



Esperienze di comunicazione coordinata tra le regioni e spunti di riflessione per la programmazione 2021-2027

Elena Calistri
Coordinamento tecnico regionale FSE
Seminario «La comunicazione del FSE+» -02 luglio 2021



La collaborazione come metodo: esperienze di comunicazione coordinata

Programmazione 2014-2020

Crescente attenzione da parte delle Regioni alla comunicazione degli interventi cofinanziati dal FSE, anche attraverso **modalità e strumenti innovativi** (es. organizzazioni di contest musicali, utilizzo dei social network, ecc.) per veicolare i messaggi anche a target difficilmente intercettabili attraverso i canali di comunicazione più tradizionali.



Promozione di iniziative di cooperazione tra Regioni, sia in fase di programmazione sia durante l'attuazione per: **condividere modelli comuni**, individuare **soluzioni operative** su questioni trasversali, realizzare **eventi di comunicazione coordinati/congiunti**:

- ✓ **Template comune** per le Strategie di Comunicazione
- ✓ Il progetto **ESS4U**
- ✓ Il progetto **Scambio PA**



Il coordinamento in fase di programmazione

Programmazione 2014-2020

Un Template guidato per la redazione delle strategie di comunicazione: iniziativa promossa da due regioni, a partire dalla positiva collaborazione sviluppata nel periodo '07-'13, che ha portato alla definizione di un modello comune, ma flessibile, per la redazione delle strategie di comunicazione

Metodo di lavoro e output

- Gruppo di lavoro composto da 2 Regioni (Sardegna e Umbria)
- Elaborato **schema commentato**, sulla base delle previsioni regolamentari, diretto a fornire alcuni spunti di riflessione di ausilio alla definizione delle Strategie di comunicazione.
- Socializzazione guida ragionata alle AdG FSE e **condivisione in seno al coordinamento tecnico**



La collaborazione in fase di attuazione: il progetto *ESS4U*

Che cos'è ESS 4U ?



- ❑ ESS è una iniziativa informativa sulle attività del Fondo Sociale Europeo
- ❑ Il format, realizzato per la prima volta dalla Regione Umbria nel 2015, è stato oggetto di un progetto interregionale «ESS 4 U» che ha visto la partecipazione delle Regioni Umbria (in qualità di capofila), Basilicata, Toscana e Sicilia
- ❑ l'obiettivo del progetto era ampliare la visibilità ed il ruolo dell'Unione Europea, nonché accrescere la conoscenza e il dialogo con i cittadini promuovendo le attività finanziate dal FSE.

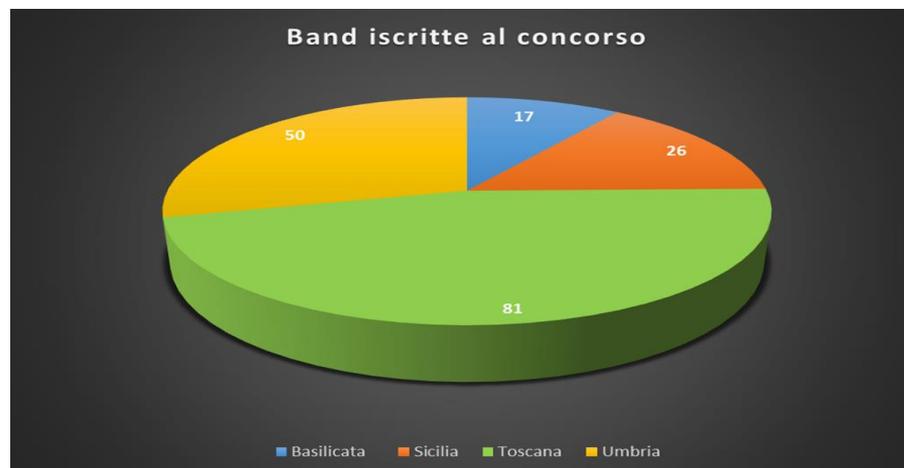


Focus: ESS4U

Perché “ESS 4 U”?

- ❑ Facendo leva sul potere aggregante della musica, attraverso un contest per band emergenti, si intendeva raggiungere quei target non sempre intercettabili tramite i canali istituzionali per comunicare le opportunità offerte dal FSE
- ❑ La competizione musicale prevedeva che, al termine delle diverse esibizioni, fossero descritti, con una modalità coinvolgente, i progetti finanziati dal FSE nelle Regioni partecipanti

I numeri sulla
partecipazione....



