

**15 Settembre 2023**

Webinar

# Le attività di comunicazione nell'ambito del PR FSE+ Provincia autonoma di Bolzano 2021-2027

# La strategia di comunicazione 2021-2027

La Strategia di comunicazione 2021-2027 (versione 2,0 del gennaio 2023) mira a garantire che le strategie di comunicazione dei singoli documenti di pianificazione dei Fondi strutturali europei siano compatibili tra loro e con gli obiettivi di comunicazione della Ripartizione Europa

Il documento è stato sviluppato sulla base dei documenti strategici esistenti, del Regolamento (UE) 2021/1060 del 24 giugno 2021 e del Regolamento (UE) 2021/1059 del 24 giugno 2021 sul periodo di programmazione 2021-2027 e della strategia di comunicazione italiana per la Politica di coesione

Nel 2023 la strategia è stata adattata per tenere conto dei programmi approvati (FESR, FSE+ e Interreg Italia-Österreich) e del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (Next Generation EU - PNRR) affidato in gestione alla Ripartizione Europa

## Obiettivi di comunicazione

La priorità della Ripartizione Europa è quella di comunicare all'esterno le attività, i risultati e le realizzazioni dei progetti sostenuti dai fondi, migliorando così la visibilità della politica di coesione in Alto Adige: i fondi sostengono numerosi progetti in Alto Adige che rappresentano l'espressione dell'UE sul territorio

Il miglioramento della comunicazione mira a creare la consapevolezza dei benefici dell'UE nella vita delle persone e a migliorare l'immagine pubblica dell'Unione e dei fondi

La Strategia individua **4 Obiettivi specifici di comunicazione:**

1. Visibilità
2. Informazione
3. Accompagnamento
4. Comunicazione (istituzionale)

## Obiettivi specifici di comunicazione:

1. **Visibilità:** **fornire conoscenze di base sulla politica di coesione e sui programmi** FSE+, FESR, Interreg, con messaggi chiari e/o simbolici, storie sui progetti sostenuti e utilizzando un "linguaggio facile" sul tema dei fondi strutturali europei e delle loro aree di intervento, rivolto al grande pubblico altoatesino, ai rappresentanti della stampa/media e a gruppi target con conoscenze meno specialistiche, in particolare giovani, studenti e studentesse

2. **Informazione:** **diffondere conoscenze ad ampio raggio sulle opportunità di finanziamento e sui risultati della politica di coesione** e/o in relazione al singolo programma ad un pubblico più interessato (beneficiari e potenziali beneficiari dei programmi, partner economici e sociali, rappresentanti della stampa/media, “persone di contatto UE” con rappresentanti delle autorità locali), con messaggi chiari e precisi, meno evocativi e simbolici e più funzionali, per comunicare il contributo dei programmi, informazioni per partecipare alle opportunità di finanziamento e per diffondere i risultati dei progetti finanziati

## Obiettivi specifici di comunicazione:

3. **Accompagnamento:** **diffondere conoscenze specifiche sui fondi europei e sulle priorità del programma, sulle procedure di attuazione, sulla contabilità e sulla comunicazione dei progetti** finanziati a un pubblico professionale altamente coinvolto (beneficiari effettivi - partner principali e partner del progetto). Ciò richiede informazioni pratiche sull'attuazione dei progetti, che sono fornite sui siti web dei programmi SIE, tramite e-news della Ripartizione Europa ed eventi informativi tematici. Rimane la possibilità di richiedere informazioni personali via e-mail, telefono, tramite il tool online «coheMON Service Desk» o anche di persona presso i punti di contatto dei fondi

4. **Comunicazione istituzionale:** **diffondere la conoscenza degli strumenti, delle procedure e dell'attuazione della politica di coesione e dei singoli programmi** con messaggi specifici agli addetti ai lavori (autorità pubbliche, Commissione europea, rete istituzionale e di partenariato, collaboratori e collaboratrici, ecc.)

## Gruppi target

Il pubblico target varia a seconda dell'obiettivo di comunicazione dell'attività e del fondo interessato. La strategia di comunicazione si rivolge ai seguenti destinatari:

1. un **vasto pubblico** e gruppi target con conoscenze meno specialistiche, cittadini e cittadine, alunne/i, studentesse e studenti, giovani, persone svantaggiate, utenti finali dei progetti sostenuti (es. partecipanti a corsi...), rappresentanti della stampa/media locale, moltiplicatori in Alto Adige, ecc.
2. **potenziali beneficiari** dei programmi, amministrazione pubblica (Ripartizioni dell'amministrazione provinciale, comunità comprensoriali, comuni), istituzioni educative, istituti di ricerca, partner economici e sociali, ONG, aziende, cooperative, ecc.
3. **beneficiari** dei finanziamenti forniti dai programmi (capofila e partner)
4. **organismi del programma**, Comitati di Sorveglianza, Commissione europea, rete istituzionale e di partenariato (Autorità di programma, valutatori, assistenze tecniche), autorità locali e nazionali, ecc.

## Gruppi target

I beneficiari dei programmi hanno un doppio ruolo:

- da un lato, sono i destinatari della comunicazione per accompagnare l'attuazione dei progetti sostenuti
- dall'altro, hanno un ruolo importante come ambasciatrici e ambasciatori della politica regionale dell'UE nel periodo di programmazione 2021-2027 (***vedi di seguito Strumenti di comunicazione***)

## Strumenti di comunicazione

- **sito web** della Ripartizione Europa contiene i siti istituzionali dei programmi (ai sensi del Regolamento (UE) 2021/1060 del 24 giugno 2021)
- **canali social** - Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn
- **e-news** della Ripartizione Europa: informazioni generali Europe Direct, informazioni per i potenziali beneficiari dei programmi, per accompagnare i beneficiari nella realizzazione dei progetti finanziati e annuncio dei bandi/avvisi
- **comunicati stampa** (secondo necessità, ad es. eventi, pubblicazione di bandi/avvisi, riunioni dei Comitati di sorveglianza, ecc.) a cura dell'Agenzia di stampa e comunicazione provinciale

## Strumenti di comunicazione

- **briefing** europei per rappresentanti della stampa/media (in collaborazione con l'Agenzia stampa e comunicazione provinciale)
- **eventi in presenza** (se possibile, altrimenti a distanza su piattaforme online), es. fiera dei progetti finanziati #EUinmyregion, giornata della cooperazione europea, festa dell'Europa, #CohesionDay, fiera della formazione Futurum, incontri di partenariato ED nazionali e transfrontalieri, eventi kick-off per avvio dei programmi, eventi specifici dei programmi, webinar e riunioni online delle “persone di contatto UE” (partner economici e sociali dei programmi)
- **walking in** Europe Direct, e possibilmente Europe Corners fuori Bolzano
- **walking out e visite in loco** con i beneficiari (ad esempio, incontri di kick-off, occasioni speciali nell'attuazione del progetto, eventi di chiusura, ecc.)

