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

Rapporto Tematico:

Strategia di Comunicazione del POR FESR

Maggio 2020

Committente: Regione Emilia-Romagna

Indice

1 Finalità e Metodologia 3
2 La valutazione della Strategia di comunicazione 5
2.1 La struttura e i contenuti 6
2.2 L'organizzazione e la gestione 11
2.3 Le azioni di monitoraggio e di valutazione previste 12
2.4 Sintesi degli elementi della Strategia di Comunicazione 13
3 La valutazione delle azioni di comunicazione 14
3.1 Le attività obbligatorie 14
3.1.1 Evento di lancio 14
3.1.2 Attività informative annuali: le Campagne 15
3.1.3 Emblema dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione 18
3.1.4 Elenco delle operazioni 18
3.2 Materiale informativo e promozionale 18
3.3 La comunicazione digitale 19
3.4 La comunicazione diretta 22
3.5 Le comunicazioni sui media 24
3.6 Gli eventi 25
3.7 Sintesi delle azioni di comunicazione FESR 27
4 "*Qui le idee diventano realtà*", focus sulla campagna 2019 29
5 Considerazioni conclusive 33

1 Finalità e Metodologia

Il tema dell'informazione e della comunicazione ha assunto un ruolo centrale nella Programmazione 2014-2020 sia per ciò che riguarda la promozione delle opportunità offerte dal Programma ai potenziali beneficiari (con attenzione a garantire la trasparenza del sostegno fornito dai Fondi e a sostenere la piena l'accessibilità), sia per ciò che concerne la pubblicizzazione presso i cittadini dell'Unione in merito al ruolo e alle realizzazioni della politica di coesione e dei Fondi. Obiettivo di questa accresciuta attenzione alla dimensione comunicativa è quello di aumentare la consapevolezza nella società delle opportunità di crescita offerte dall'Unione Europea sia dal punto di vista della valorizzazione del capitale umano, sia dal punto di vista delle infrastrutture e dei servizi territoriali.

Il rapporto tematico sulla Strategia di comunicazione del FESR è realizzato nell'ambito del Servizio di valutazione del POR FESR Emilia Romagna 2014-2020 ed è finalizzato ad indagare l'azione messa in campo dall'Amministrazione regionale e, in particolare, dalla Autorità di Gestione (AdG) FESR che si è dotata di una Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 27 luglio 2015, affidandone la responsabilità ed il coordinamento dell'attuazione alla posizione organizzativa "*Progettazione e coordinamento delle attività di comunicazione, documentazione gestione dei sistemi informativi*".

L'attività di valutazione, a partire da quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (artt. 115-117), intende, rispondere alle seguenti domande:

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 partener 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?*

Per rispondere alle domande valutative è stata, dunque, esaminata, in primis, **la progettazione della Strategia di Comunicazione** attraverso una **analisi desk** finalizzata a verificarne la struttura e i contenuti, con attenzione agli obiettivi e agli strumenti previsti, l'organizzazione, la gestione e le modalità previste di monitoraggio e di valutazione, con l'obiettivo di fornire feedback utili a sostenere l'Amministrazione nel processo di attuazione.

Successivamente la valutazione ha riguardato lo **stato di attuazione della Strategia di Comunicazione**, sia verificando la *realizzazione delle attività obbligatorie*, previste dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (ed in particolare da quanto previsto nel suo Allegato XII), sia esaminando le principali azioni di informazione e di comunicazione messe in campo per l'attuazione della Strategia di Comunicazione. Per questa parte di valutazione è stata realizzata **un'analisi desk della documentazione** fornita dalla struttura regionale e un'**analisi delle informazioni e della documentazione** presente, invece, **sul portale web** del FESR della Regione Emilia Romagna. L'attenzione valutativa ha riguardato, in particolare, il raggiungimento degli obiettivi rispetto ai diversi target group individuati dalla Strategia di Comunicazione e dai

Piani di comunicazione annuali.

Infine, un particolare approfondimento è stato dedicato ad una specifica azione di comunicazione, la ***Campagna 2019 "Qui le idee diventano realtà",*** di particolare rilievo tra le differenti tipologie di azione messe in campo, volto ad evidenziare i principali punti di forza ed eventuali punti di maggiore criticità, con attenzione agli elementi di innovazione e alle caratteristiche intrinseche dell'intervento, al fine di fornire spunti e riflessioni che possano sostenere l'Amministrazione nel perfezionamento dell'efficacia dell'azione di informazione e di comunicazione del POR FESR.

La scelta di questa specifica Campagna è stata determinata dal fatto che ha riguardato anche la programmazione del Fondo Sociale Europeo e, dunque, è parso interessante poter valutare un intervento di comunicazione integrato dal punto di vista dei finanziamenti.

Il disegno di valutazione prevedeva anche una survey alle imprese che avevano partecipato alla Campagna. Dato lo stato di emergenza sanitaria dovuta al COVID-19 e lo stato di lockdown che ha coinvolto anche le attività produttive, la Committenza ha ritenuto di non dare seguito a questa parte di indagine. Si è, dunque, proceduto ad una valutazione di secondo livello che potrà essere letta in maniera congiunta con la valutazione della medesima Campagna indirizzata alle risorse umane realizzata nell'ambito della valutazione della Strategia di Comunicazione del FSE.

2 La valutazione della Strategia di comunicazione

Il Regolamento UE n. 1303/2013 stabilisce i principi comuni, le norme e gli standard per l'attuazione dei Fondi SIE per il periodo di programmazione 2014-2020. In particolare l'Art. 116 del Regolamento affida allo Stato membro o alle Autorità di Gestione l'elaborazione di "*una strategia di comunicazione per ciascun Programma operativo",* anche prevedendo la possibilità *"di definire una strategia di comunicazione comune per diversi Programmi operativi",* che tenga conto *"dell'entità del Programma o dei Programmi operativi pertinenti conformemente al principio di proporzionalità".*

Nel rispetto di tali indicazioni, l'AdG FESR della Regione Emilia Romagna si è dotata di una Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 27 luglio 2015.

Sebbene il documento non si inserisca in una più ampia Strategia unitaria di comunicazione multifondo per i diversi Programmi operativi, si colloca però in un processo di coordinamento ed integrazione tra i Fondi SIE attivato con il Documento Strategico regionale (DSR)[1] e con la definizione di una struttura dedicata per il coordinamento della programmazione 2014-2020.

La Regione Emilia Romagna riconosce il valore strategico della comunicazione che ha una doppia finalità: da un lato, *"supportare pienamente gli obiettivi del Programma, attraverso azioni informative e comunicative indirizzate al numero più ampio di beneficiari potenziali e destinatari del Programma, garantendo un'informazione puntuale, diffusa e mirata delle opportunità"* e, dall'altro, *"contribuire a cambiare la relazione tra istituzioni e cittadinanza poiché le informazioni devono creare conoscenza, che a sua volta rende possibile la partecipazione, ottenendo quella necessaria vicinanza e collaborazione tra amministratori e amministrati (*Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 Emilia-Romagna pag.5).

In tale contesto più generale, dunque, la Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 individua due priorità trasversali che intende perseguire: da un lato promuovere la 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"*, dall'altro "*garantire trasparenza e accessibilità alle opportunità offerte e alle informazioni su come le risorse sono utilizzate"* (Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 Emilia-Romagna pag.12).

Al fine di verificare se la Strategia di Comunicazione adottata possieda le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità, il presente capitolo intende valutare:

- la **struttura** e i **contenuti** della Strategia di Comunicazione, al fine di appurare che rispondano a quanto richiesto dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013;
- l'**organizzazione** e la **gestione** della Strategia di Comunicazione, al fine di verificare che siano indicate le risorse disponibili per le attività di comunicazione e i referenti responsabili della realizzazione delle misure di informazione e comunicazione previste;
- le azioni di **monitoraggio** e di **valutazione**, al fine di accertare che siano stati previsti gli strumenti utili alla raccolta delle informazioni per realizzare un monitoraggio periodico e la valutazione delle azioni previste dalla Strategia.

[1] Il Documento Strategico regionale (DSR) definisce le priorità e la strategia della Regione Emilia-Romagna per il periodo 2014-2020.

2.1 La struttura e i contenuti

La struttura del documento ha una buona organizzazione ed articolazione che, a partire dalla descrizione del contesto di riferimento del ciclo di programmazione 2014-2020, evidenzia il processo di coordinamento e di integrazione tra i Fondi Sie attivato dall'Amministrazione regionale e illustra la struttura del POR FESR ed i suoi contenuti (Assi prioritari e i principali elementi e temi che compongono la strategia di sviluppo più inclusivo, dinamico, intelligente e più sostenibile).

Ben articolata anche la sezione relativa all'esperienza e ai risultati del precedente periodo di programmazione che costituisce il punto di partenza per definire la nuova Strategia, grazie all'analisi dei punti di maggiore forza e quelli di maggiore debolezza, che consentono così di prevedere, nel ciclo programmatorio 2014-2020, l'attivazione di azioni di consolidamento degli elementi di maggiore successo e di miglioramento di alcuni specifici ambiti.

Gli elementi che emergono costituiscono la chiara premessa per la definizione dell'approccio della Strategia di comunicazione, delle sue principali caratteristiche (integrata, partecipata, differenziata, inclusiva e attenta ai principi di pari opportunità) e delle priorità indentificate.

Il documento precisa, poi, in maniera puntale, gli obiettivi specifici, che sono da un lato, in una logica di condivisione con gli altri Fondi SIE in Emilia-Romagna, quello di "*aumentare la 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*" e, dall'altro, rispetto alle opportunità offerte nello specifico dal POR FESR 2014-2020, *migliorare l'assistenza per l'accesso ai beneficiari potenziali e migliorare l'assistenza ai beneficiari effettivi nell'implementazione dei progetti, così come, per quanto concerne la valorizzazione dei risultati, informare sui benefici ottenuti e sulle ricadute che le progettualità attivate hanno sul territorio regionale* anche attraverso la promozione di testimonianze dirette da parte dei beneficiari effettivi. Infine, sempre in relazione ai progetti, tra gli obiettivi vi è anche quello finalizzato a migliorare la trasparenza del sostegno rendendo disponibili, in formato aperto, dati ed informazioni sulle operazioni finanziate (cfr pag. 13 del documento). Per ciascuno dei 3 obiettivi sono stati individuati 3 indicatori di risultato con indicazione del gruppo target, della baseline e del valore target che si intende raggiungere al termine della programmazione, come da figura seguente:

Fig. 2.1 - Indicatori di risultato

Indicatori

Obiettivo	Indicatore	Valore di riferimento	Valore target al 2020
Livello generale **Politica regionale dell'UE**	Livello di consapevolezza dell'esistenza della politica in Emilia-Romagna	38% Valutazione 2014	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	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	51,3% Media nazionale da Indagine Doxa 2013
	Gruppo target: società regionale		

Fonte: *Strategia di comunicazione (pag. 14).*

Un elemento qualificante del documento è l'identificazione di alcuni **messaggi chiave** che caratterizzano la comunicazione del Programma, a partire dagli elementi di integrazione tra degli Assi del POR FESR quali la competitività, la sostenibilità e la società digitale e che indirizzano ancora più puntualmente le azioni di comunicazione individuate dalla Strategia. Rispetto ai destinatari la Strategia sulla base dei 3 obiettivi prioritari sopra descritti ha individuato 4 tipologie di destinatari:

Beneficiari potenziali:
tutte le categorie di soggetti che possono accedere alle opportunità previste.
A loro si garantiranno servizi di orientamento e informazioni chiare e dettagliate sugli interventi finanziabili e sulle modalità di accesso ai finanziamenti, nel rispetto dei principi di trasparenza e parità di trattamento.

Beneficiari effettivi:
tutte coloro che accedono alle opportunità previste.
A questo target sarà garantito un accesso immediato alle informazioni necessarie alla corretta gestione e attuazione degli interventi. Particolare attenzione sarà rivolta agli obblighi informativi e pubblicitari a loro carico, per i quali saranno predisposti e messi a loro disposizione strumenti adeguati.

