



La comunicazione del FSE+

Seminari sul nuovo ciclo di programmazione

2 luglio 2021

Regolamento recante disposizioni comuni

- Regolamento comune per i fondi UE in gestione concorrente:
 - FESR, FC, JTF
 - FSE+
 - FAMI, FSI, BMVI
 - FEAMPA
 - (opt-in per alcune parti della politica di sviluppo rurale – FEASR)
- Un unico approccio per la comunicazione

Comunicazione nel Regolamento disposizioni comuni

Programmazione

L'art. 22(3): approccio alla comunicazione per ogni programma

Monitoraggio

Gli artt. 38-43 stabiliscono i requisiti di monitoraggio

Visibilità, trasparenza e comunicazione

CAPITOLO III del Regolamento, Art. 46-50 definiscono il quadro per:

- Visibilità comune dei finanziamenti UE
- Responsabili della comunicazione e meccanismi di coordinamento
- Requisiti per le autorità di gestione e per i beneficiari per la trasparenza e la visibilità

Specifiche tecniche

Allegato IX - Emblema UE

Programmazione e Monitoraggio

Art. 22 – Contenuto dei programmi

Artt. 38-43 – Requisiti di monitoraggio

Contenuto dei programmi – Art. 22

Monitoraggio – Art. 38-43

- **Capitoli di comunicazione** dei programmi come elementi centrali
 - Sostituiscono le strategie di comunicazione del 2014-2020
 - Ogni programma stabilisce **l'approccio previsto per la comunicazione e la visibilità** del programma definendo i suoi obiettivi, i destinatari e i canali di comunicazione
 - Valutazione durante le consultazioni informali e formali
- **Monitoraggio**: punto di discussione nelle riunioni Comitato di sorveglianza e nelle Riunioni di riesame

Novità: **Capitolo sulla comunicazione:**

- ✓ Deve includere tutti gli elementi previsti dal RDC - art. 22(3)(j):
 - **Obiettivi:** chiari, realistici, misurabili, coerenti con il programma
 - **Destinatari, canali di comunicazione, social media:** definiti in maniera chiara, coerente, spiegandone la scelta
 - **Budget:** importo preciso o da indicare in %; almeno 0,3% (non previsto da RDC)
 - **Indicatori:** approccio al monitoraggio e valutazione, indicatori principali, target realistici

Contenuto dei programmi – Art. 22

2/2

✓ Altri elementi:

- ✓ **visibilità operazioni di importanza strategica** (art. 46)
- ✓ **sito web del programma**, link al sito web nazionale (art. 49)
- ✓ **responsabile della comunicazione** (art. 48)
- ✓ Misure per l'accessibilità nelle attività di comunicazione e informazione

Visibilità, trasparenza e comunicazione

Art. 46 Visibilità

Art. 47 Emblema dell'Unione Europea

Art. 48 Responsabili della comunicazione e reti

Visibilità – Art. 46

- Ciascuno Stato membro garantisce:
 - a) la **visibilità del sostegno in tutte le attività** relative alle operazioni sostenute dai Fondi, con particolare attenzione agli **operazioni di importanza strategica**;
 - b) la comunicazione ai cittadini dell'Unione del ruolo e dei risultati dei Fondi attraverso un **portale web unico** che dia accesso a tutti i programmi che coinvolgono tale Stato membro.

Un messaggio semplice – Art. 47

- (Co-)finanziato dall'Unione Europea!
- **L'emblema dell'UE** come elemento visivo più forte e più facilmente riconoscibile
 - Emblema dell'UE + «co-finanziato dall'Unione Europea»
 - Niente più riferimento al fondo specifico



Responsabili della comunicazione e reti – Art. 48

- **Coordinatore nazionale della comunicazione:**
 - Coordinare le attività di comunicazione tra i fondi (migliore impatto)
 - Organizzare e dirigere la rete di comunicazione nazionale con gli stakeholder definiti per tutti i fondi del RDC (riunioni almeno due volte all'anno)
 - Rappresentare lo Stato membro nel gruppo di esperti INFORM EU
- **Responsabile della comunicazione:** identificato per ogni programma; nominativo da comunicare via SFC
- **Rete a livello UE:** una sola rete di comunicazione a livello UE (INFORM EU), che comprende i responsabili della comunicazione, i coordinatori nazionali e rappresentanti della CE