## Strumenti di comunicazione

- se necessario **campagne pubblicitarie, trasmissioni televisive e radiofoniche** su temi specifici (incarichi esterni e collaborazione Agenzia stampa e comunicazione provinciale)

I beneficiari dei programmi giocano un ruolo decisivo nell'aumentare la visibilità dei fondi europei in Alto Adige:

- ✓ come ambasciatrici e ambasciatori della politica regionale, sono attivamente coinvolti nelle attività di comunicazione della Ripartizione Europa nello storytelling dei loro progetti attraverso i canali social e sui siti web del programma
- ✓ organizzando specifici eventi o attività di comunicazione (nel caso per esempio di operazioni di importanza strategica)

*Tabella 1 - Uso degli strumenti di comunicazione per raggiungere i gruppi target della comunicazione*

|                                 | grande pubblico | beneficiari potenziali | beneficiari | istituzioni | stampa/media |
|---------------------------------|-----------------|------------------------|-------------|-------------|--------------|
| sito web<br>Ripartizione Europa | x               | x                      |             |             | x            |
| siti web fondi                  |                 | x                      | x           | x           |              |
| e-news<br>Ripartizione Europa   | x               | x                      | x           |             | x            |
| Facebook                        | x               | x                      |             |             |              |
| Instagram                       | x               | x                      |             |             |              |
| YouTube                         | x               | x                      |             | x           |              |
| eventi                          | x               | x                      | x           | x           | x            |
| eventi specifici per fondi      |                 | x                      | x           | x           | x            |
| programmi TV e radio            | x               | x                      |             |             |              |
| walking in ED                   | x               |                        |             |             |              |
| webinars + formazione           |                 |                        | x           |             |              |
| comunicati stampa               |                 |                        | x           |             | x            |

## Social media

Grazie alle attività di comunicazione dell'ED Alto Adige, la Ripartizione Europa dispone di propri canali social, che saranno sempre più utilizzati per la comunicazione dei fondi nel periodo di programmazione 2021-2027:

- i canali **Facebook e Instagram** giocano un ruolo cruciale nel raggiungimento degli obiettivi di comunicazione di "visibilità" e "informazione", la narrazione delle operazioni sostenute sarà comunicata principalmente attraverso questi canali
- il canale **YouTube** raccoglie video e brevi spot sui programmi ed è condiviso tramite Facebook e Instagram e collegato con i siti web dei programmi
- il canale **LinkedIn** viene utilizzato in particolare per il reclutamento di personale

## Social media

L'utilizzo dei canali social è in costante sviluppo, seguendo il principio di "learning by doing":

- l'attività e le reazioni dei follower sono monitorati e valutati
- i post e le storie sono adattati in modo flessibile in base all'esperienza del Team di comunicazione
- l'uso di ulteriori canali social verrà preso in considerazione in base alle esperienze e ai trend futuri

## Attuazione della strategia

Per la realizzazione delle attività di comunicazione, le Autorità di gestione dei fondi gestiti dalla Ripartizione Europa saranno affiancate dal gruppo di lavoro "Team Europe Communication", composto dai responsabili della comunicazione dei singoli programmi, dal loro personale e dallo staff di ED Alto Adige

La stretta collaborazione tra esperti tecnici delle Autorità di gestione e specialisti della comunicazione di ED Alto Adige e il maggiore utilizzo delle sinergie tra i programmi risulta fondamentale per il successo dell'intera strategia

Va sottolineato il ruolo importante per l'implementazione dell'attività di comunicazione della cooperazione con le reti europee, nazionali e locali INFORMEU, INFORM Italia, EEN Alto Adige, la rete ED anche in dimensione transfrontaliera, il gruppo dei referenti UE e con il GECT Regione Europea Tirolo, Alto Adige e Trentino

## Attuazione della strategia

Questa strategia è accompagnata da un piano annuale delle attività di comunicazione previste

Il piano viene redatto ogni autunno per l'anno successivo e contiene gli obiettivi e le priorità della comunicazione, compreso un calendario delle attività previste e dei post per la narrazione

Ogni anno, le attività di comunicazione, soprattutto quelle volte ad aumentare la visibilità, si concentrano su alcuni temi specificamente selezionati.

## **Strumenti per la realizzazione di attività di comunicazione:**

1. Visual identity della Ripartizione Europa, contraddistinta da colori diversi a seconda dell'area/fondo, in conformità con gli obblighi del Regolamento (UE) 2021/1060 del 24 giugno 2021, del Regolamento (UE) 2021/1059 del 24 giugno 2021 e del visual brand Europe Direct;
2. Multimedia container (database Cumulus) per materiale narrativo (video, foto, file audio, ecc.) Pubblicazioni (digitali e cartacee);
3. Documenti di programma, manuali, istruzioni, moduli, ecc.;
4. Materiale promozionale (per occasioni/eventi speciali) e roll-up, matite/penne e blocchi (uniformi per tutti i programmi).

*Tabella 2 - Attuazione degli obiettivi di comunicazione*

|                              | Visibilità | Informazione | Accompagnamento | Comunicazione istituzionale |
|------------------------------|------------|--------------|-----------------|-----------------------------|
| sito web Ripartizione Europa | x          | x            |                 |                             |
| siti web fondi               |            | x            | x               | x                           |
| e-news Ripartizione Europa   | x          | x            | x               |                             |
| Facebook                     | x          |              |                 |                             |
| Instagram                    | x          |              |                 |                             |
| YouTube                      | x          |              |                 |                             |
| eventi                       | x          | x            |                 |                             |
| eventi specifici per fondi   |            | x            | x               | x                           |
| programmi TV e radio         | x          |              |                 |                             |
| walking in ED                | x          |              |                 |                             |
| webinars + formazione        |            | x            | x               |                             |
| comunicati stampa            |            | x            |                 |                             |
| campagne pubblicitarie       | x          |              |                 |                             |

# **Disposizioni per l'attuazione degli interventi FSE+ 2021–2027**

**(versione 1.0 approvata con Decreto n. 24858/2022 della Direttrice dell'Ufficio Fondo sociale europeo nella sua funzione di Autorità di Gestione e integrata con Decreto n. 25113/2022)**

## Par 6. Attuazione degli interventi / 6.1. Pubblicizzazione degli interventi

Tutti gli interventi formativi approvati nell'ambito del Programma FSE+ e con convenzione stipulata vengono pubblicati sul sito dell'Ufficio FSE

A tale scopo vengono utilizzate le informazioni inserite dal beneficiario nelle apposite sezioni della domanda di finanziamento

L'Ufficio FSE darà notizia dei progetti approvati e con convenzione stipulata agli altri Uffici dell'amministrazione pubblica competenti rispetto alle finalità e ai contenuti dei progetti medesimi

## **Pubblicizzazione obbligatoria da parte del soggetto attuatore**

Sulla base delle informazioni inserite dal soggetto proponente nella domanda di finanziamento e della configurazione dell'avviso pubblico di riferimento, CoheMon genera automaticamente un'informativa di progetto bilingue contenente i seguenti elementi:

- Riferimenti dell'Avviso pubblico, con indicazione del cofinanziamento da parte del Programma FSE+ 2021-2027, della relativa priorità e dell'obiettivo specifico
- Denominazione del progetto (titolo) e il relativo codice identificativo (codice progetto)
- Descrizione sintetica dell'intervento
- Destinatari/Destinatarie e requisiti di accesso
- Struttura dell'intervento in termini di:
  - Durate
  - Moduli
  - Percorsi con relativi moduli

## **Pubblicizzazione obbligatoria da parte del soggetto attuatore**

CoheMon genera automaticamente un'informativa di progetto bilingue con i seguenti elementi:

- Sede di svolgimento dell'intervento
- Modalità di adesione all'intervento
- Modalità di selezione delle/dei partecipanti (se pertinente)
- Obblighi relativi alla frequenza
- Servizi aggiuntivi (se pertinente)
- Attestazione rilasciata
- Altre certificazioni rilasciate (se pertinente)
- Riferimenti di contatto del beneficiario per ricevere ulteriori informazioni (denominazione, indirizzo, telefono, sito web, mail)

## **Pubblicizzazione obbligatoria da parte del soggetto attuatore**

I campi relativi alle modalità di adesione all'intervento e agli obblighi relativi alla frequenza vengono compilati direttamente dall'Ufficio FSE in fase di pubblicazione dell'informativa di progetto