Focus: : ESS4U

Una **format di successo** che ha centrato l'obiettivo di informare il pubblico sulle iniziative finanziate dal Fondo Sociale Europeo ...durante gli eventi territoriali tra un'esibizione ed un'altra sono stati presentati filmati con le testimonianze di giovani che hanno trovato occupazione grazie al FSE....»

I dati dei canali social

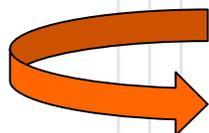
- ❑ pubblicati **oltre 100 contenuti originali tra facebook, instagram (soprattutto stories) e twitter**
- ❑ i contenuti della pagina facebook sono passati nella newsfeed di **oltre 600 mila utenti** (reach totale) per **665mila volte** (impression)
- ❑ **i singoli post** (tra cui anche foto, video, gif animate, ecc.) hanno raccolto una reach totale pari a **201mila utenti**, mentre sono stati **visti 450mila volte**
- ❑ la pagina facebook da metà agosto è cresciuta di 400 utenti senza campagne specifiche a pagamento^[1]
- ❑ i post con maggiore visibilità e reach sono stati quelli relativi alle dirette video e alla proclamazione delle band finaliste
- ❑ la **pagina instagram** ha generato in media una copertura dei suoi post pari a **4 mila utenti**, sviluppando **circa 5 mila impression settimanali**



La collaborazione in fase di attuazione: il progetto **Scambio PA**

Che cos'è Scambio PA?

Una rete tra Regioni per lo scambio di esperienze e l'empowerment delle amministrazioni pubbliche



Sottogruppo dedicato alla tematica:
*«Strategia di Comunicazione ed
Informazione nei Fondi Strutturali»*

- ❑ **Obiettivo:** promuovere la vicinanza al Progetto Europeo e diffondere consapevolezza sulle reali opportunità offerte al territorio dalla politica di coesione anche attraverso il coinvolgimento degli stakeholder e la scelta dei mezzi di comunicazione sulla base di un'attenta profilazione dei destinatari;
- ❑ **Argomenti affrontati:**
 - ✓ realizzazione di **strategie di comunicazione integrate**;
 - ✓ diversi **modelli di governance** per la gestione della comunicazione;
 - ✓ costruzione di **reti partenariali** efficaci per una comunicazione integrata;
 - ✓ modalità procedurali per la selezione delle Agenzie di Comunicazione (es. utilizzo dell'Accordo Quadro).



Focus: Scambio PA

Aree di miglioramento emerse dai Workshop

Complessità delle informazioni da comunicare

- ❑ La Comunicazione deve veicolare numerosi **emblemi, informazioni ed acronimi** rendendo spesso difficile la comprensione, da parte dei destinatari/cittadini, del reale contributo dei Fondi Europei

Procedure per l'acquisto di spazi e tempi pubblicitari

- ❑ Nel caso in cui l'attività che precede la messa on air delle iniziative sia affidata alla PA e non ad un soggetto esterno, è necessario affrontare un **processo amministrativo complesso**, i cui tempi non sempre coincidono con le esigenze della comunicazione.

Difficoltà nell'utilizzo dei social media

- ❑ I Social prevedono **meccanismi di acquisto diretto degli spazi pubblicitari** (promozione di post, eventi ecc) non gestibili in maniera consolidata dalla PA.

Scarsa conoscenza del territorio da parte delle Agenzie esterne

- ❑ Se l'AdG affida la realizzazione delle azioni di comunicazione ad **Agenzie esterne**, le procedure di selezione **non consentono di valorizzare la conoscenza del territorio** di riferimento

Verifica dell'efficacia delle azioni di comunicazione

- ❑ **Budget ridotto** per Comunicazione che non consente la realizzazione di interventi di misurazione dell'efficacia delle azioni implementate



Focus : Scambio PA

IL PROBLEMA

Utilizzo limitato degli spazi di advertising sui social media con acquisto diretto

OSTACOLI PROCEDURALI E BUROCRATICI:

- Utilizzo della carta di credito da parte della PA;
- Iva intracomunitaria;
- Emissione della fattura prima dell'erogazione della prestazione

LA SOLUZIONE E il PERCORSO DI CONDIVISIONE

- Individuate procedure per acquisti spazi di advertising in conformità alle normative vigenti in materia di appalti pubblici
- Definito un modello di determina a contrarre e di Accordo Quadro
- Delineato un percorso di condivisione anche con la Commissione Europea per identificare modalità di affidamento alternative agli appalti pubblici, in considerazione della specificità/unicità dei Social Big (Facebook, Twitter ecc.).
 - ✓ *Attivare INFORM Network e INIO Network per sensibilizzare la CE verso la necessità di supportare le regioni nella definizione di modalità di accesso ai social network più idonee alla PA*



Programmazione 2021-2027

Le principali novità introdotte dal RDC

- ❑ Nessun vincolo per l'AdG di elaborazione di una strategia di comunicazione.