- **Sistema della ricerca**: laboratori della Rete Alta Tecnologia, strutture di ricerca e università, enti e organismi di ricerca e loro consorzi, centri per l'innovazione, incubatori di impresa;
- **sistema delle imprese**: Pmi in forma singola o associata;
- **sistema istituzionale**: Regione Emilia-Romagna, Lepida, Apt, enti locali e loro società, soggetti pubblici, partenariati pubblico-privati, Camere di commercio e Unione regionale;
- **soggetti rilevanti per lo sviluppo economico e la gestione del territorio**: consorzi per l'internazionalizzazione, società finanziarie, società d'area, soggetti gestori di aree produttive, ESCo, Acer, aziende di trasporto pubblico locale.

Società regionale:
i cittadini e le cittadine dell'Emilia-Romagna saranno informati sulla politica europea di sviluppo regionale, sul Programma nelle sue varie fasi di attuazione, con azioni mirate per specifiche categorie

- opinione pubblica intesa in senso globale e segmentata per gruppi di età, livello di istruzione, utilizzo di canali e strumenti di comunicazione. Ci si concentrerà sul pubblico regionale, senza escludere iniziative a livello nazionale e europeo, attraverso la collaborazione con i membri delle reti di comunicazione (livello nazionale e livello europeo,);
- giovani, con particolare riferimento al mondo della scuola, dell'università e della formazione;
- donne, nel rispetto dei principi delle pari opportunità;
- persone con disabilità, che dovranno poter accedere alle informazioni disponibili;
- utenti finali dei progetti finanziati, che siano a conoscenza dei servizi resi disponibili, dei luoghi realizzati e riqualificati, finanziati nell'ambito della politica europea di sviluppo regionale.

Moltiplicatori di informazione:

Partenariato istituzionale, economico e sociale.
La Rete di comunicazione del POR FESR può garantire la diffusione di iniziative e servizi sul territorio, consente di realizzare attività di ascolto e di riscontro su esigenze e necessità dei destinatari, garantisce anche l'integrazione tra iniziative dei Fondi SIE. Nel partenariato sono inclusi i membri del CdS.

Sistema dei media, tradizionali e innovativi, sono canali fondamentali per la diffusione delle informazioni. Necessario stabilire un rapporto continuativo, basato su informazioni chiare, comprensibili e tempestive. La disponibilità di dati in formato aperto sarà un nuovo strumento che potrà migliorare la relazione con i media, che dovrà prevedere anche azioni formative, per mettere in grado i giornalisti di comprendere le politiche europee e le loro specifiche attuazioni.

Partner privilegiati per la diffusione delle informazioni e per la progettazione di azioni comuni sono le strutture informative europee e locali, quali:
Rete regionale Europe Direct; Rappresentanza della Commissione europea e del Parlamento europeo in Italia; Rete nazionale comunicatori FESR; Portale unico nazionale Open Coesione; Agenzia per la coesione territoriale; Ufficio regionale a Bruxelles; Rete dei centri di documentazione europea - CDE; Rete Enterprise Europe Network - EEN; Rete europea dei comunicatori dei Fondi strutturali - INFORM Rete regionale degli Uffici per le relazioni con il pubblico - URP; Rete regionale degli Sportelli Unici per le attività produttive - SUAP; Rete Alta Tecnologia dell'Emilia-Romagna; Agenzie regionali: ASTER, ERVET, APT.

La Strategia di Comunicazione ha poi individuato puntualmente ed in modo molto chiaro azioni di comunicazione, di tipo più tradizionale e più innovativo, declinate per le tipologie di destinatari e le modalità di realizzazione con alcune priorità, che dall'analisi del documento, appaiono rispondere efficacemente ai differenti target di destinatari (beneficiari potenziali, beneficiari diretti, società regionale e moltiplicatori di informazioni).

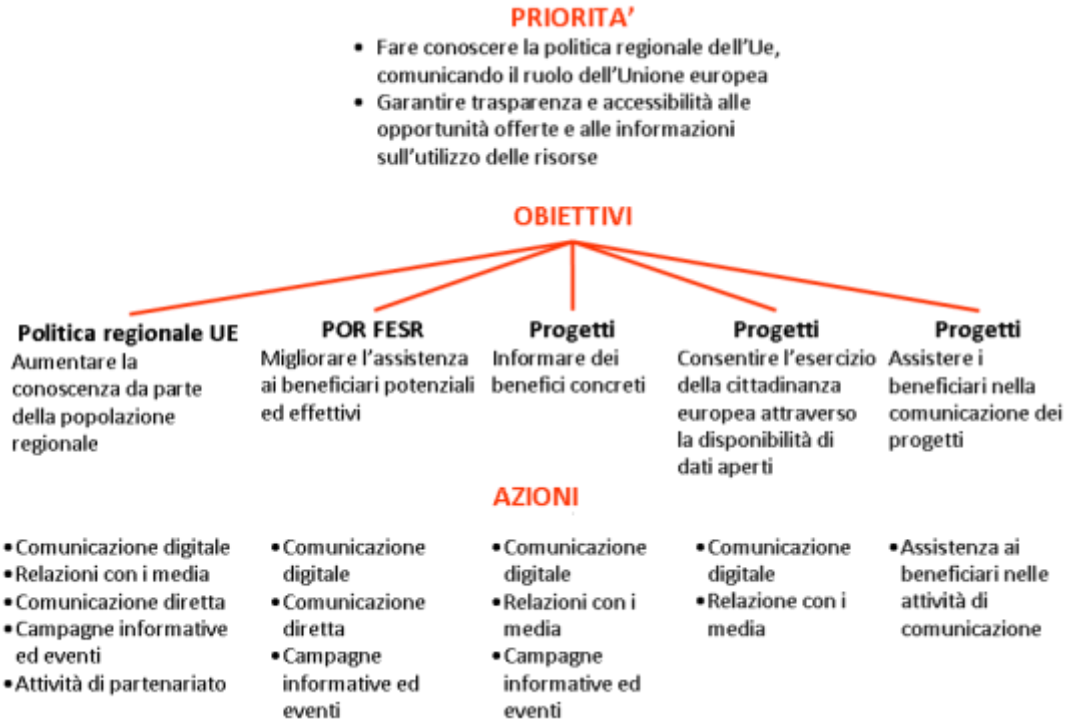
In particolare, sono **6 le azioni di comunicazione** ampiamente esposte e dettagliate anche attraverso una loro articolazione che individua gli strumenti (con una descrizione sintetica per ciascun strumento) e i relativi destinatari di riferimento:

- *Comunicazione digitale* (strumenti: portale FESR, Open Data, E-R Europamondo, E-R Imprese, E-R Energia, Siti della Rete di Comunicazione, Canale You Tube POR FESR, Social Network, Group ware, strumenti di partecipazione quali questionari, sondaggi, indagini, banner pubblicitari);
- *Relazione con i media*; (strumenti: conferenze stampa, comunicati stampa e relazione con i media anche con interventi di tipo formativo sulle politiche europee);
- *Comunicazione diretta* (strumenti: Sportelli Imprese e Sportelli territoriali, Rete Comunicazione POR FESR, Laboratorio urbano e laboratori aperti);
- *Campagne informative ed eventi* (strumenti: Campagna di lancio, annuali, rivolte ai giovani, manifestazioni e fiere, convegni, seminari, workshop, inserzioni, spot radio e tv, pubblicazioni);
- *Assistenza ai beneficiari* (strumenti: linee guida, Sportelli Imprese);
- *Attività di partenariato* (strumenti: Rete Comunicazione POR FESR, incontri formativi, reti nazionali ed europee).

Ciascuna azione fa riferimento a molteplici destinatari, ad eccezione di alcune azioni particolarmente mirate (come, ad esempio, il supporto ai beneficiari effettivi nell'attuazione degli interventi finanziati o la relazione con i media), evidenziando la forte potenzialità comunicativa che caratterizza ognuna di esse e ciascuno degli strumenti individuati per la loro realizzazione.

A rafforzare la chiarezza dell'articolazione dell'azione comunicativa che il documento prevede di mettere in campo, è lo schema di sintesi dei principali elementi della Strategia (priorità, obiettivi e azioni) presente a pag. 26 del documento e che riportiamo di seguito.

Fig. 2.2 – Schema di sintesi dei principali elementi della Strategia di Comunicazione FESR 2014-2020



Infine, il documento dettaglia ulteriormente gli interventi comunicativi che l'Amministrazione regionale intende mettere in campo, articolati adeguatamente per tipologia di destinatari, con l'individuazione degli strumenti e dei canali da utilizzare per la loro attuazione.

In particolare, per i **beneficiari potenziali** sono previste azioni di diffusione della strategia del Programma, degli obiettivi e delle opportunità offerte e azioni volte a garantire l'accessibilità alle informazioni.

Per i **beneficiari effettivi**, sono, invece, previste attività di assistenza nella realizzazione dei progetti e servizi di supporto che consentano il rispetto degli obblighi di comunicazione previsti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (responsabilità dei beneficiari).

La Strategia di Comunicazione del POR FESR prevede di attivare un'azione comunicativa che possa raggiungere la **Società Regionale** attraverso la diffusione di messaggi particolarmente chiari, rivolti ai cittadini, con un linguaggio che possa, dunque, 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 (ad esempio, si pensi ai documenti di Sintesi per il Cittadino). Per promuovere la conoscenza del fondo, inoltre, la Strategia prevedere di attivare 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).
Relativamente al tema dell'accessibilità, si prevede di fornire descrizioni di alcune progettualità esemplificative anche in lingua inglese e di rendere disponibile la documentazione prodotta in formati accessibili alle persone con disabilità, così come previsto dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013, come ad esempio pubblicazione di file pdf accessibili per la fruizione di *screen reader* o, laddove possibile, file stampabili contenenti la traduzione dei contenuti nel linguaggio Braille e la trascrizione o file con i sottotitoli per la fruizione di contenuti multimediali.

Infine, relativamente ai **Moltiplicatori di informazione** la Strategia di Comunicazione prevede, in particolare per il *Partenariato istituzionale, economico e sociale,* di creare ed attivare la Rete di Comunicazione FESR RER al fine di garantire la diffusione delle iniziative sul territorio regionale e raccogliere bisogni e necessità da parte dei destinatari per migliorare la comunicazione e fornire informazioni per la preparazione dei lavori del Comitato di Sorveglianza. Inoltre, il documento, prevede di attivare una relazione continuativa con i media al fine di assicurare una ampia diffusione delle informazioni sul POR FESR alla cittadinanza, affiancando interventi di formazione per i giornalisti volti ad aumentare la conoscenza dei fondi strutturali europei, migliorando, così la comunicazione pubblica.

Un ulteriore elemento della Strategia di Comunicazione che appare utile evidenziare, è la predisposizione di uno schema che illustra le fasi di comunicazione ed il loro grado di intensità nei differenti anni del periodo di programmazione, che appaiono coerenti con il complessivo processo di attuazione del Programma FESR.

La Strategia prevede anche la realizzazione di **Piani di comunicazione annuali**, strumenti richiesti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n.1303/2013, che rappresentano una opportunità di programmazione operativa di dettaglio volta a migliorare l'efficacia dell'azione di informazione e di comunicazione.

2.2 L'organizzazione e la gestione

Per l'attuazione della Strategia di Comunicazione l'AdG FESR ha affidato la responsabilità ed il coordinamento alla posizione organizzativa *Progettazione e coordinamento delle attività di comunicazione, documentazione e gestione dei sistemi informativi*, coadiuvata da due funzionari. Il documento prevede di integrare la struttura interna dell'AdG anche con competenze e servizi esterni che supportino il coordinamento ed il processo di attuazione della Strategia.

La struttura di comunicazione assicura il raccordo e l'integrazione con le strutture ed i servizi regionali che partecipano alla programmazione, gestione, controllo e valutazione dei Fondi europei, il coordinamento con le strutture regionali di comunicazione, la comunicazione interna verso i servizi di supporto all'AdG e la collaborazione con la **Rete di comunicazione del Por FESR**.