Essa viene pubblicata – per i progetti approvati e con convenzione stipulata – nell'apposita sezione del sito dell'Ufficio FSE dedicata all'offerta formativa

## **Pubblicizzazione obbligatoria da parte del soggetto attuatore**

Per ciascun progetto approvato il beneficiario e gli eventuali enti partner hanno l'obbligo di pubblicare sul loro sito internet e sui loro social media, ove esistano, almeno i seguenti elementi minimi:

- Codice del progetto
- Titolo del progetto
- Informativa circa il finanziamento dell'intervento da parte dell'Unione europea e del Programma FSE+ 2021-2027 della Provincia autonoma di Bolzano
- Una breve descrizione dell'intervento, compresi le finalità e i risultati
- Link alla pagina del sito dell'Ufficio FSE dedicata al progetto in cui prendere visione dell'informativa di progetto
- La combinazione di loghi contenente l'emblema nazionale di Coesione Italia, l'emblema dell'UE e la dichiarazione circa il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione, lo stemma della Repubblica italiana e il logo della Provincia autonoma di Bolzano, secondo quanto disposto dalle Linee guida per la visibilità e la comunicazione FESR | FSE+ | Interreg Italia – Österreich 2021–2027 e nel rispetto dell'art. 50 RDC

## Publicizzazione obbligatoria da parte del soggetto attuatore

- ✓ Deve essere bilingue (tedesco / italiano) e può essere messa on line solo a partire dalla stipula della convenzione
- ✓ Le pagine web dedicate alla publicizzazione di un progetto devono recare la data di ultimo aggiornamento
- ✓ Il beneficiario deve conservare uno screenshot della propria pagina web dedicata al progetto e tale screenshot deve recare una data di pubblicazione o aggiornamento coerente con la finestra temporale sopra indicata
- ✓ Per le operazioni di importanza strategica e per le operazioni il cui costo totale supera € 10.000.000, il beneficiario è tenuto ad organizzare un evento o un'attività di comunicazione, come opportuno, ed a coinvolgere in tempo utile la Commissione e l'Autorità di gestione
- ✓ Le attività di publicizzazione obbligatoria possono essere svolte a partire dalla stipula della convenzione e fino al termine delle attività

## Publicizzazione facoltativa da parte del soggetto attuatore

Gli avvisi pubblici possono stabilire che gli interventi oggetto di finanziamento sono:

- interventi senza publicizzazione facoltativa, in cui non è ammissibile alcuna forma di publicizzazione ulteriore rispetto a quella obbligatoria sopra descritta
- interventi con publicizzazione facoltativa, in cui il beneficiario può prevedere ulteriori modalità di diffusione e promozione dell'intervento rispetto a quella obbligatoria, selezionando a tale scopo i mezzi di comunicazione che ritiene più idonei ed efficaci (comunicati stampa, dépliant, spot radiofonici e televisivi, publicizzazione via web attraverso social network, portali dedicati ecc.)

## **Pubblicizzazione facoltativa da parte del soggetto attuatore**

Queste forme di pubblicizzazione dovranno in ogni caso avere i seguenti elementi minimi:

- Codice del progetto
- Titolo del progetto
- Informativa circa il finanziamento dell'intervento da parte dell'Unione europea e del Programma FSE+ 2021-2027 della Provincia autonoma di Bolzano
- La combinazione di loghi contenente l'emblema nazionale di Coesione Italia, l'emblema dell'UE e la dichiarazione circa il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione, lo stemma della Repubblica italiana e il logo della Provincia autonoma di Bolzano, secondo quanto disposto dalle Linee guida per la visibilità e la comunicazione FESR | FSE+ | Interreg Italia – Österreich 2021–2027 e nel rispetto dell'art. 50 RDC

Qualsiasi ulteriore elemento rispetto a quelli minimi qui elencati deve in ogni caso essere coerente con il progetto approvato e con l'informativa di progetto

## **Pubblicizzazione facoltativa da parte del soggetto attuatore**

Il materiale informativo realizzato e diffuso nel lasso di tempo compreso tra l'approvazione del progetto e la stipula della convenzione deve informare la potenziale utenza relativamente al fatto che il progetto è ancora in attesa di convenzionamento: per tale ragione tale materiale deve recare la dicitura “Progetto approvato e in attesa di convenzione di finanziamento”. L'Ufficio FSE verificherà la congruenza delle date

Un esemplare originale di tutto il materiale divulgativo prodotto in relazione al progetto deve essere conservato dal beneficiario per essere esibito in occasione di verifiche ispettive da parte dei servizi competenti della Provincia

## **Pubblicizzazione facoltativa da parte del soggetto attuatore**

Copia di tutto il materiale pubblicitario, informativo e divulgativo prodotto in relazione a un intervento deve essere obbligatoriamente caricato nel sistema informativo almeno entro la presentazione del rendiconto finale

Qualora tale materiale sia in formato web il beneficiario deve effettuarne uno screenshot. Se lo screenshot riguarda la pagina dedicata al progetto sul sito internet del beneficiario e dei partner, esso deve inquadrare la data di aggiornamento riportata sulle pagine web

## **Pubblicizzazione facoltativa da parte del soggetto attuatore**

Le attività di pubblicizzazione facoltativa possono essere avviate a partire dall'approvazione del progetto e fino al termine del medesimo

L'ammissibilità dei costi relativi a tali attività è subordinata alla stipula della convenzione e alle regole di cui al capitolo 8 delle presenti disposizioni

L'Ufficio FSE non fornirà ai beneficiari né pareri, né nulla osta in merito alla completezza e correttezza dei materiali informativi e pubblicitari

# **Linee guida per la visibilità e comunicazione 2021–2027**

## **FESR / FSE+ / Interreg Italia – Österreich**

**(versione 1.0/dicembre 2022)**

## Comunicazione e visibilità FSE+

<https://europa.provincia.bz.it/it/comunicazione-e-visibilita-fse>

*Comunicare il sostegno dell'UE con un'identità visiva condivisa: semplice, chiara e coerente*

Migliorare la visibilità della Politica di Coesione è diventata una delle principali priorità degli ultimi anni: ogni anno i finanziamenti per la coesione sostengono migliaia di progetti in tutta Europa, rappresentando la manifestazione più tangibile dell'UE sul territorio

Una comunicazione efficace di questi interventi contribuisce ad aumentare la consapevolezza dei benefici dell'UE per la vita delle persone

## Comunicazione e visibilità FSE+

<https://europa.provincia.bz.it/it/comunicazione-e-visibilita-fse>

Secondo il Regolamento (UE) 2021/1060 del 24 giugno 2021 (Regolamento sulle disposizioni comuni, RDC), artt. 46, 47 e 50 i beneficiari dei progetti sono tenuti a utilizzare l'emblema dell'UE nelle loro comunicazioni per riconoscere il sostegno ricevuto nell'ambito dei programmi dell'UE e contribuire alla visibilità dell'UE sul campo

Queste linee guida permettono ai beneficiari dei programmi UE di rispettare i requisiti minimi di visibilità stabiliti dal Regolamento sulle disposizioni comuni

Per i fondi per piccoli progetti fino a euro 50.000 euro, il beneficiario è tenuto a rispettare gli obblighi di cui all'articolo 36, paragrafo 5, del Regolamento (UE) 2021/1059 del 24 giugno 2021 (regolamento Interreg) (RDC art. 50, par. 2)

## Rettifica finanziaria

In caso di non rispetto degli obblighi di visibilità e comunicazione (RDC, artt. 47 e 50, paragrafo 1 e 2) e qualora non siano state attuate azioni correttive, l'Autorità di gestione applica una rettifica finanziaria, tenendo conto del principio di proporzionalità, sopprimendo una percentuale del sostegno del fondo (importo rendicontato ammesso) all'operazione interessata:

