



**Piano di comunicazione del
Programma Operativo FSE Regione Toscana 2007-2013
Obiettivo 2 CRO**

v. 02

INDICE

1	PREMESSA	3
2	IL QUADRO DI RIFERIMENTO	3
	2.1 I riferimenti normativi	3
	2.2 L'esperienza del POR 2000-2006	4
	2.3 I soggetti della comunicazione	4
3	GLI OBIETTIVI	5
4	I DESTINATARI	6
5	LA STRATEGIA	6
6	I CONTENUTI E GLI STRUMENTI	8
	6.1 Azioni trasversali e universali di informazione verso <i>l'opinione pubblica</i>	8
	6.2 Azioni informative mirate verso settori di <i>potenziali beneficiari</i>	11
	6.3 Attività informative verso i <i>beneficiari</i>	17
7	GLI ORGANISMI RESPONSABILI DELL'ATTUAZIONE	17
8	LE RISORSE FINANZIARIE	19
9	LE MODALITÀ DI VALUTAZIONE	20
10	LE RELAZIONI SULLE ATTIVITÀ	21

1 PREMESSA

Il Piano di comunicazione (PdC) del POR FSE 2007-2013 Obiettivo 2 CRO della Regione Toscana, tiene conto delle disposizioni regolamentari e di quanto previsto nel Libro Bianco su una politica europea di comunicazione (1.02.2006), della Comunicazione della Commissione “Una strategia di informazione e di comunicazione dell’Unione europea” e la recente Comunicazione “Insieme per comunicare l’Europa”.

In particolare, nel rispetto di quanto previsto dall’art.2 del Regolamento (CE) n. 1828/2006, di applicazione del Regolamento (CE) n. 1083/2006, il Piano delinea gli obiettivi, i gruppi di destinatari, la strategia, i contenuti, gli strumenti, le risorse, gli organismi responsabili e le modalità di valutazione degli interventi informativi e pubblicitari.

Nella redazione del Piano si sono considerati tre elementi che caratterizzano l’approccio della Regione Toscana in tema di comunicazione ed indirizzano la scelta delle azioni:

1. la comunicazione del POR FSE è uno strumento fondamentale per dare visibilità alle politiche attive per il lavoro e agli interventi sulle risorse umane realizzate nella regione con il fine di avvicinare i cittadini toscani ai processi decisionali;
2. la comunicazione per essere efficace e capillare ha bisogno della partecipazione di tutti i soggetti a vario titolo coinvolti: le istituzioni, gli attori economico-sociali, i beneficiari;
3. ogni attività informativa di carattere generale o specifico relativa al POR deve essere coerente con quanto previsto dal Piano di Comunicazione, al fine di garantirne organicità e sinergica complementarietà.

Il presente Piano è un documento di indirizzo nel quale trovano riferimento le scelte che potranno effettuare i diversi Organismi coinvolti nella programmazione ed attuazione delle azioni: Autorità di Gestione, Organismi Intermedi, beneficiari.

Il Piano riguarda gli interventi di informazione e pubblicità che saranno realizzati nell’intero periodo di attuazione del POR; potrà essere aggiornato ed integrato in corso d’opera per rispondere efficacemente ad esigenze emergenti.

2 IL QUADRO DI RIFERIMENTO

2.1 I riferimenti normativi

Il Regolamento (CE) n. 1083/2006, art. 69, come specificato in dettaglio negli artt. 2 e ss. del Regolamento (CE) n. 1828/2006, assegna una doppia valenza alla comunicazione, che deve mirare ad una informazione corretta e trasparente sia nei confronti dei beneficiari, che nei confronti dell’opinione pubblica in generale, “allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell’intervento dei Fondi”.

Il valore strategico che l’Unione europea assegna alla comunicazione per il successo degli interventi e per rendere i cittadini consapevoli e partecipi delle politiche e dei programmi, è pienamente condiviso dalla Regione Toscana, che ha approvato nel 2007 la prima legge in Italia sulla partecipazione (L.R. n.69), fissando forme e strumenti mirati a favorire la partecipazione democratica dei cittadini all’elaborazione e formazione delle politiche regionali e locali.