Quest'ultima, nata nel giugno del 2014, rientra tra le attività di coinvolgimento del partenariato, e si configura come elemento di particolare valore visto l'ampio numero di soggetti (oltre 50 rappresentanti) particolarmente qualificati in grado di garantire una qualificata collaborazione, mettendo a disposizione differenti competenze e l'integrazione degli interventi. La Rete si compone di rappresenti di: Europe Direct, Unioncamere e Camere di commercio, sistema enti locali, università, associazioni di categoria, uffici regionali responsabili della comunicazione dei Fondi SIE, agenzie regionali. La Rete è stata impegnata nella co-progettazione e nella definizione della Strategia di Comunicazione.

Per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 della Regione Emilia Romagna, l'Autorità di Gestione ha previsto un budget di 1.450.00 €, pari allo 0,3% dell'intero budget di Programma. Nel documento è stato previsto un riparto delle risorse per le annualità, con una previsione di quote maggiori (pari al 17%-18%) per le annualità 2018-2019-2020 in cui si prevede un aumento delle azioni di informazione e di comunicazione, coerentemente, a nostro giudizio, con l'intensificazione delle azioni di comunicazione finalizzate alla diffusione dei risultati ottenuti.

2.3 Le azioni di monitoraggio e di valutazione previste

L'ultima sezione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 è dedicata all'attività di monitoraggio e di valutazione della Strategia e delle sue azioni.

L'attività di verifica periodica dell'andamento delle azioni di informazione e di comunicazione risulta essere indispensabile sia per programmare eventuali interventi migliorativi, sia per sostenere l'analisi valutativa dell'efficacia complessiva della Strategia di Comunicazione. Il documento prevede di realizzare un monitoraggio periodico dei Piani di comunicazione annuali, anche per sostenere il processo informativo nei confronti del Comitato di Sorveglianza e per la realizzazione dei Rapporti annuali di esecuzione (RAE).

Il documento ha individuato una serie di indicatori di realizzazione finalizzati, dunque, a monitorare il processo di attuazione delle azioni di informazione e di comunicazione nel periodo di programmazione 2014-2020. Sono stati identificati indicatori per ciascuna delle 6 azioni di comunicazione individuate dalla Strategia (la comunicazione digitale, le relazioni con i media, la comunicazione diretta, le campagne informative, l'assistenza ai beneficiari su responsabilità di comunicazione, l'attività di partenariato).

Com'è possibile evidenziare dalla tabella successiva, non è stato identificato a monte un target annuo da raggiungere, ma il valore atteso al 2022. Si tratta di una scelta opportuna, meno vincolante dello stabilire un valore annuale, che tiene conto delle diverse fasi di comunicazione all'interno del periodo di programmazione, come evidenziato in una apposita sezione della Strategia di Comunicazione (si veda pag. 29 del documento), e della possibilità di apportare eventuali azioni di miglioramento laddove le attività di monitoraggio periodico lo suggerissero.

I valori attesi al 2022 appaiono adeguati ai differenti indicatori individuati per ciascuna delle 6 azioni di comunicazione previste (per visionare i valori raggiunti al 2019 si rimanda al paragrafo 3.7 del presente report).

Tabella 2.1 – Indicatori di realizzazione

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

Oltre agli indicatori individuati, per sostenere le attività di valutazione della Strategia e dei Piani annuali di comunicazione, il documento prevede anche la realizzazione di indagini specifiche su

alcune delle azioni di informazione e di comunicazione previste che vedranno la realizzazione di approfondimenti attraverso focus group, sondaggi e questionari.

Come evidenziato nel paragrafo 2.1 il documento ha individuato per ciascuno dei 3 obiettivi della Strategia di comunicazione 3 indicatori di risultato (si veda Figura 2.1) con indicazione del gruppo target, della baseline e del valore target che si intende raggiungere al termine della programmazione. In particolare, attraverso questi indicatori si intende misurare il livello di consapevolezza dell'esistenza della politica regionale dell'UE in Emilia Romagna (gruppo target: società regionale), il livello di soddisfazione rispetto alle informazioni e ai servizi forniti (gruppo target: beneficiari potenziali e beneficiari effettivi), il livello di conoscenza dei progetti finanziati in Emilia-Romagna. I dati saranno acquisiti con indagini ad hoc o da indagini nazionali, ma che presentano dati specifici sulle singole regioni.

2.4 Sintesi degli elementi della Strategia di Comunicazione

Nella tabella 2.3 si evidenzia come la Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 Emilia-Romagna risponda pienamente a quanto previsto dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013. Il documento, infatti, descrive in maniera chiara e articolata, a partire da una descrizione dei risultati raggiunti nel precedente periodo di programmazione, l'approccio adottato, individua in modo puntuale i destinatari e specifica dettagliatamente per ciascun target group le azioni e gli strumenti che saranno messi in campo per la sua attuazione.

La Strategia esplicita, inoltre, i materiali che saranno resi disponibili per le persone con disabilità e specifica il budget a disposizione per l'attuazione delle attività di informazione e di comunicazione, anche con una ripartizione annuale per il periodo di programmazione, e definisce chiaramente la struttura organizzativa e di *governance*.

Infine, il documento descrive le attività di monitoraggio da realizzare e di valutazione dei risultati e prevede la realizzazione di Piani di comunicazione annuali volti a sostenere una puntuale programmazione operativa delle azioni di informazione e di comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

Tabella 2.3 – Indicatori di realizzazione - 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.	✓	

3 La valutazione delle azioni di comunicazione

A quasi 5 anni dall'approvazione in Comitato di Sorveglianza della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2015, ci sembra utile, come previsto del resto dal documento stesso, analizzare il processo di attuazione delle azioni di informazione e di comunicazione al fine di fornire utili feedback per sostenere l'Amministrazione regionale nel miglioramento dei risultati e della efficacia della comunicazione.

In questo capitolo è, pertanto, analizzato il processo di attuazione della Strategia con attenzione agli strumenti utilizzati e ai prodotti realizzati, descrivendo quanto finora conseguito rispetto agli indicatori di realizzazione e di risultato.

Per l'analisi valutativa le principali fonti che hanno permesso di ricostruire il quadro complessivo di attuazione sono state:

- la Strategia di Comunicazione;
- i Piani Annuali di Comunicazione (2015, 2016, 2017,2018, 2019);
- i documenti di Attuazione della Strategia di Comunicazione (luglio 2015-giugno 2017; luglio 2017- maggio 2018; giugno 2018-maggio 2019);
- i documenti presentati al Comitato di Sorveglianza;
- Sintesi per il cittadino della Relazione annuale di attuazione 2018;
- Sito web POR FESR Regione Emilia-Romagna (https://fesr.regione.emilia-romagna.it);
- altro materiale fornito dall'Amministrazione regionale (report sulle indagini realizzate, esiti e report sulle campagne realizzate, lista degli eventi, statistiche degli accessi al portale POR FESR ecc.).

Nei paragrafi seguenti si presenta quanto realizzato per tipologie di attività, verificando in primis, le attività obbligatorie, previste dall'art. 2.1. Responsabilità dello Stato membro e dell'autorità di gestione dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013

3.1 Le attività obbligatorie

3.1.1 Evento di lancio

Tra le responsabilità dello Stato membro e dell'Autorità di Gestione una delle prime azioni obbligatorie previste dall'art. 2.1. dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 è *"l'organizzazione di una attività informativa che pubblicizzi l'avvio del Programma operativo o dei Programmi operativi*".

"*Research to business - R2B*" (4-5 giugno 2015) è stato l'evento di lancio dei Fondi europei della Regione Emilia-Romagna - Por FESR 2014-2020: il Focus della decima edizione del *Salone Internazionale della Ricerca Industriale e dell'Innovazione* è stato posto sulle crescenti opportunità offerte dai finanziamenti europei e sulla necessità di integrare le iniziative nazionale ed europee per sostenere la crescita e l'innovazione. Numerosi i convegni/workshop su alcuni dei temi particolarmente rilevanti del POR FESR quali Ricerca, Innovazione, Agenda Urbana e Agenza Digitale.

L'edizione 2015 di R2B, come evidenziato dal comunicato stampa, "*ha presentato al pubblico di oltre 5780 visitatori tra imprese e pubbliche amministrazioni, le innovazioni e i progetti di ricerca di*

40 startup e 50 laboratori,100 workshop e convegni gratuiti e oltre 200 prodotti e soluzioni per il mondo delle imprese"[2]. Un evento che ha visto, dunque, una forte partecipazione di tutti i destinatari delle azioni di comunicazione del POR FESR 2014-2020, quali beneficiari (del sistema delle imprese, del sistema della ricerca, del sistema istituzionale e soggetti rilevanti per lo sviluppo economico e la gestione del territorio), moltiplicatori di informazioni, tra i quali il partenariato istituzionale e socio economico e i media che hanno svolto un importante ruolo per la diffusione delle informazioni anche presso i cittadini e le cittadine dell'Emilia-Romagna. L'evento rientra in un'ampia campagna di lancio della nuova programmazione 2014-2020 che sarà approfondita nel prossimi paragrafo, in una apposita sezione finalizzata ad evidenziare i principali risultati ottenuti da questa specifica attività di comunicazione che la Regione Emilia-Romagna ha utilizzato, anche in modo integrato con altri Fondi. Relativamente all'evento di lancio, si evidenzia, la piena rispondenza ai dettami regolamentari e l'adeguatezza dell'attività informativa di portata non solo locale, ma internazionale.

3.1.2 Attività informative annuali: le Campagne

La Strategia di Comunicazione e i Piani Annuali di Comunicazione hanno previsto la realizzazione di Campagne informative annuali, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 che assegnano all'AdG la responsabilità dell' "*organizzazione di un'attività informativa principale all'anno che promuova le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite e presenti i risultati del Programma operativo o dei Programmi operativi, compresi, se del caso, grandi progetti, piani d'azione comuni e altri esempi di progetti*" .

La scelta è stata, dunque, non di realizzare singoli eventi, ma di lanciare vere e proprie campagne di informazione, realizzate con 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.

Come anticipato, l'evento di lancio è stato inserito in una più ampia campagna di promozione del nuovo POR FESR 2014-2020 dal titolo "**Con l'Emilia Romagna puoi fare di più**". Nel mese di dicembre 2015 è stata, inoltre, avviata la campagna pubblicitaria sulle maggiori testate locali della carta stampata e web. Complessivamente sono state 600.000 le "*impressions" web.*

Campagna informativa 2016

Dopo questa prima campagna, è stata realizzata la **Campagna informativa 2016** che ha coinvolto i giornalisti in un corso di formazione sui Fondi europei e la cittadinanza con la sponsorizzazione di iniziative di mobilità sostenibile. In particolare, è stata realizzata l'iniziativa formativa "*Comunicare l'Europa. Parole e numeri dei Fondi d'investimento e strutturali europei per una corretta informazione*", già prevista nella Strategia di valutazione e nel Piano annuale 2015. Il corso di formazione che si è tenuto il 2 maggio 2016 è stato organizzato, in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti dell'Emilia-Romagna e la Fondazione dell'Ordine, dalle AdG del Fondo europeo di sviluppo regionale e del Fondo sociale europeo 2014-2020 e del Programma di sviluppo rurale 2014-2020.

L'obiettivo dell'attività formativa è stata quella di far conoscere le opportunità per l'accesso ai Fondi di investimento europei ai giornalisti, acquisendo un linguaggio corretto per informare più

[2] Per ulteriori informazioni sull'edizione 2015 del Salone Internazionale della Ricerca Industriale e dell'Innovazione: https://www2.rdueb.it/rdueb19/pages/ultime-edizioni/.

puntualmente sui Fondi europei. Un'iniziativa, dunque, finalizzata a qualificare il sistema dei media sulle opportunità offerte dall'Europa, sulle peculiarità dei diversi programmi e sulle loro specifiche attuazioni. Un intervento rilevante rivolto ai giornalisti che sono moltiplicatori di informazione e che, attraverso strumenti più tradizionali come i giornali di carta stampata o attraverso strumenti digitali più innovativi, hanno acquisito competenze specifiche per informare correttamente la cittadinanza sul ruolo dell'Unione europea nel sostenere la crescita e l'innovazione sul territorio regionale.

