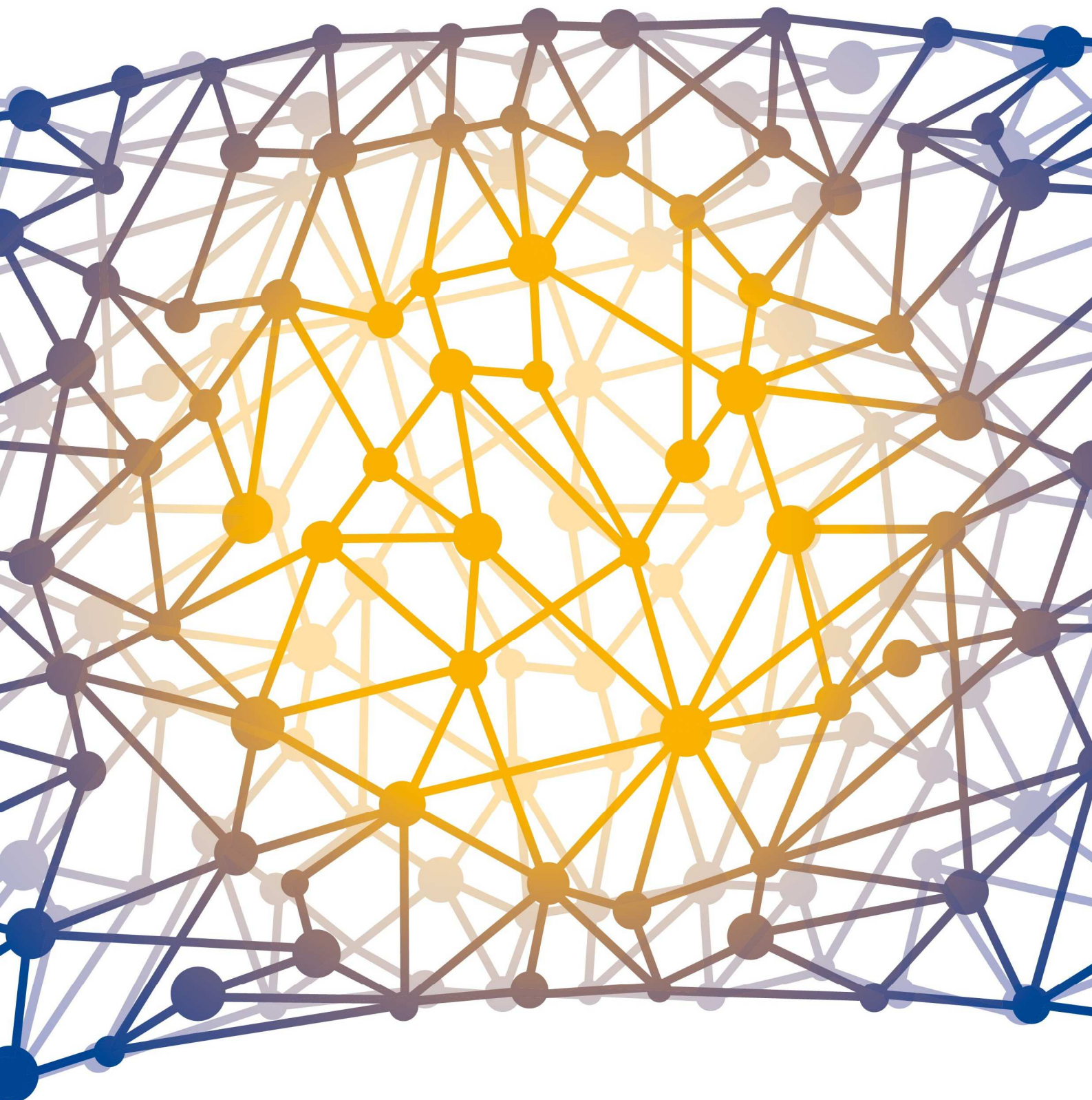


Strategia di comunicazione 2014-2020



**Eine Chance für alle
Un'opportunità per tutti**

ESF | FSE
Europäischer Sozialfonds
Fondo Sociale Europeo



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE



Strategia di comunicazione FSE 2014-2020
Bolzano, 20 giugno 2019
Versione 2.0

Provincia autonoma di Bolzano
Ripartizione Europa - Ufficio FSE
Via Conciapelli 69
39100 Bolzano

Tel. 0471- 41 31 30
www.provincia.bz.it/fse
fsebz@provincia.bz.it

Indice

1. Premessa	4
2. Approccio della Strategia di comunicazione	5
2.1. Caratteristiche della strategia	5
2.2. Priorità della strategia	5
3. Obiettivi della Strategia di comunicazione.....	7
3.1. La popolazione è informata sull'Unione Europea, sui Fondi Strutturali, e, in particolare, sul Fondo Sociale Europeo	7
3.2. Gli obiettivi del PO 2014-2020 sono conosciuti.....	8
3.3. (Potenziali) beneficiari e destinatari sono informati delle opportunità di formazione	8
3.4. La popolazione è informata degli obiettivi raggiunti	9
4. Destinatari e azioni di comunicazione.....	10
4.1. Pubblico FSE	10
4.2. Beneficiari e beneficiari potenziali.....	10
4.3. Partecipanti.....	11
4.4. Moltiplicatori.....	12
5. Canali e strumenti di comunicazione	13
5.1. Corporate image	13
6. Azioni particolari	15
6.1. Azioni per persone con disabilità	15
6.2. Supporto dei beneficiari nelle iniziative di comunicazione	15
6.2.1. Manuale per le informazioni e pubblicità	15
6.2.2. Sostegno attraverso gli incaricati alla comunicazione	15
6.2.3. Sostegno attraverso i media elettronici/digitali e documenti cartacei	16
7. Esperienze ed esiti del periodo di programmazione 2007-2013.....	17
8. Valutazione e monitoraggio.....	20
8.1. Valutazione operativa	20
8.2. Valutazione strategica	20
9. Budget.....	21
10. Azioni di comunicazione pianificate.....	22
11. Organismo amministrativo responsabile	25

1. Premessa

Il presente documento definisce la Strategia di comunicazione per il Programma Operativo del Fondo Sociale Europeo 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano nell'ambito dell'Obiettivo tematico "Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione".

Il Programma Operativo della Provincia autonoma di Bolzano è stato approvato dalla Commissione Europea con Decisione C(2015)4650 del 6 luglio 2015 e successive modifiche (ultima versione approvata con Decisione C(2018) 7997 del 23 novembre 2018).

La Strategia di comunicazione è stata approvata dal Comitato di sorveglianza, a norma del Regolamento (UE) n. 1303/2013, art. 116, comma 2, in data 30.11.2015 e aggiornata in data 20/06/2019.

Tale Strategia è conforme sia alle disposizioni dettate dal Regolamento (UE) n. 1304/2013, che a quelle di cui al Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014. In particolare, la Strategia mira a pubblicizzare presso i cittadini dell'Unione il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e dei fondi mediante azioni di informazione e comunicazione sui risultati e sull'impatto del Programma Operativo e delle operazioni.

2. Approccio della Strategia di comunicazione

2.1. Caratteristiche della strategia

La presente Strategia di comunicazione fa riferimento esclusivamente al PO FSE 2014-2020 prevedendo un **approccio integrato** che si sostanzia nella stretta collaborazione con gli altri Fondi strutturali, il Partenariato e i canali di comunicazione istituzionali dell'Amministrazione della Provincia autonoma di Bolzano.

Anzitutto si concretizza la **collaborazione degli organismi presenti all'interno della Ripartizione Europa**. A questa appartengono, infatti, Europe Direct Alto Adige e gli altri Fondi strutturali la cui gestione ha sede amministrativa a Bolzano, tra i quali FESR e INTERREG (Italia-Austria e Italia-Svizzera).