2.2 L'esperienza del POR 2000-2006

La Regione, nell'impostare il piano di comunicazione del POR FSE 2007-2013 intende far tesoro dell'esperienza pregressa relativa alla comunicazione della programmazione 2000-2006, valorizzandone i punti di forza e migliorando gli elementi che si sono rivelati di debolezza.

I principali punti di forza possono essere così sintetizzati:

- il decentramento delle azioni di comunicazione in favore delle Province, che ha configurato un sistema multiattore ed assicurato un'informazione capillare e diffusa sul territorio;
- il coinvolgimento delle parti sociali, attraverso le procedure di concertazione previste sia a livello regionale che provinciale, che ha favorito l'amplificazione dell'informazione, nel pieno rispetto del ruolo che il Regolamento (CE) n. 1159/00 assegnava loro;
- la varietà degli strumenti di comunicazione, spesso coincidenti o comunque sinergici con quelli individuati per la comunicazione istituzionale delle Amministrazioni coinvolte;
- l'adozione di disposizioni e format per rendere trasparenti i processi di selezione e di informazione dei beneficiari e dei destinatari ultimi degli interventi.

Gli aspetti deboli riguardano invece:

- il raccordo e collaborazione tra la Regione e le Province/Circondari nella gestione degli strumenti informativi e di comunicazione;
- la visibilità e riconoscibilità degli interventi;
- la mancata adozione di standard specifici per la comunicazione tramite materiale a stampa.

Il sistema della comunicazione che accompagna il POR 2007-13 deve pertanto essere un sistema composito ed articolato ai vari livelli di responsabilità e deve puntare al potenziamento delle forme di raccordo tra i diversi soggetti coinvolti, al miglioramento della qualità e dell'efficacia delle azioni di comunicazione.

2.3 I soggetti della comunicazione

La comunicazione deve modularsi in relazione all'articolazione territoriale del POR, che, si caratterizza per un'ampia delega a favore degli Organismi Intermedi, più estesa che nel passato per numerosità e tipologia di soggetti.

Il sistema di comunicazione del Programma si sviluppa su tre distinti livelli:

1. *livello regionale*: i soggetti che operano a tale livello sono l'Autorità di Gestione, gli Organismi Intermedi individuati nei Settori Regionali, le Aziende regionali per il diritto allo studio Universitario e l'Organismo Intermedio di Sovvenzione Globale, che è prevista allo stato attuale nell'Asse III Inclusione Sociale.

Le attività dell'**Autorità di Gestione** sono riconducibili a due filoni principali: **1.** la realizzazione delle azioni di comunicazione e informazione aventi carattere trasversale o destinate al grande pubblico; **2.** la disciplina dell'informazione e la pubblicità degli interventi

per garantire il rispetto, da parte di tutti i soggetti coinvolti, di quanto previsto dai Regolamenti comunitari in materia di informazione e pubblicità.

Agli **O.I. Settori regionali, alle ARDSU, all'O.I. della Sovvenzione Globale**, spetta la realizzazione di attività di comunicazione che, in via prevalente, sono di accompagnamento agli interventi di rispettiva competenza previsti nei diversi Assi del POR; tali attività sono riconducibili ai seguenti due filoni principali: 1. attività di promozione e informazione mirata verso i potenziali beneficiari degli interventi; 2. attività di informazione e sensibilizzazione su specifiche tematiche di interesse del Programma;

2. *a livello subregionale*: agli **Organismi Intermedi Province e Circondari** è assegnato un ruolo fondamentale nella comunicazione del POR; grazie alla loro profonda conoscenza del territorio e in quanto più vicine ai cittadini, sono le più indicate per una comunicazione efficace nella realtà di riferimento all'interno della regione.