Tra le iniziative rivolte, invece, alla cittadinanza, vi è stata la promozione della Campagna lanciata dalla Commissione Europea "*Europe in my Region*" per incoraggiare i cittadini a scoprire e conoscere meglio i progetti finanziati dall'UE in tutta Europa.

Una ulteriore iniziativa, invece, è stata finalizzata alla promozione della mobilità sostenibile e si è tenuta l'8 maggio 2016, in occasione della Festa dell'Europa. La Regione Emilia-Romagna ha partecipato alla "*Bike Pride e Bimbinbici – L'Onda Verde dell'Europa*" con uno stand dedicato, in cui sono stati consegnati gadget e materiale informativo ed alla manifestazione Bimbinbici. Di grande successo è stata anche la caccia al tesoro #EuropeInMyRegion, realizzata nel corso della giornata, promossa insieme alla Commissione Europea. Anche questa iniziativa, direttamente rivolta alla cittadinanza, ha un grande valore comunicativo per l'interessante contesto in cui si è svolta, la Bike Pride, una manifestazione particolarmente di successo sul territorio bolognese che coinvolge un ampio numero di cittadini, con una buona presenza anche di famiglie con bambini, interessati al tema della mobilità sostenibile. Dunque un'occasione di particolare rilievo per promuovere le opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020 sul tema della mobilità sostenibile.

Campagna attrattività 2017

Prevista dal Piano di Comunicazione 2016, finalizzato alla progettazione di dettaglio delle attività di informazione e comunicazione, è stata lanciata l'iniziativa annuale per informare sullo stato di avanzamento della programmazione. La *Campagna attrattività 2017* è stata caratterizzata dalla scelta di realizzare una comunicazione integrata POR FESR e POR FSE, volta a promuovere le opportunità offerte dai due fondi, indirizzata prioritariamente al target imprese e giovani (professionisti, ricercatori e neolaureati). Lanciata a giugno 2017, l'attività informativa annuale integrata ha previsto due lanci /(26 giugno-12 luglio e 9-22 ottobre), il primo sui media nazionali ed il secondo sui media regionali, utilizzando simultaneamente diversi strumenti quali stampa (520.732 lettori stampa), web (3.061 visualizzazione web nel 1° lancio e 4.920 nel 2° lancio) radio (42 passaggi nel 1° lancio e 252 nel 2° lancio regionale).

Per comunicare in modo chiaro e immediato lo stato di attuazione dei due Programmi è stata realizzata una info grafica, pubblicata sul sito della Regione Emilia-Romagna (sito web del POR FESR e del POR FSE), che evidenzia con immediatezza quali sono le aree di intervento integrate e complementari dei due Fondi. L'info grafica, pubblicata anche in modalità interattiva, consente un re-indirizzamento, per quanto riguarda il POR FESR, agli Assi di riferimento, (per il POR FSE alle pagine tematiche) consentendo un maggiore approfondimento sugli obiettivi e sullo stato di avanzamento del Programma. Una campagna che si avvalsa dell'ampio contributo del partenariato socio-economico che ha rilanciato l'attività informativa annuale sui propri siti web e social network, garantendo, così una più ampia diffusione delle informazioni sul territorio regionale.

I dati forniti dall'AdG mostrano i buoni risultati della campagna:

- oltre 520.000 lettori di stampa

- 3.061 visualizzazione web nel 1° lancio e 4.920 nel 2° lancio
- 42 passaggi nel 1° lancio e 252 nel 2° lancio regionale
- 4.500 visualizzazioni del post della Regione su Facebook nel 1° lancio e 1830 nel 2° lancio.

Campagna Io investo qui – 2018

A partire dal messaggio lanciato con la *Campagna: Io investo qui del 2017*, nel 2018 l'attività informativa annuale ha visto il proseguimento della Campagna, rinnovata sia dal punto di vista grafico, sia rispetto agli obiettivi e le modalità di realizzazione. La *Campagna Io investo qui 2018* è stata rivolta utilizzando il web e i social media, ai beneficiari, potenziali ed effettivi, coinvolgendo, nello specifico, questi ultimi quali testimonial diretti dei risultati ottenuti grazie ai finanziamenti del POR FESR. La campagna avviata a maggio 2018 ha, dunque, posto l'accento sui progetti finanziati, realizzando 5 video che hanno raccontato alcuni esempi di progetti in diversi territori della regione e in diversi ambiti produttivi, oltre ad un video finale. L'obiettivo è stato quello di comunicare ai beneficiari potenziali le opportunità offerte dal Fondo e mostrare alla società regionale quanto queste progettualità hanno contribuito a migliorare il territorio e le vite dei cittadini e delle cittadine emiliano-romagnoli.

E' stato, inoltre, lanciato un concorso rivolto a imprese, professionisti, centri di ricerca, enti locali che hanno ricevuto finanziamenti del Por FESR 2014-2020, per raccontare i progetti e i risultati concreti per il territorio e la comunità. Sono state 103 candidature di cui 93 ammesse al concorso, valutate da una commissione che ha nominato 7 vincitori, uno per ogni ambito produttivo (agroalimentare, meccatronica e motoristica, edilizia e costruzioni, energia e sviluppo sostenibile, industrie della salute e del benessere, industrie culturali e creative, innovazione nei servizi). La premiazione si è tenuta il 7 giugno 2018 a R2B, il Salone internazionale della ricerca industriale.

Sono state 623.000 visualizzazioni sui social network e oltre 2.500.000 le "*impression*".

Tra gli aspetti che appare utile evidenziare della campagna informativa 2018 vi è la scelta di presentare esperienze realizzate grazie ai finanziamenti FESR e la loro capacità di mostrare concretamente, attraverso le testimonianze video, i risultati ottenuti, comunicando efficacemente il ruolo di sostegno dell'Unione alla crescita e allo sviluppo economico-sociale del territorio emiliano-romagnolo.

Campagna informativa 2019: QUI le idee diventano realtà

Per l'attività annuale di informazione sullo stato di avanzamento della programmazione per il 2019 si è scelto di realizzare una nuova campagna integrata (POR FESR e POR FSE), con il coinvolgimento diretto dei beneficiari effettivi dei due Fondi. La campagna è partita a marzo 2019 con il lancio del concorso spot video ed si è conclusa alla fine dell'anno con la diffusione dei video sui canali social e sul web. L'attività di valutazione della Strategia di Comunicazione e del suo processo di attuazione dedica uno specifico focus di analisi alla campagna informativa annuale 2019, per cui si rimanda all'approfondimento valutativo presente nel Cap. 4 del presente Report.

3.1.3 Emblema dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione

Come richiesto dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (*cfr.* art. *2.1. Responsabilità dello Stato membro e dell'Autorità di Gestione*, comma c), l'Autorità di Gestione ha esposto, in modo permanente, all'ingresso della propria sede il simbolo dell'Unione Europea, insieme a quello della Repubblica italiana e della Regione Emilia-Romagna.

3.1.4 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. In particolare, l'art. 115 del Regolamento ne specifica anche il formato e gli strumento di accessibilità *"nella forma di un foglio elettronico che consente di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet, a esempio in formato CSV o XML. L'elenco delle operazioni è accessibile tramite un sito web unico o un portale web unico, che fornisce un elenco e una sintesi di tutti i programmi operativi dello Stato membro interessato*".

Sul sito web del Por FESR sono stati pubblicati, in ottemperanza dei dettami regolamentari, in una apposita pagina dedicata ai progetti finanziati, a cui si può accedere direttamente dall'homepage, i dati sui progetti finanziati. L'elenco delle operazioni è stato messo a disposizione sia in formato CSV (Comma Separated Values), sia in formato XLM. I campi dati, dall'analisi del file, risultano contenere quanto dettagliatamente previsto dal punto 1 Elenco delle operazioni dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013. Tutti i titoli dei campi dati, sono, inoltre, come richiesto, forniti sia in italiano che in inglese. L'elenco contiene 3406 operazioni e risulta essere correttamente aggiornato semestralmente (ultimo aggiornamento al 30/11/2019).

Particolarmente interessante, al fine di promuovere processi di partecipazione, è la messa a disposizione degli utenti di un indirizzo email a cui scrivere per proporre o suggerire nuovi usi dei dati. A tale proposito**, si ritiene utile suggerire di inserire nella pagina dedicata ai dati in formato aperto, oltre al collegamento ai bandi in coso, anche un collegamento a Opencoesione**, per informare dello stato di attuazione del POR FESR dell'Emilia-Romagna anche in un contesto più ampio, dando così la possibilità ai destinatari di usufruire di uno strumento che fornisce un quadro nazionale dello stato di attuazione dei Fondi (FESR e FSE).

3.2 Materiale informativo e promozionale

Al fine di garantire la massima visibilità e riconoscibilità delle iniziative di comunicazione messe in campo per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR, il Piano di Comunicazione 2015 ha definito una immagine coordinata con l'obiettivo di conferire identità unitaria a tutte le azioni che sono realizzate dall'Autorità di gestione, dal partenariato e dai beneficiari. Sono stati ripresi i colori dell'emblema dell'Unione (il blu) e quelli della Repubblica Italiana e delle Regione Emilia Romagna (verde e rosso). Sul sito web del Por FESR, nella pagina dedicata al tema della Comunicazione e, nello specifico, alle responsabilità di comunicazione, è stato pubblicato il **logo**, composto dal logo del programma e dai loghi degli enti finanziatori (in versione jpg e eps), con l'indicazione delle modalità di utilizzo da parte dei beneficiari allo scopo di far conoscere progetti finanziati dal Programma operativo regionale FESR 2014-2020.

Come previsto dalla Strategia di Comunicazione sono state, inoltre, pubblicate le **Linee guida per le azioni di informazione a cura dei beneficiari,** con le indicazioni per assolvere agli obblighi previsti dal Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013.

E' stato anche pubblicato il **modello grafico per la realizzazione di poster** scaricabile anche online nella versione pdf editabile, così da facilitare i beneficiari effettivi nella creazione del file.

Sul Sistema SFINGE 2020, che consente la presentazione delle domande e la gestione dei finanziamenti Por FESR, inoltre, è disponibile una procedura per creare in autonomia i file grafici di poster, cartellone temporaneo e targa, indicata comunque con chiarezza nelle Linee guida per le azioni di informazione a cura dei beneficiari.

Infine, **Linee guida specifiche** sono state realizzate per sostenere i beneficiari dell'Asse 6 del PORS FESR, quali Autorità urbane e i soggetti gestori dei dieci Laboratori aperti dell'Emilia-Romagna, al fine di comunicare in maniera coordinata la Rete regionale di questi luoghi di inclusione digitale.

Infine, sempre nella pagina dedicata alla responsabilità di comunicazione, per l'assistenza ai beneficiari, sono disponibili i recapiti dello Sportello Imprese, che fornisce, appunto, assistenza nel rispetto degli obblighi di comunicazione previsti dal Regolamento UE n. 1303/2013.

Tra i materiali promozionali, invece, sono state, come anticipato nel paragrafo relativo alle campagne annuali, realizzate immagini grafiche coordinate volte a promuovere la comunicazione sullo stato di avanzamento del programma e sui risultati ottenuti, come ad esempio "*Io investo qui 2017*", campagna sull'attrattività regionale integrata POR FESR e POR FSE e "*Io investo qui 2018*", iniziativa di comunicazione annuale del POR FESR (si veda paragrafo 3.1.2).

Al fine di comunicare i risultati raggiunti è stata realizzata nell'ottobre del 2018 la pubblicazione "*Beni culturali motore dello sviluppo. La programmazione dei Fondi europei della Regione Emilia-Romagna*"[3] sulle azioni POR FESR E POR FSE a sostegno dei beni culturali come motore dello sviluppo, in occasione dell'Anno europeo del patrimonio culturale. Una iniziativa che ha permesso di evidenziare l'azione sinergica dei due Fondi nella qualificazione dei beni pubblici e nella formazione delle competenze nel settore dei beni culturali e delle industrie culturali e creative.

