesi delle azioni di comunicazione FESR..... | 16 |
| 4 | Conoscenza e consapevolezza dei Fondi europei e del loro ruolo per la crescita e lo sviluppo economico di città e territori: luci e ombre di un obiettivo raggiunto..... | 18 |
| 4.1 | La metodologia di indagine...in breve | 19 |
| 4.1.1 | <i>Il campione intervistato.....</i> | <i>19</i> |
| 4.2 | I risultati dell'indagine | 21 |
| 4.2.1 | <i>Una diffusa conoscenza della Politica di Coesione dell'Unione Europea...luci e ombre di un obiettivo centrato.....</i> | <i>21</i> |
| 4.2.2 | <i>...ma una consapevolezza del ruolo del FESR per la crescita economica e sociale dei territori da rafforzare.....</i> | <i>24</i> |
| 4.2.3 | <i>Campagne informative importanti ma...poco conosciute ai non addetti ai lavori</i> <i>27</i> | |
| 5 | Considerazioni conclusive | 29 |
| 6 | Allegato Statistico | 32 |
| | La metodologia di Indagine..... | 32 |
| | Il questionario somministrato | 34 |
| | Le variabili di indagine per provincia di residenza, genere, fascia di età, titolo di studio, condizione sul mercato del lavoro..... | 40 |

1 Finalità e Metodologia

Il secondo Rapporto tematico sulla Strategia di comunicazione del FESR è realizzato nell'ambito del Servizio di valutazione del POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020. L'attività di valutazione, a partire da quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (artt. 115-117), intende verificare l'azione messa in campo dall'Autorità di Gestione (AdG) FESR per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 27 luglio 2015, a partire dalle seguenti domande valutative:

- 1) la Strategia di Comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità?
- 2) Quali sono le finalità della strategia e quali gli obiettivi specifici?
- 3) I target individuati dalla strategia sono coerenti con i beneficiari/destinatari previsti dalle priorità di investimento del POR FESR?
- 4) L'attuazione della Strategia di Comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti, anche in relazione ai target group individuati dalla Strategia di Comunicazione del PO FESR (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, grande pubblico e moltiplicatori dell'informazione quali partenariato istituzionale, economico e sociale, media e partner privilegiati)?
- 5) La Strategia di Comunicazione si è rivelata adeguata ed efficace nel comunicare, attraverso strumenti specifici, i risultati del Programma e informare sui benefici concreti ottenuti dalla realizzazione dei progetti finanziati?

Se nel primo step valutativo, i cui risultati sono confluiti nel precedente rapporto tematico consegnato a maggio 2020, l'attenzione è stata posta all'analisi della Strategia di Comunicazione (domande di valutazione 1,2,3) e al suo processo attuativo fino al 2019 (domanda di valutazione 4), in questa seconda fase di valutazione ci si è concentrati sulle azioni di informazione e di comunicazione realizzate nel periodo 2020-2022 (primo quadrimestre), con l'obiettivo di analizzare il raggiungimento degli obiettivi individuati dalla Strategia di Comunicazione e dai Piani di comunicazione annua. A tale scopo particolare attenzione è posta alla verifica del raggiungimento dei valori previsti dal sistema degli indicatori di realizzazione e a quelli di risultato.

In particolare, per rispondere all'ultima domanda di valutazione, in accordo con la Committenza, è stato verificato se c'è stato l'auspicato un aumento del livello di consapevolezza dell'esistenza delle politiche europee di sviluppo regionale in Emilia-Romagna e un aumento del livello di conoscenza dei cittadini dei progetti realizzati grazie ai Fondi europei in Emilia-Romagna.

Infine, sempre per valutare l'adeguatezza dell'azione comunicativa messa in campo, attraverso strumenti specifici, è stato anche indagato il livello di conoscenza dei cittadini dei principali canali social e del sito web attraverso cui la Regione Emilia-Romagna veicola le informazioni sul FESR e sugli altri fondi, nell'ambito delle azioni di comunicazione integrata e livello di conoscenza dei cittadini delle campagne informative annuali, ed in particolare della Campagna Social "L'Europa è qui", edizione 2021.

A livello metodologico, per verificare l'avanzamento del processo attuativo della Strategia di Comunicazione, è stata realizzata un'analisi desk della documentazione messa a disposizione dalla struttura regionale. In particolare sono stati analizzati i documenti di Attuazione della Strategia di Comunicazione (per i periodi: giugno 2019-maggio 2020; giugno 2020-maggio 2021; giugno 2021-maggio 2022, con aggiornamento al 30 aprile 2022).

È stata realizzata anche un'analisi delle informazioni e della documentazione presente sul portale web del FESR della Regione Emilia-Romagna, anche al fine di verificare gli aggiornamenti richiesti

dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dall'Allegato XII (ad esempio la pubblicazione degli elenchi aggiornati semestralmente) ed eventuali altri interventi volti a rinforzare l'azione di informazione e di comunicazione del POR FESR 2014-2020.

Infine, per indagare il livello di conoscenza dei cittadini emiliano-romagnoli delle politiche europee di sviluppo regionale e dei progetti realizzati grazie ai Fondi europei, oltre che dei canali web e social della Regione attraverso cui promuove il Programma, è stato redatto un questionario a risposte chiuse (si veda Allegato 1 al presente Report) articolato in 5 sezioni:

- A. Conoscenza della politica di coesione dell'Unione europea
- B. Canali di informazione e di conoscenza dei Fondi europei
- C. Conoscenza del Por Fesr
- D. Conoscenza delle campagne informative
- E. Conoscenza e fruizione dei canali di comunicazione della Regione Emilia-Romagna.

L'indagine sul campo è stata realizzata nel mese di aprile 2022, al termine della Campagna Social *L'Europa è QUI 2021*, attraverso la somministrazione del questionario con metodologia CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) ad un campione di 1000 cittadini, statisticamente rappresentativo della popolazione regionale per provincia di residenza, genere e fascia di età.

2 Sintesi dei risultati raggiunti dall'azione di comunicazione nel precedente periodo di valutazione

L'attività di valutazione realizzata nel precedente periodo ha consentito di mostrare la piena rispondenza della Strategia di Comunicazione - di cui l'ADG si è dotata all'inizio della programmazione - rispetto a quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dall'Allegato XII. Un documento chiaro ed articolato, che individua in modo puntuale i destinatari e specifica dettagliatamente per ciascun target group le azioni e gli strumenti da mettere in campo per la sua attuazione, supportato dalla redazione di Piani di Comunicazione annuali volti a sostenere una puntuale programmazione operativa delle azioni di informazione e di comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

A tale proposito si riporta di seguito la check list degli elementi della Strategia di Comunicazione rilevati che sintetizza la verifica della rispondenza del documento ai dettami regolamentari.

Tabella 2.1 – Check list degli elementi della Strategia di Comunicazione ai sensi dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013.

| | SI | NO |
|---|----|----|
| a) Descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'Autorità di gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico | ✓ | |
| b) Descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità | ✓ | |
| c) Descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione | ✓ | |
| d) Bilancio indicativo per l'attuazione della strategia | ✓ | |
| e) Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione | ✓ | |
| f) Modalità per le misure di informazione e comunicazione per il grande pubblico | ✓ | |
| g) Indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti | ✓ | |
| h) Descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo | ✓ | |
| i) Aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo. | ✓ | |

Relativamente al processo di attuazione, l'azione valutativa ha verificato in primis la realizzazione di tutte le attività obbligatorie previste dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dall'Allegato XII, tra cui, ricordiamo sinteticamente:

- l'**evento di lancio** dei Fondi europei della Regione Emilia-Romagna - Por FESR 2014-2020 realizzato nell'ambito di *"Research to business - R2B"* (4-5 giugno 2015);
- le **attività informative annuali**, con la realizzazione della Campagne di promozione, informative e formative (come nel caso della campagna 2016 rivolta ai giornalisti) che utilizzano strumenti integrati volte ad informare i diversi destinatari (beneficiari potenziali, moltiplicatori di informazione e società regionale) sugli obiettivi, i risultati attesi e quelli raggiunti dal POR FESR 2014-2020, quali:
 - 2015 - *"Con l'Emilia Romagna puoi fare di più"* – 2015;
 - 2016 - *"Comunicare l'Europa. Parole e numeri dei Fondi d'investimento e strutturali europei per una corretta informazione"*;
 - 2017 - *"Campagna attrattività: lo investo QUI"*
 - 2018 - *"Io investo QUI"*
 - 2019 - *"QUI le idee diventano realtà"*;
- l'**esposizione dell'emblema dell'Unione**, in modo permanente, all'ingresso della sede regionale insieme a quello della Repubblica italiana e della Regione Emilia-Romagna;

- la pubblicazione elettronica dell'**elenco delle operazioni** in formato accessibile aggiornato semestralmente.

Secondariamente l'analisi del processo attuativo si è concentrata sulle altre attività realizzate, sugli strumenti utilizzati e sui prodotti realizzati, previsti dalla Strategia, evidenziando non solo l'adeguatezza delle misure attivate rispetto alle diverse tipologie di destinatari individuati dal documento, ma anche, con attenzione agli indicatori di realizzazione e di risultato, in che misura esse abbiano concorso al raggiungimento degli obiettivi previsti nel periodo di programmazione 2014-2020.

In particolare sono state analizzate tutte le attività di informazione e comunicazione realizzate, con attenzione alla comunicazione digitale, alla comunicazione diretta, rivolta ai beneficiari potenziali ed effettivi, alla comunicazione con i media (conferenze e comunicati stampa istituzionali, stampa, web, tv, siti istituzionali ecc.), agli eventi di presentazione di specifici bandi, per la promozione delle opportunità e per far conoscere i risultati raggiunti dal POR FESR 2014-2020.

L'attività di valutazione ha consentito di verificare la realizzazione di tutte le attività previste dalla Strategia di Comunicazione ed il raggiungimento (ed in alcuni casi già il superamento, ad esempio relativamente a conferenze stampa, comunicati stampa ed eventi), in buona parte, dei valori attesi al 2022, come è possibile evidenziare dalla tabella di sintesi degli indicatori di realizzazione, già presentata nel precedente Report di Valutazione della Strategia di Comunicazione.

Tabella 2.2 – Indicatori di realizzazione

| Azione | Indicatore di realizzazione | Unità di misura | Valore al 2019 | Valore atteso al 2022 |
|---|---|-----------------|----------------|-----------------------|
| Comunicazione digitale | Pubblicazione dati sui progetti disponibili in formato aperto | % | n.d. % | 100% |
| | Aggiornamento dati con cadenza almeno semestrale | S/N | S | S |
| Relazioni coi media | Conferenze stampa | n. | 9 | 8 |
| | Comunicati stampa | n. | 72 | 32 |
| | Azioni formative | n. | 1 | 3 |
| Comunicazione diretta | Sportelli sul territorio | n. | 10 | 10 |
| Campagne informative ed eventi | Campagna di lancio e campagne annuali | n. | 5 | 8 |
| | Campagne rivolte ai giovani | n. | 2 | 3 |
| | Convegni | n. | 7 | 8 |
| | Seminari e workshop | n. | 105 | 60 |
| Assistenza ai beneficiari su responsabilità di comunicazione | Azioni di supporto | n. | 3 | 3 |
| Attività di partenariato | Formalizzazione della rete per la comunicazione | n. | 1 | 1 |
| | Iniziative di formazione | n. | 12 | 16 |

3 La valutazione delle azioni di comunicazione al 30 aprile 2022

3.1 Le attività obbligatorie

3.1.1 Attività informative annuali: le Campagne

Campagna informativa 2020: L'Europa è QUI



Dopo l'ultima esperienza di comunicazione integrata (POR FESR e POR FSE) realizzata con la campagna informativa 2019, nel 2020 è stato lanciato il *Concorso L'Europa è QUI* rivolta ai beneficiari del Por Fesr, Por Fse e Interreg. Dunque, sono state ampliate le testimonianze con il coinvolgimento

anche di beneficiari dei programmi Cooperazione territoriale europea Interreg e sono state ampliate le forme espressive da utilizzare (non solo video, ma anche infografiche, vignette, poster e fumetti). Inoltre, rispetto alla precedente edizione sono state previste, per favorire la più ampia partecipazione, tempistiche di presentazione delle candidature più ampie (da 2 a 4 mesi).

Sono pervenute complessivamente 114 candidature ammesse di cui 66 Por Fesr, 33 Por Fse e 15 Interreg. La premiazione si è tenuta - alla luce dell'emergenza sanitaria in corso - in modalità online, trasmessa in diretta streaming, il 12 febbraio 2021.

Sono stati 26 i progetti premiati: 11 vincitori beneficiari del POR FESR, 9 vincitori beneficiari del POR FSE e 6 vincitori beneficiari dei programmi Interreg.

Al termine del concorso è stata avviata dal 15 febbraio al 5 marzo 2021 la Campagna Social che ha diffuso le testimonianze attraverso un video promozionale sui principali social media (Facebook, Instagram e YouTube). I risultati sono stati significativi: 592.891 persone raggiunte e 1.294.899 visualizzazioni totali su Facebook e Instagram di Regione Emilia-Romagna, mentre sono state 25.159 le visualizzazioni e 103.803 le "impressions" (Youtube Fesr, Fse, interreg; Google Ads).

Tutti i contributi dei 114 partecipanti al concorso sono stati pubblicati sul sito della Regione Emilia-Romagna con rimando alle pagine web dei rispettivi Programmi (FESR, FSE, Interreg).

Campagna informativa 2021: L'Europa è QUI



A giugno è stata lanciata da nuova edizione del *Concorso L'Europa è qui 2021* aperta dal 5 luglio al 15 novembre 2021. Tra le principali novità dell'ultima edizione il coinvolgimento dei beneficiari del Programma di Sviluppo che si aggiungono

ai beneficiari FESR, FSE e Interreg e l'apertura di un sito web dedicato (<https://europaqui-er.it/>), a testimonianza dell'impegno della Regione Emilia-Romagna nell'azione di promozione delle testimonianze dirette dei beneficiari dei Fondi europei 2014-2020 per illustrare esempi concreti di progetti realizzati o in corso di realizzazione.

L'edizione 2021 ha visto pervenire complessivamente 109 candidature, di cui 43 progetti finanziati con il POR FESR, 32 con il POR FSE, 19 il programma Interreg e 15 con il PSR.

Da settembre 2021 è stata aperta la votazione online dei contributi inviati, pubblicati sul sito web dedicato al Concorso, che hanno ricevuto con oltre 24mila voti, che si è aggiunta alla valutazione da di una commissione regionale, composta da un rappresentante della comunicazione Por Fse - Por Fesr, un rappresentante della comunicazione Psr, un rappresentante della comunicazione Interreg, un rappresentante dell'Agenzia di informazione e comunicazione, un rappresentante di ART-ER, società consortile dell'Emilia-Romagna per la crescita sostenibile e l'innovazione.

Sono stati 9 i vincitori proclamati nel corso della cerimonia di premiazione che si è tenuta online l'8

febbraio 2022: 3 progetti FESR, 3 progetti FSE, 2 progetti Interreg e 1 progetto PSR. Inoltre sono state assegnate dalla commissione regionale 10 menzioni speciali a: 2 progetti PSR, 2 progetti FESR, 4 progetti FSE e 2 Interreg.

Un'ulteriore novità rispetto dell'edizione 2021 è quella offerta dalla Regione Emilia-Romagna a tutti i partecipanti al concorso di poter usufruire di un ciclo di 5 webinar formativi con esperti e giornalisti per rafforzare l'azione comunicativa dei progetti finanziati con i Fondi Europei.

Al termine del concorso dal 7 marzo al 3 aprile 2022 è partita la Campagna Social di promozione delle testimonianze dirette dei beneficiari dei Fondi. I risultati sono stati positivi, 77mila visualizzazioni di pagina e 24mila visitatori, oltre 19mila interazioni le interazioni registrate sui social media.

3.1.2 Elenco delle operazioni

Per favorire l'accessibilità e la trasparenza delle informazioni sulle opportunità di finanziamento l'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 stabilisce che l'Autorità di Gestione è responsabile della pubblicazione elettronica dell'elenco delle operazioni.

Come già verificato nel corso del precedente Rapporto di valutazione sul sito web sono stati pubblicati, in ottemperanza dei dettami regolamentari, i dati sui progetti finanziati, messi a disposizione sia in formato CSV (Comma Separated Values), sia in formato XLM. L'elenco risulta essere correttamente aggiornato semestralmente al 03/05/2022.

Sempre nella sezione del sito relativa ai progetti finanziati, si evidenzia che è stato accolto il suggerimento del valutatore espresso nel precedente rapporto, di inserire il link di collegamento, a *Opencoesione*, l'iniziativa dedicata alle politiche di coesione in Italia, coordinata dal Dipartimento per le Politiche di Coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri, consentendo ai destinatari di usufruire con facilità di uno strumento che fornisce un quadro nazionale dello stato di attuazione dei Fondi (FESR e FSE).

3.2 Materiale informativo e promozionale

Tra le principali novità sulla produzione di materiale informativo e promozionale, si evidenziano, la realizzazione del video *Sintesi per il cittadino* della Relazione annuale di attuazione che illustra lo stato di avanzamento del POR FESR ed i suoi principali risultati.

Redatta anche la nuova edizione della *brochure regionale dedicata ai beni culturali motore per lo sviluppo* grazie ai Fondi europei, Pdi cui è stata realizzata anche una versione per il web della brochure per la presentazione multimediale dei progetti realizzati.