Per il nuovo periodo di programmazione questa collaborazione si evidenzia anche tramite il nuovo corporate design dei tre Programmi FSE, FESR e INTERREG. La volontà è quella di presentare i Fondi strutturali e i relativi Programmi come un'unità anche dal punto di vista ottico, per favorire la visibilità degli stessi verso l'esterno.

Continueranno, inoltre, le collaborazioni già attuate durante la passata programmazione, come ad esempio la partecipazione congiunta alla Festa dell'Europa del 9 maggio, coordinata da **Europe Direct Alto Adige**. Quest'ultimo ha un ruolo fondamentale per quanto riguarda i finanziamenti comunitari, in quanto funge da punto di riferimento per le cittadine e i cittadini, e anche per le imprese. Europe Direct Alto Adige, quale canale di informazioni per il FSE in Alto Adige, offre, infatti, un servizio di front-office, pubblica periodicamente una newsletter e aggiorna costantemente la propria pagina Facebook (<https://www.facebook.com/edsouthtyrol>).

Nella fase iniziale della programmazione 2014-2020 Europe Direct Alto Adige ha organizzato diversi eventi pubblici di informazione, durante i quali sono stati presentati i contenuti dei Programmi Operativi di FSE, FESR e INTERREG, specificando le principali novità della programmazione in corso e fornendo varie informazioni riguardo ai finanziamenti comunitari.

Attraverso gli strumenti di coordinamento della programmazione comunitaria (es. Rete FSE, Europe Direct Alto Adige, Rete delle persone di contatto UE) si vuole, inoltre, rafforzare ulteriormente il legame non solo con i membri del Comitato di sorveglianza, ma anche tra i diversi attori e partner nella concretizzazione dei programmi.

La realizzazione sarà attuata mediante una strategia differenziata. La differenziazione riguarda da un lato i vari obiettivi posti, e dall'altro i diversi gruppi target, ponendo particolare attenzione a che la comunicazione avvenga attraverso canali adeguati e nella lingua individuata per ogni target.

2.2. Priorità della strategia

Oltre agli obiettivi specifici la presente Strategia di comunicazione segue le seguenti priorità:

- migliorare la visibilità e la conoscenza del Programma FSE 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige tra i cittadini;
- rafforzare la consapevolezza dell'esistenza dell'Unione Europea e della sua legittimità, attraverso una valorizzazione dell'immagine e del ruolo che l'UE riveste nelle politiche per la qualificazione delle risorse umane, per l'occupazione e per lo sviluppo innovativo e sostenibile del territorio e della società provinciale, in chiave di benefici tangibili che esse portano alla vita del cittadino stesso;
- migliorare la conoscenza dei cittadini sui risultati delle politiche UE e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i fondi strutturali con la finalità di

- agevolare/aumentare la partecipazione ai progetti da parte di aziende e cittadini e aumentare i livelli di fruizione del fondo;
- costruire reti partenariali, soprattutto con i media e Europe Direct Alto Adige, per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio.

3. Obiettivi della Strategia di comunicazione

La Strategia di comunicazione persegue anzitutto un primo importante obiettivo comune: informare sul Programma Operativo, favorire la comunicazione e l'informazione relative al Programma, e, laddove possibile, coinvolgere il più possibile i partner per aumentare la visibilità del PO FSE 2014-2020 della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige, innalzare gli obiettivi e diffondere i risultati raggiunti ponendo l'accento sul fondamentale ruolo dell'UE in merito al finanziamento del Programma.

Il secondo obiettivo comune mira a garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal PO, mettendo a disposizione del pubblico e di tutti i potenziali beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti la possibilità di finanziamento offerto. L'Autorità di Gestione informa i potenziali beneficiari di tutte le proposte di finanziamento in ambito del Programma Operativo e pubblicizza presso le cittadine e i cittadini dell'UE il ruolo e la realizzazione della politica di coesione e dei fondi tramite azioni di comunicazione e informazione sui risultati raggiunti e sull'influenza del Programma Operativo e delle relative operazioni.

Sulla base dei regolamenti comunitari, dell'analisi della Strategia di comunicazione della passata programmazione e dell'avanzamento della prima fase del ciclo 2014-2020, oltre che nel rispetto degli obiettivi posti dal Programma Operativo, sono stati individuati i seguenti obiettivi:

3.1. La popolazione è informata sull'Unione Europea, sui Fondi Strutturali, e, in particolare, sul Fondo Sociale Europeo

Un obiettivo della Strategia di comunicazione è far presente alla popolazione il fondamentale ruolo ricoperto dall'Unione Europea.

Si tratta anzitutto di sensibilizzare i cittadini all'idea che l'Unione Europea è un'istituzione presente concretamente per gli altoatesini su tutto il territorio. I finanziamenti europei mirano a migliorare le condizioni di vita, l'accesso al mercato del lavoro, al mantenimento dell'occupazione, investire nell'istruzione, favorire l'inclusione sociale, prevenire e combattere la povertà e favorire le pari opportunità.

Mezzi/ Raggiungimento obiettivo:

- Pagina Internet dell'Ufficio FSE, contenente informazioni introduttive e collegamenti alle pagine istituzionali dell'Unione Europea, nonché la lista dei progetti finanziati e dei beneficiari, la lista dei corsi aperti, informazioni sui progetti best practice, eventuali pubblicazioni finanziate dal FSE ed altro materiale relativo al Fondo Sociale Europeo;
- Collaborazione con Europe Direct Alto Adige;
- Per ogni azione finanziata, così come per ogni attività/prodotto di informazione e comunicazione, deve essere presente il logo del Fondo Sociale Europeo della Provincia autonoma realizzato *ad hoc*, il quale ricomprende anche il logo dell'Unione, evidenziando così, per ogni azione sostenuta il finanziamento dell'Unione Europea;
- Esposizione della bandiera dell'UE ad ogni evento dell'Ufficio FSE;
- Diffusione di informazioni relative a specifici eventi o comunicazioni dell'Ufficio FSE;
- Eventi annuali, anche in sinergia con gli altri Programmi.

3.2. Gli obiettivi del PO 2014-2020 sono conosciuti

Obiettivo primario della Strategia di comunicazione è far conoscere gli obiettivi del Programma Operativo del FSE 2014-2020 per la Provincia autonoma di Bolzano.

Tra le altre cose, dovranno essere chiariti alle cittadine e ai cittadini, in lingua comprensibile e in modo dettagliato in relazione ai gruppi target, i seguenti punti:

- Cosa significa FSE? (Informazioni generali sulla storia e la funzione del Fondo Sociale Europeo)
- Cosa finanzia il FSE? (Informazioni relative agli assi di finanziamento)
- Quali sono gli obiettivi e strategie del FSE in Alto Adige 2014-2020?
- Chi può ottenere un finanziamento FSE? (Informazioni relative ai beneficiari e destinatari)
- Cosa è stato già finanziato/raggiunto dal FSE? (Informazioni relative ad esempi di progetti e progressi raggiunti nella realizzazione del Programma)

Mezzi/ Raggiungimento obiettivo:

- Utilizzo di una chiara corporate-identity;
- Evento di lancio del Programma Operativo ed eventi informativi annuali, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Informazioni comprensibili e strutturate in modo chiaro relative al Programma Operativo e agli obiettivi posti, diffuse attraverso i canali di informazione;
- Sito internet dell'ufficio FSE con banca dati delle pubblicazioni finanziate dal FSE ed altro materiale relativo al Fondo Sociale, FAQ etc.;
- Coinvolgimento dei beneficiari nella Strategia di comunicazione;
- Informazioni e scambio con gli stakeholders.