Ulteriori iniziative di promozione, quali esempi di integrazione tra i due Fondi, come riportato nel documento di Attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR giugno 2018- maggio 2019 sono "*Il segnalibro realizzato per la Notte dei Ricercatori, in cui sono state segnalate opportunità di finanziamento e di formazione nell'ambito di ricerca e innovazione, i materiali per i 30 anni della Politica di coesione, la nuova edizione del concorso spot video e il leaflet sull'ecosistema regionale dell'innovazione per il tour internazionale On the Move"*.

3.3 La comunicazione digitale

L'art.115 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 assegna all'AdG la responsabilità di "*garantire la creazione di un sito web unico o di un portale web unico che fornisca informazioni su tutti i Programmi operativi di uno Stato membro e sull'accesso agli stessi, comprese informazioni sulle*

[3] Beni culturali motore dello sviluppo. La programmazione dei Fondi europei della Regione Emilia-Romagna.

tempistiche di attuazione del Programma e qualsiasi processo di consultazione pubblica collegato".

Tra gli strumenti di comunicazione digitale previsti dalla Strategia di Comunicazione del POR FESR, così come richiesto dall'Allegato XII, il sito web rappresenta uno degli elementi centrali delle azioni di comunicazione per i diversi target di destinatari. Inizialmente collocato all'interno del portale regionale, è stato riprogettato nel 2016 e implementato, fino al passaggio nel 2018 al nuovo sistema di gestione con l'indirizzo http://fesr.regione.emilia-romagna.it.

Il **sito web** risulta essere di facile consultazione, con una struttura chiara e snella al cui interno è possibile reperire tutte le informazioni e la documentazione sul Programma 2014-2020 (comprese le informazioni relative alle attività di Comunicazione), sulla precedente programmazione e sul percorso di condivisione con il partenariato della nuova programmazione del Fondo europeo di sviluppo regionale e del Fondo sociale europeo (2021-2027). Sono messi in evidenza la sezione sulla S3, la Strategia di specializzazione intelligente per sostenere ricerca e innovazione, sulle opportunità in corso e i progetti finanziati. Rispetto a questi ultimi, come già evidenziato nei paragrafi relativi alle attività obbligatorie previste dal Regolamento UE n. 1303/2013, le informazioni sono state pubblicate in formato aperto e sono reperibili alcuni esempi di progetti, fruibili anche in lingua inglese come altre sezioni principali del sito.

Fig 3.1 – Sito web POR FESR

Di facile reperibilità risultano essere anche tutte le informazioni e la documentazione relativa alla responsabilità di comunicazione per i beneficiari, a cui è possibile accedere sia dalla sezione "*Comunicazione*", sia dalla sezione "*Opportunità*", così come risulta agevole accedere ai bandi in corso, anche consultabili per Asse. Il sito, progettato seguendo le indicazioni della Legge 4 del 9

gennaio 2004 "*Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*", risulta essere accessibile anche alle persone con disabilità.

Si evidenzia, inoltre, che è possibile, grazie ad una specifica funzione presente nelle pagine web del sito, condividere i contenuti sui principali social network (Twitter e Facebook), al fine di consentire ai beneficiari, ai cittadini o ai moltiplicatori di informazioni, di diffondere agevolmente le informazioni sul Programma.

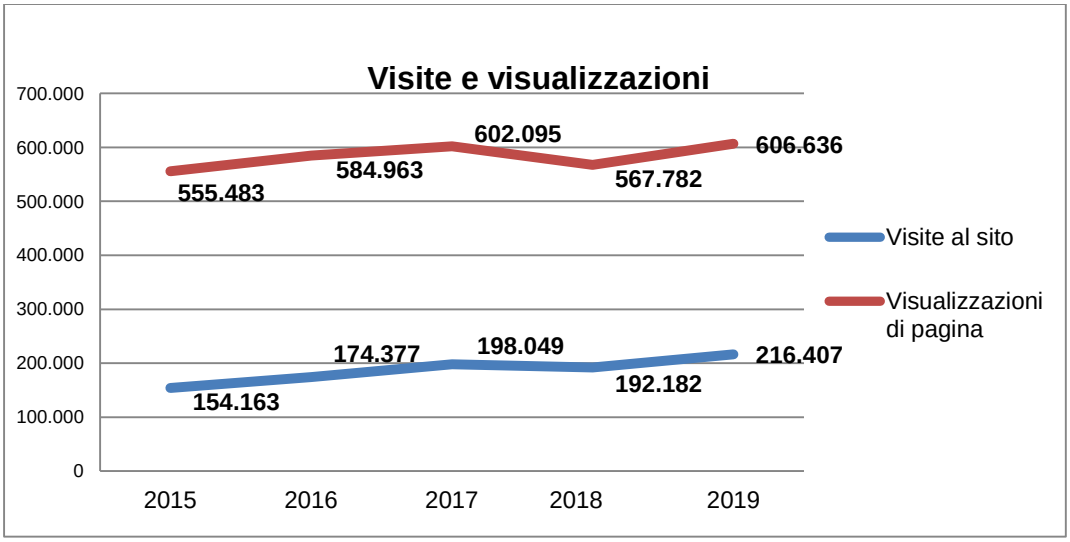
Come è possibile evidenziare dalla seguente tabella relativa alle statistiche degli accessi al sito web, dall'inizio della programmazione nel 2015 al 2019 vi è stata una crescita costante di accessi al sito, ad eccezione dell'anno 2018 i cui dati sono risultati leggermente inferiori a quelli del 2017.

Tabella 3.1 – Statistiche accessi sito web POR FESR

	2015	2016	2017	2018	2019
Visite al sito	154.163	174.377	198.049	192.182	216.407
Media visite per giorno	422	475	543	525	593
Visualizzazioni di pagina	555.483	584.963	602.095	567.782	606.636
Visitatori unici	114.111	97.365	106.065	96.169	114.265

Il grafico che segue, in particolare, mostra l'andamento negli anni 2015-2019 delle visualizzazioni che misurano il numero totale di pagine visitate da un utente nell'ambito di una singola sessione e le visite al sito che misurano il numero di utenti che accedono al sito.

Grafico 3.1 – Visite al sito web POR FESR e visualizzazioni di pagina



Al fine di verificare il grado di soddisfazione degli utenti del web è stata realizzata una *indagine condotta tra il 26 aprile ed il 31 luglio 2016*, dunque, rispetto alla precedente versione del sito web POR FESR, in cui sono state indagate, attraverso un questionario online, la facilità di utilizzo del sito web e la chiarezza delle informazioni che hanno ricevuto entrambe una valutazione media pari a 7 (scala 1-10) e la qualità del servizio fornito ai beneficiari dallo Sportello imprese che ha

ricevuto una valutazione media pari a 7,6 (scala 1-10). Hanno risposto al questionario 143 utenti, di cui il 56% era beneficiario potenziale/effettivo.

Un'ulteriore attività di indagine, utile per orientare l'attuazione delle attività di comunicazione, è stata quella *realizzata dal portale ER-Imprese*, che ha previsto una domanda specifica volta ad indagare l'efficacia dello Sportello Imprese. Al questionario compilabile online dal 26 aprile 2017 al 24 gennaio 2018, hanno risposto solo 60 utenti, nonostante la pubblicizzazione dell'iniziativa su vari canali (banner, social network, contatti telefonici). Tuttavia, tra i risultati, di forte interesse per la valutazione delle azioni di comunicazione del POR FESR si segnala quello relativo ai servizi di comunicazione diretta rivolti ai beneficiari: lo Sportello Imprese risulta essere conosciuto dall'82% degli utenti che hanno risposto al questionario.

Relativamente ai **Social Network**, il POR FESR si è dotato di un account Twitter @PorFesrER, attivo da marzo 2018 che ha, al momento della redazione del presente report, 1056 follower e 628 tweet pubblicati e di un canale Youtube (553 iscritti), oltre ad avvalersi per la diffusione di informazioni anche dei social network regionali quali Facebook, LinkedIn, Twitter.

L'account Twitter è stato identificato per comunicare con immediatezza ai beneficiari effettivi e più in generale a destinatari del Fondo, le opportunità in corso e per consentirne la più ampia diffusione. Il canale Youtube, invece, è uno strumento particolarmente efficace per diffondere i risultati raggiunti dal Programma, promuovere le campagne informative annuali e gli eventi, ma anche per informare i beneficiari sui bandi in corso. Questi canali, inoltre, si integrano con gli altri account regionali che condividono e diffondono ulteriormente le informazioni relative al POR FESR 2014-2020.

3.4 La comunicazione diretta

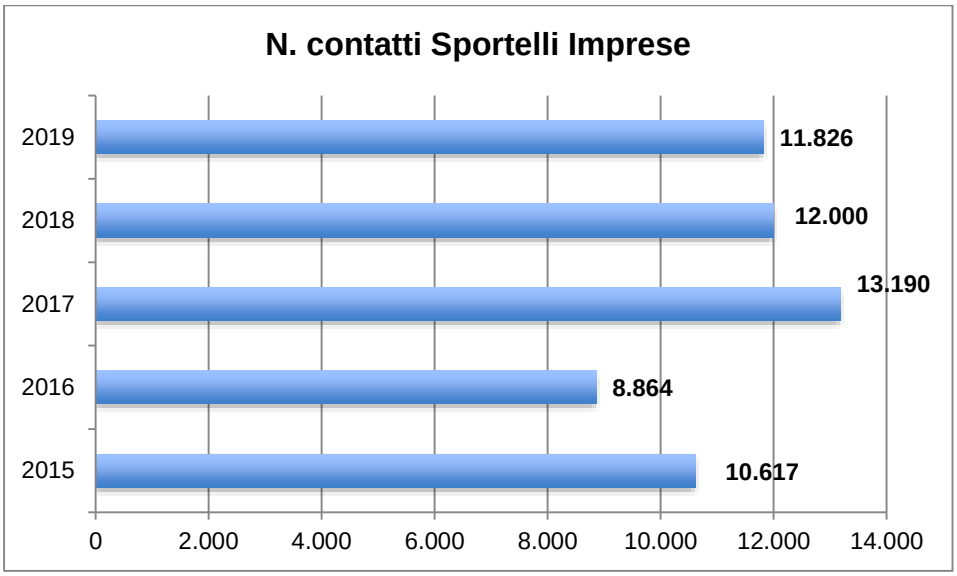
La Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 ha individuato nella Rete degli **Sportelli Imprese,** attivata dal 2015, composta dallo *Sportello Imprese della Regione Emilia-Romagna* e dagli *Sportelli territoriali delle Camere di Commercio e di Unioncamere*, uno degli strumenti per fornire assistenza diretta ai beneficiari potenziali e ai beneficiari effettivi per l'accesso alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR. Grazie

Un servizio capillare sul territorio, presente in tutte le città capoluogo della regione Emilia-Romagna, qualificato, come evidenziato dai documenti di Attuazione della Strategia di Comunicazione, grazie alla realizzazione di un percorso di formazione rivolto agli operatori su caratteristiche e modalità di partecipazione ai bandi e da una serie di materiali disponibili online: faq, documenti, notizie, infografiche.

Lo Sportello Imprese coordina tutte le attività e, all'uscita di nuovi bandi dei Fondi europei, organizza un primo momento formativo presso Unioncamere regionale, diffuso anche tramite webinar a tutti i membri della Rete di comunicazione POR FESR che si collegano a distanza o possono partecipare in presenza (dal 2015 al 2019 sono stati realizzati 12 incontri formativi con 286 partecipanti complessivi).

Come è possibile verificare dal numero di contatti annuali (telefonici e mail) al solo Sportello Imprese regionale riportati nel seguente grafico, si tratta di un servizio in forte crescita nei primi 3 anni, fino a raggiungere oltre 13.000 contatti all'anno nel 2017, per poi stabilizzarsi su circa 12.000 contatti negli anni successivi, circa 1000 contatti al mese (*il dato del 2019 è stato registrato al 30 novembre*).