Per sostenere i beneficiari di progetti cofinanziati POR FESR e POR FSE realizzati in ambito sanitario a seguito dell'emergenza Covid-19, negli obblighi di comunicazione, sono stati predisposti i *materiali informativi tra cui locandine, testi per il web e video informativi*.

Infine, è stato prodotto il *materiale grafico e informativo* per le due edizioni del *Concorso l'Europa è QUI*, tra cui toolkit grafico per i beneficiari, i banner per i social media e per il web, i video di lancio del concorso ed i video per le campagne social.

3.3 La comunicazione digitale

Il sito web <http://fesr.regione.emilia-romagna.it>, è, come da art.115 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, lo strumento attraverso cui l'ADG del POR FESR fornisce tutte le informazioni relative al Programma. La comunicazione digitale è il principale canale di informazione e di comunicazione rivolto a tutti i target di destinatari (beneficiari potenziali e beneficiari effettivi, società regionale, moltiplicatori di informazione).

L'azione di comunicazione dei risultati ottenuti dal POR FESR è stata ulteriormente rafforzata aggiungendo, man mano, i contributi prodotti grazie alle campagne informative annuali (Io investo QUI 2018; QUI le idee diventano realtà 2019; L'Europa è QUI 2020 e L'Europa è qui 2021).

Per agevolare la consultazione dei progetti realizzati è stato sviluppato un data base, presente nella sezione progetti, che consente di effettuare ricerche attraverso specifici criteri di selezione, come da figura che segue. Per alcuni progetti è possibile visualizzare l'apposita scheda all'interno della quale sono disponibili anche tutte le risorse multimediali prodotte dagli stessi beneficiari.

Fig. 3.1 – Database per la consultazione dei progetti finanziati

Inoltre alla fine del 2019 è stata aggiunta sul sito web FESR una apposita sezione sulla Programmazione 2021-2027 che ha la finalità di illustrare il percorso regionale attivato, con aggiornamenti realizzati in corso d'opera.

Al 31 dicembre 2021 sono state inoltre aggiornate tutte le infografiche sullo stato di avanzamento e dei risultati ottenuti per ciascun asse di intervento del POR FESR, così da restituire il quadro completo dei risultati fin qui raggiunti dal Programma.

Un ulteriore elemento da evidenziare è quello dell'inserimento di una funzione di lettura facilitata, sia audio che video, che consente una maggiore accessibilità dei contenuti per le persone disabili. Sebbene già il sito fosse stato progettato seguendo le *“Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”*, questa nuova funzionalità migliora significativamente la fruizione dei contenuti, anche con la possibilità di tradurre i testi in tutte le lingue.

Fig. 3.2 –Esempio di attivazione dello strumento di lettura facilitata

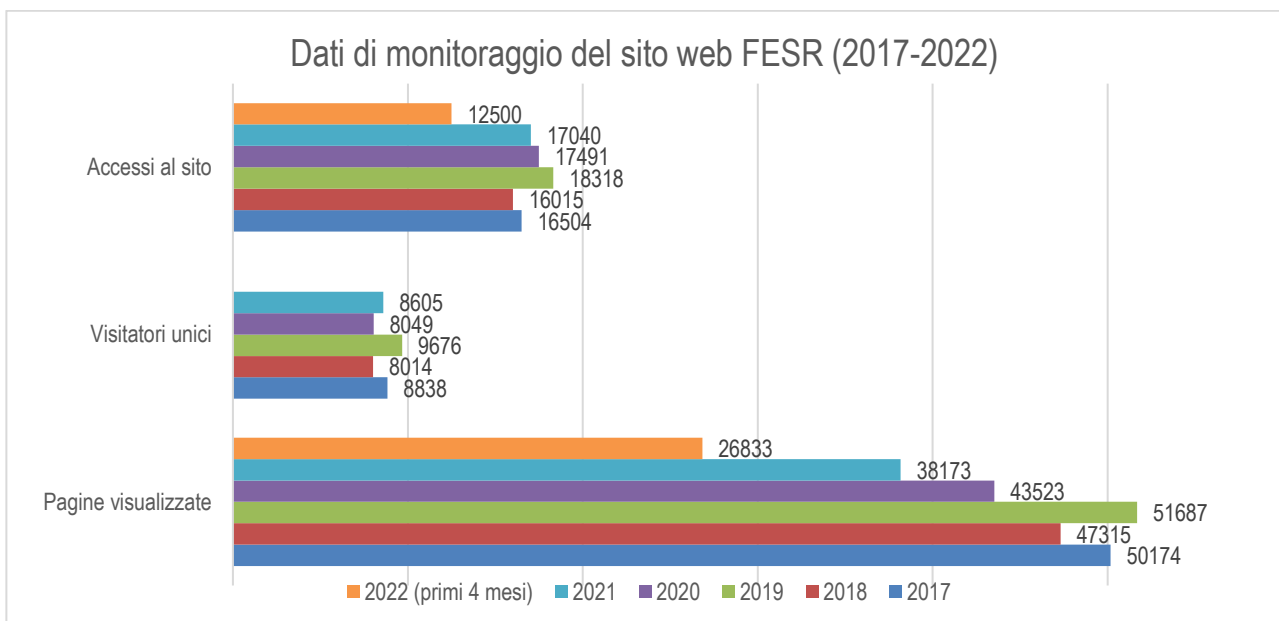


Fonte: <https://fesr.regione.emilia-romagna.it/por-fesr/progetti/esempi-di-progetti-finanziati#>

Relativamente alla fruizione del sito, un costante monitoraggio dei dati consente di verificare l'andamento degli accessi per il periodo di programmazione 2017-2022 (primi 4 mesi) e conferma una sostanziale stabilità negli accessi al sito (in media per i primi 5 anni pari a oltre 17.000) e per quanto riguarda i visitatori unici (in media per i primi 5 anni pari a oltre 8600).

Quello relativo alle visualizzazioni delle pagine è, invece, il dato che ha visto un andamento crescente nei primi anni di programmazione, andando poi a ridursi man mano - come è possibile vedere dal grafico che segue – andamento strettamente legato alla fruizione delle opportunità in corso che verso il termine della programmazione si sono progressivamente ridotte.

Graf. 3.1 – Dati di monitoraggio del sito web FESR



Fonte: ns elaborazione su dati presenti nei documenti di Attuazione della Strategia di comunicazione Por Fesr 2014-2020

Relativamente alle attività di informazione e di comunicazione tramite **Social Network**, i dati registrati mostrano un andamento in forte crescita dell'azione.

Come evidenziato nel precedente report il POR FESR si è dotato di un *account Twitter @PorFesrER*, attivo da marzo 2018, che contava a maggio 2020 di 1056 follower e 628 tweet. Ad oggi, invece, sono 1186 i follower e 1071 i tweet pubblicati dall'account.

Anche gli iscritti al *canale Youtube FESR* sono cresciuti, da 553 iscritti a maggio 2020 ai 665 iscritti con 295.791 visualizzazioni di giugno 2022.

Come già evidenziato, questi account del POR FESR che consentono di comunicare con immediatezza e di dare ampia diffusione alle informazioni e alle opportunità offerte dal Programma, si integrano sinergicamente con gli altri account regionali, consentendo una più ampia condivisione e disseminazione dei risultati ottenuti dal POR FESR 2014-2020.

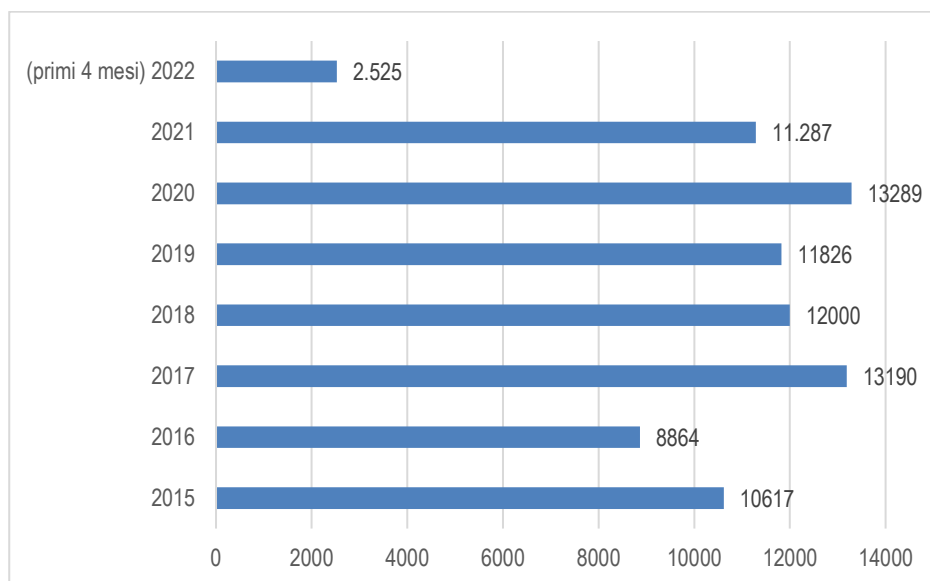
3.4 La comunicazione diretta

Tra le azioni di comunicazione diretta per fornire assistenza diretta ai beneficiari potenziali e ai beneficiari effettivi per l'accesso alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR è presente la Rete degli **Sportelli Imprese**, attivata dal 2015, composta dallo Sportello Imprese della Regione Emilia-Romagna e dagli Sportelli territoriali delle Camere di Commercio e di Unioncamere.

Nel periodo 2015 al 2019 sono stati realizzati 12 incontri formativi organizzati dallo Sportello Imprese a cui si sono aggiunti 5 incontri organizzati nel 2020 e ulteriori 4 incontri nel 2021, per un totale di **21 incontri** complessivi.

Come è possibile evidenziare dal grafico che segue, l'azione capillare degli Sportelli presenti sul territorio ha consentito di raggiungere numeri molto ampi di contatti. Il dato più alto precedentemente registrato (13.190 nel 2017) è stato superato nel 2020 con 13.289 contatti annuali (telefonici e mail).

Grafico 3.2 – N. contatti Sportello Imprese della Regione Emilia-Romagna



Durante l'emergenza Covid-19 è stato attivato una ulteriore modalità di contatto attraverso una piattaforma messaggistica istantanea **Skype for Business** così da garantire un supporto immediato e diretto ai beneficiari potenziali ed effettivi.

Nel corso del 2020 e 2021 sono proseguite le attività dei **Laboratori aperti**, individuati nella Strategia di comunicazione POR FESR quali strumenti di comunicazione diretta, sono creati nell'ambito dell'Asse 6, con "l'obiettivo di attuare l'inclusione digitale, rispetto a opportunità e servizi offerti dalla società dell'informazione. Sono spazi attrezzati con soluzioni tecnologiche ICT avanzate in cui si sviluppano forme strutturate e innovative di confronto, cooperazione e collaborazione tra imprese, cittadinanza, terzo settore, università e mondo della ricerca e la pubblica amministrazione e in

generale di tutti gli attori che hanno un ruolo significativo nella trasformazione della società dell'informazione nell'ambito urbano”.

È stato organizzato un incontro a novembre 2020 per un aggiornamento sullo stato di attuazione dei progetti e per una condivisione delle attività da realizzare, mentre tra le iniziative di maggior rilievo che ha coinvolto la Rete dei Laboratori aperti si segnala *Women in Tech* un ciclo di 4 incontri che si è svolto online e in presenza dal 18 novembre 2021 al 2 febbraio 2022 sui territori (Ferrara, Rimini, Piacenza e Cesena), con ulteriori incontri nella primavera-estate 2022, per “riflettere su come i divari di genere si stanno riverberando e consolidando anche nei molteplici ambiti della vita digitale, analizzare le loro cause e provare a immaginare soluzioni correttive che permettano di contrastarli”.

Sono proseguite anche le attività della **Rete di Comunicazione POR FESR**, strumento individuato dalla Strategia di Comunicazione del POR FESR, finalizzato, nell'ambito delle attività di partenariato, a creare sinergie di azioni e strumenti e a garantire la diffusione delle informazioni e degli interventi sul territorio regionale. La Rete è composta da oltre 100 rappresentanti di enti, istituzioni, associazioni di categoria regionali.

Complessivamente dal 2015 ad aprile 2022 sono stati organizzati 27 incontri, gli ultimi, a causa dell'emergenza Covid-19, organizzati esclusivamente online tramite piattaforma Teams. La Rete, consolidando l'azione di co-progettazione delle campagne informative annuali, ha partecipato attivamente all'organizzazione e nella diffusione dei risultati del concorso L'Europa è QUI.

Al fine di rafforzare l'azione di comunicazione della Rete, è stata offerta la possibilità anche ai suoi componenti di fruire del ciclo di formazione (5 incontri) previsto per i partecipanti al concorso l'Europa è QUI, con giornalisti ed esperti del settore.

3.5 Le comunicazioni sui media

Le comunicazioni sui media sono una delle principali azioni individuate dalla Strategia di Comunicazione POR FESR 2014-2020 di promozione delle informazioni relative al Programma presso la cittadinanza. Come è possibile evidenziare dalla tabella che segue, le attività di comunicazione sono state continue per tutto il periodo della programmazione 2014-2020.

L'azione informativa, come è possibile evidenziare dalla tabella 3.1, è stata costante e mirata a promuovere le opportunità, gli eventi, i progetti realizzati ed i risultati ottenuti grazie al POR FESR. Complessivamente sono state realizzate 21 conferenze stampa e 128 comunicati stampa. Numerose anche le notizie, pubblicate in prevalenza sul web, che hanno visto un particolare aumento nel 2021, raggiungendo, nel periodo di programmazione, 6284 uscite sul POR FESR.

Tabella 3.1 – Relazioni con i media

| Strumento | 2015 luglio | 2016 | 2017 giugno | 2018 maggio | 2019 maggio | 2020 maggio | 2021 maggio | 2022 maggio | totale |
|-------------------|----------------|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| Conferenze stampa | 1 | 2 | 2 | 3* | 2 | 2 | 5 | 4 | 21 |
| Comunicati | 46 | | | 11 | 16 | 17 | 15 | 23 | 128 |
| Notizie | 1464 | | 776 | 811 | 700 | 970 | 1013 | 550 | 6284 |

* di cui una integrata POR FESR e POR FSE

Il monitoraggio interno delle attività di comunicazione, consente anche di evidenziare la ripartizione delle uscite sui media per assi di intervento del POR FESR e temi. Nel corso del periodo in esame è sempre alta la visibilità dell'Asse 1 – Ricerca e Innovazione, così come le uscite relative all'Asse 6 – Città attrattive e partecipate, in particolare nell'ultimo triennio. Abbastanza stabili anche le uscite degli articoli sull'Asse 4 relativamente ai temi dello sviluppo sostenibile e la tutela dell'ambiente,

mentre più fluttuanti i dati relativi all'Asse 2 ICT e Agenda Digitale, Asse 3 sostegno alle imprese e Asse 5 cultura e turismo.

Grafico 3.2 - Articoli relativi al POR FESR, ripartiti per Assi di intervento/Temi

| Assi di intervento/ Temi | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | aprile | maggio | maggio | maggio | maggio |
| Asse 1 – Ricerca e Innovazione | 20,8% | 34,2% | 19,6% | 29,9% | 20,8% |
| Asse 2 – ICT e attuazione Agenda Digitale | 7,6% | 0,9% | 1,1% | 4,6% | 0,7% |
| Asse 3 – Competitività e attrattività | 18,9% | 16,6% | 8,2% | 13,9% | 4,3% |
| Asse 4 – Low carbon economy | 12,0% | 19,6% | 13,7% | 21,4% | 13,3% |
| Asse 5 – Risorse artistiche, ambientali e culturali | 18,2% | 14,1% | 5,8% | 9,4% | 8,1% |
| Asse 6 – Città attrattive e partecipate | 9,5% | 14,6% | 40,6% | 20,8% | 44,5% |
| Fondo Multiscopo | 12,9% | | | | |
| POR FESR | | | 11,1% | | 4,3% |
| Nuova programmazione 2021-2027 | | | | | 4,0% |
| Totale | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Si segnala anche il contributo della Regione Emilia-Romagna al Web Magazine dell'Agencia di Coesione lanciato a marzo 2021. Il "Cohesion Magazine" è un progetto editoriale che intende fornire conoscenza sullo stato di attuazione delle politiche di coesione attraverso fonti originali da cui attingere informazioni e dati utili per evidenziare i progressi raggiunti, raccontando le buone pratiche realizzate dei Programmi Operativi Nazionali e Regionali, e non solo. La Regione Emilia-Romagna ha contribuito alla redazione del magazine con diversi articoli per i primi 6 numeri pubblicati:

- Emilia Romagna: dall'emergenza sanitaria alla ripartenza con i Fondi europei (n.1 marzo 2021)
- Perché scegliere il bus o il treno al posto dell'auto? L'impegno dell'Emilia-Romagna per una mobilità green (n.2 giugno 2021)
- L'Europa è QUI, in Emilia-Romagna: parola di beneficiari dei Fondi europei (n.2 giugno 2021)
- Youz, generazione di idee: l'Emilia-Romagna ascolta i giovani guardando all'Europa (n. 3 novembre 2021)
- L'inclusione inizia da piccoli e con l'aiuto di tutti, sul Digital Divide (n.4 dicembre 2021)
- Dal cinema alla moda, in Emilia-Romagna la cultura è una impresa vincente con i Fondi Europei (n. 5 febbraio 2022)
- Ripartenza, ecco come l'Emilia-Romagna ha superato l'emergenza pandemica

3.6 Gli eventi

Come avevamo già indicato nel precedente Report, la realizzazione di eventi è un'altra azione di comunicazione particolarmente rilevante per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 poiché consente di raggiungere i suoi principali obiettivi quali l'aumento della conoscenza da parte della cittadinanza della Politica regionale UE, il miglioramento dell'assistenza ai beneficiari potenziali ed effettivi, l'informazione dei benefici concreti ottenuti attraverso la realizzazione dei progetti e delle loro ricadute sulla vita della società emiliano-romagnola.