- ✓ in caso di finanziamento FESR o FSE+ fino al 3%
- ✓ nel caso di Interreg Italia - Österreich fino al 2%

**I loghi**

## Loghi da utilizzare

I progetti finanziati nella programmazione 2021-2027 devono utilizzare la combinazione di loghi FESR e FSE+ messi a disposizione dalle Autorità di gestione: questi contengono l'emblema dell'UE e la dichiarazione di finanziamento dell'Unione

Una delle novità introdotte dal Regolamento sulle disposizioni comuni per il 2021- 2027, riguarda la circostanza che l'emblema dell'UE non dovrà più essere accompagnato dal riferimento al fondo specifico

La combinazione di loghi FESR e FSE+ deve essere ben visibile su tutto il materiale di comunicazione destinato al pubblico o ai partecipanti: prodotti stampati o digitali, siti web e loro versioni per dispositivi mobili

I beneficiari sono tenuti ad utilizzare i loghi messi a disposizione dalle Autorità di gestione senza modificarne le proporzioni, i colori e la dicitura

# Combinazione loghi FESR e FSE+ contenente:

- brand unitario italiano Coesione Italia
- emblema UE e dichiarazione di sostegno finanziario UE
- stemma Repubblica italiana
- logo Provincia autonoma di Bolzano-Alto Adige

Tutti scaricabili in diversi formati sulle pagine web delle Autorità di gestione  
(vedi sezione “6. Link utili”)

## Versione orizzontale positiva



Co-funded by  
the European Union



## Versione orizzontale negativa



Co-funded by  
the European Union



**Versione orizzontale monocroma** (processo di stampa specifico su indumenti e merci o con Pantone).  
Nel caso in cui fosse possibile utilizzare solo il bianco e il nero.



Co-funded by  
the European Union



oppure



Co-funded by  
the European Union



# Combinazione di loghi FESR e FSE+

## Versione verticale positiva



## Versione verticale negativa



**Versione verticale monocroma** (processo di stampa specifica su indumenti e merci o con Pantone).  
Nel caso in cui fosse possibile utilizzare solo il bianco e il nero.



# Combinazione di loghi FESR e FSE+

## Esempi

Sia la versione verticale che quella orizzontale possono essere utilizzate su diversi sfondi. Il colore della combinazione di loghi FESR e FSE+ o **logo unico** Interreg Italia – Österreich viene deciso in base allo sfondo di stampa. A volte è possibile stampare solo in monocromia.



La zona protetta contrassegnata con **X** nelle immagini sotto, deve rimanere priva di testi, loghi, immagini o qualsiasi altro elemento visivo che potrebbero compromettere la buona leggibilità.



## Zona protetta



## Dimensioni

L'altezza minima dell'emblema dell'UE deve essere di 1 cm: per oggetti specifici, come le penne, l'emblema può essere riprodotto in dimensioni inferiori. Quando si utilizza la dichiarazione di finanziamento dell'UE in dimensioni ridotte, si consiglia di utilizzare la versione orizzontale

Se utilizzato insieme ad altri loghi (ad esempio dei beneficiari o di sponsor), l'emblema dell'UE deve avere almeno lo stesso rilievo e la stessa visibilità degli altri loghi, deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri loghi: altri loghi orientati in verticale non possono essere più larghi dell'emblema dell'UE, mentre quelli orientati in orizzontale non possono essere più alti dell'emblema dell'UE

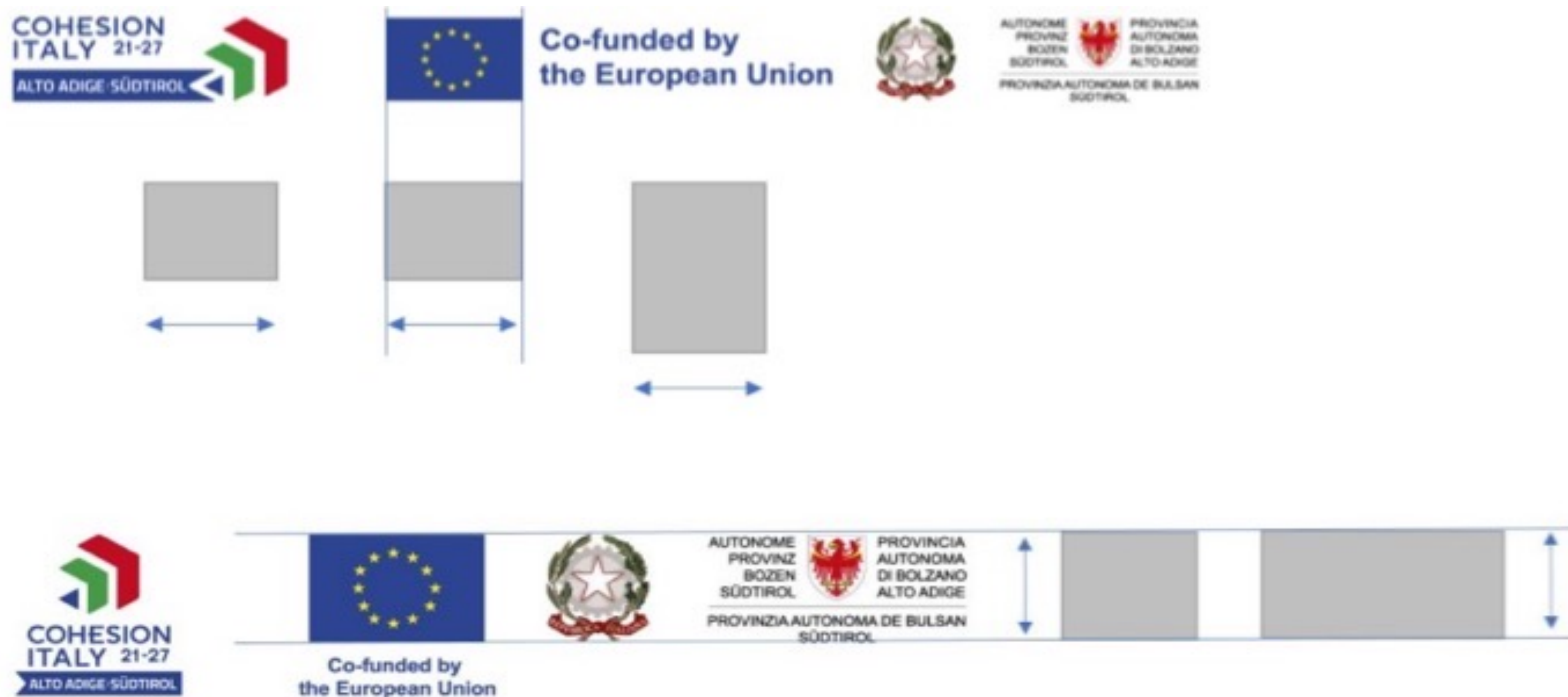
I beneficiari possono utilizzare l'emblema senza necessità di approvazione dell'autorità concedente, ma attenzione:

- non hanno diritto di uso esclusivo
- non possono appropriarsi dell'emblema o di alcun marchio o logo analoghi, né mediante registrazione né con altri mezzi

# Dimensioni

Attenzione: per logo si considera l'elemento distintivo visivo complesso che può essere composto da un pittogramma, ossia un elemento grafico (un disegno o simbolo stilizzato) ed un lettering ossia un elemento testuale (scritta, sigla, nome)

Il logo comprende, pertanto entrambi gli elementi, pittogramma e lettering. Esempi:



## Posizionamento del logo nei materiali di comunicazione

La posizione dell'emblema dell'UE non deve dare l'impressione che il beneficiario o la terza parte siano legati in qualche modo alle istituzioni dell'UE: si consiglia dunque di posizionare la combinazione di loghi FESR e FSE+ lontano dal logo dell'organizzazione terza

Per evidenziare il sostegno UE non è ammesso l'uso di altre identità visive o altri loghi specifici di Programma, a parte l'emblema



**Attenzione:** per evidenziare meglio la posizione del logo terzo negli esempi di cui sopra il quadrato grigio non rispetta le dimensioni stabilite dalla normativa.