INFORM EU

- Rete UE - **INFORM EU**

- Sostituisce INFORM e INFO dal 1° gennaio 2021
- Copre tutti i fondi del Regolamento e RRF
- Sovrapposizione tra i periodi 2014-2020 e 2021-2027 per alcuni anni
- Riunioni dei gruppi nazionali + gruppi specifici per fondo (EU Social)
- Riunioni plenarie, seminari tecnici, riunioni dei gruppi di esperti, training
- Prima riunione plenaria (virtuale): 8/9 giugno 2021; prossimo incontro: 1/3 dicembre (Dubrovnik)

Trasparenza e comunicazione del programma

Art. 49 Responsabilità delle AdG

Art. 50 Responsabilità dei beneficiari

Responsabilità delle AdG – Art. 49

- Termine di sei mesi per creare un **sito web del programma**
- Pubblicazione dei **bandi previsti**, da aggiornare 3 volte all'anno – *Novità*
- **Lista delle operazioni**, aggiornata almeno ogni 4 mesi
- Disponibilità dei materiali di comunicazione per la Commissione
- Strumenti di supporto
 - [Kohesio](#) come portale centrale dei dati provenienti dalle liste delle operazioni
 - Template per la lista delle operazioni e per la pubblicazione dei bandi

Responsabilità dei beneficiari – Art. 50

- Riconoscimento del finanziamento dell'Unione Europea da parte dei beneficiari
- Riferimento unico all'emblema dell'UE e all'UNIONE EUROPEA in tutti i fondi dell'UE – no rif. al fondo
- *Novità* - **Operazioni di importanza strategica**: requisiti di comunicazione
- Correzioni finanziarie
- Strumenti di supporto:
 - [Download centre](#), [Linee guida uso dell'emblema](#)



Operazioni di importanza strategica

Art. 2(5) Definizione

Art. 46(a) Visibilità

Art. 50 Responsabilità dei beneficiari

Definizione – Art. 2(5)

- **"Operazione di importanza strategica"** significa:
 - *un'operazione che fornisce un contributo significativo al conseguimento degli obiettivi di un programma e che è soggetta a particolari misure di sorveglianza e comunicazione;*
- Spetta agli Stati membri decidere quale sia il contributo chiave significativo; non è necessario che sia il progetto più grande/più costoso
- Necessaria almeno **una per programma**, ma se ne raccomanda **almeno una per obiettivo specifico**
- Può essere un progetto individuale, un gruppo di progetti o un'azione/schema/misura, per cui i progetti saranno selezionati in una fase successiva
- Mira a **dare maggiore visibilità al sostegno dell'UE** a progetti significativi

Esempi/Cosa definisce se un'operazione è strategica – valutazione degli Stati membri

- **Natura sistemica di un'operazione**
 - *Senza questa operazione, l'obiettivo o gli obiettivi specifici potrebbero non essere raggiunti e/o seriamente compromessi;*
- **Carattere innovativo**
 - *Un'operazione porta un nuovo quadro politico o progettuale*
- **Importanza per l'economia nazionale, regionale e locale**
 - *Un'operazione è percepita dalla società come importante*
- **Carattere speciale di un'operazione**
 - *A causa delle specificità e delle condizioni locali, non ci possono essere troppi progetti di questo tipo*
- **Dimensione finanziaria di un'operazione**
 - *Risorse relativamente significative dalla priorità*

Visibilità per le operazioni di importanza strategica

- Ogni Stato membro garantisce (art. 46):
 - la visibilità del sostegno in tutte le attività relative alle operazioni sostenute dai Fondi, con **particolare attenzione alle operazioni di importanza strategica**
- Responsabilità dei beneficiari (art. 50):
 - Per le operazioni di importanza strategica, **organizzare un evento o un'attività di comunicazione**, coinvolgendo la CE e l'Autorità di Gestione



Ad esempio: utilizzare le operazioni di importanza strategica per la comunicazione in diverse occasioni (adozione e avvio del programma, selezione, conclusione dell'operazione)

Visibilità per le operazioni di importanza strategica

Operazioni per raccontare la storia del programma garantendo una maggiore visibilità e implementando azioni di comunicazione dedicate

Quattro approcci suggeriti:

- ✓ ***Rappresentatività e diversità.*** Progetti chiave con risultati emblematici per presentare e raccontare il programma
- ✓ ***Stretta coordinazione.*** I beneficiari lavorano a stretto contatto con l'autorità di gestione
- ✓ ***Sinergia con i requisiti di comunicazione.*** Portale web unico, siti web di programmi, coordinatori della comunicazione, reti nazionali...
- ✓ ***Attività di comunicazione + media.*** Conferenze stampa, comunicati stampa, lavoro a stretto contatto con i giornalisti ed eventi

Documenti e risorse utili

- Booklet **Comunicare la Politica di Coesione 21-27** (presto in IT)
- Booklet **Monitoraggio e Valutazione delle attività di comunicazione**

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/communication/how-to/

- **Training INFORM EU:**

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/communication/inform-network/webinars

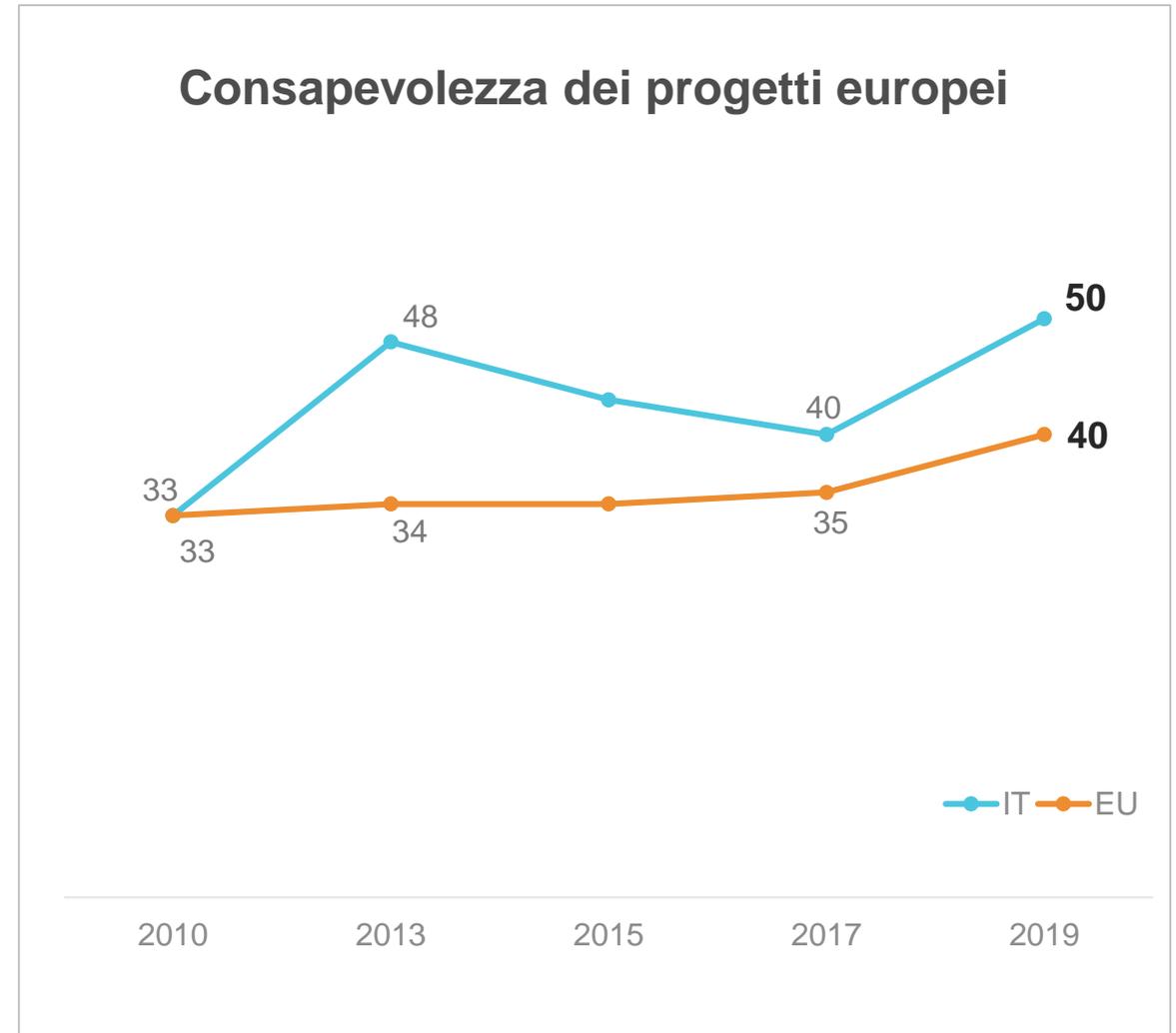
- **Incontri rete INFORM EU:**

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/communication/inform-network/