Nel precedente periodo di valutazione che va dall'inizio della programmazione fino al giugno 2019 erano già stati realizzati oltre 100 eventi sui 60 previsti dagli indicatori di realizzazione.

Molteplici sono stati gli eventi realizzati nel periodo successivo, fino a dicembre 2019, tra cui si segnala oltre alla consueta partecipazione alla *Notte dei Ricercatori* (27 settembre 2019), iniziativa promossa dalla Commissione Europe, con l'allestimento di un desk per illustrare le opportunità di finanziamento e di formazione offerte dal Por Fesr e Por Fse della Regione Emilia-Romagna e presentare gli spot video del concorso "QUI le idee diventano realtà", la partecipazione ad *Ecomondo*, la fiera della sostenibilità ambientale (dal 5 all'8 novembre 2019) con l'organizzazione di una serie di incontri sulla green economy ed energia, oltre che una serie di laboratori rivolti ai giovani delle scuole secondarie sul Piano Energetico Regionale.

Nel mese di ottobre si è invece tenuto *AFTER Futuri digitali 2019*, il Festival dell'educazione al digitale promosso dall'Agenda Digitale della Regione Emilia-Romagna, rivolto a studenti, cittadini, lavoratori, con l'approfondimento di diversi temi: lo smartworking, i big data, l'innovazione urbana, l'amministrazione condivisa dei beni comuni digitali.

Tra gli eventi realizzati nel 2019 anche il ciclo di *open day dei Laboratori aperti* che si sono tenuti sul territorio regionale per promuovere la partecipazione dei cittadini allo sviluppo delle città attraverso l'utilizzo di strumenti ICT:

- 26 e 27 ottobre - Open day Reggio Emilia
- 16 novembre - Open day Ferrara
- 5 dicembre – Porte aperte a Cesena
- 13 dicembre - Open day Forlì
- 18 dicembre - Open day Ravenna
- 19 dicembre - Open day Piacenza

Sui temi della ricerca e dell'innovazione è stato invece organizzato con ART-ER l'incontro *Pronti per il futuro* per condividere i risultati raggiunti dalla Regione Emilia-Romagna in termini di innovazione, attrattività, ricerca e sviluppo di competenze con la comunità regionale della ricerca e dell'innovazione.

Tra il 2020 ed il 2022 sono stati realizzati numerosi incontri, oltre 75, tra workshop, seminari e eventi per promuovere le opportunità offerte dal POR FESR e informare sui risultati raggiunti i beneficiari effettivi e potenziali, gli stakeholder ed i cittadini del territorio emiliano-romagnolo.

Tra gli eventi, si evidenzia quale attività principale informativa del POR FESR e POR FSE, *R2B Research to Business*, il Salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione.

Nel 2020 l'evento che si è svolto dal 10 al 12 giugno, a causa della emergenza pandemica si è tenuto per la prima volta in streaming, registrando un'ampia partecipazione, con oltre 6000 visualizzazioni dei live proposti e più di 5000 visualizzazione degli eventi paralleli. *R2BOnAir 15°edizione* ha rappresentato un'occasione per ripensare nuovi modelli di società post Covid in termini di sviluppo economico, crescita e inclusione sociale, innovazione digitale, sostenibilità e sicurezza. Tra i 280 contenuti messi a disposizione on-demand dalla community degli innovatori (ricercatori, enti di ricerca, aziende, startup, enti di formazione) 41 progetti cofinanziati dal POR FESR presentati attraverso 23 video e 18 talk digitali.

Visto il perdurare dell'emergenza Covid-19, anche la *16° edizione del Salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione* è stata organizzata dal 15 al 17 giugno 2021 interamente in remoto, che ha messo al centro l'innovazione come driver per la società post-Covid focalizzandosi su diversi ambiti: dal rapporto con l'Europa, ai sistemi produttivi, dal lavoro alla

fruizione della cultura, alle relazioni sociali con le nuove città. Sono stati 50 gli eventi realizzati che hanno coinvolto oltre 100 relatori e più di 2200 partecipanti. Sono stati svolti 429 incontri one-to-one di C2C – *International Cluster to Cluster Meetings* e *Innovat & Match*, con partecipanti provenienti da 37 paesi.

Tra le altre principali iniziative realizzate si evidenzia l'evento di presentazione dei lavori per la realizzazione del *Lotto 1 del Tecnopolo di Bologna presso ex Manifattura Tabacchi* a settembre 2020 che diventerà, ospitando le sedi di Enea, Ior, Art-Er, il Competence Center Bi-Rex e spazi per start up e laboratori di ricerca, Hub di riferimento per la Rete regionale dei Tecnopoli, uno dei progetti cardine dell'ecosistema regionale dell'innovazione, le cui attività sono finanziate dal POR FESR 2014-2020.

Nel 2021 la Regione ha lanciato il *Youz*, il percorso di incontro e confronto fra giovani cittadini e l'istituzione regionale, avviato grazie al contributo del POR FESR e POR FSE. Sono 4 gli argomenti su cui è stato aperto un confronto: *smartER* - per un futuro più intelligente, *greenER* - per un futuro più verde, *fairER* - per un futuro più giusto, *closER* - per un futuro più inclusivo. Da giugno a settembre 2021 sono stati realizzati 11 incontri sui territori e 3 incontri online, con oltre 2.200 partecipanti. La tappa finale si è tenuta a Bologna a novembre 2021 per sintetizzare il percorso e avanzare proposte che sono confluite nel *Decalogo Youz*, approvato dalla Giunta regionale, che farà parte integrante delle nuove Linee Guida

Costante la presenza della Regione Emilia-Romagna anche nel 2020 e 2021 alla *Notte dei Ricercatori*, con stand dedicati alla promozione delle opportunità per la ricerca e la formazione finanziate dai Fondi europei Por Fesr e Por Fse, così come ad *Ecomondo*, appuntamento internazionale sulle tecnologie green per l'economia circolare all'interno del quale la Regione Emilia-Romagna ha presentato progetti per lo sviluppo sostenibile e le opportunità messe in campo grazie ai Fondi europei.

Tra gli eventi si segnalano alcuni convegni di presentazioni di risultati ottenuti dal POR FESR 2014-2020, utili al fine del calcolo degli indicatori di realizzazione individuati dalla Strategia di Comunicazione, organizzati tra il 2020 e l'aprile 2022, tra cui si evidenziano:

- *E-FUELS: produzione ed utilizzo di combustibili sintetici da CO2 ed energia elettrica rinnovabile*, convegno presentazione progetto E-CO2, ad Ecomondo, 29 novembre 2021
- *Positive - Protocolli operativi scalabili per l'agricoltura di precisione*, convegno di presentazione dei risultati del progetto, 30 novembre 2021
- *Agro.Big.Data.Science*, convegno di presentazione dei risultati del progetto, 18 gennaio 2022
- *La frutticoltura 4.0 in Emilia-Romagna*, convegno di presentazione dei risultati del progetto S3O, 10 febbraio 2022
- *Energynius, sistemi energetici urbani*, convegno di presentazione dei risultati finali delle attività di ricerca e le prospettive industriali più interessanti nell'ambito degli Smart Energy Systems, 10 febbraio 2022

Infine, si segnala il percorso - partito a settembre 2019 - di informazione, condivisione e confronto, con enti locali, stakeholder e partenariato economico e sociale per la definizione dei nuovi Programmi regionali dei Fondi europei. Oltre ad incontri di partecipazione con le parti sociali ed economiche per condividere le strategie e le priorità dei nuovi Programmi regionali Fesr e Fse+, sono stati realizzati oltre 30 iniziative tra webinar, incontri in presenza e partecipazioni ad eventi.

3.7 Sintesi delle azioni di comunicazione FESR

L'azione di informazione e comunicazione messa in campo dalla Regione Emilia-Romagna per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, come evidenziato dal quadro fin qui illustrato, risulta essere particolarmente avanzata e particolarmente articolata così da raggiungere efficacemente tutti i destinatari previsti (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, società regionale, moltiplicatori dell'informazione).

Nella tabella che segue è rappresentato il sistema degli indicatori di realizzazione definito nella Strategia di Comunicazione, aggiornato con i dati acquisiti ad aprile 2022. Le attività di comunicazione sono state tutte realizzate e hanno raggiunto o superato il valore atteso al 2022. L'unica eccezione è rappresentata dalle azioni formative per i giornalisti, che al momento, dopo un primo intervento formativo iniziale, non risultano aver avuto seguito, ma di contro gli altri interventi previsti nell'ambito delle relazioni con i media hanno entrambi superato di gran lunga il valore atteso, evidenziando un contatto continuativo con i media efficace, in grado di dare visibilità e ampia diffusione alle informazioni sul Programma alla società regionale.

Tabella 3.2 – Indicatori di realizzazione

| Azione | Indicatore di realizzazione | Unità di misura | Valore raggiunto a nov. 2019 | Valore raggiunto ad apr. 2022 | Valore atteso al 2022 |
|---|---|-----------------|------------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Comunicazione digitale | Pubblicazione dati sui progetti disponibili in formato aperto | % | n.d. % | n.d%* | 100% |
| | Aggiornamento dati con cadenza almeno semestrale | S/N | S | S | S |
| Relazioni coi media | Conferenze stampa | n. | 9 | 21 | 8 |
| | Comunicati stampa | n. | 72 | 128 | 32 |
| | Azioni formative | n. | 1 | - | 3 |
| Comunicazione diretta | Sportelli sul territorio | n. | 10 | 10 | 10 |
| Campagne informative ed eventi | Campagna di lancio e campagne annuali | n. | 5 | 7 | 8 |
| | Campagne rivolte ai giovani | n. | 2 | 3 | 3 |
| | Convegni | n. | 7 | 12 | 8 |
| | Seminari e workshop | n. | 105 | 171 | 60 |
| Assistenza ai beneficiari su responsabilità di comunicazione | Azioni di supporto | n. | 3 | 4 | 3 |
| Attività di partenariato | Formalizzazione della rete per la comunicazione | n. | 1 | 1 | 1 |
| | Iniziative di formazione | n. | 12 | 17 | 16 |

* Al 5 maggio 2022 pubblicati in formato aperto 2189 progetti

La comunicazione digitale, come abbiamo evidenziato, è stata ulteriormente rafforzata dando ampia visibilità ai progetti realizzati, sia attraverso la realizzazione del nuovo database, sia con l'inserimento sul sito web dei risultati delle campagne informative che presentano le testimonianze dei beneficiari effettivi, mentre l'efficacia della comunicazione diretta è testimoniata non solo dalla presenza diffusa sul territorio dei 10 Sportelli Imprese, ma soprattutto dal numero molto ampio di contatti (via mail e telefonici) annuali registrati.

Complessivamente raggiunti e superati anche gli obiettivi prefissati per le Campagne informative e gli eventi. Quest'ultimi, in particolare, sono risultati di gran lunga più numerosi del previsto, evidenziando un costante impegno dell'Amministrazione regionale nella promozione delle

opportunità e nella presentazione, anche attraverso sempre più innovative forme comunicative, dei risultati raggiunti.

L'assistenza ai beneficiari nell'attuazione degli obblighi di comunicazione sono state costanti, così come le attività di partenariato che, come abbiamo avuto modo di evidenziare nel paragrafo relativo alla comunicazione diretta, si sono consolidate anche attraverso le azioni di co-progettazione delle attività di comunicazione del POR FESR.

4 Conoscenza e consapevolezza dei Fondi europei e del loro ruolo per la crescita e lo sviluppo economico di città e territori: luci e ombre di un obiettivo raggiunto

Come più volte evidenziato, la Strategia di Comunicazione del FESR 2014-2020 individua due priorità trasversali che intende perseguire, di cui una fa riferimento alla **“promozione della conoscenza della politica regionale dell’UE, il Programma operativo, le opportunità che offre, i risultati attesi e raggiunti, comunicando il ruolo dell’Unione europea nel sostenere lo sviluppo innovativo e sostenibile della società regionale”**; tra gli obiettivi specifici della Strategia, vi è infatti quello di **“aumentare conoscenza e la consapevolezza della popolazione regionale rispetto all’esistenza dei Fondi e al ruolo che svolgono per la crescita e lo sviluppo economico e sociale dell’Emilia-Romagna”**.

La Strategia di Comunicazione del POR FESR ha attivato un’azione comunicativa atta a raggiungere la Società Regionale attraverso la diffusione di messaggi particolarmente chiari, rivolti ai cittadini, con un linguaggio che possa essere facilmente compreso anche dai non addetti ai lavori e di realizzare, a riguardo, materiali di sintesi che illustrino gli obiettivi, i risultati attesi e quelli ottenuti dal Programma. Per promuovere la conoscenza del Fondo, inoltre, la Strategia ha attivato, come abbiamo visto nei capitoli precedenti, campagne di lancio e annuali, volte a coinvolgere target specifici della società regionale e, al fine di promuovere la trasparenza, a rendere disponibili sui propri canali collegamenti per la consultazione dei dati sui progetti finanziati, in formato aperto, così come previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (art. 115).

In particolare, la Strategia di Comunicazione e i Piani Annuali di Comunicazione hanno previsto tra le varie azioni, la realizzazione di vere e proprie campagne informative annuali volte a diffondere l’informazione sulle opportunità di finanziamento, le strategie perseguite e presenti, e i risultati del Programma Operativo. La scelta è stata, quindi, non di realizzare singoli eventi, ma di lanciare vere e proprie campagne di informazione, realizzate con strumenti integrati volte ad informare i diversi destinatari, tra i quali la Società Regionale, sugli obiettivi, i risultati attesi e quelli raggiunti dal POR FESR 2014-2020.

Le campagne informative messe in atto dal 2018 sono state caratterizzate da una logica di continuità innovazione, e che hanno visto la forma del concorso, arrivata oggi alla quarta edizione, per raccontare le esperienze realizzate sul territorio regionale grazie al contributo dei Fondi europei e mostrare i risultati raggiunti dalla Programmazione attraverso il coinvolgimento diretto dei beneficiari effettivi come testimonial delle ricadute positive che i loro progetti hanno avuto sul territorio regionale, con l’obiettivo principale di far conoscere le esperienze realizzate alla società regionale.

Il mix di strategie comunicative messe in campo e la scelta di una comunicazione integrata tra i vari Fondi hanno consentito il raggiungimento dell’obiettivo condiviso tra i Fondi SIE in Emilia Romagna di **“aumentare la conoscenza e la consapevolezza della popolazione regionale rispetto all’esistenza dei Fondi europei e al ruolo che essi svolgono per la crescita e lo sviluppo economico”**?

Il precedente Rapporto tematico sulla Strategia di Comunicazione del POR FESR (Giugno 2020) aveva evidenziato come, secondo i dati emersi dalle somministrazioni di questionari nel corso della Mobility Week e di Ecomondo nel 2017, l’obiettivo sembra essere stato raggiunto limitatamente ad un campione non pienamente rappresentativo di tutta la popolazione regionale, ma limitatamente ad un campione auto-rappresentativo dei partecipanti ai due eventi.

Obiettivo di questa indagine è quindi quello di stimare una misurazione più puntuale rispetto all'intera Società Regionale del livello di consapevolezza dell'esistenza della politica regionale dell'Unione europea e del livello di conoscenza dei progetti e del loro ruolo nel sostenere città e territori.

4.1 La metodologia di indagine...in breve

L'indagine sul livello di consapevolezza e conoscenza dei Fondi Strutturali è stata condotta nel mese di aprile 2022, attraverso la somministrazione telefonica di un questionario attraverso la metodologia CATI.

L'universo di riferimento della rilevazione era rappresentato dalla popolazione residente in Emilia-Romagna al 1 gennaio 2022.

L'indagine è stata condotta presso un campione rappresentativo¹ di 1000 cittadini e cittadine residenti in Emilia-Romagna. Il campione è stato stratificato per provincia e, all'interno di ogni provincia, per genere e classi di età considerando i giovani, la fascia più adulta (35-54 anni) e gli over 55 anni.

Il questionario, realizzato di concerto con la Committenza, ha indagato:

- Il livello di conoscenza della politica di coesione dell'Unione Europea – Sezione A;
- I canali di informazione e di conoscenza dei Fondi europei (Sezione B);
- Il grado di conoscenza specifica del POR FESR (Sezione C);
- Il grado di conoscenza specifica delle campagne informative, con particolare riferimento alla campagna "L'Europa è QUI" (Sezione D).
- Conoscenza e fruizione dei canali di comunicazione della Regione Emilia-Romagna.

L'allegato statistico riporta ulteriori dettagli metodologici dell'indagine e il questionario somministrato.

4.1.1 Il campione intervistato

Come anticipato, il campione intervistato, riflette la composizione della popolazione emiliano-romagnola in termini di provincia di residenza, genere e fascia di età.

In particolare, il 23% degli intervistati è residente in provincia di Bologna, il 16% residente a Modena, il 12% a Reggio Emilia e il 10% a Parma.

Si tratta di un campione composto dal 51% da donne a fronte del 49% di uomini, prevalentemente da adulti (38%) e da over 55 (41%), tutti di nazionalità italiana ad eccezione di 7 intervistati provenienti comunque da un altro paese europeo.