## Elementi visivi fisici

## Elementi visivi fisici

Un elemento importante per la trasparenza e la comunicazione del sostegno dei fondi sono le **targhe, i cartelloni e i poster o i display elettronici**: prodotti di comunicazione che devono essere chiari, di facile lettura e facilmente visibili al pubblico per raggiungere lo scopo di informare su una determinata azione che ha ricevuto un sostegno finanziario dall'UE

Si incoraggia l'uso di design semplici, evitando di comprimere le informazioni e di aggiungere troppi loghi, includendo informazioni rilevanti sul progetto

I beneficiari possono utilizzare i template per cartelloni, targhe e poster messi a disposizione dalle Autorità di gestione (*vedi sezione "6. Link utili"*) inserendo le informazioni del progetto

Obbligo esporre targa o cartellone permanente chiaramente visibile al pubblico (RDC art. 50 1 c)

Operazioni per investimento fisico o acquisto di attrezzature il cui costo totale superi:

- 500 000 EUR se sostenuti dal FESR
- 100 000 EUR se sostenuti dal FSE+

*(nel caso in cui l'operazione non rientri nella soglie di cui sopra, si veda più avanti Poster e display elettronico)*

I cartelloni o le targhe devono essere:

- ✓ collocati sul sito dell'operazione, non appena inizia l'attuazione materiale della stessa
- ✓ realizzati in materiale resistente
- ✓ chiaramente visibili al pubblico

## Cartelloni e targhe

A differenza di quanto accadeva in precedenza, il RDC non distingue tra cartellone e targa: se un beneficiario allestisce un cartellone e desidera cambiarlo con una targa dopo il completamento di una costruzione, ad esempio, può farlo a condizione che la targa venga installata non appena il cartellone viene rimosso

Finanziamenti FSE+: gli enti accreditati devono esporre una targa o un cartello con la dicitura “Ente accreditato FSE+” utilizzando il template messo a disposizione dall’Autorità di gestione sulla propria pagina web ( [www.provincia.bz.it/fse](http://www.provincia.bz.it/fse) )

**Collocazione e dimensioni di cartelloni e targhe**, Reg (UE) 2021/1060 stabilisce che la targa o il cartellone devono essere collocati in un luogo ben visibile al pubblico: si raccomanda di affiggere un cartellone o una targa durevole di dimensioni significative sull’infrastruttura o sulla costruzione o (se non è possibile) in un luogo vicino, che sia facilmente visibile e accessibile al pubblico

Esempi di cartelloni:



© Creative Commons

ec.europa.eu

### IMPROVING WATER TOURISM ON UPPER TISZA RIVER

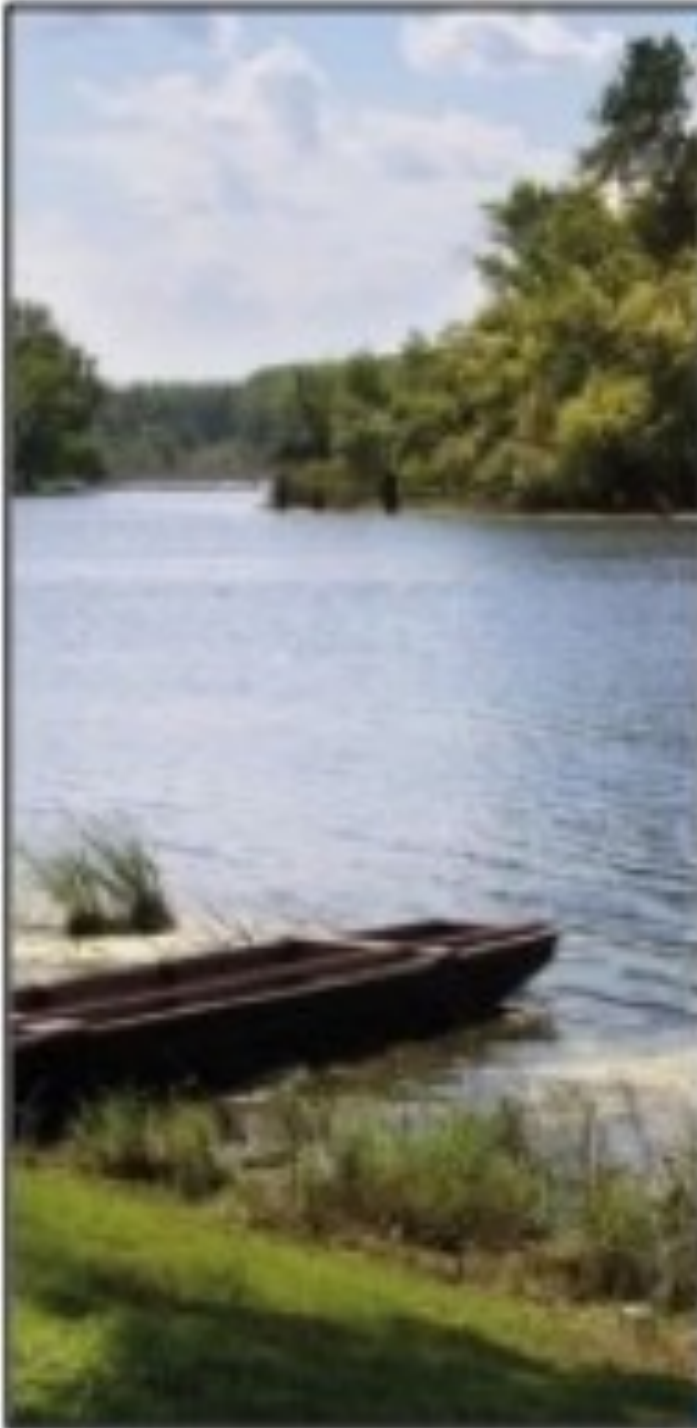
Duration  
05/2016 - 10/2018

Total budget  
1 284 000 €

EU funding  
1 092 000 €

To boost water-tourism in the North Great Plain region, 14 stops for canoes and kayaks between Tiszabecs and Tiszacsege were renovated. Tourists benefit from new accommodation and equipment along the river - e.g. communal spaces and boats for rent.

Logo of the European Union and other partners.



ec.europa.eu

### IMPROVING WATER TOURISM ON UPPER TISZA RIVER

Duration  
05/2016 - 10/2018

Total budget  
1 284 000 €

EU funding  
1 092 000 €

To boost water-tourism in the North Great Plain region, 14 stops for canoes and kayaks between Tiszabecs and Tiszacsege were renovated. Tourists benefit from new accommodation and equipment along the river - e.g. communal spaces and boats for rent.

© Creative Commons

Logo of the European Union and other partners.

## Esempi di targhe:

QR-code [www.provincia.bz.it](http://www.provincia.bz.it)

**Projekttitel**  
**Titolo progetto**

Projektlaufzeit  
Durata del progetto  
anno - anno

Gesamtkosten  
Costo totale  
€

EU-Mittel  
Finanziamento UE  
€

Beschreibung: Fünf viele kleine, aus einem Stein gebaute Häuser, die in einem kleinen Dorf liegen. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse.