3.3. (Potenziali) beneficiari e destinatari sono informati delle opportunità di formazione

Le azioni di comunicazione mirano a informare in generale la popolazione e nello specifico i vari gruppi target sulle possibilità di finanziamento offerte dal Fondo Sociale Europeo della Provincia autonoma di Bolzano in modo accessibile, semplificato e immediatamente fruibile. Ciò contribuisce alla trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'impiego dei mezzi finanziari e nella realizzazione del Programma Operativo, oltre che ad incentivare la partecipazione agli interventi.

Al fine di raggiungere l'obiettivo posto, è necessaria un'informazione diversificata a seconda del gruppo target d'interesse (vedi paragrafo: Destinatari e azioni di comunicazione).

Mezzi/ Raggiungimento obiettivo:

- Informazioni comprensibili e strutturate in modo chiaro relative al Programma Operativo e agli obiettivi posti, diffuse attraverso i canali di informazione;
- Pagina Internet dell'Ufficio FSE contenente informazioni dettagliate relative ai bandi e ai corsi offerti;
- Manuali e guide relative alla presentazione, valutazione, realizzazione e rendicontazione dei progetti;
- Eventi annuali dell'Ufficio FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Conferenze stampa e relazioni pubbliche;
- Conferenze stampa e relazioni pubbliche dei beneficiari;
- Infoday di presentazione delle opportunità di finanziamento;
- Pubblicazioni, depliant e brochure d'informazione;
- Utilizzo di spazi pubblicitari.

3.4. La popolazione è informata degli obiettivi raggiunti

Elemento centrale per la visibilità e conoscenza delle attività dell'Unione Europea e del Fondo Sociale Europeo, sia in generale, che nello specifico rispetto al suo contributo allo sviluppo economico della Provincia autonoma di Bolzano, è la diffusione degli obiettivi raggiunti.

Per la programmazione 2014-2020 è necessario rafforzare gli investimenti in questo ambito. Ciò facendo si aumenta l'informazione sul FSE, sugli obiettivi e sulle attività, e, diffondendo i progetti realizzati attraverso modalità più strutturate e comprensibili, si può dare ad essi un valore aggiunto importante.

Mezzi/ Raggiungimento obiettivo:

- Pagina Internet dell'Ufficio FSE con eventuali pubblicazioni finanziate dall'Ufficio e di altre di rilevanza per lo stesso, nonché delle pubblicazioni di valutazione del Programma;
- Conferenze stampa e relazioni pubbliche;
- Eventi annuali e manifestazioni a tema del FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Pubblicazioni, depliant e brochure d'informazione;
- Conferenze stampa e relazioni pubbliche dei beneficiari.

4. Destinatari e azioni di comunicazione

In accordo alle direttive della Commissione Europea ed in conformità con il Regolamento (UE) n. 1303/2013, sono stati definiti in merito alla Strategia di comunicazione diversi gruppi di destinatari che vengono coinvolti in modo mirato.

4.1. Pubblico FSE

Il pubblico comprende l'intera popolazione altoatesina, includendo quindi anche tutti gli altri gruppi specifici di destinatari. Si tratta di informare tutti i potenziali beneficiari degli obiettivi e delle prestazioni in relazione alle possibilità di finanziamento del Fondo Sociale Europeo e, inoltre, di informare, mediante i risultati dei progetti, i cittadini della Provincia autonoma di Bolzano riguardo ai progressi nella realizzazione del Programma e, di conseguenza, in merito all'impiego dei soldi pubblici stanziati.

Azioni dirette alla collettività

- Evento di lancio di inizio periodo di programmazione;
- Eventi annuali FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Depliant e brochure informative (ad. es. riassunto del Programma Operativo FSE 2014-2020 scritto in un linguaggio semplice all'interno di una brochure realizzata in modo sintetico e facilmente consultabile, ecc.);
- Materiale pubblicitario
- Manifestazioni mirate per tipologia tematica (ad. es. per la diffusione dei risultati raggiunti, per gli avvisi pubblici, ecc.);
- Sito Internet dell'Ufficio FSE con le informazioni generali in merito al FSE e con contenuti specifici (ad. es. pubblicazione degli avvisi pubblici finalizzati alla presentazione di progetti; elenco dei progetti e dei beneficiari, elenco dei corsi in essere, presentazione dei progetti best practice; messa a disposizione di interessanti pubblicazioni FSE, ecc.).

4.2. Beneficiari e beneficiari potenziali

Come previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione garantisce che il maggior numero possibile di potenziali beneficiari e di portatori di interessi venga informato in merito alla Strategia del Programma Operativo ed ai relativi obiettivi perseguiti e alle possibilità di finanziamento offerte.

In tale ambito vengono pianificate specifiche campagne di awareness e call to action per favorire la partecipazione ai bandi, con azioni di comunicazione per i beneficiari e potenziali beneficiari, le quali offrono, in modo continuativo, informazioni attuali in merito al Programma Operativo ed ai relativi avvisi pubblici.

Il principale mezzo di comunicazione è rappresentato dal sito Internet dell'Ufficio FSE, il quale offre di volta in volta informazioni sempre attuali e aggiornate.

I beneficiari vengono, inoltre, coinvolti nella strategia di comunicazione e trattati all'interno della stessa con particolare attenzione, in quanto, in conformità al Regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII, paragrafo 2.2, ai beneficiari stessi competono ruoli attivi all'interno della comunicazione ed informazione delle azioni FSE (si veda a riguardo il capoverso 6.2 della presente Strategia di comunicazione).

Azioni rivolte ai potenziali beneficiari

- Evento di lancio di inizio periodo di programmazione;
- Eventi annuali FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Conferenze stampa e comunicati;
- Depliant e brochure informative (ad. es. riassunto del Programma Operativo FSE 2014-2020 scritto in un linguaggio semplice all'interno di una brochure realizzata in modo sintetico e chiaramente consultabile, ecc.);
- Manifestazioni mirate per tipologia tematica (ad. es. per la diffusione dei risultati raggiunti, per gli avvisi pubblici ecc.);
- Sito Internet dell'Ufficio FSE con le informazioni generali in merito al FSE e con contenuti specifici (ad. es. pubblicazione degli avvisi pubblici finalizzati alla presentazione di progetti; elenco dei progetti e dei beneficiari, elenco dei corsi in essere, presentazione dei progetti best practice; messa a disposizione di interessanti pubblicazioni FSE, ecc.);
- Newsletter e social media;
- Utilizzo di spazi pubblicitari.

Azioni rivolte ai beneficiari

- Evento di lancio di inizio periodo di programmazione;
- Eventi annuali FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Conferenze stampa e comunicati;
- Depliant e brochure informative (ad. es. riassunto del Programma Operativo FSE 2014-2020 scritto in un linguaggio semplice all'interno di una brochure realizzata in modo sintetico e chiaramente consultabile, ecc.);
- Manifestazioni mirate per tipologia tematica (ad. es. per la diffusione dei risultati raggiunti, per gli avvisi pubblici ecc.);
- Sito Internet dell'Ufficio FSE con le informazioni generali in merito al FSE e con contenuti specifici (ad. es. pubblicazione degli avvisi pubblici finalizzati alla presentazione di progetti; elenco dei progetti e dei beneficiari, elenco dei corsi in essere, presentazione dei progetti best practice; messa a disposizione di interessanti pubblicazioni FSE, ecc.);
- Newsletter e social media;
- Specifiche attività di formazione e informazione (ad es. sull'ammissibilità della spesa, sugli aiuti di stato, ecc.)
- Utilizzo di spazi pubblicitari.