Guardando al livello di istruzione, il 75% degli intervistati ha un titolo di studio medio-alto, con il 50% che ha conseguito il diploma di scuola media superiore e il 25% che ha un titolo universitario; circa il 17% ha terminato la scuola dell'obbligo e l'8% ha conseguito una qualifica di tipo professionale.

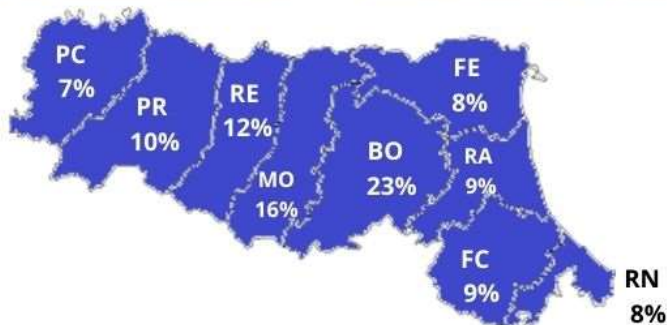
Quasi $\frac{3}{4}$ del campione è occupato (72%) a fronte di un 7% disoccupato e del restante 21% inattivo; tra questi ultimi, in particolare, il 10% è casalinga, il 9% è pensionato e solo il 2% studia.

¹ La numerosità campionaria garantisce alle stime un margine di errore del $\pm 3.10\%$ con un livello di confidenza pari al 95%.

Figura 4.1 – Chi abbiamo intervistato



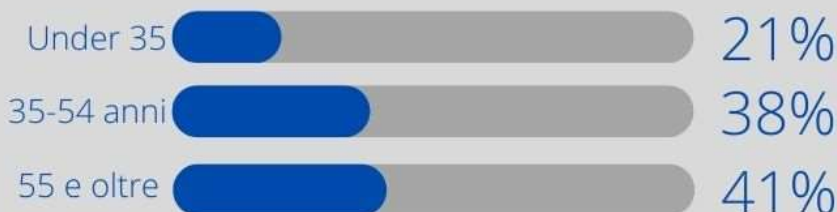
Campione rappresentativo della popolazione residente in Emilia-Romagna, stratificato per Provincia, Genere e Classi di età.



GENERE



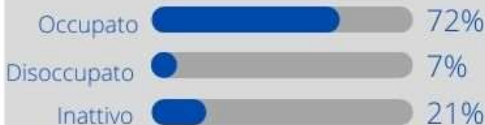
FASCIA DI ETÀ



TITOLO DI STUDIO



CONDIZIONE LAVORATIVA



Fonte: indagine IRS-Nomisma

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

4.2 I risultati dell'indagine

Si presentano in questo paragrafo i principali risultati dell'indagine. Nell'allegato statistico vengono riportate le tabelle dettagliate per tutte le domande con le analisi per sesso, fascia di età, livello di istruzione, condizione nel mercato del lavoro e provincia di residenza.

4.2.1 Una diffusa conoscenza della Politica di Coesione dell'Unione Europea...luci e ombre di un obiettivo centrato

L'analisi dei dati raccolti mostra in primo luogo che ben il 58,5% della popolazione emiliano romagnola ha sentito parlare della Politica di Coesione ed è consapevole del fatto che lo sviluppo regionale è sostenuto da fondi dell'Unione Europea specificamente dedicati.

Gli sforzi prodotti in questi anni nel mettere in campo strategie di comunicazione indirizzate ad accrescere nella popolazione la consapevolezza del ruolo dell'UE hanno portato ad un netto miglioramento della quota dei "consapevoli", rispetto al precedente periodo di programmazione, quando si attestava al 32%.

È stato inoltre raggiunto, e superato di oltre sette punto percentuali, l'obiettivo target del 51% in riferimento all'indicatore di risultato "Livello di consapevolezza dell'esistenza della politica in Emilia-Romagna" fissato per il 2022, evidenziando come le più recenti campagne di comunicazione condotte a livello regionale abbiano prodotto una maggiore conoscenza tra i cittadini dei diversi Programmi cofinanziati dall'UE, risultando in tal modo efficaci.

Ancora più alta (70%) è la percentuale di intervistati che è a conoscenza dei progetti co-finanziati dall'Unione Europea per migliorare il territorio regionale.

Tuttavia, se da un lato queste percentuali attestano un netto miglioramento della consapevolezza e della conoscenza del ruolo della Politica di Coesione nel supportare e finanziare iniziative importanti a livello regionale, dall'altro si evidenziano alcune criticità che è bene sottolineare in ottica futura.

In primo luogo, è maggioritaria (44,5% e 55%) la quota di coloro che, pur essendo consapevoli dell'esistenza della Politica di Coesione e dei progetti co-finanziati dall'UE a supporto dello sviluppo del territorio emiliano romagnolo, ne hanno solo sentito parlare mentre coloro che sanno più nello specifico di cosa si tratta rappresenta solo circa il 15% della popolazione intervistata.

Oltre un terzo della popolazione (38%) non ha nessun tipo di consapevolezza rispetto all'esistenza della Politica di Coesione, soprattutto tra le donne (41%), tra i più giovani (41%) e, come atteso, tra i meno istruiti (44%). Stupisce invece che ben il 46% dei laureati non abbia mai sentito parlare della Politica di Coesione. Non emergono, invece, significative differenze rispetto alla posizione sul mercato del lavoro mentre, a livello territoriale, le province in cui si registrano le percentuali più elevate tra coloro che non sanno dell'esistenza della Politica di Coesione sono Modena (45%) e Ferrara (44%).

Il 27% del campione dichiara, invece, di non conoscere i progetti co-finanziati dall'UE che sostengono città e territori dell'Emilia-Romagna. Anche in questo caso i soggetti meno informati risultano essere le donne (29%), i giovani (28%) e i meno istruiti (28%). Anche in questo caso a livello territoriale è Modena a registrare insieme a Parma, la percentuale più elevata tra coloro che non sanno dell'esistenza di questi progetti.

Emerge quindi una esigenza di focalizzare maggiormente la comunicazione verso azioni che possano portare ad una consapevolezza meno superficiale ed estemporanea del ruolo della Politica di Coesione, soprattutto verso i target che, tradizionalmente, sono più deboli sul mercato del lavoro

come le donne e i giovani. Occorre migliorare la visibilità dell'UE con azioni di comunicazione più incisive e, al tempo stesso, maggiormente in grado di raggiungere in maniera selettiva particolari segmenti target, che mostrano allo stato attuale un minor livello di consapevolezza sul ruolo dei Fondi europei, se pur decisamente più elevato di quanto registrato in passato.

Tra coloro che hanno dichiarato di sapere che l'Emilia-Romagna, con i Fondi europei, fornisce un sostegno a città e territori vi è una diffusa consapevolezza dell'impatto positivo di questi progetti sul territorio (77%) senza significative differenze rispetto alle caratteristiche considerate. Solo nel caso dei disoccupati, che sono una quota minoritaria del campione, la percezione dell'impatto positivo dei progetti co-finanziati con i Fondi Europei, è più contenuta (68%).

Figura 4.2 – Il grado di conoscenza della politica di coesione



Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tra i 702 intervistati che hanno dichiarato di conoscere i progetti finanziati con i Fondi europei, il 62% ha dichiarato di aver utilizzato più di un canale per conoscere i Fondi europei.

Come anche emerso nella scorsa programmazione, i canali maggiormente utilizzati sono stati i mass-media (televisione, stampa e radio) e il sito web della Regione Emilia-Romagna. Meno utilizzati nel complesso i social network.

Il canale di conoscenza utilizzato più di frequente è la televisione, citata da quasi la metà degli intervistati (48,5%), seguita dalla stampa (30,8%); una percentuale significativa di cittadini e cittadine ha dichiarato di aver appreso dei Fondi europei anche attraverso la radio (14,8%). Il 23,1% ha dichiarato di essere venuto a conoscenza di Fondi europei tramite il passaparola con colleghi, amici, familiari o conoscenti.

Il sito web della Regione Emilia-Romagna è stato, invece, utilizzato nel 23,3% dei casi, mentre gli sportelli istituzionali sul territorio sono stati indicati dal 9% del campione.

Tra i social network è Facebook lo strumento più citato quale canale di conoscenza dei Fondi europei, indicato dal 18% dei rispondenti; meno citati invece gli altri social network quali Instagram (6,7%), YouTube (3,3%) Twitter (3,1%) e LinkedIn (2,6%).

Guardando alle caratteristiche del campione, tra i canali più citati, non emergono significative differenze guardando al genere, alla condizione occupazionale e al territorio, mentre più discriminati sembrano essere l'età e il livello di istruzione. Tra i giovani, si registra infatti un maggior ricorso a Facebook quale canale di conoscenza dei Fondi europei (22,8% vs 18% medio) mentre tra gli over 55 è la stampa il canale particolarmente utilizzato (34,1% vs 30,8%). Tra gli adulti, invece, il 28,8% dichiara di essere venuto a conoscenza dei Fondi europei tramite il sito web della Regione Emilia-Romagna, oltre 5 punti percentuali in più rispetto alla media del 23,3%.

Il sito web della Regione Emilia-Romagna è lo strumento più utilizzato anche tra i più istruiti che lo indicano nel 24,7% dei casi, rispetto al 19,9% tra coloro che hanno al massimo la qualifica professionale. Tra gli intervistati che hanno almeno un diploma di scuola media superiore particolarmente rilevante, ai fini della conoscenza dei Fondi europei, risulta essere la stampa (32,5% rispetto al 24% di coloro che hanno un livello di istruzione medio-basso); è invece la televisione il canale di conoscenza dei Fondi europei più diffuso tra i meno istruiti, che lo indica in oltre la metà dei casi (55%).

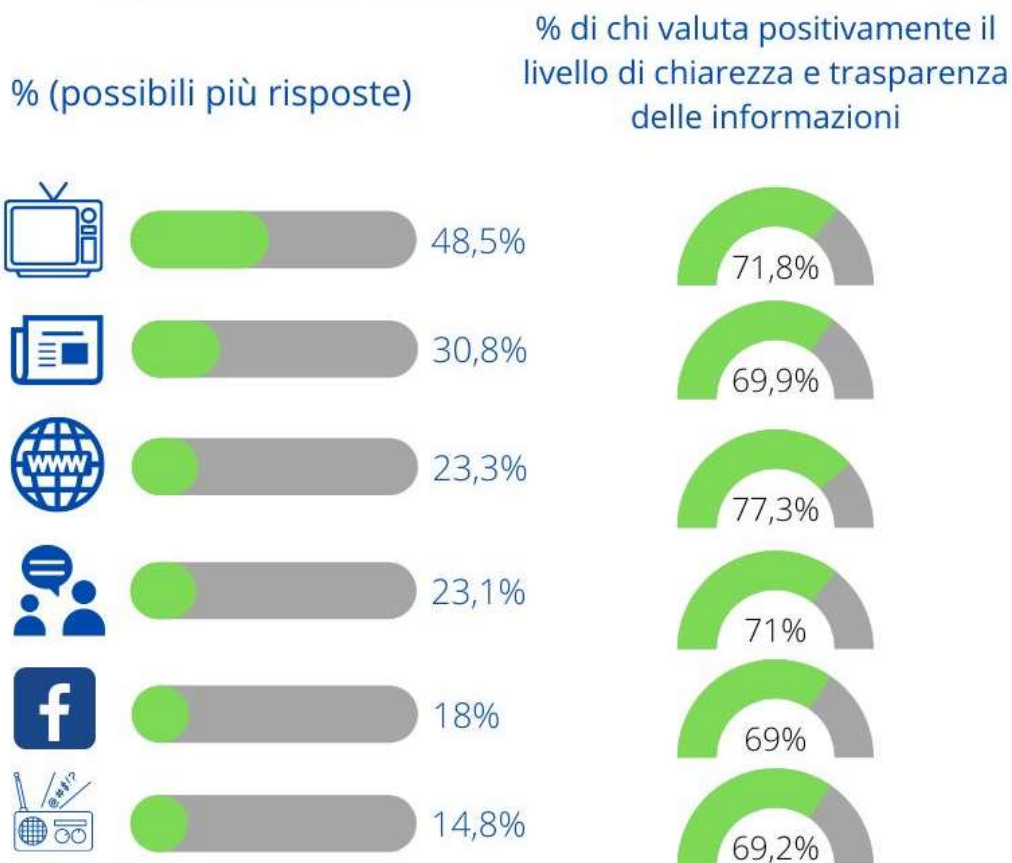
In riferimento alle informazioni ricevute, è stata chiesta una valutazione sul livello di chiarezza e di trasparenza percepito. Emerge un buon livello di soddisfazione con il 72,5% degli intervistati che si dichiara soddisfatto, l'8% con una valutazione molto positiva e il 64,5% abbastanza positiva. Non è tuttavia da trascurare che una quota non marginale (15,3%) degli intervistati non ha saputo esprimere una valutazione in merito.

Provando a incrociare la valutazione con i canali di conoscenza dei Fondi europei, particolarmente positiva è la valutazione del grado di chiarezza e trasparenza delle informazioni reperite tramite il sito della Regione Emilia-Romagna (77,3% di dichiara soddisfatto, di cui l'11% molto soddisfatto) mentre tra i canali più indicati il grado di chiarezza e trasparenza delle informazioni è meno soddisfacente della media, se pur si attestano sempre su livelli elevati nell'intorno del 70%.

Figura 4.3 – I canali di informazione e conoscenza dei Fondi europei



I principali canali di conoscenza



Fonte: Indagine IRS-Nomisma

4.2.2 ...ma una consapevolezza del ruolo del FESR per la crescita economica e sociale dei territori da rafforzare

Analizzando gli aspetti più direttamente legati all'efficacia dell'azione regionale di comunicazione nel raggiungere la popolazione, dai dati raccolti si può innanzitutto rilevare che la quota di coloro che dichiarano di conoscere il POR FESR si attesta al 52,7% (era meno del 20% nel precedente periodo di programmazione), percentuale che sale al 75,1% se si considerano solo coloro che hanno dichiarato di sapere dell'esistenza dei progetti EU.

Tuttavia, il FESR risulta meno riconoscibile rispetto all'azione portata avanti dalla Regione con il concorso finanziario del FSE, conosciuto dal 60,4% degli intervistati (86% tra coloro che dichiarano di conoscere i progetti europei). Permane quindi, nonostante la sinergia e l'azione di comunicazione integrata realizzata nella programmazione 2014-2020, che può essere ascritta, oltre alla natura

intrinseca degli interventi finanziabili nei consueti ambiti, al fatto che il FSE ha giocato un ruolo cruciale nel finanziamento e nell'estensione della Cassa Integrazione di cui hanno direttamente beneficiato i lavoratori durante il periodo COVID.

Anche guardando specificamente ai Programmi Regionali FESR e FSE emerge una conoscenza superficiale da parte dei cittadini e delle cittadine, soprattutto in riferimento al Fondo di Sviluppo Regionale, che sa nello specifico di cosa si tratta solo in un caso su cinque (21%), a fronte del 54% che ne ha solo sentito parlare. La quota di cittadini che, invece, sa di cosa tratta il FSE è pari al 29%.

Figura 4.4 – Il grado di conoscenza di FESR e FSE



Fonte: Indagine IRS-Nomisma

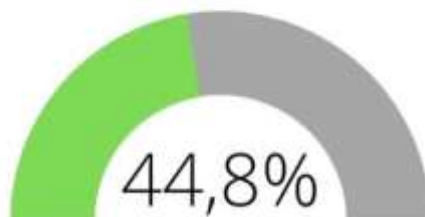
Entrando nella specifica conoscenza del POR FESR, solo il 44,8% del campione sa che grazie al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale la Regione Emilia-Romagna ha potuto realizzare interventi finalizzati alla crescita economica e sociale del territorio, rispetto al 47,5% che non lo sa; un restante 7,7% degli intervistati non fornisce una risposta.

Gli ambiti di intervento del FESR di cui si conoscono direttamente le iniziative sono quelli riferiti alla Valorizzazione delle risorse artistiche, culturali, ambientali (78,2%), alla Ricerca e Innovazione (64,4%), agli investimenti per Città attrattive e partecipate (58,2%) e alla Competitività ed attrattività del sistema produttivo (54,7%); risultano invece meno conosciute le iniziative su Sviluppo dell'Ict e attuazione dell'Agenda digitale (46,4%) e per la Promozione della low carbon economy nei territori e nel sistema produttivo, indicata in poco più di un terzo dei casi (35,2%).

Figura 4.5 - La conoscenza del FESR

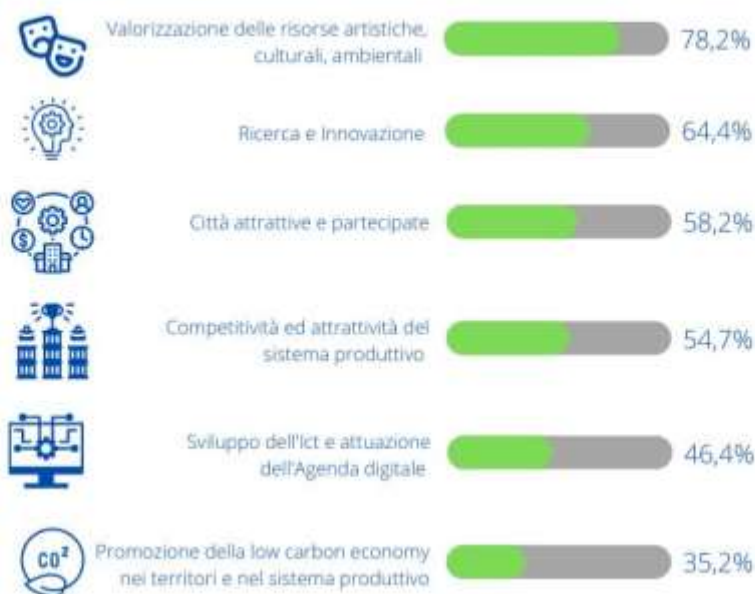


Il **44,8%** della popolazione residente sa che grazie al FESR la Regione Emilia-Romagna ha realizzato interventi per la crescita economica e sociale dei territori



LE TIPOLOGIE DI INIZIATIVE FESR CONOSCIUTE

(possibili più risposte)



Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Solo il 18,3% degli intervistati che hanno dichiarato di sapere che grazie al FESR vengono finanziati interventi per la crescita economica e sociale dei territori (82 casi) sono anche a conoscenza di eventuali finanziamenti di cui ha usufruito l'impresa o l'ente in cui è occupato o in cui lavora un familiare, mentre il 53,8% non ne è a conoscenza e oltre un quarto (27,9%) non è in grado di fornire una risposta.