ESF+ akkreditierte Einrichtung (das ist ein wichtiger Hinweis)  
Einkaufsnummer FSE+ (das ist ein wichtiger Hinweis)

 Logo

QR-code [www.provincia.bz.it](http://www.provincia.bz.it)

**Projekttitel**  
**Titolo progetto**

Projektlaufzeit  
Durata del progetto  
anno - anno

Gesamtkosten  
Costo totale  
€

EU-Mittel  
Finanziamento UE  
€

Beschreibung: Fünf viele kleine, aus einem Stein gebaute Häuser, die in einem kleinen Dorf liegen. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse.

ESF+ akkreditierte Einrichtung (das ist ein wichtiger Hinweis)  
Einkaufsnummer FSE+ (das ist ein wichtiger Hinweis)

 Logo

QR-code [www.provincia.bz.it](http://www.provincia.bz.it)

**Projekttitel**  
**Titolo progetto**

Projektlaufzeit  
Durata del progetto  
anno - anno

Gesamtkosten  
Costo totale  
€

EU-Mittel  
Finanziamento UE  
€

Beschreibung: Fünf viele kleine, aus einem Stein gebaute Häuser, die in einem kleinen Dorf liegen. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse.

ESF+ akkreditierte Einrichtung (das ist ein wichtiger Hinweis)  
Einkaufsnummer FSE+ (das ist ein wichtiger Hinweis)

 Logo

QR-code [www.provincia.bz.it](http://www.provincia.bz.it)

**Projekttitel**  
**Titolo progetto**

Projektlaufzeit  
Durata del progetto  
anno - anno

Gesamtkosten  
Costo totale  
€

EU-Mittel  
Finanziamento UE  
€

Beschreibung: Fünf viele kleine, aus einem Stein gebaute Häuser, die in einem kleinen Dorf liegen. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse. Die Häuser sind aus Stein und haben eine Dachterasse.

ESF+ akkreditierte Einrichtung (das ist ein wichtiger Hinweis)  
Einkaufsnummer FSE+ (das ist ein wichtiger Hinweis)

 Logo

## Poster e display elettronico

Ai sensi del Reg (UE) 2021/1060, art. 50, 1 d), le operazioni che non rientrano nei requisiti per l'affissione di un cartellone o di una targa sono tenute ad esporre in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di materiale resistente (no carta da fotocopie) di misura non inferiore a un formato A3 o un display elettronico equivalente recante informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dai fondi

Il beneficiario persona fisica garantisce, nella misura del possibile, la disponibilità di informazioni adeguate, che mettano in evidenza il sostegno fornito dai fondi, in un luogo visibile al pubblico o mediante un display elettronico

Poster e display elettronici consentono di utilizzare diversi effetti e persino animazioni in modo più creativo rispetto a un poster stampato e devono essere allestiti non appena inizia l'operazione e rimanere per tutta la sua durata

## Poster e display elettronico

### Collocazione e dimensioni dei poster e dei display elettronici

Il Reg (UE) 2021/1060 stabilisce che il poster o il display elettronico di dimensioni equivalenti (minimo A3) deve essere collocato in una posizione chiaramente visibile al pubblico, ad esempio, in modo ben visibile all'ingresso della sede

Poiché la produzione di manifesti è economica, per garantire la visibilità i beneficiari possono prendere in considerazione la possibilità di collocarne alcuni sul sito del progetto, soprattutto se i progetti sono realizzati in località diverse

È inoltre considerata una buona pratica aggiornare i poster quando si usurano: questa è anche un'opportunità per fornire informazioni aggiornate sul progetto

L'Autorità di gestione mette a disposizione di beneficiari dei template che possono essere utilizzati a seconda delle necessità, in ogni caso su cartelloni, targhe e poster dovrebbero essere presenti i seguenti elementi principali:

- 1) **Titolo**, dovrebbe essere il nome dell'operazione o il suo obiettivo principale, deve essere breve e significativo per il pubblico, va evitato l'uso di acronimi o gergo che non possono essere compresi senza conoscere il progetto o il settore specifico
- 2) **Loghi** (combinazione o logo unico), messi a disposizione dall'Autorità di gestione, dovrebbero essere collocati nell'angolo inferiore sinistro
- 3) **Logo del partner**, l'emblema dell'Unione deve avere almeno le stesse dimensioni del più grande degli altri loghi
- 4) **Descrizione del progetto**, non è consigliabile superare il limite di 400 caratteri, spazi inclusi, si raccomanda un linguaggio semplice e chiaro, evitando acronimi, gergo e/o ripetizioni (una buona descrizione dell'operazione spiega al pubblico gli obiettivi del progetto in modo semplice e significativo)

Elementi principali di cartelloni, targhe, poster e display elettronici

5) **Contributo finanziario**, sezione composta da due campi informativi "Costo totale" e "Finanziamento UE"

- il "costo totale" si riferisce al budget complessivo dell'operazione, compresi i finanziamenti dell'UE e quelli pubblici e privati
- il «finanziamento UE" si riferisce all'importo del sostegno dell'UE sul costo totale

6) **Durata**, indica l'arco temporale del progetto (mese/anno)

7) **Immagine** (non obbligatoria), di buona qualità, il beneficiario garantisce di aver rispettato i diritti di copyright (l'Autorità di gestione non risponde di eventuali violazioni)

8) **Sito web**, con il riferimento a un sito web, anche con codice QR, è possibile fornire ulteriori informazioni sul progetto, va assicurato che le informazioni sul sito web rimangano aggiornate nel tempo

# Elementi principali di cartelloni, targhe, poster e display elettronici

1) Il titolo

2) Loghi  
(combinazione o logo unico)

3) Logo del partner

4) Descrizione del progetto

The infographic is a vertical layout with a header image of a river and a boat. Below the image is a red box with the number 7. The main content is divided into several sections, each with a red box containing a number. Section 8 at the top left shows the URL 'ec.europa.eu'. Section 6 shows the 'Duration' as '05/2016 - 10/2018'. Section 5 shows the 'Total budget' as '1 284 000 €' and 'EU funding' as '1 092 000 €'. Section 4 shows a description of the project: 'To boost water-tourism in the North Great Plain region, 14 stops for canoes and kayaks between Tiszabecs and Tiszacsege were renovated. Tourists benefit from new accommodation and equipment along the river - e.g. communal spaces and boats for rent.' Section 1 shows the title 'IMPROVING WATER TOURISM ON UPPER TISZA RIVER'. Section 2 at the bottom left shows logos for the project partners, including the European Union and the Hungarian Government. Section 3 at the bottom right shows a small map of the project area.

7

8 ec.europa.eu

6 Duration  
05/2016 - 10/2018

5 Total budget  
1 284 000 €  
EU funding  
1 092 000 €

4 To boost water-tourism in the North Great Plain region, 14 stops for canoes and kayaks between Tiszabecs and Tiszacsege were renovated. Tourists benefit from new accommodation and equipment along the river - e.g. communal spaces and boats for rent.