4.3. Partecipanti

Il flusso delle informazioni dirette ai partecipanti avviene attraverso due modalità differenti: da una parte attraverso le azioni di informazione dell'Autorità di Gestione, dall'altra attraverso le relazioni pubbliche con i beneficiari. Particolare attenzione è prestata a un tipo di informazione ad ampio raggio che sia facilmente comprensibile, in modo tale da consentire al maggior numero possibile di persone l'accesso agli interventi del Fondo Sociale Europeo.

Azioni rivolte ai partecipanti

- Informazioni e pubblicità tramite i moltiplicatori;
- Conferenze stampa e comunicati;
- Eventi annuali FSE, anche in sinergia con gli altri Programmi;
- Sito internet del Fondo Sociale Europeo;

- Banca dati dei corsi che informa in merito ai corsi in essere, ai corsi futuri e alle manifestazioni;
- Materiale informativo, flyer e depliant.

4.4. Moltiplicatori

Mass-Media

I mass-media sono partner importanti nella diffusione di informazioni di carattere generale ed anche di informazioni sui risultati relativi alla realizzazione del Programma. In primo luogo i media vengono informati relativamente ad eventi e risultati attraverso conferenze stampa e/o comunicati stampa.

Occasioni in tal senso sono rappresentate dalle riunioni del Comitato di sorveglianza ed eventi dell'Ufficio FSE. Oltre ciò, si cerca di mettere a disposizione dei media informazioni, quali specifici dati e tematiche, che possano consentire la realizzazione di resoconti (ad. es. la giornata europea, le elezioni europee 2019 ed altri eventi simili).

Nella comunicazione con i media si fa affidamento sulla buona e stretta collaborazione con l'Ufficio stampa provinciale, il quale per la Provincia autonoma di Bolzano è l'organo centrale nelle relazioni pubbliche, e per l'Autorità di Gestione del Fondo Sociale Europeo è di aiuto nella gestione delle proprie pubbliche relazioni.

Sono, inoltre, utilizzati i social media e, più in generale, internet.

Partner

I Regolamenti della Commissione Europea prevedono, per il periodo di programmazione 2014-2020, un più stretto coinvolgimento dei partner nella pianificazione e nella realizzazione del Programma Operativo. I partner saranno pertanto altrettanto coinvolti anche nelle azioni di comunicazione, ad esempio attraverso il coinvolgimento delle parti sociali nella diffusione delle informazioni relative ai nuovi finanziamenti diretti a imprese e cittadini.

Beneficiari

Anche i beneficiari sono da intendersi come moltiplicatori, sia quando si tratta di trasmettere informazioni ai partecipanti dei progetti, che in ambito di pubbliche relazioni.

Sono i beneficiari che rappresentano una rete capillare, la quale, direttamente ed indirettamente attraverso l'attività in loco relativa ai progetti concreti, porta a conoscenza di come sono state investite le risorse del Fondo Sociale Europeo e di come attraverso ciò il Fondo Sociale Europeo contribuisca ad aumentare le chance di ogni singolo individuo.

Per raggiungere un'informazione completa ed uniforme, i beneficiari devono essere strettamente connessi alla Strategia di comunicazione. Ulteriori informazioni in merito nel capitolo "Sostegno ai beneficiari nelle attività di comunicazione".

Azioni per i moltiplicatori

- Conferenze stampa, comunicati stampa;
- Affissioni;
- Manifestazioni pubbliche, inclusi gli eventi annuali;
- Campagne on line, newsletter e social media;
- Comunicazioni tramite canali radiofonici e televisivi e sale cinematografiche;
- Materiale informativo, depliant, video.

5. Canali e strumenti di comunicazione

La tabella sottostante riporta i canali e gli strumenti di comunicazione più importanti usati dal Programma, e i principali gruppi target ai quali fanno riferimento:

Gruppo target Canale	Collettività	Beneficiari potenziali	Beneficiari	Partecipanti	Moltiplicatori
Pagina Internet	x	x	x	x	x
Conferenze e comunicati stampa	x	x	x	x	x
Depliant e brochure d'informazione	x	x	x	x	x
Eventi informativi	x	x	x	x	x
Eventi e seminari specifici		x	x		x
Newsletter/ social media		x	x		x
Materiale pubblicitario	x	x	x	x	x

5.1. Corporate image

Un corporate design chiaro e unificato ha il vantaggio di generare un effetto di riconoscimento immediato del logo, consentendo di ricollegare intuitivamente le varie azioni realizzate al Programma Operativo.

Dopo due programmazioni l'Autorità di Gestione ha deciso di introdurre un nuovo logo e un nuovo corporate design per il periodo 2014-2020. Il nuovo simbolo/CD riunisce tre elementi: 1. Anzitutto il logo deve essere conforme alle prescrizioni di cui al Regolamento (UE) n. 821/2014 (in particolare all'Allegato II), riproducendo gli stemmi della Repubblica Italiana e della Provincia autonoma di Bolzano. 2. La tipologia di logo da utilizzare deve essere concordata con il FESR e Interreg della Ripartizione Europa, per sottolineare le sinergie dei fondi ed evidenziare la stretta connessione tra di essi. 3. Attraverso la scelta dei colori deve essere sottolineata una sorta di continuità rispetto all'ormai conosciuto logo del Fondo Sociale Europeo.

ESF | FSE
Europäischer Sozialfonds
Fondo Sociale Europeo



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE

Immagine 1: Nuovo logo del Fondo Sociale Europeo Programma Operativo 2014-2020

Per il corretto utilizzo del logo l'Autorità di Gestione ha elaborato un relativo manuale, che è parte integrante del Manuale di Gestione e Rendicontazione dei progetti.

Riguardo all'Autorità di Gestione, è stato sviluppato un corporate design specifico che dovrà essere utilizzato per tutti i prodotti e tutte le pubblicazioni (Programma Operativo, documenti,

presentazioni, ecc.). In particolare, è stata scelta un'immagine applicabile ai cinque assi di finanziamento:

- Asse 1 – Occupazione: La rete come simbolo per un mercato del lavoro con connessioni ben sviluppate e, di conseguenza, ben funzionante, e contemporaneamente quale simbolo di inclusione all'interno dello stesso di tutti quegli individui appartenenti alle classi sociali più deboli.
- Asse 2 – Inclusione Sociale: La rete quale simbolo di rete sociale e di inclusione sociale.
- Asse 3 – Istruzione e formazione: La rete come simbolo di sinapsi, emblema per gli investimenti in ambiti culturali e di abilità personali.
- Asse 4 – Capacità Istituzionale e amministrativa: la rete quale simbolo di un'amministrazione pubblica collegata ed efficiente.
- Asse 5 – Assistenza Tecnica: la rete come rete di supporto all'attuazione del Programma Operativo.

Lo slogan scelto, inoltre, diffonde il messaggio centrale del Programma Operativo:

FSE – Un'opportunità per tutti

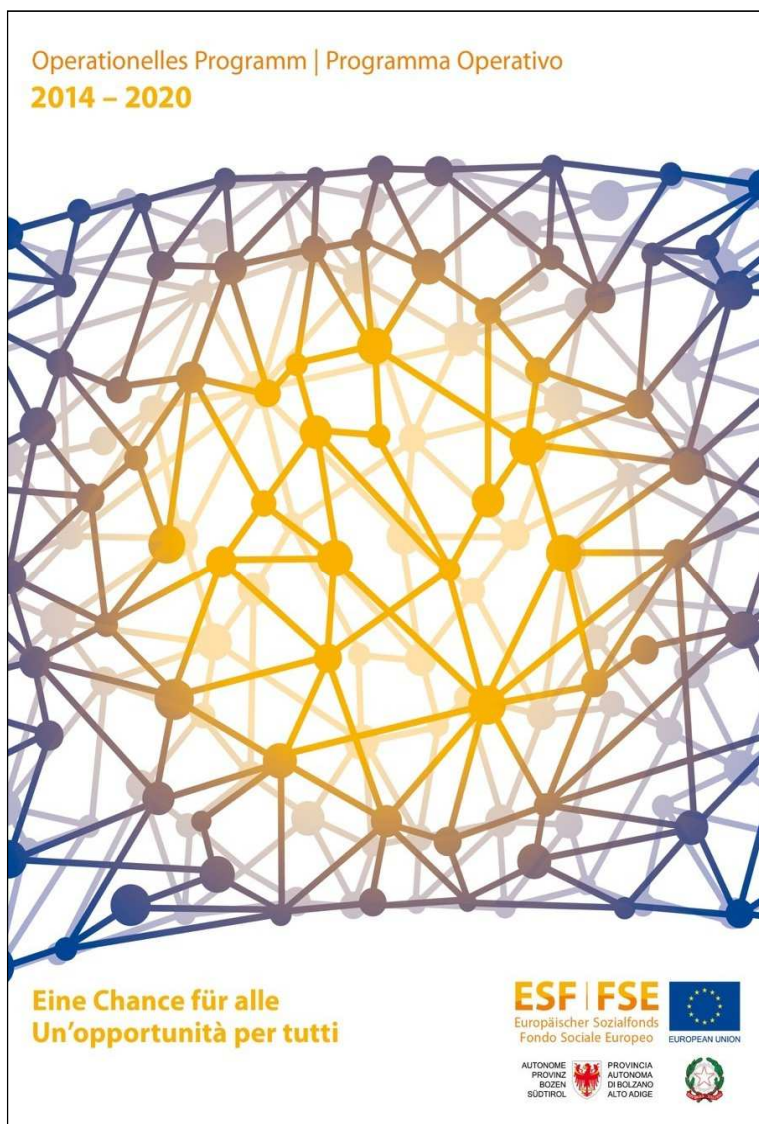


Immagine 2: Esempio di pubblicazione contenente il nuovo corporate

6. Azioni particolari

6.1. Azioni per persone con disabilità

Il sito internet dell'Ufficio FSE rientra nella rete civica altoatesina, la quale rappresenta il portale delle amministrazioni pubbliche della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige. Dal 2004 la rete civica adempie alle direttive di libera accessibilità della Web Accessibility Initiative (WAI), secondo quanto previsto dalla Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 (Legge Stanca), nel frattempo insignita di numerosi premi e riconoscimenti.

Si pone attenzione al fatto che soprattutto i documenti essenziali siano messi a disposizione in una forma linguistica semplice. In occasione di eventi pubblici, inerenti azioni d'informazione e comunicazione, è riservata particolare attenzione all'accesso alla manifestazione, poiché lo stesso non deve presentare barriere di sorta. Nel caso in cui i partecipanti dovessero avere particolari esigenze (ad es. la necessità di una traduttrice nella lingua dei segni), questo può essere comunicato all'Autorità di Gestione.

6.2. Supporto dei beneficiari nelle iniziative di comunicazione

Per garantire un'ampia diffusione delle informazioni relative ai progetti ed ai relativi risultati attraverso il Fondo Sociale Europeo, i beneficiari ricevono supporto, nell'ambito delle proprie attività di comunicazione, in modi differenti. Proprio attraverso la diffusione delle informazioni, si vuole garantire che i beneficiari rispettino i propri compiti così come da Regolamento (UE) n. 1303/2013 mirando al contempo a garantire una forma comune delle azioni di pubblica informazione e comunicazione.

6.2.1. Manuale per le informazioni e pubblicità

Come già accaduto nel passato periodo di programmazione, è a disposizione del beneficiario sul sito web il "Manuale per le misure di informazione e comunicazione e l'utilizzo del logo". Questo manuale contiene un chiaro codice riguardo all'utilizzo del logo con esempi in merito all'impiego dello stesso, rappresentando per il beneficiario un aiuto per il corretto utilizzo del logo e garantendo al contempo che il logo dell'Unione Europea sia utilizzato nel modo corretto.

Il manuale tiene conto di diverse possibilità di utilizzo nell'ambito di pubblicazioni web/digitali ed anche per il classico formato di stampa.

6.2.2. Sostegno attraverso gli incaricati alla comunicazione

Il/la incaricato/a alla comunicazione del FSE è a disposizione dei beneficiari ed è il partner di riferimento per ogni domanda relativa alla comunicazione e alle relazioni pubbliche. Fornisce aiuto in merito a domande relative all'informazione, alla pubblicità e alla realizzazione dei compiti dei beneficiari in conformità all'Allegato XII, n. 2.2, del Reg.(UE) n. 1303/2013.

Le informazioni per i beneficiari sono loro rese note attraverso pubblicazioni reperibili nel sito web e, in caso di necessità, attraverso circolari o newsletter rivolte ai beneficiari ed ai beneficiari potenziali.

6.2.3. Sostegno attraverso i media elettronici/digitali e documenti cartacei

Molto del materiale informativo è messo a disposizione dei beneficiari per il download online sul sito web del FSE. Tra il materiale disponibile sul sito web si trovano:

- Programma Operativo;
- Testi base e regolamenti europei rilevanti per il FSE;
- Indicazioni per i finanziamenti e condizione per l'accesso agli stessi;
- Note e manuali;
- Moduli;
- Modelli in formato elettronico;
- Logo dell'Unione Europea, dell'Autorità di Gestione del Fondo Sociale Europeo e della Provincia autonoma di Bolzano, a disposizione per i rispettivi utilizzi.

Oltre ciò l'Ufficio FSE mette a disposizione diversi materiali e documenti in forma cartacea:

- Programma Operativo;
- "Il Programma in sintesi" – Il Programma in pillole per i cittadini;
- Differente materiale informativo e di pubblicizzazione che viene pubblicato dall'Autorità di Gestione nel processo di attuazione della strategia di comunicazione.

Tutti i costi che i beneficiari sostengono per le azioni di informazione e comunicazione all'interno delle operazioni finanziate, qualora sviluppate in base ai criteri di ammissibilità ed in coerenza con i Regolamenti (UE) n. 1303/2013 e n. 1304/2013, rappresentano spesa ammissibile al finanziamento comunitario. Modalità di contabilizzazione ed entità dei costi ammissibili saranno definite dall'Autorità di Gestione.

7. Esperienze ed esiti del periodo di programmazione 2007-2013

Attraverso l'attuazione della strategia di comunicazione nel precedente periodo di programmazione 2007-2013, sono state raccolte numerose esperienze relative agli effetti delle azioni in relazione alla notorietà e all'attuazione del Programma del Fondo Sociale Europeo.

Grazie a due sondaggi rappresentativi dei risultati dell'attività di comunicazione del FSE, il primo nel 2011, il secondo ripetuto nel 2015 è stato rilevato il grado di notorietà del Fondo Sociale Europeo nella Provincia autonoma di Bolzano e la rilevanza e gli viene riconosciuta nella ricerca di un posto di lavoro.

Gran parte della popolazione dichiara di essere a conoscenza del fatto che la Provincia autonoma di Bolzano riceva dei soldi dall'Unione Europea, quindi dall'UE, per sostenere lo sviluppo economico nel proprio territorio (2011: 69%, 2015: 63%), e ha già sentito parlare almeno una volta del Fondo Sociale Europeo (2011: 47%, 2015: 58%).

Contemporaneamente al FSE è riconosciuto, dalla maggioranza degli intervistati, un ruolo molto o piuttosto rilevante per la formazione delle persone e nel miglioramento delle loro opportunità nel trovare lavoro (2011: 35%; 2015: 67%).