A tale livello la comunicazione concerne: 1. le iniziative generali di promozione della conoscenza del POR presso la comunità locale; 2. il complesso di azioni di comunicazione indispensabili per promuovere gli interventi specifici previsti all'interno degli Assi, mirato ai target specifici di potenziali beneficiari;

3. *a livello di singoli progetti*: l'attività di comunicazione posta in essere dai **beneficiari** ha per obiettivo quello di informare l'opinione pubblica ed i destinatari coinvolti nei progetti stessi. In particolare i beneficiari sono tenuti ad informare in modo chiaro che i progetti sono stati selezionati nell'ambito del POR cofinanziato dall'FSE.

Tale comunicazione concerne le fasi di: 1. promozione dei progetti al fine di stimolare l'interesse e l'adesione dei destinatari; 2. le attività di pubblicizzazione degli esiti dei progetti, 3. la predisposizione di qualsiasi documento riguardante tali progetti.

3 GLI OBIETTIVI

Gli obiettivi costitutivi e trasversali della comunicazione sui fondi strutturali, intorno ai quali devono essere sviluppate le azioni informative e pubblicitarie, sono così individuati dai Regolamenti (CE) nn. 1083/2006 e 1828/2006:

1. garantire visibilità e valorizzare il ruolo e l'azione dell'Unione europea presso l'opinione pubblica;
2. garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi e pari opportunità di accesso ai potenziali beneficiari.

A partire da tali obiettivi generali sono definiti gli obiettivi specifici del presente Piano di comunicazione.

In particolare, l'obiettivo **“garantire visibilità e valorizzare il ruolo e l'azione dell'Unione europea presso l'opinione pubblica”** viene così ulteriormente dettagliato:

- assicurare la diffusione e conoscenza presso l'opinione pubblica regionale dell'azione congiunta dell'UE e delle istituzioni nazionali (Regione e enti locali), degli obiettivi dell'intervento del Fondo sociale europeo e della sua partecipazione finanziaria nell'ambito del POR 2007-13;
- dare l'informazione sui contenuti generali del Programma all'insieme dell'opinione pubblica regionale, per far conoscere le finalità dell'intervento e i suoi caratteri salienti, ma anche sensibilizzare, creare interesse e attesa, sollecitare richieste di specifiche informazioni;

- informare sull'andamento dell'attuazione del POR e i suoi risultati.

L'obiettivo “**garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi e pari opportunità di accesso ai potenziali beneficiari**” si articola in:

- promuovere la conoscenza delle azioni previste nel POR presso i diversi target di potenziali beneficiari, a cui sono rivolte le azioni previste negli Assi prioritari, coinvolgendo anche istituzioni locali, associazioni professionali, parti economiche e sociali, organismi che operano nel campo delle pari opportunità, ecc.;
- garantire un'informazione il più possibile ampia, chiara e dettagliata in merito alle procedure, modalità, criteri di selezione, referenti, per accedere alle opportunità offerte ai potenziali beneficiari;
- diffondere un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la facile riconoscibilità delle informazioni relative al POR, e la immediata consapevolezza nei beneficiari/attuatori dei progetti e partecipanti/destinatari dei relativi finanziamenti.

4 I DESTINATARI

I destinatari degli interventi previsti nel Piano di comunicazione, individuati più nel dettaglio nello schema 1, sono riconducibili alle seguenti categorie:

1. *beneficiari potenziali*, quali individuati dal POR per ciascun Asse, ad es. imprese, organismi formativi, parti sociali, occupati, persone in cerca di occupazione, ecc. ai quali devono essere fornite informazioni chiare e precise sugli interventi finanziabili e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti;
2. *beneficiari effettivi*, i quali devono essere informati degli obblighi da rispettare in quanto fruitori di finanziamenti del POR;
3. *pubblico*, al quale è dovuta la massima informazione relativamente al ruolo svolto dall'Unione Europea, al valore aggiunto del sostegno del FSE unitamente ai fondi nazionali e regionali e ai risultati di tale intervento;
4. *gruppi di destinatari specifici*, di volta in volta individuati in base agli interventi da promuovere, in grado di ritrasmettere le informazioni ai potenziali beneficiari, quali ad es. autorità pubbliche, Università e centri di ricerca, scuole, organismi di formazione, imprese, organizzazioni professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, organizzazioni che rappresentano il mondo economico, organismi che promuovono le pari opportunità, mass media.