1 IMPROVING WATER  
TOURISM ON UPPER  
TISZA RIVER

2

3

5) Contributo finanziario

6) Durata

7) Immagine  
(non obbligatoria)

8) Sito web

## **Finanziamenti da diversi programmi**

Nel caso in cui il beneficiario abbia ricevuto sostegno finanziario, per una o più operazioni, da diverse fonti di finanziamento dell'Unione è sufficiente esporre almeno un cartellone o una targa con la combinazione di loghi FESR e FSE+ e/o loghi unici (es. Interreg, PNRR Next Generation EU)

# Elementi illustrativi (visuals) per la comunicazione online

## Elementi illustrativi (visuals) per la comunicazione online

I siti web e i social media sono le principali fonti di informazione sull'operazione da parte dei beneficiari per i destinatari specifici e per il cosiddetto "pubblico in generale"

Ai sensi del Reg (UE) 2021/1060, art. 50 1 a, i beneficiari sono tenuti a fornire una breve descrizione dell'operazione, proporzionata al livello di sostegno, sul sito web e sui social media

La descrizione deve includere informazioni sugli obiettivi e i risultati dell'operazione e mettere in evidenza il sostegno finanziario dell'Unione: per indicare il sostegno dell'Unione, i beneficiari sono invitati a utilizzare la combinazione di loghi FESR e FSE+ messi a disposizione dall'Autorità di gestione in modo prominente sui siti web e su elementi illustrativi (visuals)

## Siti web

La combinazione di loghi FESR e FSE+ deve essere ben visibile sui siti web e sui social media: è considerata una buona pratica visualizzare l'emblema dell'UE e il riferimento ai fondi all'interno dell'area di visualizzazione dei dispositivi digitali, senza richiedere all'utente di scorrere la pagina verso il basso

## Social media

Il sostegno dell'UE sui social media può essere messo in evidenza in molti modi diversi:

- ✓ le immagini, compresi i video, dovrebbero essere contrassegnate con la combinazione di loghi FESR e FSE+
- ✓ le informazioni sul sostegno dell'UE possono essere fornite anche come parte della descrizione del profilo o dei singoli post

# Esempi



## Finanziamenti

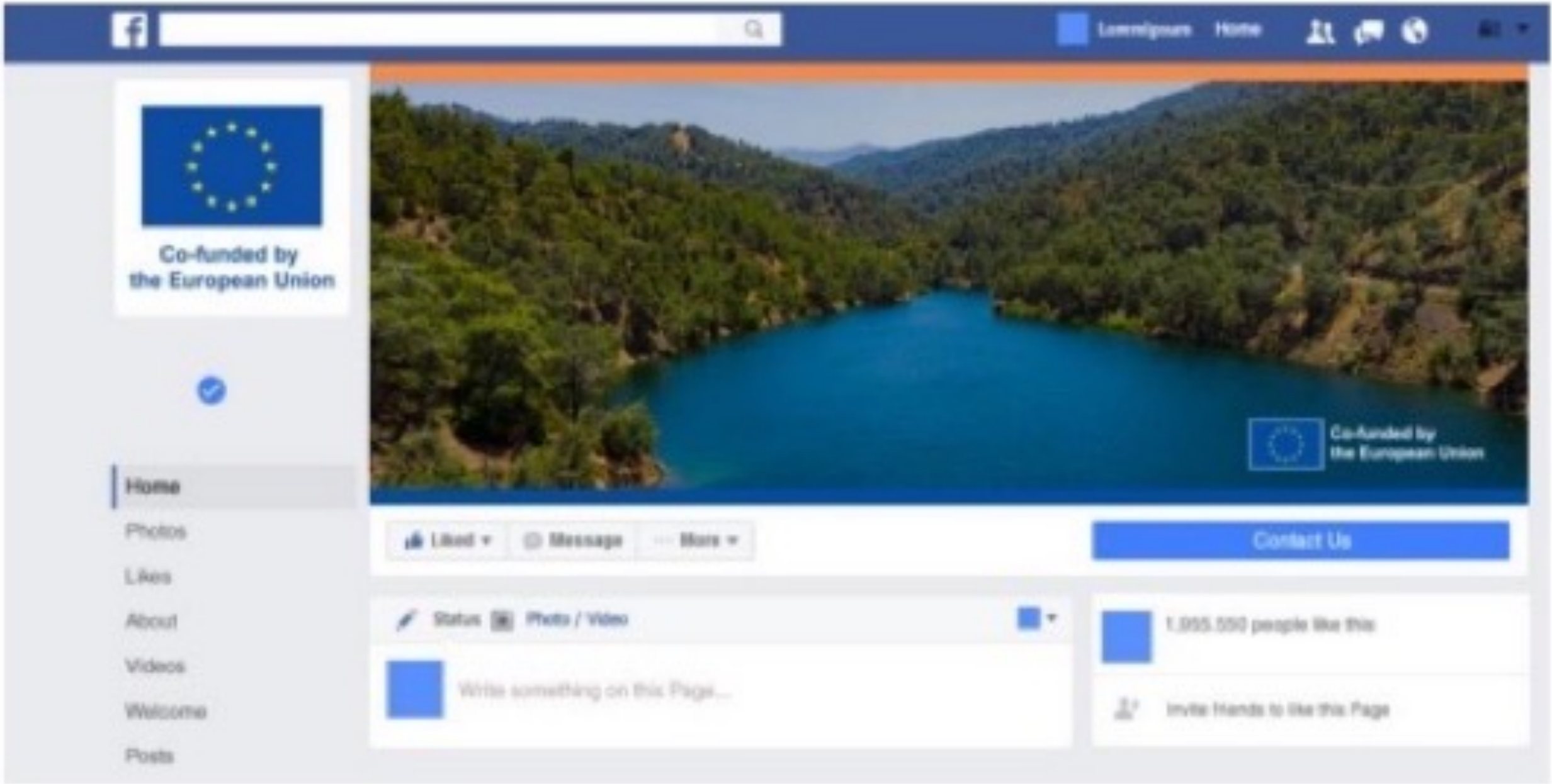
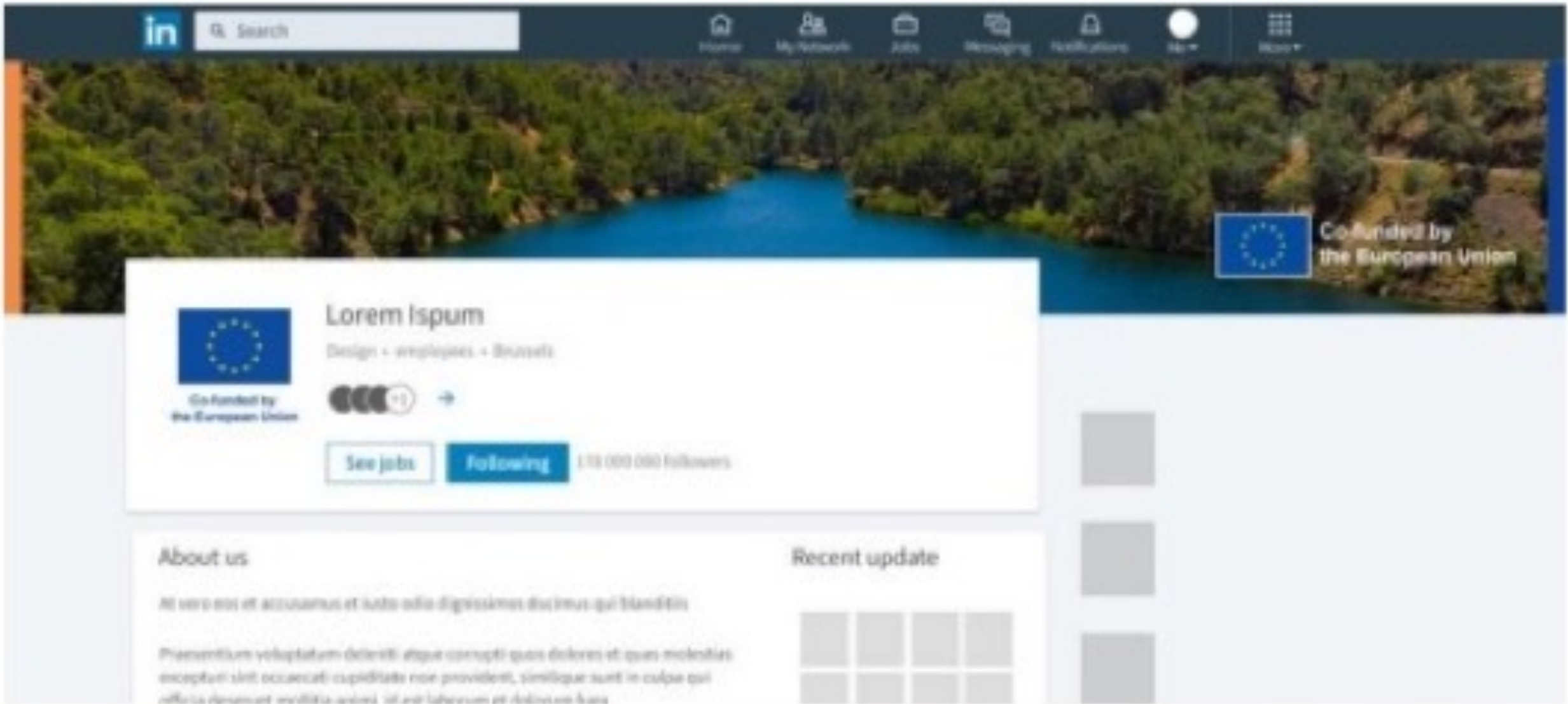
Visibilità come parte del profilo sui social media, il sostegno dell'UE deve essere menzionato nella descrizione del profilo