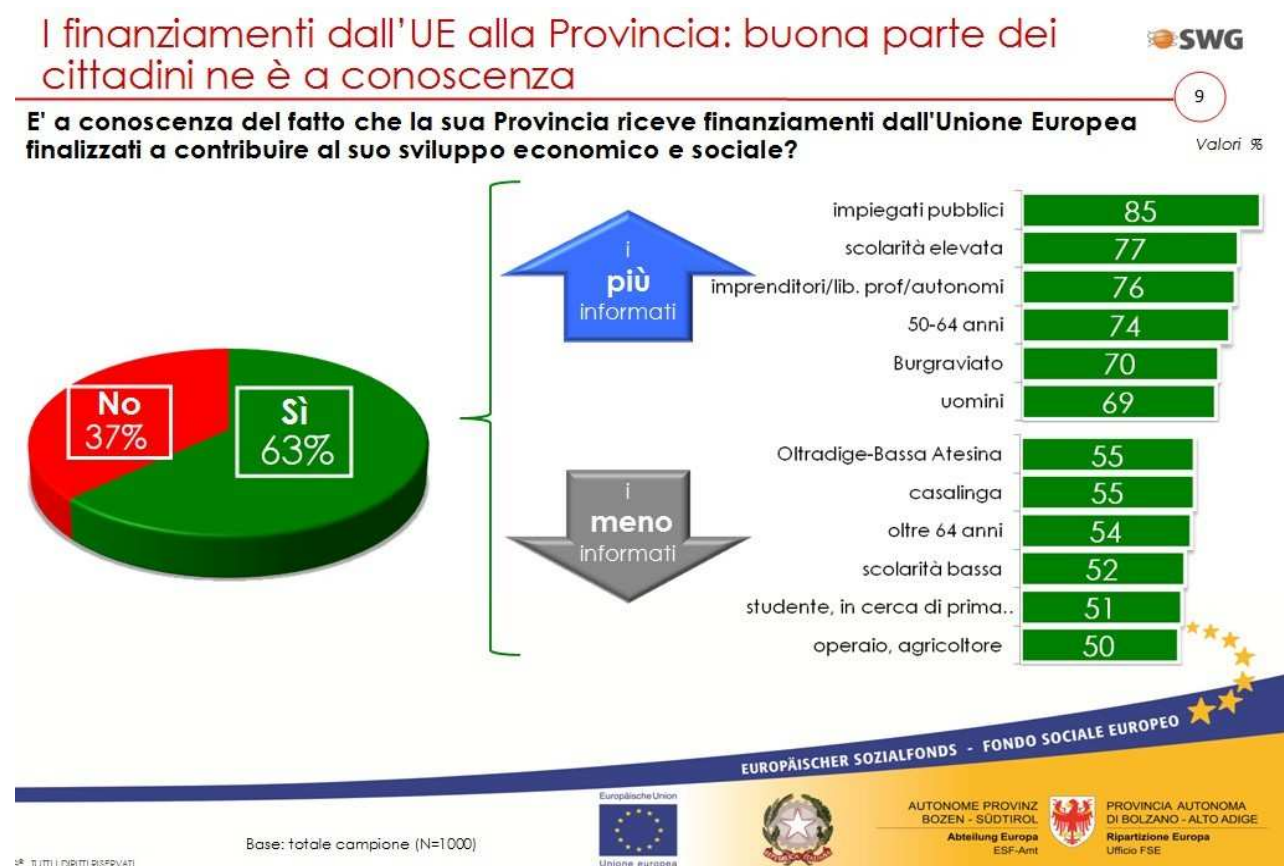


Immagine 3: Rilevazione del grado di conoscenza del FSE 2015:
Gran parte della popolazione altoatesina conosce il FSE ed è a conoscenza degli investimenti dell'Unione Europea in Alto Adige.

Rilevanza percepita del FSE in materia di occupazione

Come considera il ruolo del FSE per migliorare la formazione delle persone e la loro possibilità di trovare lavoro?

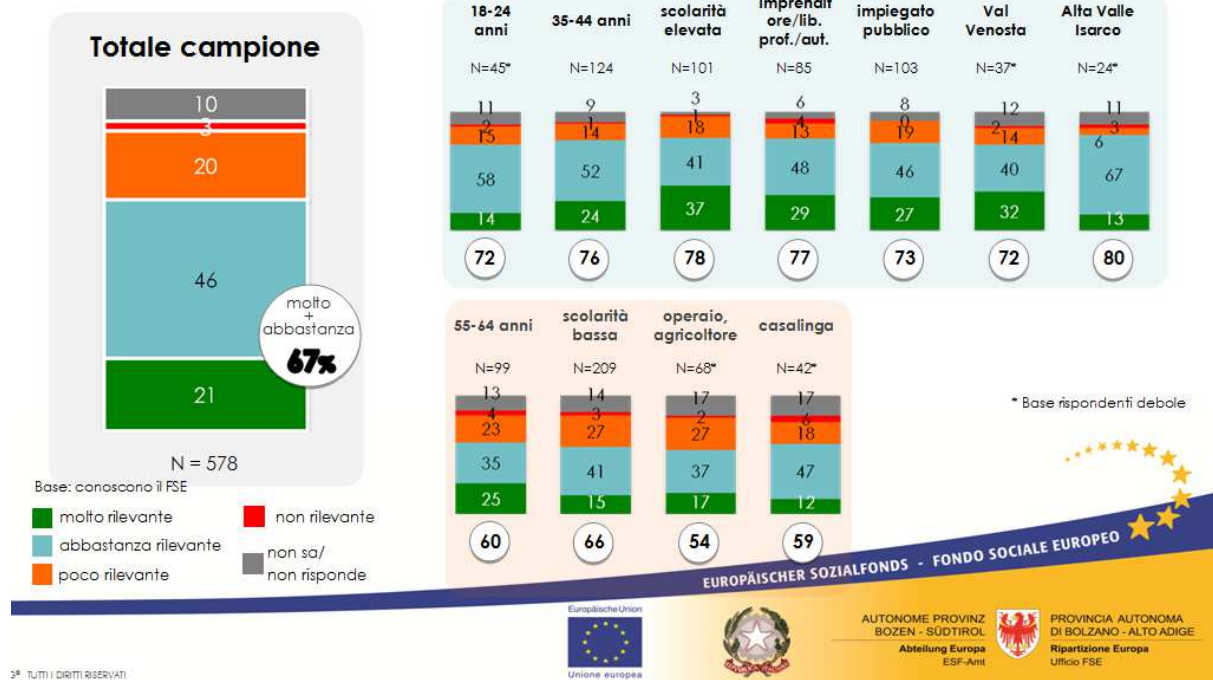


Immagine 4: Rilevazione del grado di conoscenza del FSE 2015:
Il ruolo del Fondo Sociale Europeo riguardo a formazione e miglioramento delle opportunità di lavoro della popolazione è percepito positivamente.

I più importanti mezzi di comunicazione, ovvero i più importanti canali di comunicazione, sono rappresentati da interviste, articoli, contributi dei media della carta stampata, tv, radio e Internet (2011: 34%, 2015: 72%), seguiti a breve distanza dalle pubblicità presso i diversi media, passa parola e brochure informative/pubblicazioni.

Canali \ Anno	2011	2015
Interviste/articoli	34%	72%
Pubblicità	29%	60%
Attraverso conoscenti	17%	23%
Pieghevoli brochure	12%	10%
Consulenza al lavoro altri punti informativi	10%	7%
Manifesti-locandine	8%	6%
Fiere	5%	6%
Numero verde	1%	1%
altro		3%

Immagine 5: Rilevazione del grado di conoscenza del FSE 2011 e 2015:
I destinatari sono raggiunti principalmente dai classici canali di comunicazione, quali i media tradizionali, Internet, passa parola e flyer.