Nell'ambito di ciascun programma si dovrà, cionondimeno, descrivere sinteticamente la strategia grazie alla quale contribuirà alla comunicazione dei risultati conseguiti.

- ❑ Per le autorità di gestione

- ✓ Eliminazione di alcuni adempimenti previsti dagli attuali regolamenti: organizzazione di eventi per il lancio dei programmi e di iniziative annuali di comunicazione, visibilità della bandiera dell'Unione presso i locali dell'autorità di gestione;
- ✓ Nuovo obbligo relativo alla pubblicazione dei dati dei beneficiari anche nel caso in cui siano persone fisiche.

- ❑ Responsabilizzazione dei beneficiari:

- ✓ Estensione di alcuni obblighi attualmente previsti per le operazioni finanziate dal FESR anche agli interventi supportati dal FSE + (es. obbligo di esposizione all'inizio dell'attuazione, in un luogo facilmente visibile al pubblico, di una targa o di un cartellone qualora il costo dell'operazione sia superiore a 100.000 euro);
- ✓ Introduzione di sanzioni da applicare nel caso in cui non rispettino gli obblighi di comunicazione.



Programmazione 2021-2027

Alcune proposte di semplificazione/miglioramento avanzate dalle Regioni e recepite nei testi legislativi approvati

- ❑ Eliminato obbligo di pubblicazione sul sito web dell'AdG o sul portale unico nazionale degli **Avvisi pubblici pianificati**, prevedendo in alternativa la pubblicazione di un cronoprogramma delle call in uscita e rese indicative le informazioni che tale calendario deve contenere;
- ❑ Introdotta una **gradualità nelle sanzioni da comminare al beneficiario** in caso di inottemperanza agli obblighi di comunicazione imposte dai regolamenti, prevedendo dalla semplice raccomandazione fino alla rettifica finanziaria di massimo il 3% (in luogo dell'iniziale 5%) del sostegno dei Fondi all'operazione interessata in caso di violazioni reiterate e mancata adozione di misure correttive
- ❑ Eliminato obbligo, inserito nelle versioni intermedie dei testi di compromesso, in base al quale il coordinamento a livello di SM delle attività di comunicazione dovesse necessariamente esplicitarsi attraverso la **definizione di una Strategia di Comunicazione Nazionale** che coprisse tutti i programmi.



Programmazione 2021-2027

Le prospettive per il futuro periodo...

- ❑ Rilancio del metodo collaborativo tra amministrazioni come buona pratica per la condivisione di esperienze
- ❑ approccio flessibile, che consenta di preservare le specificità dei singoli contesti per esempio nel valutare se dotarsi di documenti di Strategia all'interno dei quali declinare le attività di comunicazione od in merito ad eventuali elementi di Strategia nazionale



Programmazione 2021-2027

Le prospettive per il futuro periodo...

- ❑ Per rispondere ad **esigenze diverse** occorrono **soluzioni mirate** e tarate sulle specificità dei target group da raggiungere
- ❑ Il metodo «cooperativo interregionale» di Scambio PA - ad esempio- ha confermato la validità del lavorare insieme e della messa in comune delle conoscenze, delle pratiche e delle esperienze come fattore abilitante, incentivante ed efficace
- ❑ Può essere riproposto con ambiti di miglioramento e diversificazione
 - ✓ **ampliamento del network** ad altre regioni e maggior coinvolgimento delle AdG per garantire un miglior raccordo tra programmazione e visibilità degli interventi
 - ✓ **collaborazione con altri livelli di governo** come Anpal, ACT e Commissione Europea che vada oltre i network dedicati alla comunicazione
 - ✓ **Focus su specifici adempimenti** in vista di individuare **soluzioni/modelli comuni:**
esempi
 - *pubblicazione calendario degli Avvisi programmati,*
 - *visibilità delle operazioni di importanza strategica,*
 - *pubblicazione dei dati di attuazione del programma*
 - *Pubblicazione delle informazioni personali sui beneficiari, nell'ottica di contemperare esigenze di trasparenza e tutela della privacy.*