Le imprese/enti di cui il campione intervistato conosce direttamente un eventuale finanziamento appartengono prevalentemente al Sistema delle imprese (40,2%) e a quello istituzionale (40,2%),

rispetto al 19,5% riferito al Sistema della Ricerca; si tratta di dati da trattare ed interpretare con estrema cautela data la esigua numerosità dei rispondenti.

4.2.3 Campagne informative importanti ma...poco conosciute dai non addetti ai lavori

Come anticipato, dal 7 marzo al 3 aprile 2022 è partita la Campagna Social di promozione delle testimonianze dirette dei beneficiari dei Fondi *L'Europa è QUI*, che ha registrato 77mila visualizzazioni di pagina e 24mila visitatori, oltre 19mila interazioni registrate sui social media.

Una specifica sezione del questionario è stata dedicata alla conoscenza di questa iniziativa e in particolare all'acquisizione di informazioni sulle attività del POR FESR attraverso la campagna *L'Europa è QUI* durante il mese di marzo 2022.

Nonostante i risultati positivi in termini di visualizzazioni, visite e interazioni, nel mese di riferimento solo 78 intervistati su mille hanno dichiarato di aver visto/ascoltato informazioni e/o pubblicità sulle attività del POR FESR tramite la campagna "L'Europa è QUI"; l'86,8% non ha intercettato nel periodo indagato la campagna e il restante 5,4% non sa dare una risposta.

Anche in questo caso, le informazioni vengono acquisite tramite una strategia multicanale, in cui i più frequenti sono Facebook (46,1%) e il Sito Web della Regione Emilia-Romagna (44,7%); il sito web *L'Europa è QUI* ha veicolato le informazioni sulle attività del POR FESR solo nel 26,3% dei casi così come Instagram; si conferma più contenuta l'intercettazione tramite YouTube (15,8%), Twitter e LinkedIn (11,8%).

Emergono, quindi, ampi margini di potenziamento delle campagne informative soprattutto se si considera che 9 intervistati su 10 reputano importante, efficace e utile la testimonianza diretta dei beneficiari dei Fondi in merito ai progetti realizzati sul territorio regionale, e anche in questo caso senza particolari specificità rispetto alle caratteristiche degli intervistati se non in riferimento al livello di istruzione: la quota di coloro che ritengono questa forma di comunicazione importante aumenta con l'aumentare del livello di istruzione, passando dal 79% dei meno istruiti ad oltre il 90% tra coloro che hanno almeno un diploma di scuola media superiore.

Figura 4.6 – La conoscenza delle campagne informative



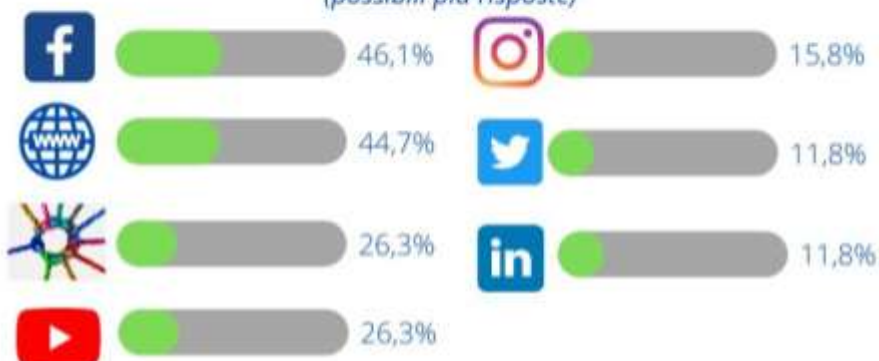
Info e Pubblicità sul FESR intercettate tramite L'Europa è QUI

% di intervistati che hanno dichiarato di aver visto/scoltato informazioni o pubblicità sulle attività del FESR tramite la campagna L'Europa è QUI



Canali di conoscenza

(possibili più risposte)



Percezione dell'efficacia delle testimonianze dirette sui progetti realizzati sul territorio

% che ha dichiarato molto, importante o abbastanza importante le testimonianze dirette



Fonte: Indagine IRS-Nomisma

5 Considerazioni conclusive

L'analisi del processo di attuazione di tutto il periodo di programmazione ha confermato l'adeguatezza delle misure attivate e, con attenzione agli indicatori di realizzazione, il pieno raggiungimento degli obiettivi previsti dalla Strategia di Comunicazione. L'azione comunicativa si è consolidata e sviluppata nel tempo, mettendo in campo un mix di interventi in grado di raggiungere con efficacia tutti i target group di destinatari previsti: dalle azioni comunicative più istituzionali, come conferenze e comunicati stampa, al supporto capillare sui territori ai beneficiari potenziali ed effettivi come gli Sportelli territoriali, dalla comunicazione digitale con un sito web sempre aggiornato e potenziato in grado di garantire trasparenza e assicurare piena accessibilità per tutta l'utenza, alle campagne informative annuali in grado di valorizzare i risultati ottenuti attraverso strumenti sempre più innovativi, sfruttando a pieno tutte le potenzialità comunicative offerte anche dai Social Network.

Un'azione innovativa che è stata riconosciuta anche a livello europeo, come dimostra il primo premio vinto dal concorso "**L'Europa è QUI**" dell'Inform Communication Award 2020, iniziativa della Commissione europea che intende valorizzare proprio le campagne di comunicazione sul contributo dei Fondi europei nei territori o ancora segnalazione alla Commissione europea del **Forum Youz** come buona pratica per il nuovo sito dell'anno europeo dedicato ai giovani.

In tal senso un elemento che riteniamo supporti efficacemente questo processo è l'attivazione di una azione di comunicazione integrata sempre più significativa tra i Fondi, in particolare tra FESR e FSE, capace di evidenziare e valorizzare le sinergie messe in campo dai Programmi per la crescita e lo sviluppo del capitale umano e del territorio. Il consolidamento delle campagne di comunicazione annuali, sempre più integrate con l'apertura nell'edizione 2020 anche ai beneficiari dei *Programmi di Cooperazione territoriale europea Interreg* e nel 2021 del *Programma di sviluppo Rurale*, evidenziano un approccio comunicativo che, dando visibilità e evidenziando le peculiarità dei Fondi, intende valorizzare unitariamente il contributo della programmazione integrata dei Fondi Strutturali e di investimento europei, diffondendone gli obiettivi, le azioni ed i risultati raggiunti sul territorio regionale.

Come avevamo già evidenziato nel precedente report di valutazione del maggio 2020, un punto di forza che favorisce una efficace azione di informazione e di comunicazione sta nella capacità dell'Amministrazione di fare sistema, di cogliere le opportunità, connettere le risorse, integrare competenze utili presenti sul territorio regionale. A tale proposito avevamo già evidenziato la formalizzazione della *Rete di partenariato del POR FESR* che ha continuato ad essere costantemente coinvolta nella ideazione e co-progettazione di alcune iniziative (ad esempio il concorso *L'Europa è QUI*). Nel corso del 2021 è stata costituita, invece, la *Rete di comunicazione del POR FSE* che rappresenta, sempre nell'ambito delle attività di comunicazione integrata tra i Fondi, una ulteriore opportunità per lavorare ancora più proficuamente, ampliando le competenze e consentendo una sempre maggiore diffusione delle informazioni, delle opportunità e dei risultati raggiunti.

Anche la partecipazione attiva della Regione Emilia-Romagna alla *Rete nazionale comunicatori Fondo Europeo Sviluppo Regionale (FESR)*, coordinata dall'Agenzia di Coesione, rappresenta una opportunità, oltre che di coordinamento e di confronto, di promozione e di valorizzazione dei risultati raggiunti sul territorio grazie al contributo dell'Unione europea. A tale proposito si evidenziano i numerosi contributi editoriali della Regione Emilia-Romagna al *Cohesion Magazine*, web magazine dell'Agenzia di Coesione, idea nata proprio dal confronto tra i referenti delle reti di comunicazione nazionali e comunitarie, quale conferma dell'impegno attivo dell'Amministrazione regionale di avvalersi di tutte le opportunità disponibili per il raggiungimento degli obiettivi della Strategia di

aumentare la conoscenza e la consapevolezza della popolazione regionale rispetto all'esistenza dei Fondi europei e al ruolo che svolgono per la crescita e lo sviluppo economico e di informare dei benefici concreti ottenuti attraverso la realizzazione dei progetti e delle loro ricadute sulla vita della società emiliano-romagnola.

E i dati della **survey realizzata ad aprile 2022 presso un campione rappresentativo della popolazione residente in Emilia-Romagna** mostrano come oggi sia maggiormente diffusa la conoscenza e la consapevolezza dei Fondi strutturali e del loro ruolo a supporto di interventi per la crescita economica e sociale dei territori.

L'analisi dei dati raccolti mostra, in primo luogo, che ben il 58,5% della popolazione emiliano romagnola ha sentito parlare della Politica di Coesione ed è consapevole del fatto che lo sviluppo regionale è sostenuto da fondi dell'Unione Europea specificamente dedicati.

Gli sforzi prodotti in questi anni nel mettere in campo strategie di comunicazione integrate e indirizzate ad accrescere nella popolazione la consapevolezza del ruolo dell'UE hanno, quindi, portato ad un netto miglioramento della quota dei "consapevoli", rispetto al precedente periodo di programmazione, quando si attestava al 32%.

È stato, inoltre, raggiunto, e superato di oltre sette punto percentuali, l'obiettivo target del 51% in riferimento all'indicatore di risultato "*Livello di consapevolezza dell'esistenza della politica in Emilia-Romagna*" fissato per il 2022, evidenziando come le più recenti campagne di comunicazione condotte a livello regionale abbiano prodotto una maggiore conoscenza tra i cittadini dei diversi Programmi cofinanziati dall'UE, risultando in tal modo efficaci.

Ed ancora più alta (70%) è la percentuale di intervistati che è a conoscenza dei progetti co-finanziati dall'Unione Europea per migliorare il territorio regionale, una percentuale decisamente superiore al valore medio nazionale di riferimento pari al 51,3%.

Tabella 5.1 – Gli indicatori di realizzazione

| Obiettivo | Indicatore di realizzazione | Valore di riferimento | Valore raggiunto ad aprile 2022 | Valore target al 2022 |
|---|---|--|---------------------------------|---|
| Livello generale Politica regionale dell'EU | Livello di consapevolezza dell'esistenza della politica in Emilia-Romagna | 38% valutazione 2014 | 58.5% | 51% Mantenimento trend di crescita rilevato nella valutazione |
| | Gruppo target: società regionale | | | |
| Livello del Programma Opportunità POR FESR | Soddisfazione rispetto alle informazioni e ai servizi forniti | Valore indagine da effettuarsi entro il 2016 | n.d. | Miglioramento del grado di soddisfazione rispetto a indagine 2016 |
| | Gruppo target: beneficiari potenziali e beneficiari effettivi | | | |
| Livello dei progetti Conoscenza dei progetti finanziati | Conoscenza di progetti finanziati in Emilia-Romagna | 46,2% Indagine Doxa 2013 | 70% | 51,3% Media nazionale da Indagine Doxa 2013 |
| | Gruppo target: società regionale | | | |

Detto ciò, guardando più nel dettaglio emerge come, tra la popolazione, ci sia ampio margine di rafforzamento della conoscenza dei Fondi europei, con particolare riferimento al FESR; infatti tra chi dichiara di conoscere la Politica di Coesione e i progetti che essa finanzia è prevalente la quota di chi ne ha solo sentito parlare rispetto a chi è più consapevole e sa esattamente di cosa si tratta.

Sulla base di quanto emerso dall'indagine, si ravvisa l'esigenza di focalizzare ulteriormente la comunicazione verso il grande pubblico, al fine di raggiungere con strumenti più mirati particolari segmenti di utenza (i giovani e i meno istruiti), per i quali l'analisi mette in luce l'esistenza di un più spiccato deficit conoscitivo.

Tra i **suggerimenti** si segnala, per esempio, la necessità di **rafforzare e rendere più efficace l'utilizzo dei social network**, potentissimo strumento di veicolazione delle informazioni, che sembra essere utilizzato da un numero più contenuto di soggetti, per una più ampia diffusione delle informazioni e dei risultati dei progetti finanziati che affianchi alla comunicazione più tecnica e istituzionale, con 'lanci' di carattere divulgativo.

Inoltre, si evidenziano degli spazi per un ulteriore rafforzamento dell'azione regionale, da realizzarsi attraverso una più sistematica azione di semplificazione della comunicazione specifica, e continuando sulla valorizzazione delle esperienze positive realizzate.

Da un lato la comunicazione realizzata attraverso i media attivati e le campagne informative appare efficace se esposta alla lettura di un individuo che è già avvezzo ai temi o che in qualche modo può trarre dei benefici dall'accesso alle informazioni da questa veicolate, mentre si riduce di valore se valutata in termini di capacità di attrarre l'attenzione di individui che sono distanti, culturalmente (fasce di popolazione meno istruite) o per interesse (giovani studenti, anziani, casalinghe), dagli ambiti di intervento dei fondi europei.

6 Allegato Statistico

La metodologia di Indagine

Caratteristiche Survey

L'indagine sulla conoscenza, da parte dei cittadini della regione Emilia Romagna, della politica di coesione e del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Indagine realizzata attraverso somministrazione telefonica (CATI).

Periodo di intervista

Dal 5 al 27 aprile 2022.

Descrizione attività di Survey

La realizzazione delle 1.000 interviste ha richiesto il contatto di oltre 6.700 recapiti telefonici.

In pratica, solo 1 contatto su 6,7 contatti ha consentito la realizzazione dell'intervista, con andamento pressoché analogo provincia per provincia.

Sui 6.700 tentativi di contatto ci sono stati i seguenti esiti:

- nr. 1.000 interviste portate a buon fine
- nr. 2.700 recapiti ai quali non ha mai risposto nessuno (con una media di 2,5 tentativi di ricontatto per ciascun recapito)
- nr. 2.500 rifiuti, ovvero persone che alla presentazione del motivo della chiamata (spesso anche senza aver ascoltato con attenzione) hanno valutato di non partecipare all'indagine;
- nr. 100 recapiti errati;
- nr. 70 interviste interrotte;
- nr. 80 appuntamenti telefonici disattesi;
- nr. 250 famiglie nelle quali non è stato possibile individuare il profilo necessario per la chiusura delle quote campionarie.

Le telefonate sono state realizzate dal Lunedì al Venerdì negli orari 12:00-14:30 e 17:30-20:00, il sabato dalle 10:30 alle 18:30.

Numerosità e campione

Nr. 1.000 interviste telefoniche, pari al 0,03%. L'Universo di riferimento è la popolazione di età compresa tra i 15 e gli 85 anni residente in Regione Emilia-Romagna al 1 gennaio 2022 (Demo.ISTAT).

La numerosità campionaria garantisce un margine di errore delle stime del $\pm 3.10\%$ con un livello di confidenza pari al 95%.

Il campione è stratificato per Provincia, Genere e Fascia di età.