I risultati dello studio mostrano quindi il successo ottenuto dalle attività informative svolte nel precedente periodo di programmazione e che, pertanto, devono essere fatte proseguire anche nel periodo di programmazione 2014-2020; tra queste attività rientrano esempi come:

- Utilizzo di una chiara e riconoscibile corporate identity, sia per le manifestazioni/eventi e attività dell'Autorità di Gestione che per quelle dei beneficiari;
- Utilizzo di uno slogan che si imprima facilmente nella mente;
- Costante aggiornamento del sito internet;
- Elenco dei corsi messi a disposizione sul sito internet per i potenziali partecipanti;
- Eventi e manifestazioni:
 - o Evento di lancio del PO del 18 giugno 2007, ed il collegato seminario all'evento del 18 marzo 2008, evento annuale della giornata europea;
 - o seminari specifici e manifestazioni informative come ad. es. il convegno del Fondo Sociale Europeo e l'innovazione nell'amministrazione pubblica del 25 marzo 2010, il convegno Europa 2020 – Una possibilità di sviluppo per l'Europa del 5 marzo 2011, workshop il Fondo Sociale Europeo e gli aiuti di stato del 13 ottobre 2011;
- Presentazione ed informazioni relative agli avvisi pubblici attraverso manifestazioni pubbliche, comunicati stampa, inserimento nel bollettino regionale e sul sito internet del FSE;
- Accordo con la RAI-Südtirol, "servizio radiofonico pubblico" per la Radiotelevisione Italiana S.p.A., per la diffusione del programma "Tema Europa" - l'accordo è stato siglato a livello di Ripartizione e prevede la diffusione di 1-3 programmi riguardanti il Fondo Sociale Europeo in Alto Adige;
- Materiale informativo e brochure (ad. es. opuscoli informativi unitamente a comunicazioni informative per adolescenti e maturandi);
- Riunioni del Comitato di sorveglianza, con connessa comunicazione pubblica dei risultati attraverso una conferenza stampa o di un comunicato stampa;
- Eventi informativi comuni sotto la guida e il coordinamento del servizio Europe Direct Alto Adige.

Dall'analisi della Strategia di comunicazione del periodo di programmazione precedente, e dalle esperienze fatte, è fatto fruttare un potenziale di miglioramento, al fine di consentire un continuo sviluppo delle pubbliche relazioni:

- I risultati dei progetti devono essere pubblicizzati e pubblicati in modo migliore (maggiore presenza e rafforzamento dell'immagine del FSE come motore di sviluppo del mercato del lavoro).
- I partner sociali devono essere coinvolti con maggior forza nelle relazioni pubbliche.
- Revisione del logo del FSE (migliore utilizzabilità del logo e attraverso ciò il raggiungimento di una maggiore accettabilità da parte dei beneficiari e la semplificazione verso l'esterno dell'immagine organizzativa della Ripartizione Europa).

8. Valutazione e monitoraggio

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione opera una valutazione dell'impatto che hanno la Strategia, il Programma Operativo e le operazioni sulla collettività, e del grado di conoscenza degli stessi tra la gente.

La valutazione si svolge in due fasi distinte.

8.1. Valutazione operativa

È previsto un controllo continuo durante la realizzazione della Strategia (esempi: web analytics, numero di partecipanti agli eventi, numero di pubblicazioni, ecc.).

Per l'analisi vengono utilizzati diversi indicatori:

Canale	Mezzo	Indicatore di risultato
Internet	Sito web	Numero di visitatori del sito web
	Newsletter/ abbonamento Email	Numero degli abbonamenti
	Social network	
Materiale informativo	Manuali e brochure stampati	Numero delle brochure, edizioni
	Materiale informativo da scaricare	Numero dei documenti e dei downloads
	Multimedia online	Numero delle visualizzazioni
Media/ Relazioni pubbliche "classiche"	Conferenze stampa	Numero di partecipanti
	Comunicati stampa	Numero di testate informate Numero di articoli redatti
	Programmi radio	Numero di interventi
Eventi	Eventi annuali ed eventi pubblici specifici	Numero di eventi Numero di partecipanti
	Riunioni del Comitato di Sorveglianza	Numero di incontri

8.2. Valutazione strategica

Come per la passata programmazione, anche per quella riferita al periodo 2014-2020 verranno fatte delle analisi intermedie di realizzazione (nel 2017 e 2019) e un'analisi finale finalizzata all'elaborazione del rapporto finale di esecuzione.

Tali analisi consentono di capire se e in quale misura siano stati raggiunti gli obiettivi fissati nella Strategia, e quale sia il grado di visibilità del ruolo del Fondo Sociale Europeo all'interno della Provincia autonoma di Bolzano.

I risultati delle valutazioni servono come base sia per i rapporti annuali che per il rapporto finale di esecuzione del Programma, sia anche per l'elaborazione dei piani di comunicazione annuali.

9. Budget

Per l'attuazione della strategia di comunicazione connessa all'intero periodo di programmazione, come previsto nel Programma Operativo approvato dalla Commissione Europea, Asse 5 Assistenza Tecnica, tabella 14, è stimato un budget complessivo pari a 273.242,30 euro.

I costi di attuazione della Strategia per il nuovo periodo di programmazione sono stati sostenuti a partire dall'anno 2015.

I primi costi relativi alla predisposizione del sistema d'informazione e della comunicazione per il periodo di programmazione 2014-2020, che sono stati sostenuti nell'anno 2014 e all'inizio dell'anno 2015, sono stati finanziati attraverso l'assistenza tecnica del periodo di programmazione 2007-2013 (in conformità dell'art. 46 della Decisione della Commissione del 20.03.2013 per l'approvazione delle linee guida per la chiusura dei programmi operativi).

Ripartizione indicativa delle spese per anno:

Anno	Importo	%
2015	8.013,44 euro	3%
2016	1.762,00 euro	1%
2017	22.463,61 euro	8%
2018	17.664,80 euro	6%
2019	74.000,00 euro	27%
2020	149.338,45 euro	55%
TOTALE	273.242,30 euro	100%

Ripartizione delle spese in merito ai mezzi di informazione e comunicazione:

Strumenti e canali	Spese preventive	Quota sulla spesa totale
Eventi informativi relativi al Programma, manifestazioni specifiche, seminari e workshop	35.723,21 euro	13%
Riunioni del Comitato di Sorveglianza	28.111,41 euro	10%
Pubblicità, materiale pubblicitario e aggiornamento del sito web	173.784,81 euro	64%
Materiale informativo	35.622,87 euro	13%
TOTALE	273.242,30 euro	100%

I dati inseriti sono indicativi e durante il periodo di programmazione gli stessi possono essere oggetto di adattamento a seconda delle esigenze.