Le azioni di informazione e pubblicità devono essere definite nei contenuti puntuali e nel mix di strumenti utilizzabili tenendo conto dei target specifici di destinatari a cui sono rivolte, secondo gli indirizzi riportati al successivo punto 6.

5 LA STRATEGIA

Tenuto conto delle diverse tipologie di interventi contenuti nel POR FSE 2007-2013 della Regione Toscana, della eterogeneità dei soggetti beneficiari/destinatari, degli obiettivi della comunicazione, la strategia di comunicazione del Programma deve caratterizzarsi per i seguenti elementi:

- ✓ **un fronte informativo articolato su più livelli** – regionale (AdG, Settori, ARDSU, O.I. di Sovvenzione Globale), di Provincia/Circondario, di soggetti attuatori di progetti - in cui sia privilegiata l'azione locale e l'informazione di prossimità (sportelli, rete Centri per l'Impiego, agenzie formative ecc.);
- ✓ **la riconoscibilità degli interventi finanziati dal POR**, attraverso:
 - **l'uso dei loghi.**
 - dell'Unione Europea seguito dall'indicazione del FSE
 - del Ministero del Lavoro e della previdenza sociale -Direzione Generale per le Politiche per l'Orientamento e la Formazione
 - della Regione Toscana, su tutti materiali informativi e pubblicitari nonché su tutti i prodotti e documenti relativi al Programma;
 - **l'utilizzo di uno specifico format grafico** e del relativo manuale d'uso operativo, da applicare a tutti gli strumenti di comunicazione del Programma, che sarà fornito dall'Autorità di Gestione;
- ✓ **l'univocità del messaggio** attraverso l'uso di un concept nei materiali pubblicitari.

Deve inoltre essere garantita:

- ✓ **una divulgazione tempestiva delle opportunità** finalizzata alla massima partecipazione dei potenziali beneficiari e a stimolare una progettazione di qualità degli interventi;
- ✓ **l'accessibilità e chiarezza** delle informazioni relative ai contenuti delle opportunità offerte ai potenziali beneficiari e destinatari;
- ✓ **la differenziazione di attività e strumenti**, per mirare alla massima copertura comunicazionale secondo i target di destinatari;
- ✓ **la collaborazione con i canali di comunicazione istituzionale**, sviluppando un'azione sinergica in particolare nei casi in cui sia necessario o utile dare grande evidenza e visibilità alle iniziative sul territorio;
- ✓ **l'utilizzo di canali e strumenti comunicativi già attivi**, all'interno dei quali creare appositi spazi di visibilità per l'informazione relativa al POR, per ottimizzare le risorse e gli sforzi per raggiungere determinati target;
- ✓ **l'attenzione allo sviluppo di strumenti innovativi** di comunicazione interattiva (ad es. digitale terrestre);
- ✓ **il raccordo con gli organismi operanti sul territorio ed in particolare con la rete dei Centri per l'impiego** affinché siano il veicolo per una capillare diffusione delle informazioni e del materiale pubblicitario;
- ✓ **il coinvolgimento e la collaborazione con il partenariato** istituzionale, economico e sociale per comunicare i contenuti degli Assi strategici del POR e per attivare azioni di comunicazione decentrate sul territorio;
- ✓ **la diffusione** e valorizzazione di iniziative di comunicazione particolarmente significative ed efficaci.