Sui profili dei social media la combinazione di loghi FESR e FSE+ può essere applicata al profilo o alle immagini del banner, a condizione che la piattaforma di social media preveda l'opzione banner

L'opzione banner offre più spazio per integrare i loghi e può quindi essere raccomandata

In entrambi i casi, il beneficiario dovrebbe apporre il logo alle immagini in modo tale che rimangano complete anche se la piattaforma ritagliasse l'immagine

Esempi



## Post sui social media

Quando il beneficiario pubblica un post sull'operazione sui propri canali di social media, il post deve menzionare il sostegno dell'UE, inserendo la combinazione di loghi FESR e FSE+, inclusa la dichiarazione di finanziamento e menzionando (con un tag) il canale di social media della Ripartizione Europa

La Ripartizione Europa è presente su Facebook (@edsouthtyrol) e Instagram (@europedirect\_southtyrol)

Si raccomanda inoltre l'uso degli hashtags, per esempio: #cohesion #EUinmyRegion #EuropeanUnion #EuropäischeUnion #UnioneEuropea

Per i progetti FSE+: #FSE+ #ESF+ #FondoSocialeEuropeoPlus #EuropeanSocialFundPlus #EuropäischerSozialfondsPlus #social

## Eventi e articoli promozionali

## Eventi

Se nell'ambito del progetto si organizzano eventi, i beneficiari sono invitati ad avvisare per tempo il responsabile della comunicazione del relativo Programma: se ritenuto appropriato e in accordo con il beneficiario, il responsabile della comunicazione promuoverà l'evento anche sul sito e/o sui social media del Programma

I beneficiari sono tenuti ad informare i partecipanti agli eventi circa il finanziamento europeo della manifestazione

Si consiglia di posizionare in modo ben visibile il riferimento al sostegno finanziario da parte dell'Unione europea utilizzando il logo messo a disposizione da parte dell'Autorità di gestione e di documentare gli eventi in modo accurato e dettagliato (foto, video, archiviazione di materiali utilizzati, ecc)

## Articoli promozionali

La sensibilizzazione sul programma o sul progetto è la ragione più comune per l'acquisto di articoli promozionali, che possono essere utilizzati come omaggi in occasione di eventi, conferenze, mostre o altre campagne di sensibilizzazione

Anche questi materiali di comunicazione devono riportare la combinazione loghi FESR e FSE+

Quando si producono articoli promozionali è importante considerare il loro impatto ambientale, sociale ed economico, si raccomanda pertanto di preferire:

- articoli utili
- prodotti europei e locali e siti di produzione più vicini
- materiali durevoli e rispettosi dell'ambiente, evitando imballaggi inutili
- articoli e design durevoli/riutilizzabili, evitando l'uso singolo, es. negli striscioni evitare le date

## Materiale audiovisivo

Nei prodotti video e spot televisivi, oltre alla combinazione di loghi FESR e FSE+, deve essere pubblicata sulla schermata finale la frase: “Realizzato con il cofinanziamento dell’Unione europea”, eventualmente accompagnata da speakeraggio

Nel caso di spot radio, in chiusura, deve essere inserito il seguente passaggio: “Realizzato con il cofinanziamento dell’Unione europea”

## Licenza sui diritti di proprietà intellettuale relativa ai materiali di comunicazione e visibilità

Tutti i materiali inerenti alla comunicazione e alla visibilità dell’operazione devono essere messi a disposizione delle istituzioni, degli organi o organismi UE e Autorità di Programma su richiesta

All’UE e alle Autorità di Programma è concessa una licenza a titolo gratuito, non esclusiva e irrevocabile che le consenta di utilizzare tali materiali e tutti i diritti preesistenti che ne derivano (*vedi Convenzione di finanziamento*), ciò non comporta costi aggiuntivi significativi o un onere amministrativo rilevante per i beneficiari o per l’Autorità di gestione (RDC, art. 49, 6)

# Operazioni di importanza strategica

Queste le due OIS previste nel PR FSE+ 2021-2027:

## **Attivazione sperimentale di un servizio di assistenza a bambini/e dei dipendenti PAB**

Caratterizzata da un alto grado di innovatività e potenziale replicabilità, consiste in un progetto pilota per promuovere un nuovo modello di welfare nel settore pubblico (budget 2 M€, “Servizio di asilo/centro diurno per il personale dipendente PAB”) che prevede l’attivazione sperimentale di un servizio di assistenza a bambini/e dei dipendenti della PAB, per favorire la conciliazione vita-lavoro e sviluppare un’offerta formativa innovativa, come l’approccio plurilingue, che possa essere ripresa in altre strutture del territorio

L’intervento è in programma per i primi anni della programmazione, per poterne analizzare i risultati e valutarne l’estensione ad amministrazioni sul resto del territorio

## **Interventi di contrasto alla dispersione scolastica e miglioramento competenze chiave**

Insieme di interventi di sostegno ai percorsi di contrasto alla dispersione scolastica (budget circa 20 M€) per promuovere la permanenza nel sistema educativo di soggetti a rischio di abbandono precoce, favorire l'ottenimento di una qualifica e incrementare l'occupabilità, attraverso la realizzazione di percorsi di rafforzamento delle competenze e servizi socio-pedagogici e di supporto psicologico, in raccordo con istituti educativi, famiglie e enti del Terzo settore

Gli interventi sono di rilevanza per il territorio alla luce degli elevati tassi di abbandono scolastico e dell'aggravarsi della situazione per effetto della pandemia, oltre che per il valore delle risorse stanziare, in continuità con il ciclo precedente

Con riferimento alla tempistica di attuazione, si prevede che tali interventi siano implementati con continuità durante tutto l'arco della programmazione

## Le operazioni di importanza strategica

Per le operazioni di importanza strategica ai sensi dell'artt. 2 e 22.3 del Regolamento disposizioni comuni, deve essere organizzato un evento o un'attività di comunicazione coinvolgendo in tempo utile la Commissione europea e l'Autorità di gestione responsabile (RDC, art 50, par. 1.e).

Il PR FSE+ 2021-2027 ha selezionato 9 progetti che rientrano negli interventi a contrasto della dispersione scolastica, una delle due Operazioni di importanza strategica del Programma



Finanziato nell'ambito PON Governance REACT EU Asse Capacità amministrativa - 7.2.1 Predisposizione delle condizioni ottimali per la ripresa economica e sociale e realizzazione di percorsi di rafforzamento delle strutture di governo e di gestione nella transizione alla Programmazione 2021-2027