Consapevolezza e impatto dei progetti europei in Italia

Consapevolezza dei progetti europei (Eurobarometro 2019)

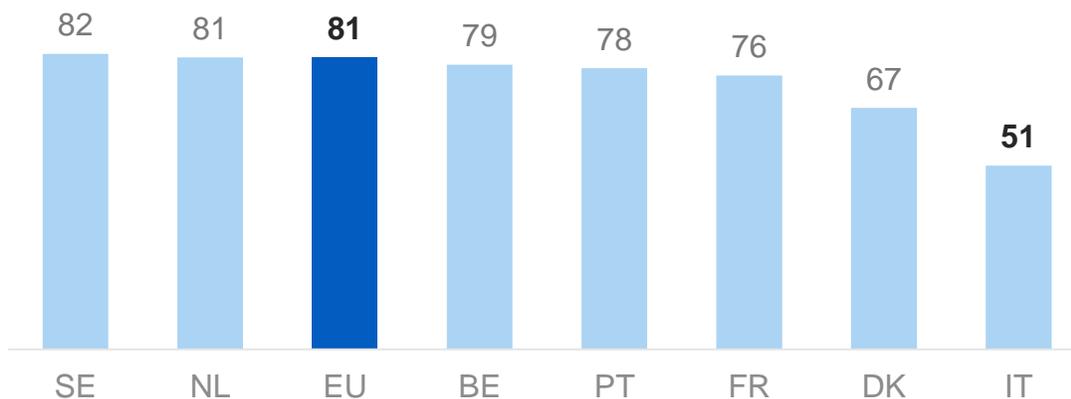
- In Italia, negli ultimi dieci anni è **umentata** la conoscenza in merito ai progetti europei che operano sul territorio
- Inoltre, dal 2017 al 2019 l' Eurobarometro ha registrato un **umento** in termini percentuali del 10% in più di persone a conoscenza dei progetti europei
- A livello generale, l'Italia è **ben oltre** la media europea registrata nel 2019 in quanto a consapevolezza circa i progetti europei (EU 40%, IT 50%)



Percezione impatto positivo dei progetti europei (Eurobarometro 2019)

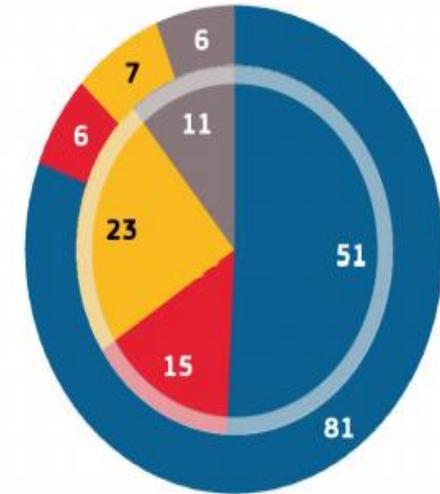
- La situazione è meno positiva in termini di **percezione** dell'impatto dei progetti europei nel territorio
- Nonostante la **maggior parte** della popolazione italiana intervistata afferma che i progetti europei hanno un impatto positivo nel proprio territorio (51%), questo dato è nettamente **inferiore** alla media europea del 2019 che si attesta ben 30 p.p. più in alto (81%)

Impatto positivo dei progetti europei



Q1C Considerando tutti i progetti di cui Lei ha sentito parlare, direbbe che questo sostegno ha avuto un impatto positivo o negativo sullo sviluppo della Sua città o regione?

(%)



UE28  Grafico esterno

IT  Grafico interno

Spunti per la discussione

- Importanza di considerare anche i **risultati** della comunicazione
- Come **raggiungere** adeguatamente i **potenziali beneficiari**?
- Come far sì che i **cittadini siano informati** delle azioni finanziate dai programmi?
- Quanto sono efficaci le attività di comunicazione nel promuovere la **conoscenza del supporto dell'UE** e la «**percezione positiva**» sull'uso dei fondi e sull'impatto delle azioni finanziate?
- Che cosa ha funzionato nelle attività di comunicazione e visibilità della programmazione attuale? Quali sono le **lezioni apprese**?