Tabella A1 - Universo e Campione

| | Universo (Popolazione 15-85 anni) | | | | | | Campione | | |
|------------------------------|-----------------------------------|------|---------|------|---------|-------|----------|---------|--------|
| | Maschi | | Femmine | | Totale | | Maschi | Femmine | Totale |
| | v.a. | % | v.a. | % | v.a. | % | | | |
| Piacenza | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 21200 | 0.6 | 19497 | 0.5 | 40698 | 1.1 | 8 | 8 | 16 |
| 30-55 anni | 50453 | 1.4 | 48919 | 1.3 | 99373 | 2.7 | 11 | 13 | 24 |
| Oltre 55 anni | 46325 | 1.2 | 51702 | 1.4 | 98028 | 2.6 | 12 | 13 | 25 |
| Totale | 117978 | 3.2 | 120118 | 3.2 | 238096 | 6.4 | 31 | 34 | 65 |
| Parma | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 34019 | 0.9 | 30922 | 0.8 | 64942 | 1.7 | 11 | 11 | 22 |
| 30-55 anni | 83016 | 2.2 | 81952 | 2.2 | 164970 | 4.4 | 19 | 17 | 36 |
| Oltre 55 anni | 68451 | 1.8 | 77661 | 2.1 | 146114 | 3.9 | 20 | 22 | 42 |
| Totale | 185486 | 5.0 | 190535 | 5.1 | 376021 | 10.1 | 50 | 50 | 100 |
| Reggio nell'Emilia | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 41395 | 1.1 | 37772 | 1.0 | 79168 | 2.1 | 14 | 12 | 26 |
| 30-55 anni | 96492 | 2.6 | 94303 | 2.5 | 190798 | 5.1 | 23 | 21 | 44 |
| Oltre 55 anni | 78333 | 2.1 | 88068 | 2.4 | 166403 | 4.5 | 22 | 25 | 47 |
| Totale | 216220 | 5.8 | 220143 | 5.9 | 436363 | 11.7 | 59 | 58 | 117 |
| Modena | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 54301 | 1.5 | 49094 | 1.3 | 103396 | 2.8 | 19 | 15 | 34 |
| 30-55 anni | 127703 | 3.4 | 124835 | 3.4 | 252541 | 6.8 | 27 | 30 | 57 |
| Oltre 55 anni | 108004 | 2.9 | 122421 | 3.3 | 230428 | 6.2 | 32 | 33 | 65 |
| Totale | 290008 | 7.8 | 296350 | 8.0 | 586358 | 15.8 | 78 | 78 | 156 |
| Bologna | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 74313 | 2.0 | 69257 | 1.9 | 143572 | 3.9 | 24 | 25 | 49 |
| 30-55 anni | 182642 | 4.9 | 185070 | 5.0 | 367717 | 9.9 | 42 | 42 | 84 |
| Oltre 55 anni | 157473 | 4.2 | 183346 | 4.9 | 340823 | 9.2 | 46 | 51 | 97 |
| Totale | 414428 | 11.2 | 437673 | 11.8 | 852101 | 22.9 | 112 | 118 | 230 |
| Ferrara | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 22301 | 0.6 | 20304 | 0.5 | 42606 | 1.1 | 7 | 6 | 13 |
| 30-55 anni | 58415 | 1.6 | 57984 | 1.6 | 116401 | 3.1 | 14 | 15 | 29 |
| Oltre 55 anni | 60794 | 1.6 | 70806 | 1.9 | 131602 | 3.5 | 17 | 19 | 36 |
| Totale | 141510 | 3.8 | 149094 | 4.0 | 290604 | 7.8 | 38 | 40 | 78 |
| Ravenna | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 27975 | 0.8 | 25395 | 0.7 | 53371 | 1.4 | 8 | 9 | 17 |
| 30-55 anni | 67290 | 1.8 | 67331 | 1.8 | 134623 | 3.6 | 19 | 18 | 37 |
| Oltre 55 anni | 63384 | 1.7 | 71706 | 1.9 | 135092 | 3.6 | 15 | 16 | 31 |
| Totale | 158649 | 4.3 | 164432 | 4.4 | 323081 | 8.7 | 42 | 43 | 85 |
| Forlì-Cesena | | | | | | | | | |
| | | 0.0 | | 0 | | | | | |
| 15-29 anni | 28925 | 0.8 | 26649 | 0.7 | 55575 | 1.5 | 11 | 8 | 19 |
| 30-55 anni | 69061 | 1.9 | 69414 | 1.9 | 138477 | 3.7 | 14 | 16 | 30 |
| Oltre 55 anni | 62953 | 1.7 | 71184 | 1.9 | 134139 | 3.6 | 18 | 21 | 39 |
| Totale | 160939 | 4.3 | 167247 | 4.5 | 328186 | 8.8 | 43 | 45 | 88 |
| Rimini | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 25277 | 0.7 | 23587 | 0.6 | 48865 | 1.3 | 9 | 7 | 16 |
| 30-55 anni | 59771 | 1.6 | 61861 | 1.7 | 121634 | 3.3 | 12 | 25 | 37 |
| Oltre 55 anni | 52451 | 1.4 | 60371 | 1.6 | 112823 | 3.0 | 13 | 15 | 28 |
| Totale | 137499 | 3.7 | 145819 | 3.9 | 283318 | 7.6 | 34 | 47 | 81 |
| Totale Emilia-Romagna | | | | | | | | | |
| 15-29 anni | 329706 | 8.9 | 302477 | 8.1 | 632192 | 17.0 | 111 | 101 | 212 |
| 30-55 anni | 794843 | 21.4 | 791669 | 21.3 | 1586533 | 42.7 | 181 | 197 | 378 |
| Oltre 55 anni | 698168 | 18.8 | 797265 | 21.5 | 1495452 | 40.3 | 195 | 215 | 410 |
| Totale | 1822717 | 49.1 | 1891411 | 50.9 | 3714128 | 100.0 | 487 | 513 | 1000 |

Fonte: Demo.ISTAT e Indagine Irs-Nomisma

Il questionario somministrato

Il questionario verrà somministrato a un campione indicativo di 1000 cittadini statisticamente rappresentativo della popolazione regionale per genere, età e titolo di studio.

Sezione A - Conoscenza della politica di coesione dell'Unione europea

- 1) Ha sentito parlare della politica di coesione? (la politica di coesione finanziata dall'Unione europea sostiene investimenti per sviluppare la competitività delle imprese, aumentare l'occupazione, migliorare le condizioni di vita e ridurre le disuguaglianze tra le diverse regioni europee).**
 1. Sì, so di cosa si tratta
 2. Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
 3. No
 4. Non sa/Non risponde

- 2) L'Emilia-Romagna, con Fondi europei, fornisce un sostegno finanziario a città e territori. Lei ha sentito parlare di progetti co-finanziati dall'Ue per migliorare l'area in cui vive?**
 1. Sì, ne ho sentito parlare e ne conosco almeno uno
 2. Sì, ma ne ho solo sentito parlare
 3. No (*passare alla sezione C*)
 4. Non sa/Non risponde (*passare alla sezione C*)

- 3) Considerando tutti i progetti di cui lei ha sentito parlare, direbbe che questo sostegno ha un impatto positivo o negativo sulla sua città, regione o territorio?**
 1. Sì, positivo
 2. No, negativo
 3. Non sa/Non risponde

- 4) Ha mai sentito parlare del Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr)?**
 1. Sì, so di cosa si tratta
 2. Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
 3. No
 4. Non sa/Non risponde

- 5) Ha mai sentito parlare del Fondo sociale europeo (Fse)?**
 1. Sì, so di cosa si tratta
 2. Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
 3. No
 4. Non sa/Non risponde

Sezione B - Canali di informazione e di conoscenza dei Fondi europei

6) Quali sono i principali canali attraverso i quali è venuto a conoscenza dei Fondi europei?

(risposta multipla)

1. Sito web della Regione Emilia-Romagna
2. Altri siti web
3. Facebook
4. Instagram
5. YouTube
6. Twitter
7. Linkedin
8. Newsletter
9. Mail
10. Sportelli sul territorio
11. Materiali promozionali (volantini, brochure, ecc.)
12. Radio
13. Televisione
14. Stampa
15. Cartellonistica/Affissioni (manifesti, locandine, ecc.)
16. Mezzi pubblici
17. Passaparola (colleghi, amici, familiari, conoscenti)
18. Altro (specificare: _____)

7) Rispetto alle informazioni ricevute, come valuta livello di chiarezza e di trasparenza?

1. Molto positivo
2. Abbastanza positivo
3. Abbastanza negativo
4. Molto negativo
5. Non sa/Non risponde

Sezione C - Conoscenza del Por Fesr

8) Sapeva che grazie al Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) la Regione Emilia-Romagna ha avuto finanziamenti per realizzare interventi finalizzati alla crescita economica e sociale dei territori?

1. Sì
2. No (*passare alla sezione D*)
3. Non sa/Non risponde (*passare alla sezione D*)

9) È a conoscenza di iniziative realizzate grazie al Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) relativamente a (una risposta per riga)?

| | No | Sì | Non sa/ Non risponde |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Ricerca e Innovazione | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Sviluppo dell'Ict e attuazione dell'Agenda digitale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Competitività ed attrattività del sistema produttivo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Promozione della low carbon economy nei territori e nel sistema produttivo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Valorizzazione delle risorse artistiche, culturali, ambientali | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Città attrattive e partecipate | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. <u>Altro, specificare: _____</u> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10) Sa se l'impresa o l'ente in cui lavora (se occupato) o quella in cui lavora un suo familiare ha usufruito di attività finanziate dal Programma operativo regionale del Fondo europeo di sviluppo regionale (Por Fesr)?

1. Sì
2. No (*passare alla sezione D*)
3. Non sa/Non risponde (*passare alla sezione D*)

11) In caso affermativo, l'impresa/ente a quale sistema appartiene?

1. Sistema della ricerca (ad esempio laboratori della Rete Alta Tecnologia, strutture di ricerca e università, enti di ricerca e consorzi ecc.)
2. Sistema delle imprese (ad esempio piccole e medie imprese)
3. Sistema istituzionale (ad esempio Regione Emilia-Romagna, Comuni, Unioni di Comuni, Camere di Commercio, società pubbliche ecc.)
4. Altro (specificare _____)

Sezione D - Conoscenza delle campagne informative

12) Nel mese di marzo le è capitato di vedere/ascoltare informazioni e/o pubblicità sulle attività del Por Fesr, attraverso la campagna “L’Europa è QUI”?

1. Sì, mi è capitato
2. No, non mi è capitato *(passare a domanda 14)*
3. Non sa/Non risponde *(passare a domanda 14)*

13) Se ha risposto affermativamente, attraverso quale canale è venuto a conoscenza della campagna?

1. Sito web della Regione Emilia-Romagna
2. Sito web Europa qui (<https://europaqui-er.it>)
3. Facebook
4. YouTube
5. Twitter
6. LinkedIn
7. Instagram
8. Altro: (specificare: _____)

14) La campagna ha l’obiettivo di testimoniare ciò che è stato realizzato in Emilia-Romagna grazie al contributo dell’Europa. Trova efficace/utile raccontare, attraverso la voce dei beneficiari dei Fondi, i progetti concreti che sono stato realizzati sul territorio regionale?

1. Molto importante
2. Importante
3. Abbastanza importante
4. Non molto importante
5. Non importante
6. Non sa/Non risponde

Sezione E - Conoscenza e fruizione dei canali di comunicazione della Regione Emilia-Romagna

15) Conosce i seguenti canali di comunicazione istituzionale?

| Canali di comunicazione istituzionale | SI | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Sito web della Regione Emilia-Romagna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Pagina Facebook della Regione Emilia-Romagna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Pagina LinkedIn Regione Emilia-Romagna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Canale YouTube | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Account Twitter | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Profilo Instagram | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

16) Nel corso dell'ultimo anno con che frequenza le è capitato di visitare il sito web della Regione Emilia-Romagna?

1. Molto spesso (almeno 1 volta a settimana)
2. Abbastanza spesso (almeno 1 volta al mese)
3. Poco (una volta ogni 6 mesi)
4. Mai

17) Nel corso dell'ultimo anno con che frequenza ha visitato/fruito dei contenuti dei canali social della Regione Emilia-Romagna?

1. Molto spesso (almeno 1 volta a settimana)
2. Abbastanza spesso (almeno 1 volta al mese)
3. Poco (una volta ogni 6 mesi)
4. Mai

Sezione F – Anagrafica

18) Sesso

1. Maschio
2. Femmina

19) Anno di nascita: _____

20) Cittadinanza

1. Italiana
2. Altro paese (specificare): _____

21) Provincia di residenza

1. Piacenza
2. Parma
3. Reggio Emilia
4. Modena
5. Bologna
6. Ferrara
7. Ravenna
8. Forlì-Cesena
9. Rimini

22) Titolo di studio

1. Nessun titolo
2. Licenza elementare
3. Diploma scuola inferiore
4. Qualificazione professionale
5. Diploma scuola superiore
6. Laurea
7. Post-laurea
8. Altro (specificare): _____

23) Condizione occupazionale

1. Studente/studentessa
2. In cerca di prima occupazione
3. Disoccupato/a
4. Occupato/a
5. Pensionato/a
6. Casalingo/a
7. Inattivo/a (non ha mai lavorato e non cerca lavoro)
8. Altro (specificare): _____

Le variabili di indagine per provincia di residenza, genere, fascia di età, titolo di studio, condizione sul mercato del lavoro.

Sezione A - Conoscenza della politica di coesione dell'Unione europea

Tabella A2 – D1. Ha sentito parlare della politica di coesione? (la politica di coesione finanziata dall'Unione europea sostiene investimenti per sviluppare la competitività delle imprese, aumentare l'occupazione, migliorare le condizioni di vita e ridurre le disuguaglianze tra le diverse regioni europee).

| | | Sì, so di cosa si tratta | | Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta | | No | | Non sa, non risponde | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|------------|---|--------------|------------|------------|----------------------|-------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 70 | 14,4% | 234 | 48,0% | 168 | 34,5% | 15 | 3,1% | 487 | 100,0% |
| | Femmina | 70 | 13,6% | 211 | 41,1% | 212 | 41,3% | 20 | 3,9% | 513 | 100,0% |
| Fascia di età | Under 35 | 31 | 14,6% | 85 | 40,1% | 87 | 41,0% | 9 | 4,2% | 212 | 100,0% |
| | 35-54 anni | 49 | 13,0% | 169 | 44,7% | 149 | 39,4% | 11 | 2,9% | 378 | 100,0% |
| | 55-64 anni | 38 | 14,7% | 120 | 46,5% | 91 | 35,3% | 9 | 3,5% | 258 | 100,0% |
| | 65 anni o più' | 22 | 14,5% | 71 | 46,7% | 53 | 34,9% | 6 | 3,9% | 152 | 100,0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 18 | 7,3% | 107 | 43,3% | 109 | 44,1% | 13 | 5,3% | 247 | 100,0% |
| | Diploma di SMS | 82 | 16,4% | 246 | 49,3% | 154 | 30,9% | 17 | 3,4% | 499 | 100,0% |
| | Titolo unirsitario | 40 | 15,7% | 92 | 36,2% | 117 | 46,1% | 5 | 2,0% | 254 | 100,0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 97 | 13,5% | 322 | 44,9% | 271 | 37,8% | 27 | 3,8% | 717 | 100,0% |
| | Disoccupato | 11 | 14,9% | 32 | 43,2% | 25 | 33,8% | 6 | 8,1% | 74 | 100,0% |
| | Inattivo | 32 | 15,3% | 91 | 43,5% | 84 | 40,2% | 2 | 1,0% | 209 | 100,0% |
| Provincia di residenza | Bologna | 32 | 13,9% | 116 | 50,4% | 76 | 33,0% | 6 | 2,6% | 230 | 100,0% |
| | Ferrara | 13 | 16,7% | 27 | 34,6% | 34 | 43,6% | 4 | 5,1% | 78 | 100,0% |
| | Forlì-Cesena | 13 | 14,8% | 42 | 47,7% | 30 | 34,1% | 3 | 3,4% | 88 | 100,0% |
| | Modena | 17 | 10,9% | 65 | 41,7% | 71 | 45,5% | 3 | 1,9% | 156 | 100,0% |
| | Parma | 13 | 13,0% | 45 | 45,0% | 38 | 38,0% | 4 | 4,0% | 100 | 100,0% |
| | Piacenza | 5 | 7,7% | 33 | 50,8% | 25 | 38,5% | 2 | 3,1% | 65 | 100,0% |
| | Ravenna | 20 | 23,5% | 34 | 40,0% | 28 | 32,9% | 3 | 3,5% | 85 | 100,0% |
| | Reggio nell'Emilia | 16 | 13,7% | 49 | 41,9% | 44 | 37,6% | 8 | 6,8% | 117 | 100,0% |
| | Rimini | 11 | 13,6% | 34 | 42,0% | 34 | 42,0% | 2 | 2,5% | 81 | 100,0% |
| TOTALE | | 140 | 14% | 445 | 44,5% | 380 | 38% | 35 | 3,5% | 1000 | 100,0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A3 - D2. L'Emilia-Romagna, con Fondi europei, fornisce un sostegno finanziario a città e territori. Lei ha sentito parlare di progetti co-finanziati dall'Ue per migliorare l'area in cui vive?

| | | Sì, ne ho sentito parlare e ne conosco almeno uno | | Sì, ma ne ho solo sentito parlare | | No | | Non sa/Non risponde | | Totale | |
|-----------------------------------|--------------------------------|---|------------|-----------------------------------|------------|------------|------------|---------------------|-----------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| | | Sesso | Maschio | 89 | 18.3% | 269 | 55.2% | 123 | 25.3% | 6 | 1.2% |
| | Femmina | 61 | 11.9% | 283 | 55.2% | 151 | 29.4% | 18 | 3.5% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 39 | 18.4% | 107 | 50.5% | 59 | 27.8% | 7 | 3.3% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 59 | 15.6% | 198 | 52.4% | 112 | 29.6% | 9 | 2.4% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 24 | 9.3% | 161 | 62.4% | 72 | 27.9% | 1 | .4% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 28 | 18.4% | 86 | 56.6% | 31 | 20.4% | 7 | 4.6% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 25 | 10.1% | 121 | 49.0% | 90 | 36.4% | 11 | 4.5% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 75 | 15.0% | 297 | 59.5% | 117 | 23.4% | 10 | 2.0% | 499 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 50 | 19.7% | 134 | 52.8% | 67 | 26.4% | 3 | 1.2% | 254 | 100.0% |
| Condizion e occupazi onale | Occupato | 108 | 15.1% | 394 | 55.0% | 198 | 27.6% | 17 | 2.4% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 8 | 10.8% | 42 | 56.8% | 21 | 28.4% | 3 | 4.1% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 34 | 16.3% | 116 | 55.5% | 55 | 26.3% | 4 | 1.9% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 35 | 15.2% | 127 | 55.2% | 65 | 28.3% | 3 | 1.3% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 11 | 14.1% | 41 | 52.6% | 22 | 28.2% | 4 | 5.1% | 78 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 13 | 14.8% | 54 | 61.4% | 20 | 22.7% | 1 | 1.1% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 21 | 13.5% | 85 | 54.5% | 47 | 30.1% | 3 | 1.9% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 12 | 12.0% | 54 | 54.0% | 33 | 33.0% | 1 | 1.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 7 | 10.8% | 39 | 60.0% | 17 | 26.2% | 2 | 3.1% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 17 | 20.0% | 47 | 55.3% | 18 | 21.2% | 3 | 3.5% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 19 | 16.2% | 63 | 53.8% | 31 | 26.5% | 4 | 3.4% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 15 | 18.5% | 42 | 51.9% | 21 | 25.9% | 3 | 3.7% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 150 | 15% | 552 | 55% | 274 | 27% | 24 | 2% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A4 - D3. Considerando tutti i progetti di cui lei ha sentito parlare, direbbe che questo sostegno ha un impatto positivo o negativo sulla sua città, regione o territorio?