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



Un servizio, dunque, rivolto ai beneficiari potenziali e ai beneficiari effettivi, di tipo diretto, per fornire informazioni sulle opportunità di finanziamento offerte dal Programma, ma anche per sostenere i beneficiari effettivi negli obblighi di comunicazione previsti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 che, alla luce dell'andamento dei contatti, risulta essere molto utilizzato, migliorando l'assistenza sia nella fase di presentazione dei progetti che nella fase di realizzazione dei progetti finanziati.

A potenziare l'azione di supporto e di assistenza ai beneficiari potenziali sono stati, inoltre, realizzati dalla Rete degli Sportelli Imprese dal 2015 al 2019 una serie di seminari informativi (circa 54 appuntamenti con più di 2600 partecipanti) sui territori, principalmente finalizzati alla presentazione di specifici bandi.

Tra gli eventi sono stati anche organizzati il *Roadshow* sui territori avviato a marzo 2017, un ciclo di incontri dedicato all'Agenda urbana e allo Smart City Index, nelle 10 città che ospitano i Laboratori aperti. Tra fine 2017 ed il 2018, invece, il Roadshow ha fatto tappa nei 9 Tecnopoli e nei luoghi dell'innovazione.

I **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*". Si configurano, dunque, come luoghi di collaborazione, conoscenza, partecipazione e condivisone dei servizi offerti dall'Asse 6 per i principali destinatari del POR FESR, quali beneficiari potenziali ed effettivi, attori del sistema della ricerca, delle imprese, del sistema istituzione e altri attori rilevanti per lo sviluppo economico del territorio. Nel corso del 2019, da marzo a dicembre, sono stati realizzati 10 eventi, uno in ognuno degli spazi riqualificati e aperti ai cittadini (Bologna, Ferrara, Cesena, Forli, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia e Rimini), di inaugurazione per presentare le attività di ciascun Laboratorio.

Infine, **la Rete di Comunicazione POR FESR,** è uno strumento, nell'ambito delle attività di

partenariato, individuato dalla Strategia di Comunicazione del POR FESR - alla quale ha anche contribuito in fase di co-progettazione, come già evidenziato nel paragrafo 2.2 del presente report - finalizzato a creare sinergie di azioni e strumenti e a garantire la diffusione delle informazioni e degli interventi sul territorio regionale. Nata nel 2014, quale modalità di coinvolgimento del partenariato, è stata attivata con la realizzazione di 4 focus group a cui hanno partecipato 50 rappresentanti dei principali enti, istituzioni, associazioni di categoria regionali. Nel corso della Programmazione, che ha visto la formalizzazione della Cabina di regia (2017), la Rete si è ampliata (100 soggetti nel 2019), con gli obiettivi di organizzare iniziative e fornire servizi sui territori. Da luglio 2015 a maggio 2019 sono stati realizzati 21 incontri della Rete di comunicazione del Por FESR, che si è dotata anche di una piattaforma (*Io partecipo+,* poi sostituita da Microsoft Team) per lo scambio di documentazione, file, ecc. Un percorso di crescita della Rete di Comunicazione POR FESR che ha visto la creazione di gruppi di lavoro e la definizione congiunta di iniziative di comunicazione tra le quali si evidenziano: attivazione degli Sportelli Imprese territoriali, definizione di eventi, di questionari, co-progettazione delle Campagne informative annuali 2018 e 2019, segnalazioni delle opportunità di finanziamento, scambi di esperienze. Alla luce di questa narrazione, si evidenzia il forte contributo che la Rete è stata in grado di apportare alla definizione della Strategia di Comunicazione del POR FESR e alla sua complessiva attuazione, non solo per ciò che riguarda la diffusione delle informazioni e delle opportunità di finanziamento ai beneficiari potenziali e al grande pubblico, ma anche per la ricchezza di competenze specifiche che si integrano in un lavoro condiviso e sinergico.

3.5 Le comunicazioni sui media

Tra le azioni di comunicazione individuate dalla Strategia di Comunicazione POR FESR 2014-2020 e programmate più operativamente nel Piano Annuale 2016, vi è la relazione continuativa con i media che garantiscono un'ampia diffusione delle informazioni alla cittadinanza. Sono state previste conferenze stampa in occasioni di eventi rilevanti per la Programmazione e l'invio di comunicati stampa di concerto con l'Agenzia di informazione e comunicazione della Regione Emilia Romagna.

Alla luce dei dati analizzati nei documenti di Attuazione della Strategia e nelle comunicazioni al Comitato di Sorveglianza che abbiamo provato a sintetizzare nella seguente tabella, si evidenzia un'azione stabile e continua che dall'inizio della Programmazione ha visto la realizzazione, di circa 2 conferenze stampe annuali, numerosi comunicati stampa, con un'ampia copertura sui media (stampa e web) di articoli relativi al POR FESR 2014-2020.

Tabella 3.2 – Relazioni con i media

Strumento	2015	2016	2017	2018	2019	Totale
Conferenze stampa	1	2	2	3*	2	**10**
Comunicati	46			11	15	**72**
Notizie	1464		776	811	700	**2199**

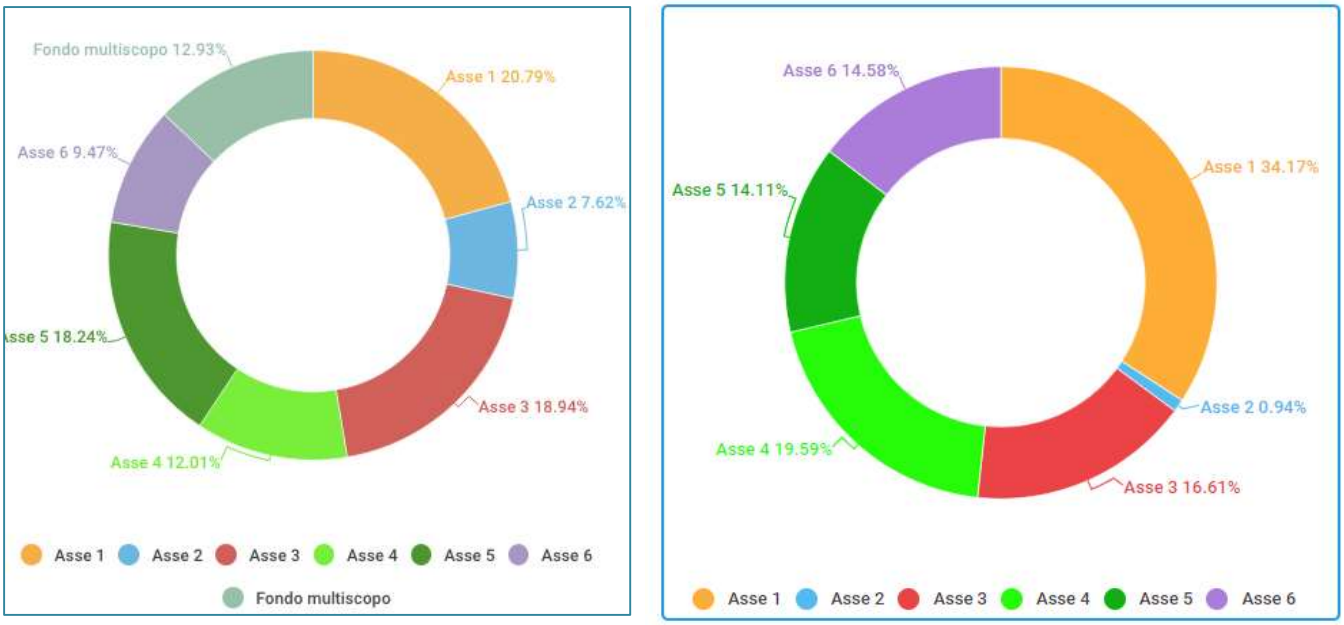
* di cui una integrata POR FESR e POR FSE

Per un puntale monitoraggio delle uscite sulla stampa, è attiva una rassegna stampa tematica del Por FESR, grazie alla quale un gruppo di destinatari riceve via mail una segnalazione delle notizie (fonte rassegna stampa regionale). Ciò consente anche di realizzare trimestralmente un dossier (analisi quanti-qualitativa) della rassegna. Di seguito alcuni grafici che evidenziano i temi

maggiormente citati dalla stampa.

Grafico 3.3 - Articoli relativi al POR FESR

Periodo Luglio 2017- Aprile 2018 *Periodo giugno 2018 - maggio 2019*



Fonte: Documenti sullo stato di attuazione della Strategia di Comunicazione FESR (CdS 18 maggio 2018, CdS 17 giugno 2019)

Tra i temi maggiormente citati dalla stampa vi sono quelli della ricerca e dell'innovazione, relativi all'Asse 1, in crescita in termini percentuali (da 29,79% di aprile 2018 a 34,17% di maggio 2019) e quelli relativi alla green economy (Asse 4 da 12,01% a 19,59%) e ai laboratori aperti (Asse 6 da 9,47% a 14,58%).

Un'azione di comunicazione che risulta essere particolarmente efficace per l'alto livello di diffusione delle informazioni relative alle opportunità offerte dai diversi Assi del POR FESR e che, dunque, consentono di informare costantemente l'opinione pubblica, ed in particolare i cittadini emiliano-romagnoli, sulla politica europea di sviluppo regionale, sul Programma, sulla sua attuazione e sui principali risultati conseguiti.

3.6 Gli eventi

La realizzazione di eventi è un altro punto di particolare rilievo per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 e per il raggiungimento dei suoi 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 periodo di programmazione fin qui realizzato (dati a giugno 2019), come si evidenzia dalla tabella seguente, sono stati realizzati oltre 100 eventi, riclassificati per focus tematico (per l'anno

2015 e 2016 la riclassificazione è stata realizzata dal servizio di valutazione, mentre per gli anni 2017-2019 la riclassificazione era già presente nei documenti analizzati).

Tabella 3.3 – Focus degli eventi

Eventi	2015	2016	2017	2018	2019*	Totale	
						N.	%
Asse 1	5	6	3	15	10	39	37%
Asse 2			1	1		2	2%
Asse 3			5	8	4	17	16%
Asse 4	2	1	4	4	1	12	11%
Asse 5	1	1	1	4	1	8	8%
Asse 6			2			2	2%
Asse 1-3			1			1	1%
Asse 1-4					1	1	1%
Fondo Multiscopo			7			7	7%
FESR e Fondi Europei	4	7	2	3		16	15%
Totali	**12**	**15**	**26**	**35**	**17**	**105**	**100%**

* I dati relativi al 2019 sono aggiornati al mese di giugno.

Numerosi gli eventi dedicati alla presentazione delle opportunità offerte dall'Asse 1 (37%), a cui seguono quelli offerte dall'Asse 3 (16%) e dall'Asse 4 (11%). Complessivamente 16 eventi sono stati, invece, rivolti alla presentazione complessiva del POR FESR e, più in generale, dei Fondi Europei (15%). A questi incontri, si aggiungono, come precedentemente evidenziato nel paragrafo 3.4, i 54 appuntamenti (seminari/workshop) organizzati dalla Rete degli Sportelli imprese sui territori.

Tra gli eventi si evidenziano, anche al fine del calcolo degli indicatori di realizzazione individuati dalla Strategia di Comunicazione, 8 Convegni realizzati dal 2015 al 2019, tra cui:

1. Convegno *Città e beni culturali per lo sviluppo del turismo: il ruolo delle politiche europee*, Rimini 9 ottobre 2015, TTG di Rimini - 9 ottobre 2015
2. Convegno *Low carbon economy, pianificazione energetica e competitività dei territori*, Rimini, Ecomondo, 4 novembre 2015
3. Convegno *Emilia Romagna Bigdata Community. Una piattaforma per l'innovazione, lo sviluppo e la competitività regionale*, Bologna, 8 febbraio 2016
4. Convegno *Transizione verso una low carbon economy e pianificazione energetica: strategie, orizzonti, strumenti*, Rimini, Ecomondo 11 novembre 2016
5. Convegno conclusivo *progetto #investER I fondi europei per la crescita e lo sviluppo*. I *finanziamenti europei in Emilia-Romagna e il Piano europeo per gli investimenti*", Bologna, 27 novembre 2017
6. *Fare impresa: ricostruzione innovazione comunità*, Mirandola, 29 maggio 2018
7. Convegno *Dialogo sulla Politica di coesione, Decima tappa dei "Dialogues on cohesion policy",* progetto della Commissione europea sul ruolo dei Fondi strutturali per il territorio e i cittadini, Modena, 4 giugno 2018

Si tratta di eventi realizzati principalmente dalla Regione Emilia Romagna, ma anche da attori del partenariato istituzionale, economico e sociale, partner privilegiati, enti locali, ecc. volti alla

presentazione di specifici bandi, a promuovere le opportunità e a far conoscere i risultati raggiunti dal POR FESR 2014-2020.