10. Azioni di comunicazione pianificate

Nel rispetto del Regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII, paragrafo 4, lettera i), sono state pianificate le seguenti azioni di comunicazione:

	Azioni pianificate
2015	
maggio 2015	Eventi pubblici connessi alla settimana europea dal 9 al 12 maggio in collaborazione con Europe Direct Alto Adige
2015	Eventi informativi relativi al nuovo periodo di programmazione in collaborazione con Europe Direct Alto Adige e le Autorità di Gestione del FESR e di INTERREG
giugno 2015	Riunione annuale del Comitato di sorveglianza con annessa diffusione, per l'opinione pubblica, dei risultati raggiunti
autunno 2015	Produzione di un programma radiofonico per l'"Europamagazin" della RAI Alto Adige in merito ai contenuti del nuovo Programma Operativo 2014-2020
autunno 2015	Aggiornamento del sito web
autunno 2015	Elaborazione di una nuova corporate identity per il periodo di programmazione 2014-2020
autunno 2015	Stampa ed elaborazione di cartelle stampa, blocchi e roll-up da utilizzare in occasione degli eventi pubblici e in occasione delle riunioni del Comitato di sorveglianza
dicembre 2015	Evento di lancio del Programma Operativo
2016	
2015/2016	Pubblicazione di una ricapitolazione del Programma Operativo FSE 2014-2020 in forma linguisticamente non tecnica e semplificata
2016	Supporto all'organizzazione di 2 programmi radiofonici per "Europamagazin" della Rai-Alto Adige in merito ai temi maggiormente di attualità (previsti indicativamente ad aprile novembre)
2016	Pubblicazione di articoli nei giornali
2016	Stampa e produzione di materiale pubblicitario per la promozione del Programma Operativo 2014-2020
2016	Continuo aggiornamento del sito web
2016	Eventi pubblici finalizzati alla presentazione dei diversi avvisi pubblici
2016	Eventi informativi per i beneficiari per delucidazioni in merito alla normativa relativa alle caratteristiche necessarie per l'accesso ai finanziamenti dei costi, obblighi relativi alla gestione dei progetti emissione delle fatture, ecc.
aprile/maggio 2016	Riunione del Comitato di sorveglianza
maggio 2016	Eventi pubblici connessi alla settimana europea dal 9 al 12 maggio in collaborazione con Europe Direct e la Ripartizione Europa

2016	Elaborazione e stampa di materiale promozionale del periodo di programmazione 2014-2020.
2017	
maggio 2017	Eventi pubblici connessi alla settimana europea dal 9 al 12 maggio in collaborazione con il servizio Europe Direct Alto Adige
giugno 2017	Riunione del Comitato di sorveglianza
2017	Aggiornamento del sito web
2017	Pubblicazione di articoli nei giornali e utilizzo dei social network
novembre 2017	Evento informativo annuale in collaborazione con le Autorità di Gestione del FESR e di INTERREG
2017	Eventi pubblici finalizzati alla presentazione dei diversi avvisi pubblici
2017	Produzione di gadget (materiale di cancelleria, blocchi, quaderni, shopper bag, pen drive personalizzate) e stampa di materiale promozionale del periodo di programmazione 2014-2020
2018	
2018	Predisposizione di un nuovo sito web maggiormente fruibile e user friendly
maggio 2018	Eventi pubblici connessi alla settimana europea dal 9 al 12 maggio in collaborazione con Europe Direct Alto Adige
maggio 2018	Riunione del Comitato di sorveglianza
2018	Aggiornamento del sito web
2018	Pubblicazione di articoli nei giornali e utilizzo dei social network
giugno 2018	Evento informativo annuale
2018	Eventi pubblici finalizzati alla presentazione dei diversi avvisi pubblici
settembre 2018	Partecipazione all'evento "Futurum 2018" - Fiera della Formazione Alto - Adige
2019	
maggio 2019	Partecipazione ad eventi pubblici connessi alla giornata dell'Europa in data 9 maggio in collaborazione con Europe Direct Alto Adige
giugno 2019	Riunione del Comitato di sorveglianza
2019	Aggiornamento del sito web
2019	Pubblicazione di articoli nei giornali e utilizzo dei social network
settembre 2019	Evento informativo annuale in collaborazione con la Ripartizione Europa e le Autorità di Gestione del FESR, di INTERREG e del FEASR
2019	Eventi pubblici finalizzati alla presentazione dei diversi avvisi pubblici
2019	Call to action e call to awareness

2019	Incontri con le scuole per la presentazione delle attività del Fondo Sociale Europeo
2020	
maggio 2020	Eventi pubblici connessi alla settimana europea dal 9 al 12 maggio
giugno 2020	Riunione del Comitato di sorveglianza
2020	Aggiornamento del sito web
2020	Pubblicazione di articoli nei giornali e utilizzo dei social network
2020	Evento informativo annuale ed eventi pubblici
2020	Eventi pubblici finalizzati alla presentazione dei diversi avvisi pubblici
2020	Call to action e call to awareness
2020	Incontri con le scuole per la presentazione delle attività del Fondo Sociale Europeo
2020	Produzione di gadget e stampa di materiale promozionale sulla nuova Programmazione Europea 2021-2027
2020	Eventi informativi sulla nuova Programmazione Europea 2021-2027

11. Organismo amministrativo responsabile

Il Regolamento (UE) n. 1303/2013, all'art. 116, prescrive in capo all'Autorità di Gestione il compito di informare il Comitato di sorveglianza sui progressi relativi all'attuazione del Programma Operativo e di mettere a disposizione dei beneficiari informazioni univoche per consentire il rispetto degli obblighi a loro imposti. L'art. 115 del citato regolamento, inoltre, precisa che l'Autorità di Gestione deve adottare le necessarie misure di informazione e comunicazione destinate ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico.

Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1303/2013, Allegato XII, paragrafo 4, lettera e), l'organismo amministrativo responsabile dell'attuazione delle misure di informazione e delle azioni di comunicazione è il seguente:

Autorità di Gestione del Programma Operativo
Fondo Sociale Europeo 2014-2020
Dott.ssa Claudia Weiler

Ripartizione Europa - Ufficio Fondo Sociale Europeo
Provincia autonoma di Bolzano
Via Conciapelli 69
39100 Bolzano

Si elencano di seguito i funzionari incaricati dell'informazione e della comunicazione, come prescritto dall'art. 117 del Regolamento (UE) n. 1303/2013:

Cristina Scaramuzza
Tel. 0471/413126
E-mail: Cristina.Scaramuzza@provincia.bz.it

Alla referente compete il coordinamento generale delle azioni di informazione e comunicazione previste dalla presente strategia e la supervisione dell'adempimento dei seguenti ulteriori obblighi previsti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 (articoli 111, 115, 116 e Allegato XII):

- presentare la Strategia di comunicazione al Comitato di sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dall'adozione dei PO;
- proporre nel corso della programmazione eventuali modifiche della Strategia di comunicazione al Comitato di sorveglianza per l'approvazione;
- informare annualmente il Comitato di sorveglianza in relazione ai progressi dell'attuazione della Strategia di comunicazione, predisponendo apposite informative che diano conto dello stato di avanzamento, delle azioni realizzate, dei mezzi di comunicazione utilizzati, dei risultati raggiunti, nonché delle attività pianificate per l'anno successivo;
- informare in merito ai risultati delle attività di valutazione della Strategia di comunicazione;
- inserire nelle relazioni di attuazione annuali presentate nel 2017 e nel 2019, nonché nella relazione di attuazione finale, i risultati delle misure di informazione e comunicazione promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione.

L'ufficio stampa della Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige supporta l'Autorità di gestione per quel che riguarda la comunicazione del PO FSE, soprattutto per le iniziative di interesse pubblico. L'ufficio stampa ha il compito di informare - in modo continuato, puntuale e trasparente - sull'attività della Giunta provinciale e dell'amministrazione provinciale e per farlo utilizza vari canali, non ultimo le pagine Internet. Attraverso il proprio sito Internet l'ufficio stampa informa oltre 200 redazioni - di stampa, TV, radio, agenzie o online - in Alto Adige e fuori dai confini provinciali. I comunicati sono redatti in italiano e tedesco e ove opportuno anche in ladino.

Inoltre l'Autorità di gestione ed il Programma Operativo sono integrati nel portale **OpenCoesione** (<http://www.opencoesione.gov.it/>). È il portale sull'attuazione dei progetti finanziati dalle politiche di coesione in Italia ai sensi dell'art. 115 del Regolamento (UE)1303/2013. Questo portale offre la possibilità ai cittadini di valutare come le risorse sono utilizzate rispetto ai bisogni dei territori. Attraverso il sito si accede facilmente ai dati riguardanti risorse assegnate e spese, localizzazioni, ambiti tematici, soggetti programmatori e attuatori, tempi di realizzazione e pagamenti dei singoli progetti.