| | | Impatto positivo | | Impatto negativo | | Non sa/non risponde | | Totale | |
|-----------------------------------|--------------------------------|------------------|--------------|------------------|-------------|---------------------|--------------|------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 294 | 82.1% | 17 | 4.7% | 47 | 13.1% | 358 | 100.0% |
| | Femmina | 248 | 72.1% | 12 | 3.5% | 84 | 24.4% | 344 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 111 | 76.0% | 11 | 7.5% | 24 | 16.4% | 146 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 196 | 76.3% | 15 | 5.8% | 46 | 17.9% | 257 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 147 | 79.5% | 3 | 1.6% | 35 | 18.9% | 185 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 88 | 77.2% | 0 | 0.0% | 26 | 22.8% | 114 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 94 | 64.4% | 13 | 8.9% | 39 | 26.7% | 146 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 298 | 80.1% | 15 | 4.0% | 59 | 15.9% | 372 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 150 | 81.5% | 1 | .5% | 33 | 17.9% | 184 | 100.0% |
| Condizion e occupazi onale | Occupato | 398 | 79.3% | 18 | 3.6% | 86 | 17.1% | 502 | 100.0% |
| | Disoccupato | 34 | 68.0% | 8 | 16.0% | 8 | 16.0% | 50 | 100.0% |
| | Inattivo | 110 | 73.3% | 3 | 2.0% | 37 | 24.7% | 150 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 133 | 82.1% | 8 | 4.9% | 21 | 13.0% | 162 | 100.0% |
| | Ferrara | 37 | 71.2% | 2 | 3.8% | 13 | 25.0% | 52 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 52 | 77.6% | 2 | 3.0% | 13 | 19.4% | 67 | 100.0% |
| | Modena | 84 | 79.2% | 6 | 5.7% | 16 | 15.1% | 106 | 100.0% |
| | Parma | 54 | 81.8% | 2 | 3.0% | 10 | 15.2% | 66 | 100.0% |
| | Piacenza | 35 | 76.1% | 1 | 2.2% | 10 | 21.7% | 46 | 100.0% |
| | Ravenna | 41 | 64.1% | 2 | 3.1% | 21 | 32.8% | 64 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 61 | 74.4% | 3 | 3.7% | 18 | 22.0% | 82 | 100.0% |
| | Rimini | 45 | 78.9% | 3 | 5.3% | 9 | 15.8% | 57 | 100.0% |
| TOTALE | | 542 | 77.2% | 29 | 4.1% | 131 | 18.7% | 702 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A5 - D4. Ha mai sentito parlare del Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr)?

| | | Sì, so di cosa si tratta | | Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta | | No | | Non sa, non risponde | | Totale | |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------|---|--------------|------------|--------------|----------------------|-------------|------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| | | Sesso | Maschio | 84 | 23.5% | 199 | 55.6% | 61 | 17.0% | 14 | 3.9% |
| | Femmina | 66 | 19.2% | 178 | 51.7% | 83 | 24.1% | 17 | 4.9% | 344 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 31 | 21.2% | 72 | 49.3% | 41 | 28.1% | 2 | 1.4% | 146 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 61 | 23.7% | 135 | 52.5% | 45 | 17.5% | 16 | 6.2% | 257 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 33 | 17.8% | 119 | 64.3% | 24 | 13.0% | 9 | 4.9% | 185 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 25 | 21.9% | 51 | 44.7% | 34 | 29.8% | 4 | 3.5% | 114 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 33 | 22.6% | 84 | 57.5% | 24 | 16.4% | 5 | 3.4% | 146 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 79 | 21.2% | 207 | 55.6% | 72 | 19.4% | 14 | 3.8% | 372 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 38 | 20.7% | 86 | 46.7% | 48 | 26.1% | 12 | 6.5% | 184 | 100.0% |
| Condizion e occupazi onale | Occupato | 103 | 20.5% | 267 | 53.2% | 108 | 21.5% | 24 | 4.8% | 502 | 100.0% |
| | Disoccupato | 11 | 22.0% | 34 | 68.0% | 5 | 10.0% | 0 | 0.0% | 50 | 100.0% |
| | Inattivo | 36 | 24.0% | 76 | 50.7% | 31 | 20.7% | 7 | 4.7% | 150 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 33 | 20.4% | 93 | 57.4% | 27 | 16.7% | 9 | 5.6% | 162 | 100.0% |
| | Ferrara | 9 | 17.3% | 25 | 48.1% | 12 | 23.1% | 6 | 11.5% | 52 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 14 | 20.9% | 41 | 61.2% | 10 | 14.9% | 2 | 3.0% | 67 | 100.0% |
| | Modena | 20 | 18.9% | 59 | 55.7% | 25 | 23.6% | 2 | 1.9% | 106 | 100.0% |
| | Parma | 14 | 21.2% | 35 | 53.0% | 17 | 25.8% | 0 | 0.0% | 66 | 100.0% |
| | Piacenza | 7 | 15.2% | 27 | 58.7% | 9 | 19.6% | 3 | 6.5% | 46 | 100.0% |
| | Ravenna | 14 | 21.9% | 29 | 45.3% | 16 | 25.0% | 5 | 7.8% | 64 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 21 | 25.6% | 43 | 52.4% | 15 | 18.3% | 3 | 3.7% | 82 | 100.0% |
| | Rimini | 18 | 31.6% | 25 | 43.9% | 13 | 22.8% | 1 | 1.8% | 57 | 100.0% |
| TOTALE | | 150 | 21.4% | 377 | 53.7% | 144 | 20.5% | 31 | 4.4% | 702 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A6 - D5. Ha mai sentito parlare del Fondo sociale europeo (Fse)?

| | | Sì, so di cosa si tratta | | Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta | | No | | Non sa, non risponde | | Totale | |
|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------|---|--------------|-----------|--------------|----------------------|-------------|------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| | | Sesso | Maschio | 112 | 31.3% | 205 | 57.3% | 35 | 9.8% | 6 | 1.7% |
| | Femmina | 91 | 26.5% | 196 | 57.0% | 49 | 14.2% | 8 | 2.3% | 344 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 41 | 28.1% | 81 | 55.5% | 23 | 15.8% | 1 | .7% | 146 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 87 | 33.9% | 137 | 53.3% | 26 | 10.1% | 7 | 2.7% | 257 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 43 | 23.2% | 120 | 64.9% | 17 | 9.2% | 5 | 2.7% | 185 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 32 | 28.1% | 63 | 55.3% | 18 | 15.8% | 1 | .9% | 114 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 36 | 24.7% | 91 | 62.3% | 16 | 11.0% | 3 | 2.1% | 146 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 112 | 30.1% | 204 | 54.8% | 48 | 12.9% | 8 | 2.2% | 372 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 55 | 29.9% | 106 | 57.6% | 20 | 10.9% | 3 | 1.6% | 184 | 100.0% |
| Condizion e occupazi onale | Occupato | 144 | 28.7% | 289 | 57.6% | 58 | 11.6% | 11 | 2.2% | 502 | 100.0% |
| | Disoccupato | 15 | 30.0% | 32 | 64.0% | 3 | 6.0% | 0 | 0.0% | 50 | 100.0% |
| | Inattivo | 44 | 29.3% | 80 | 53.3% | 23 | 15.3% | 3 | 2.0% | 150 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 48 | 29.6% | 95 | 58.6% | 16 | 9.9% | 3 | 1.9% | 162 | 100.0% |
| | Ferrara | 12 | 23.1% | 32 | 61.5% | 4 | 7.7% | 4 | 7.7% | 52 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 22 | 32.8% | 39 | 58.2% | 5 | 7.5% | 1 | 1.5% | 67 | 100.0% |
| | Modena | 30 | 28.3% | 60 | 56.6% | 16 | 15.1% | 0 | 0.0% | 106 | 100.0% |
| | Parma | 20 | 30.3% | 32 | 48.5% | 14 | 21.2% | 0 | 0.0% | 66 | 100.0% |
| | Piacenza | 10 | 21.7% | 29 | 63.0% | 5 | 10.9% | 2 | 4.3% | 46 | 100.0% |
| | Ravenna | 17 | 26.6% | 36 | 56.3% | 8 | 12.5% | 3 | 4.7% | 64 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 24 | 29.3% | 47 | 57.3% | 10 | 12.2% | 1 | 1.2% | 82 | 100.0% |
| | Rimini | 20 | 35.1% | 31 | 54.4% | 6 | 10.5% | 0 | 0.0% | 57 | 100.0% |
| TOTALE | | 203 | 28.9% | 401 | 57.1% | 84 | 12.0% | 14 | 2.0% | 702 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Sezione B - Canali di informazione e di conoscenza dei Fondi europei

Tabella A7 – D6. Quali sono i principali canali attraverso i quali è venuto a conoscenza dei Fondi europei? (risposta multipla)

| | N | % |
|---------------------------------------|------------|----------|
| Televisione | 340 | 48.5% |
| Stampa | 216 | 30.8% |
| Sito web della Regione Emilia-Romagna | 163 | 23.3% |
| Passaparola | 162 | 23.1% |
| Facebook | 126 | 18.0% |
| Radio | 104 | 14.8% |
| Altri siti web | 73 | 10.4% |
| Sportelli sul territorio | 63 | 9.0% |
| Materiali promozionali | 58 | 8.3% |
| Instagram | 47 | 6.7% |
| Mail | 25 | 3.6% |
| YouTube | 23 | 3.3% |
| Twitter | 22 | 3.1% |
| Mezzi Pubblici | 22 | 3.1% |
| Newsletter | 21 | 3.0% |
| Cartellonistica/Affissioni | 21 | 3.0% |
| Linkedin | 18 | 2.6% |
| TOTALE | 701 | 1 |

Nota: un intervistato non indica nemmeno un canale

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A8 –D7. Rispetto alle informazioni ricevute, come valuta livello di chiarezza e di trasparenza?

| | Molto positivo | | Abbastanza positivo | | Abbastanza negativo | | Molto negativo | | Non Sa/Non risponde | | Totale | |
|---|----------------|-------------|---------------------|--------------|---------------------|-------------|----------------|-------------|---------------------|--------------|------------|---------------|
| | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Televisione | 30 | 8.8% | 214 | 62.9% | 34 | 10.0% | 8 | 2.4% | 54 | 15.9% | 340 | 100.0% |
| Stampa | 16 | 7.4% | 135 | 62.5% | 25 | 11.6% | 5 | 2.3% | 35 | 16.2% | 216 | 100.0% |
| Sito web della Regione Emilia-Romagna | 18 | 11.0% | 108 | 66.3% | 14 | 8.6% | 3 | 1.8% | 20 | 12.3% | 163 | 100.0% |
| Passaparola (colleghi, amici, familiari, conoscenti) | 12 | 7.4% | 103 | 63.6% | 18 | 11.1% | 4 | 2.5% | 25 | 15.4% | 162 | 100.0% |
| Facebook | 7 | 5.6% | 80 | 63.5% | 9 | 7.1% | 7 | 5.6% | 23 | 18.3% | 126 | 100.0% |
| Radio | 8 | 7.7% | 64 | 61.5% | 12 | 11.5% | 5 | 4.8% | 15 | 14.4% | 104 | 100.0% |
| Altri siti web | 2 | 2.7% | 49 | 67.1% | 9 | 12.3% | 1 | 1.4% | 12 | 16.4% | 73 | 100.0% |
| Sportelli sul territorio | 5 | 7.9% | 43 | 68.3% | 3 | 4.8% | 3 | 4.8% | 9 | 14.3% | 63 | 100.0% |
| Materiali promozionali (volantini, brochure, ecc.) | 5 | 8.6% | 36 | 62.1% | 8 | 13.8% | 1 | 1.7% | 8 | 13.8% | 58 | 100.0% |
| Instagram | 3 | 6.4% | 32 | 68.1% | 3 | 6.4% | 0 | 0.0% | 9 | 19.1% | 47 | 100.0% |
| Mail | 5 | 20.0% | 15 | 60.0% | 0 | 0.0% | 2 | 8.0% | 3 | 12.0% | 25 | 100.0% |
| YouTube | 0 | 0.0% | 16 | 69.6% | 7 | 30.4% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 23 | 100.0% |
| Twitter | 3 | 13.6% | 13 | 59.1% | 3 | 13.6% | 0 | 0.0% | 3 | 13.6% | 22 | 100.0% |
| Mezzi pubblici | 4 | 18.2% | 12 | 54.5% | 6 | 27.3% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 22 | 100.0% |
| Newsletter | 5 | 23.8% | 16 | 76.2% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 21 | 100.0% |
| Cartellonistica/Affissioni (manifesti, locandine, ecc.) | 5 | 23.8% | 15 | 71.4% | 0 | 0.0% | 1 | 4.8% | 0 | 0.0% | 21 | 100.0% |
| Linkedin | 4 | 22.2% | 10 | 55.6% | 1 | 5.6% | 0 | 0.0% | 3 | 16.7% | 18 | 100.0% |
| TOTALE | 56 | 8.0% | 452 | 64.5% | 69 | 9.8% | 17 | 2.4% | 107 | 15.3% | 701 | 100.0% |

Nota: un intervistato non indica nemmeno un canale

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Sezione C - Conoscenza del Por Fesr

Tabella A9 – D8. Sapeva che grazie al Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) la Regione Emilia-Romagna ha avuto finanziamenti per realizzare interventi finalizzati alla crescita economica e sociale dei territori?

| | | Sì | | No | | Non sa/Non risponde | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|---------------------|-------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 237 | 48.7% | 225 | 46.2% | 25 | 5.1% | 487 | 100.0% |
| | Femmina | 211 | 41.1% | 250 | 48.7% | 52 | 10.1% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 94 | 44.3% | 98 | 46.2% | 20 | 9.4% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 154 | 40.7% | 188 | 49.7% | 36 | 9.5% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 131 | 50.8% | 114 | 44.2% | 13 | 5.0% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 69 | 45.4% | 75 | 49.3% | 8 | 5.3% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 117 | 47.4% | 111 | 44.9% | 19 | 7.7% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 249 | 49.9% | 216 | 43.3% | 34 | 6.8% | 499 | 100.0% |
| | Titolo universitario | 82 | 32.3% | 148 | 58.3% | 24 | 9.4% | 254 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 307 | 42.8% | 358 | 49.9% | 52 | 7.3% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 31 | 41.9% | 32 | 43.2% | 11 | 14.9% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 110 | 52.6% | 85 | 40.7% | 14 | 6.7% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 109 | 47.4% | 107 | 46.5% | 14 | 6.1% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 27 | 34.6% | 42 | 53.8% | 9 | 11.5% | 78 | 100.0% |
| | Forlì-Cesena | 44 | 50.0% | 38 | 43.2% | 6 | 6.8% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 63 | 40.4% | 85 | 54.5% | 8 | 5.1% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 42 | 42.0% | 52 | 52.0% | 6 | 6.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 22 | 33.8% | 33 | 50.8% | 10 | 15.4% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 48 | 56.5% | 32 | 37.6% | 5 | 5.9% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 55 | 47.0% | 47 | 40.2% | 15 | 12.8% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 38 | 46.9% | 39 | 48.1% | 4 | 4.9% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 448 | 44.8% | 475 | 47.5% | 77 | 7.7% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A10 – D9. È a conoscenza di iniziative realizzate grazie al Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) relativamente a (una risposta per riga)?

| | V.a. | % |
|--|------------|------------|
| Valorizzazione delle risorse artistiche, culturali, ambientali | 340 | 78.2 |
| Ricerca e Innovazione | 280 | 64.4 |
| Città attrattive e partecipate | 253 | 58.2 |
| Competitività ed attrattività del sistema produttivo | 238 | 54.7 |
| Sviluppo dell'Ict e attuazione dell'Agenda digitale | 202 | 46.4 |
| Promozione della low carbon economy nei territori e nel sistema produttivo | 153 | 35.2 |
| TOTALE | 448 | 100 |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A11 - D10. Sa se l'impresa o l'ente in cui lavora (se occupato) o quella in cui lavora un suo familiare ha usufruito di attività finanziate dal Programma operativo regionale del Fondo europeo di sviluppo regionale (Por Fesr)?