Un'altra iniziativa finalizzata a promuovere le eccellenze regionali è **Emilia Romagna-OPEN**, la cui prima edizione è stata finanziata dal Por FESR 2014-2020, nel quadro della Politica di coesione per la crescita economica e l'attrattività del territorio, realizzata in collaborazione con ART-ER. L'iniziativa, rivolta alla cittadinanza, si è svolta dal 26 al 29 settembre 2019 per avvicinare il pubblico ai luoghi della ricerca e della produzione. Nelle 4 giornate di settembre piccole e grandi imprese e laboratori (181 complessivamente) hanno aperto le porte delle proprie strutture e, attraverso visite guidate, hanno mostrato le loro produzioni di eccellenza e i risultati del proprio lavoro ad oltre 2000 cittadini emiliano-romagnoli di tutte le età.

Alcune iniziative, sono state, invece, esclusivamente rivolte ai giovani, come indicato nei Piani di Comunicazione annuali, per sensibilizzarli sui temi dell'Europa e informarli sulle opportunità offerte dal POR FESR, anche attraverso campagne sui Social Network (target potenziale 21.000 studenti emiliano-romagnoli). Come evidenziato nel paragrafo di analisi delle iniziative annuali di comunicazione, la campagna integrata POR FESR e POR FSE "*Io investo qui*" nel corso dell'anno 2017 è stata rivolta al target giovani ed imprese. Inoltre, a novembre 2018 sono stati organizzati, sempre come attività di comunicazione integrata POR FESR e POR FSE, 10 **Open Day** per le scuole in alcuni laboratori della Rete Alta Tecnologia, pubblicizzati attraverso i social (circa 307.900 le visualizzazioni complessive Facebook RER e Twitter POR FESR) e realizzati nell'ambito del Festival della Cultura Tecnica regionale.

Infine, si evidenziano anche le **numerose partecipazioni a manifestazioni e fiere annuali**, come *Ecomondo*, *R2B*, *Festa dell'Europa*, *Mobility week* ecc. dedicate ai temi del Por FESR.

Proprio nell'ambito di alcune di queste iniziative nel 2017 (*Mobility week* ed *Ecomondo*) è stato somministrato un questionario sulla conoscenza dei Fondi Europei, finalizzata a raccogliere dati utili per calcolare gli indicatori di risultato (si veda paragrafo seguente).

3.7 Sintesi delle azioni di comunicazione FESR

Il quadro fin qui evidenziato sulla realizzazione delle attività di informazione e di comunicazione sul POR FESR 2020, evidenziano un avanzato processo di attuazione della Strategia di Comunicazione.

Nella tabella che segue è rappresentato il sistema degli indicatori di realizzazione definito nella Strategia di Comunicazione, aggiornato con i dati acquisiti dal servizio di valutazione a novembre 2019. Le attività di comunicazione previste sono state tutte realizzate, in buona parte raggiungendo già il valore atteso al 2022, si veda ad esempio gli Sportelli Imprese sul territorio, le azioni di supporto ai beneficiari (portale POR FESR, Sportello Imprese regionale, Linee guida e altri documenti per supportare i beneficiari negli obblighi di comunicazione), la formalizzazione della Rete per la Comunicazione nell'ambito delle attività rivolte al partenariato socio-economico. In altri casi le azioni di comunicazione sono state realizzate anche con valori superiori a quelli previsti al 2022, si veda ad esempio le conferenze ed i comunicati stampa, i seminari e workshop. Infine, altre attività di comunicazione sono ad un buon livello di attuazione e si presume che i valori attesi saranno raggiunti senza particolari difficoltà .

Tabella 3.4 – 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

***** Al 22 novembre 2019 pubblicati in formato aperto 3046 operazioni

Per quanto riguarda, invece, gli indicatori di risultato, come evidenziato nel precedente paragrafo, è stata realizzata un'attività di indagine, con la somministrazione di un questionario sulla conoscenza dei Fondi Europei nel corso delle iniziative *Mobility week* (Mobility Village, Bologna, 16-17 settembre 2017) ed *Ecomondo* (Rimini, 7-10 novembre 2017). Il questionario conteneva una domanda sulla conoscenza dei Fondi Europei, una sulla conoscenza di progetti realizzati attraverso Fondi Europei, una terza sull'impatto positivo percepito dei Fondi sulla qualità della vita ed un'ultima domanda sui canali di conoscenza dei Fondi Europei.

I dati acquisti mostrano, come evidenziato nella seguente tabella in cui sono stati inseriti i valori 2017, un alto livello di conoscenza sia dei Fondi Europei, sia dei progetti da essi finanziati. Si tratta di un valore superiore al valore target individuato al 2020, che si attesta ben sopra la media nazionale (dato indagine Doxa 2013).

Particolarmente rilevanti anche i dati sulla percezione dell'impatto dei Fondi sulla qualità della vita, giudicati positivi per il 78% degli intervistati nell'ambito dell'indagine svolta a Mobility Week e per l'87% degli intervistati nell'ambito dell'indagine svolta a Ecomondo.

Sono dati, quelli raccolti nel 2017 dalla Regione Emilia Romagna, di certo incoraggianti che, tuttavia, devono essere letti tenendo conto del campione a cui è stato somministrato il questionario, non statisticamente rappresentativo della popolazione regionale.

Tabella 3.5 – Indicatori di risultato

Obiettivo	Indicatore di realizzazione	Valore di riferimento	Valore al 2017	Valore target al 2022
Livello generale **Politica regionale dell'EU**	Livello di consapevolezza dell'esistenza della politica in Emilia-Romagna	38% valutazione 2014	86% Mobility Week 94% Ecomondo	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	67% Mobility Week 79% Ecomondo	51,3% Media nazionale da Indagine Doxa 2013
	Gruppo target: società regionale			

4 "*Qui le idee diventano realtà*", focus sulla campagna 2019

L'AdG del POR FESR ha individuato nella Strategia di Comunicazione lo strumento della Campagna informativa per comunicare ai diversi target di destinatari del Fondo le finalità e i risultati attesi e raggiunti annualmente, come previsto dall'Allegato XII del Regolamento UE) n. 1303/2013.

Come evidenziato nel paragrafo 3.1.2, lo strumento è stato utilizzato fin dal principio, già a partire dall'attività informativa di lancio della Programmazione 2014-2020, attraverso una declinazione, di anno in anno, differenziata del messaggio chiave enunciato attraverso uno slogan, alternando una comunicazione monofondo (*Campagna di lancio 2015*, Campagna "*Io investo qui" 2018*), ad una comunicazione integrata POR FESR e POR FSE ("*Campagna attrattività" 2017*, "Campagna *Qui le idee diventano realtà" 2019*).

Lo strumento della "campagna" si caratterizza per l'utilizzo di un mix di mezzi di informazione, oggi sempre più centrati sulla comunicazione digitale (sito web, spot video, social network ecc), che consentono una diffusione del messaggio ad un numero molto ampio di destinatari,

La *Campagna 2019* è stata caratterizzata, in una logica di continuità e al tempo stesso di innovazione, da alcuni elementi già sperimentati nelle edizioni precedenti, in particolare, mantenendo lo stile narrativo utilizzato nel 2018, a suo volta ispirato alla campagna "*Europe in my Regione*" organizzata dalla Direzione generale della Commissione europea per la politica regionale. Campagna che, attraverso la forma del concorso, dà la parola ai cittadini per raccontare le esperienze realizzate sul proprio territorio grazie al contributo dei Fondi Europei. Si è, dunque, scelto di 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, ma anche di sostenere i beneficiari negli obblighi di comunicazione, offrendo loro una opportunità di promozione dei propri progetti finanziati grazie al contributo del POR FESR 2014-2020.

La Campagna "*Qui le idee diventano realtà*", ha rilanciato il concorso spot, già sperimentato nella Campagna "*Io investo qui" 2018*, per i beneficiari del POR FESR (imprese, enti di ricerca, laboratori, incubatori di impresa, enti locali ecc.) e lo ha aperto anche ai beneficiari del POR FSE (enti di formazione, Fondazioni ITS, Università, beneficiari finali), in un'azione di comunicazione integrata tra i Fondi che si sta sempre più consolidando, come abbiamo visto dalle molteplici iniziative realizzate nel corso della Programmazione 2014-2020.

La Campagna è stata lanciata con l'apertura del concorso dal 22 marzo 2019 al 20 maggio 2019. E' stato pubblicato il Regolamento ed il modulo di iscrizione online attraverso il quale proporre la propria candidatura (un video clip di 90 secondi) dalla data di pubblicazione del concorso al 20 maggio 2019 in una delle 8 categorie di partecipazione: agroalimentare, meccatronica e motoristica, edilizia e costruzioni, energia e sviluppo sostenibile, industrie della salute e del benessere, industrie culturali e creative, innovazione nei servizi, big data.

Alla data di scadenza del concorso sono pervenute 72 candidature, di cui 35 per il POR FESR e 37 per il POR FSE. I beneficiari che hanno partecipato al concorso per il POR FESR sono stati imprese, startup, enti locali, centri di ricerca che hanno candidato il proprio progetto di sviluppo, raccontando gli obiettivi, i risultati conseguiti (o in fase di realizzazione) e l'impatto, in termini di benefici concreti, che gli interventi hanno avuto sulla collettività.

Tutti i video candidati sono stati pubblicati[4] sul sito web POR FESR, sulle pagine dedicate al concorso, con collegamento al canale Youtube FESREmiliaRomagna.

La Giuria ha selezionato i 10 beneficiari vincitori del POR FESR (con 2 ex aequo nella categoria industrie salute e benessere, 2 in quella innovazione nei servizi, 2 in meccatronica e motoristica) i cui nominativi sono stati comunicati, insieme a quelli dei vincitori del POR FSE, nel corso della cerimonia di premiazione che si è tenuta il 6 giugno 2019 a Bologna al *14° Salone Research To Business.* Nel corso della cerimonia sono stati proiettati tutti i video dei vincitori, premiati dalla Regione. Un contesto di particolare rilievo per la promozione delle progettualità realizzate dal POR FESR, sia per i temi trattati del Salone, sia per numero ampio di visitatori (6350 nella edizione 2019) e di espositori (oltre 165) che ogni anno si registrano all'evento, ma anche per la tipologia di soggetti che partecipano all'evento (imprese, Pubblica Amminitrazione, Laboratori di ricerca industriale, Start up, tutti beneficiari potenziali del POR FESR).

[4] Gli spot candidati al concorso POR FESR.