| | | Sì | | No | | Non sa/Non risponde | | Totale | |
|----------------------------------|--------------------------------|-----------|--------------|------------|--------------|---------------------|--------------|------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 42 | 17.7% | 140 | 59.1% | 55 | 23.2% | 237 | 100.0% |
| | Femmina | 40 | 19.0% | 101 | 47.9% | 70 | 33.2% | 211 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 14 | 14.9% | 56 | 59.6% | 24 | 25.5% | 94 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 35 | 22.7% | 80 | 51.9% | 39 | 25.3% | 154 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 22 | 16.8% | 78 | 59.5% | 31 | 23.7% | 131 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 11 | 15.9% | 27 | 39.1% | 31 | 44.9% | 69 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 18 | 15.4% | 53 | 45.3% | 46 | 39.3% | 117 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 40 | 16.1% | 150 | 60.2% | 59 | 23.7% | 249 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 24 | 29.3% | 38 | 46.3% | 20 | 24.4% | 82 | 100.0% |
| Condizion e occupazi onale | Occupato | 64 | 20.8% | 177 | 57.7% | 66 | 21.5% | 307 | 100.0% |
| | Disoccupato | 6 | 19.4% | 10 | 32.3% | 15 | 48.4% | 31 | 100.0% |
| | Inattivo | 12 | 10.9% | 54 | 49.1% | 44 | 40.0% | 110 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 18 | 16.5% | 65 | 59.6% | 26 | 23.9% | 109 | 100.0% |
| | Ferrara | 4 | 14.8% | 15 | 55.6% | 8 | 29.6% | 27 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 12 | 27.3% | 21 | 47.7% | 11 | 25.0% | 44 | 100.0% |
| | Modena | 9 | 14.3% | 36 | 57.1% | 18 | 28.6% | 63 | 100.0% |
| | Parma | 6 | 14.3% | 24 | 57.1% | 12 | 28.6% | 42 | 100.0% |
| | Piacenza | 6 | 27.3% | 8 | 36.4% | 8 | 36.4% | 22 | 100.0% |
| | Ravenna | 8 | 16.7% | 25 | 52.1% | 15 | 31.3% | 48 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 11 | 20.0% | 29 | 52.7% | 15 | 27.3% | 55 | 100.0% |
| | Rimini | 8 | 21.1% | 18 | 47.4% | 12 | 31.6% | 38 | 100.0% |
| TOTALE | | 82 | 18.3% | 241 | 53.8% | 125 | 27.9% | 448 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A12 - D11. In caso affermativo, l'impresa/ente a quale sistema appartiene?

| | | Sistema della ricerca | | Sistema delle imprese | | Sistema istituzionale | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|---------------|--------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 11 | 26.2% | 24 | 57.1% | 7 | 16.7% | 42 | 100.0% |
| | Femmina | 5 | 12.5% | 9 | 22.5% | 26 | 65.0% | 40 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 1 | 7.1% | 10 | 71.4% | 3 | 21.4% | 14 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 12 | 34.3% | 17 | 48.6% | 6 | 17.1% | 35 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 3 | 13.6% | 5 | 22.7% | 14 | 63.6% | 22 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 0 | 0.0% | 1 | 9.1% | 10 | 90.9% | 11 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 8 | 44.4% | 5 | 27.8% | 5 | 27.8% | 18 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 2 | 5.0% | 19 | 47.5% | 19 | 47.5% | 40 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 6 | 25.0% | 9 | 37.5% | 9 | 37.5% | 24 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 15 | 23.4% | 27 | 42.2% | 22 | 34.4% | 64 | 100.0% |
| | Disoccupato | 0 | 0.0% | 6 | 100.0% | 0 | 0.0% | 6 | 100.0% |
| | Inattivo | 1 | 8.3% | 0 | 0.0% | 11 | 91.7% | 12 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 4 | 22.2% | 4 | 22.2% | 10 | 55.6% | 18 | 100.0% |
| | Ferrara | 1 | 25.0% | 0 | 0.0% | 3 | 75.0% | 4 | 100.0% |
| | Forlì-Cesena | 3 | 25.0% | 6 | 50.0% | 3 | 25.0% | 12 | 100.0% |
| | Modena | 2 | 22.2% | 4 | 44.4% | 3 | 33.3% | 9 | 100.0% |
| | Parma | 0 | 0.0% | 5 | 83.3% | 1 | 16.7% | 6 | 100.0% |
| | Piacenza | 0 | 0.0% | 2 | 33.3% | 4 | 66.7% | 6 | 100.0% |
| | Ravenna | 2 | 25.0% | 4 | 50.0% | 2 | 25.0% | 8 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 4 | 36.4% | 3 | 27.3% | 4 | 36.4% | 11 | 100.0% |
| | Rimini | 0 | 0.0% | 5 | 62.5% | 3 | 37.5% | 8 | 100.0% |
| TOTALE | 16 | 19.5% | 33 | 40.2% | 33 | 40.2% | 82 | 100.0% | |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Sezione D - Conoscenza delle campagne informative

Tabella A13 - D12. Nel mese di marzo le è capitato di vedere/ascoltare informazioni e/o pubblicità sulle attività del Por Fesr, attraverso la campagna "L'Europa è QUI"?

| | | Sì, mi è capitato | | No, non mi è capitato | | Non sa/Non risponde | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|-------------------|-------------|-----------------------|--------------|---------------------|-------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 44 | 9.0% | 423 | 86.9% | 20 | 4.1% | 487 | 100.0% |
| | Femmina | 34 | 6.6% | 445 | 86.7% | 34 | 6.6% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 23 | 10.8% | 176 | 83.0% | 13 | 6.1% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 32 | 8.5% | 325 | 86.0% | 21 | 5.6% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 12 | 4.7% | 237 | 91.9% | 9 | 3.5% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 11 | 7.2% | 130 | 85.5% | 11 | 7.2% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 13 | 5.3% | 209 | 84.6% | 25 | 10.1% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 46 | 9.2% | 434 | 87.0% | 19 | 3.8% | 499 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 19 | 7.5% | 225 | 88.6% | 10 | 3.9% | 254 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 61 | 8.5% | 621 | 86.6% | 35 | 4.9% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 6 | 8.1% | 58 | 78.4% | 10 | 13.5% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 11 | 5.3% | 189 | 90.4% | 9 | 4.3% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 18 | 7.8% | 204 | 88.7% | 8 | 3.5% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 5 | 6.4% | 66 | 84.6% | 7 | 9.0% | 78 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 11 | 12.5% | 74 | 84.1% | 3 | 3.4% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 13 | 8.3% | 135 | 86.5% | 8 | 5.1% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 7 | 7.0% | 88 | 88.0% | 5 | 5.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 4 | 6.2% | 57 | 87.7% | 4 | 6.2% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 5 | 5.9% | 74 | 87.1% | 6 | 7.1% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 10 | 8.5% | 100 | 85.5% | 7 | 6.0% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 5 | 6.2% | 70 | 86.4% | 6 | 7.4% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 78 | 7.8% | 868 | 86.8% | 54 | 5.4% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A14 - D13. Se ha risposto affermativamente, attraverso quale canale è venuto a conoscenza della campagna?

| | V.a. | % |
|---------------------------------|-----------|-------------|
| Facebook | 35 | 46.1% |
| Sito web Regione Emilia-Romagna | 34 | 44.7% |
| Sito Web L'Europa è QUI | 20 | 26.3% |
| Instagram | 20 | 26.3% |
| YouTube | 12 | 15.8% |
| Twitter | 9 | 11.8% |
| Linkedin | 9 | 11.8% |
| TOTALE | 78 | 100% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A15 – D14. La campagna ha l'obiettivo di testimoniare ciò che è stato realizzato in Emilia-Romagna grazie al contributo dell'Europa. Trova efficace/utile raccontare, attraverso la voce dei beneficiari dei Fondi, i progetti concreti che sono stato realizzati sul territorio regionale?

| | | Molto importante | | Importante | | Abbastanza importante | | Non molto importante | | Non importante | | Non sa/Non risponde | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------|--------------|------------|--------------|-----------------------|--------------|----------------------|-------------|----------------|-------------|---------------------|-------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 154 | 31.6% | 157 | 32.2% | 139 | 28.5% | 5 | 1.0% | 8 | 1.6% | 24 | 4.9% | 487 | 100.0% |
| | Femmina | 159 | 31.0% | 169 | 32.9% | 125 | 24.4% | 7 | 1.4% | 12 | 2.3% | 41 | 8.0% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 48 | 22.6% | 73 | 34.4% | 71 | 33.5% | 3 | 1.4% | 6 | 2.8% | 11 | 5.2% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 118 | 31.2% | 122 | 32.3% | 108 | 28.6% | 1 | .3% | 4 | 1.1% | 25 | 6.6% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 96 | 37.2% | 75 | 29.1% | 52 | 20.2% | 8 | 3.1% | 9 | 3.5% | 18 | 7.0% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 51 | 33.6% | 56 | 36.8% | 33 | 21.7% | 0 | 0.0% | 1 | .7% | 11 | 7.2% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 59 | 23.9% | 71 | 28.7% | 64 | 25.9% | 6 | 2.4% | 11 | 4.5% | 36 | 14.6% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 180 | 36.1% | 168 | 33.7% | 129 | 25.9% | 4 | .8% | 4 | .8% | 14 | 2.8% | 499 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 74 | 29.1% | 87 | 34.3% | 71 | 28.0% | 2 | .8% | 5 | 2.0% | 15 | 5.9% | 254 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 220 | 30.7% | 223 | 31.1% | 201 | 28.0% | 12 | 1.7% | 15 | 2.1% | 46 | 6.4% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 21 | 28.4% | 19 | 25.7% | 21 | 28.4% | 0 | 0.0% | 4 | 5.4% | 9 | 12.2% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 72 | 34.4% | 84 | 40.2% | 42 | 20.1% | 0 | 0.0% | 1 | .5% | 10 | 4.8% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 87 | 37.8% | 72 | 31.3% | 54 | 23.5% | 2 | .9% | 5 | 2.2% | 10 | 4.3% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 19 | 24.4% | 20 | 25.6% | 26 | 33.3% | 1 | 1.3% | 5 | 6.4% | 7 | 9.0% | 78 | 100.0% |
| | Forlì-Cesena | 29 | 33.0% | 32 | 36.4% | 16 | 18.2% | 2 | 2.3% | 1 | 1.1% | 8 | 9.1% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 45 | 28.8% | 60 | 38.5% | 41 | 26.3% | 2 | 1.3% | 1 | .6% | 7 | 4.5% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 23 | 23.0% | 40 | 40.0% | 27 | 27.0% | 1 | 1.0% | 2 | 2.0% | 7 | 7.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 23 | 35.4% | 15 | 23.1% | 18 | 27.7% | 1 | 1.5% | 1 | 1.5% | 7 | 10.8% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 36 | 42.4% | 22 | 25.9% | 20 | 23.5% | 0 | 0.0% | 3 | 3.5% | 4 | 4.7% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 30 | 25.6% | 41 | 35.0% | 35 | 29.9% | 0 | 0.0% | 1 | .9% | 10 | 8.5% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 21 | 25.9% | 24 | 29.6% | 27 | 33.3% | 3 | 3.7% | 1 | 1.2% | 5 | 6.2% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 313 | 31.3% | 326 | 32.6% | 264 | 26.4% | 12 | 1.2% | 20 | 2.0% | 65 | 6.5% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Sezione E - Conoscenza e fruizione dei canali di comunicazione della Regione Emilia-Romagna

Tabella A16 - D15. Conosce i seguenti canali di comunicazione istituzionale?

| | V.A. | % |
|--|------------|-------------|
| Sito web della Regione Emilia-Romagna | 744 | 92.8% |
| Pagina Facebook della Regione Emilia-Romagna | 565 | 70.4% |
| Pagina LinkedIn della Regione Emilia-Romagna | 168 | 20.9% |
| Canale YouTube | 184 | 22.9% |
| Account Twitter | 182 | 22.7% |
| Profilo Instagram | 224 | 27.9% |
| TOTALE | 802 | 100% |

Nota: 198 intervistati non indicano nemmeno un canale

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A17- D16. Nel corso dell'ultimo anno con che frequenza le è capitato di visitare il sito web della Regione Emilia-Romagna?

| | | Almeno una volta a settimana | | Almeno una volta al mese | | Ogni 6 mesi | | Mai | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|--------------------------|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 29 | 6.0% | 128 | 26.3% | 210 | 43.1% | 120 | 24.6% | 487 | 100.0% |
| | Femmina | 32 | 6.2% | 148 | 28.8% | 198 | 38.6% | 135 | 26.3% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 19 | 9.0% | 64 | 30.2% | 85 | 40.1% | 44 | 20.8% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 26 | 6.9% | 107 | 28.3% | 154 | 40.7% | 91 | 24.1% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 12 | 4.7% | 59 | 22.9% | 107 | 41.5% | 80 | 31.0% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 4 | 2.6% | 46 | 30.3% | 62 | 40.8% | 40 | 26.3% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 9 | 3.6% | 59 | 23.9% | 90 | 36.4% | 89 | 36.0% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 31 | 6.2% | 129 | 25.9% | 235 | 47.1% | 104 | 20.8% | 499 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 21 | 8.3% | 88 | 34.6% | 83 | 32.7% | 62 | 24.4% | 254 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 47 | 6.6% | 204 | 28.5% | 284 | 39.6% | 182 | 25.4% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 7 | 9.5% | 20 | 27.0% | 30 | 40.5% | 17 | 23.0% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 7 | 3.3% | 52 | 24.9% | 94 | 45.0% | 56 | 26.8% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 15 | 6.5% | 71 | 30.9% | 88 | 38.3% | 56 | 24.3% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 4 | 5.1% | 13 | 16.7% | 33 | 42.3% | 28 | 35.9% | 78 | 100.0% |
| | Forli-Cesena | 6 | 6.8% | 21 | 23.9% | 45 | 51.1% | 16 | 18.2% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 8 | 5.1% | 48 | 30.8% | 65 | 41.7% | 35 | 22.4% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 5 | 5.0% | 23 | 23.0% | 43 | 43.0% | 29 | 29.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 3 | 4.6% | 20 | 30.8% | 20 | 30.8% | 22 | 33.8% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 3 | 3.5% | 26 | 30.6% | 32 | 37.6% | 24 | 28.2% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 14 | 12.0% | 30 | 25.6% | 47 | 40.2% | 26 | 22.2% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 3 | 3.7% | 24 | 29.6% | 35 | 43.2% | 19 | 23.5% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 61 | 6.1% | 276 | 27.6% | 408 | 40.8% | 255 | 25.5% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma

Tabella A18 - D17. Nel corso dell'ultimo anno con che frequenza ha visitato/fruito dei contenuti dei canali social della Regione Emilia-Romagna?

| | | Almeno una volta a settimana | | Almeno una volta al mese | | Ogni 6 mesi | | Mai | | Totale | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|--------------------------|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|-------------|---------------|
| | | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % | V.a. | % |
| Sesso | Maschio | 38 | 7.8% | 116 | 23.8% | 180 | 37.0% | 153 | 31.4% | 487 | 100.0% |
| | Femmina | 29 | 5.7% | 121 | 23.6% | 185 | 36.1% | 178 | 34.7% | 513 | 100.0% |
| Fascia di età | Under 35 | 19 | 9.0% | 53 | 25.0% | 74 | 34.9% | 66 | 31.1% | 212 | 100.0% |
| | 35-54 anni | 32 | 8.5% | 91 | 24.1% | 135 | 35.7% | 120 | 31.7% | 378 | 100.0% |
| | 55-64 anni | 10 | 3.9% | 59 | 22.9% | 96 | 37.2% | 93 | 36.0% | 258 | 100.0% |
| | 65 anni o più' | 6 | 3.9% | 34 | 22.4% | 60 | 39.5% | 52 | 34.2% | 152 | 100.0% |
| Livello di istruzione | Fino a qualifica professionale | 9 | 3.6% | 51 | 20.6% | 73 | 29.6% | 114 | 46.2% | 247 | 100.0% |
| | Diploma di SMS | 40 | 8.0% | 116 | 23.2% | 211 | 42.3% | 132 | 26.5% | 499 | 100.0% |
| | Titolo unirsitario | 18 | 7.1% | 70 | 27.6% | 81 | 31.9% | 85 | 33.5% | 254 | 100.0% |
| Condizione occupazionale | Occupato | 55 | 7.7% | 166 | 23.2% | 258 | 36.0% | 238 | 33.2% | 717 | 100.0% |
| | Disoccupato | 7 | 9.5% | 17 | 23.0% | 24 | 32.4% | 26 | 35.1% | 74 | 100.0% |
| | Inattivo | 5 | 2.4% | 54 | 25.8% | 83 | 39.7% | 67 | 32.1% | 209 | 100.0% |
| Provincia | Bologna | 15 | 6.5% | 56 | 24.3% | 83 | 36.1% | 76 | 33.0% | 230 | 100.0% |
| | Ferrara | 5 | 6.4% | 10 | 12.8% | 28 | 35.9% | 35 | 44.9% | 78 | 100.0% |
| | Forlì-Cesena | 9 | 10.2% | 21 | 23.9% | 36 | 40.9% | 22 | 25.0% | 88 | 100.0% |
| | Modena | 7 | 4.5% | 43 | 27.6% | 53 | 34.0% | 53 | 34.0% | 156 | 100.0% |
| | Parma | 5 | 5.0% | 18 | 18.0% | 42 | 42.0% | 35 | 35.0% | 100 | 100.0% |
| | Piacenza | 5 | 7.7% | 16 | 24.6% | 19 | 29.2% | 25 | 38.5% | 65 | 100.0% |
| | Ravenna | 4 | 4.7% | 21 | 24.7% | 37 | 43.5% | 23 | 27.1% | 85 | 100.0% |
| | Reggio nell'Emilia | 13 | 11.1% | 31 | 26.5% | 34 | 29.1% | 39 | 33.3% | 117 | 100.0% |
| | Rimini | 4 | 4.9% | 21 | 25.9% | 33 | 40.7% | 23 | 28.4% | 81 | 100.0% |
| TOTALE | | 67 | 6.7% | 237 | 23.7% | 365 | 36.5% | 331 | 33.1% | 1000 | 100.0% |

Fonte: Indagine IRS-Nomisma