Tabella 4.1 – Spot video vincitori del concorso FESR "Qui le idee diventano realtà 2019"

N	Titolo progetto/Beneficiario	Breve descrizione
1	Villa Torlonia – Parco Poesia Pascoli	Recupero e riqualificazione funzionale degli spazi di Villa Torlonia -luogo fisico e mentale dove le arti e la poesia s'incontrano con il monumento storico e architettonico
2	Progetto Smart Wheat - Università di Parma	Individuazione di varietà di frumento a basso impatto su soggetti geneticamente predisposti alla celiachia, per lo sviluppo di prodotti alimentari in grado di prevenirne l'insorgenza
3	Palazzo del Podestà - Comune di Faenza	Restauro e riqualificazione del Palazzo del Podestà per farne un attrattore turistico destinandolo a spazio multifunzionale per eventi culturali, artistici, espositivi
4	Motorvehicle University of Emilia-Romagna (MUNER)	Percorsi formativi per ingegneri del veicolo progettati in stretta collaborazione tra imprese e Università
5	Progetto PU-RE, sedute ergonomiche per le aule	Progetto di ILPO srl realizzato in economia circolare, sostenibile e solidale
6	Centro Veterinario San Martino	Progetto di miglioramento della rete comunicativa alla struttura e implementazione dei processi di dematerializzazione dei dati interni e dei dati associati alle nuove richieste normative
7	Progetto GE.D.I. Genotype-phenotype Data Integration platform di NSI Srl	Piattaforma federata di cloud sharing e data mining di dati clinico-genomici su patologie scheletriche
8	Motocicletta Vins 250 - Vins Srl	Industrializzazione di un nuovo modello di motocicletta innovativa
9	Laser Scan: Digitalizziamo la realtà	Implementazione di nuovo sistema di rilevamento ambienti attraverso apparecchiatura laser 3D da Automotive Group Srl
10	Tra terra e acqua - Comune di Comacchio	Progetto di valorizzazione delle valli di Comacchio

La seconda fase dell'attività informativa è stata dedicata alla *Campagna social #Quileideediventanorealtà* che è stata realizzata da 4 al 17 novembre 2019 per il POR FESR (taget destinatari 35-50 anni) e dal 18 novembre al 1 dicembre per il POR FSE (target destinatari 20-40 anni): i video che hanno ricevuto maggiori visualizzazioni e like sui social network, sono stati rilanciati sui canali social e web della Regione Emilia-Romagna, fino a dicembre 2019.

I risultati della campagna social, grazie all'utilizzo congiunto delle pagine Facebook e Linkedin della Regione Emilia-Romanga, di Twitter POR FESR Emilia-Romagna, oltre che del canale Youtube, mostrano - come è possibile vedere dal grafico che riporta il numero di utenti, di ripoduzioni video e di click per ciascun social network – un'ampia diffusione dei video clip realizzati dai beneficiari e, dunque, una grande visibilità dell concorso e del POR FESR 2014-2020.

Grafico 4.1 – Risultati della Campagna Social "Qui le idee diventano realtà" 2019

Fonte: Report Campagna 2019 POR FESR e POR FSE

L'utilizzo della concorso, come modalità di coinvolgimento diretto dei beneficiari finali, per comunicare le esperienze di successo realizzate grazie al contributo del POR FESR, risulta essere particolarmente interessante, sia per la narrazione innovativa, particolarmente adatta ad essere veicolata con immediatezza dalla comunicazione digitale, ed in particolare dai social media, sia per la facilità di fruizione che consente di raggiungere una utenza ampia e differenziata, dunque tutti i target di destinatari del POR FESR quali beneficiari potenziali ed effettivi, società regionale, moltiplicatori di informazione. I clip video (brevi video di 90 minuti), infatti, consentono all'AdG FESR di presentare, con una modalità accattivante, esempi di progetti realizzati grazie ai Fondi Europei, informando dei benefici concreti che questi interventi hanno sulla collettività, contribuendo ad aumentare la conoscenza da parte della società regionale del ruolo e delle realizzazioni della politica di coesione e dei Fondi.

Il coinvolgimento dei beneficiari effettivi, inoltre, come già anticipato, ha anche la finalità di fornire loro supporto rispetto agli obblighi di informazione. Attraverso la partecipazione al concorso, tutti i candidati, infatti, hanno la possibilità di testimoniare la propria esperienza, informando il pubblico del sostegno ottenuto dal POR FESR e mostrando i risultati concreti ottenuti.

L'altro elemento che ci appare utile evidenziare è quello della partecipazione della Rete di parternariato per la comunicazione del POR FESR alla co-progettazione della Campagna e alla sua promozione. Un contributo che, sebbene, come si evince dall'analisi dei dati forniti dall'Amministrazione regionale, sia stato leggermente inferiore in termini di rilanci rispetto all'anno precedente (Campagna 2018) ha, comunque, consentito una più ampia promozione del concorso e delle progettualità candidate.

Infine, l'ultima riflessione valutativa sulla campagna informativa annuale è relativa all'elemento di integrazione tra i fondi (POR FESR e POR FSE) che ha caratterizzato l'azione informativa. Non si tratta come abbiamo potuto constatare dall'analisi della Strategia di Comunicazione e del suo processo di attuazione, di una scelta occasionale, ma di un percorso che si sta sempre più rafforzando nel corso della programmazione 2014-2020 e che consente di evidenziare come e in che misura le diverse opportunità offerte dai Fondi concorrano sinergicamente alla crescita e allo sviluppo economico, occupazionale e sociale della Regione Emilia Romgna. Le attività di informazione integrata consentono di rafforzare maggiormente l'azione comunicativa, già messa in campo da ciascun Fondo, volta a incrementare la conoscenza e consapevolezza rispetto al ruolo e

alle realizzazioni della politica di coesione e dei fondi comunitari dei cittadini e delle cittadine emiliano-romagnoli.

Tabella 4.2 – Sintesi delle caratteristiche, elementi, obiettivi e destinatari raggiunti della Campagna "*Qui le idee diventano realtà*"

Caratteristiche della Campagna "*Qui le idee diventano realtà*" 2019	Elementi	Obiettivi raggiunti	Destinatari raggiunti
Innovativa	Coinvolgimento diretto	Sostenere i beneficiari negli obblighi di comunicazione	Beneficiari effettivi
	Testimonianze sui progetti	Informare dei benefici concreti	Beneficiari potenziali, società regionale
	Immediatezza e ampia diffusione	Aumentare la conoscenza dei progetti finanziati	Tutti i target di destinatari
Integrata	Azione sinergica	Aumentare la conoscenza del ruolo dell'Unione e dei Fondi	Società regionale
Partecipata	Co-progettazione e promozione - Rete di Comunicazione POR FESR	Aumentare la conoscenza dei progetti finanziati	Tutti i target di destinatari

5 Considerazioni conclusive

L'analisi della Strategia di Comunicazione del POR FSE 20014-2020 ha consentito di verificare in primis **la rispondenza del documento rispetto a quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dall'Allegato XII** (domanda di valutazione *la Strategia di Comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità?*).

Il documento ha individuato chiaramente le priorità e gli obiettivi generali e specifici (domanda di valutazione *Quali sono le finalità della strategia e quali gli obiettivi specifici?)* rispetto ai differenti target di destinatari - quali soggetti del sistema delle imprese, della ricerca, istituzionale e altri soggetti rilevanti per lo sviluppo economico e la gestione del territorio - (domanda di valutazione *I target individuati dalla strategia sono coerenti con i beneficiari/destinatari previsti dalle priorità di investimento del POR FESR?)*, articolando dettagliatamente per ciascuna delle azioni di informazione e di comunicazione le differenti attività e strumenti da mettere in campo per il loro raggiungimento.

Per la definizione del documento l'AdG del POR FESR si è avvalsa di una puntuale analisi del contesto di attuazione della precedente programmazione 2007-2013, identificando, attraverso l'analisi SWOT, i punti di forza e di debolezza, le opportunità e le minacce, così da identificare gli interventi di comunicazione più efficaci per il raggiungimento degli obiettivi della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020. Tra i punti di debolezza erano stati identificati un limitato coinvolgimento degli utenti finali, un linguaggio troppo tecnico e un numero limitato di eventi. Punti di debolezza che sono stati efficacemente superati grazie alle azioni e agli strumenti previsti dalla Strategia di Comunicazione, ma soprattutto messi in campo nel processo di attuazione: si pensi alle attività che hanno fortemente coinvolto i beneficiari effettivi (Campagne informative annuali 2018 e 2019), alla pubblicazione di informazioni chiare e dettagliate sul sito web e alla realizzazione di una comunicazione continua rivolta ai diversi destinatati sul programma, sul suo stato di avanzamento e sui suoi risultati, fortemente veicolata dai mass media (oltre 2000 notizie pubblicate), all'attivazione della rete degli sportelli sui territori che hanno promosso una serie di seminari e workshop che si sono affiancati agli eventi organizzati

direttamente dalla Regione Emilia Romagna, alla partecipazione a fiere e manifestazioni, alla realizzazione di specifici eventi anche integrati con il POR FSE.

L'analisi del processo di attuazione della Strategia di Comunicazione, **ha messo in evidenza non solo l'adeguatezza delle misure attivate, ma anche, con attenzione agli indicatori di realizzazione e di risultato, in che misura esse stiano concorrendo al pieno raggiungimento degli obiettivi previsti nel periodo di programmazione 2014-2020**, (si veda paragrafo 3.7 Sintesi delle azioni di comunicazione del POR FESR).

Le azioni di comunicazione sono state adeguatamente realizzate in riferimento alle diverse tipologie di destinatari individuati, prevendendo interventi e strumenti mirati volti a rispondere alle differenti necessità di informazione e comunicazione dei diversi target group [domanda di valutazione: *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, società regionale e moltiplicatori dell'informazione quali partenariato istituzionale, economico e sociale, media e partner privilegiati)?]*

A tale proposito, appare utile porre l'attenzione sulle azioni di supporto ai beneficiari effettivi sia nell'accesso alle opportunità offerte dal POR FESR che nella realizzazione dei progetti. Le indagini sui beneficiari realizzate, la prima nel 2016 volta a verificare il livello di soddisfazione degli utenti del web e la seconda nel 2017 attivata dallo portale ER-Imprese, hanno mostrato un buon tasso di soddisfazione da parte dei beneficiari effettivi dei servizi di supporto e, in particolare, dello Sportello Imprese regionale. Ciò mostra, insieme ai dati relativi al numero di contatti al servizio, l'importanza di mettere a disposizione di imprese, ed in generale dei beneficiari potenziali ed effettivi, un servizio di assistenza diretta (anche a livello territoriale grazie all'attivazione della rete degli Sportelli imprese) a cui rivolgersi per garantire un più ampio accesso alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FESR e un sostegno mirato rispetto agli obblighi di comunicazione.

L'analisi degli interventi di comunicazione realizzati ci mostra un processo di attuazione piuttosto avanzato che, per alcune azioni, risulta aver realizzato, a livello numerico, più di quanto previsto dalla Strategia di Comunicazione. Un risultato fin qui raggiunto che si ritiene sia stato favorito anche dalla **buona capacità dell'Amministrazione di fare sistema**, di cogliere le opportunità, connettere le risorse, integrare competenze utili presenti sul territorio regionale o di attivarle, raccogliendo al tempo stesso bisogni e necessità (si pensi alla formalizzazione della Rete di parternariato per la comunicazione del POR FESR) per promuovere una efficace comunicazione del Fondo, dei suoi obiettivi, delle opportunità di finanziamento e dei raggiunti.

Tra i punti di forza, si sottolinea anche la realizzazione delle campagne informative annuali, con **un'azione comunicativa, attenta ai risultati ottenuti che ha valorizzato e consolidato le più efficaci modalità sperimentate**, perfezionandole e innovandole di volta in volta. Campagne che nelle ultime due edizioni hanno, in linea con la campagna *#EuInMyRegion* organizzata dalla Direzione generale della Commissione europea per la politica regionale, coinvolto i beneficiari effettivi redendoli testimoni diretti delle opportunità offerte dai Fondi Europei.

Infine, un'ultima riflessione riguarda la **comunicazione integrata** che, come già evidenziato nel focus sulla Campagna 2019 e relativamente altre iniziative realizzate congiuntamente, consente di evidenziare l'azione sinergica del POR FESR e del POR FSE, al fine di raggiungere l'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 perla crescita e lo sviluppo economico" (*Strategia di Comunicazione POR FESR 2014-2020 pag.13). Un obiettivo che, dai dati emersi dalle somministrazioni dei questionari nel corso della *Mobility Week* e di *Ecomondo* nel 2017, sembra essere raggiunto, sebbene, come è stato

sottolineato, sia necessario tener conto del campione a cui è stato somministrato il questionario, non statisticamente rappresentativo della popolazione regionale.

Per tale ragione, per una misurazione più puntuale del livello di consapevolezza dell'esistenza della politica regionale dell'Unione europea e del livello di conoscenza dei progetti, si suggerisce di realizzare una survey su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione regionale, anche in funzione della nuova programmazione 2021-2027.