La strategia è anche legata alle diverse fasi di implementazione del POR. Nella fase iniziale sarà centrata sulla promozione del Programma e delle principali novità da esso introdotte. Successivamente alla fase di lancio, le attività saranno rivolte in prevalenza a illustrare i

contenuti specifici degli interventi attuabili nei diversi Assi, le modalità di attuazione ed i risultati in itinere del Programma.

6 I CONTENUTI E GLI STRUMENTI

Gli interventi informativi e pubblicitari da realizzarsi nell'intero arco temporale di durata del POR, devono differenziarsi a seconda dei destinatari; in particolare si individuano le seguenti principali direttrici di sviluppo della comunicazione:

- A) azioni trasversali e universali di informazione verso l'*opinione pubblica*, sia sui contenuti generali del Programma - per far conoscere le finalità dell'intervento, i suoi caratteri salienti, il ruolo svolto dall'Unione europea, dalle istituzioni nazionali, dalla Regione e dagli enti locali-, sia per informare sull'attuazione dello stesso;
- B) specifiche azioni informative mirate verso ben individuati settori di *potenziali beneficiari* cui sono indirizzati gli Assi/obiettivi specifici del POR, con l'obiettivo di informarli in merito all'intervento del Programma e alle modalità per poterne beneficiare, avvalendosi a tale scopo del coinvolgimento di organismi in grado di ritrasmettere le informazioni ai target di riferimento;
- C) attività informative verso i *beneficiari*.

Si illustrano di seguito i contenuti specifici dell'informazione in relazione alle tre direttrici individuate.

6.1 Azioni trasversali e universali di informazione verso l'*opinione pubblica*

Destinatari: i cittadini e le cittadine toscane.

Contenuti specifici: le azioni informative e pubblicitarie destinate al pubblico, sia realizzate direttamente dall'Autorità di Gestione con riferimento all'intera comunità regionale, sia dagli Organismi Intermedi, in particolare da Province e Circondari per gli ambiti territoriali di rispettiva competenza, devono prioritariamente:

1. rendere noto che l'Unione europea, lo Stato e la Regione Toscana
 - condividono politiche e programmi volti a conseguire la piena occupazione e la qualità e la produttività sul lavoro, a promuovere l'inclusione sociale e l'occupazione delle persone svantaggiate, a ridurre le disparità occupazionali;
 - lavorano insieme e accomunano le proprie risorse finanziarie negli interventi volti a tali finalità attraverso il POR FSE 2007-13;
2. informare sull'andamento dell'attuazione del POR, sui risultati e sui beneficiari;

Le azioni informative e pubblicitarie devono basarsi su:

- ✓ le finalità dell'intervento del FSE ossia promuovere la piena occupazione e la qualità del lavoro, l'accesso all'occupazione delle persone svantaggiate, la non discriminazione e le pari opportunità tra uomini e donne, gli investimenti in risorse umane;
- ✓ l'utilizzo di un messaggio semplice, chiaro e sintetico; a tale scopo si è scelto il seguente concept da utilizzare su tutti i materiali informativi e pubblicitari:

FSE

Investiamo nel vostro futuro.

Cresce l'Europa. Cresce la Toscana

Tale “concept” è stato scelto per sottolineare il legame tra la Regione Toscana e le istituzioni europee in una prospettiva di sviluppo comune. Potrà eventualmente essere sviluppato anche un messaggio di dettaglio identificativo del singolo Asse o di un particolare ambito o tipologia di intervento all'interno di un Asse;

- ✓ l'immediata percezione nei cittadini del valore dell'intervento, attraverso informazioni sintetiche e significative e la citazione di esempi concreti dei progetti realizzati con il sostegno del FSE.

Azioni a cura dell'Autorità di gestione

Gli interventi informativi e pubblicitari rivolti al grande pubblico curati dall'Autorità di gestione sono riconducibili a:

- realizzazione di un evento di lancio del POR; l'evento è stato realizzato, in data 22.11.2007, sotto forma di seminario aperto a tutti gli interessati – cittadini, istituzioni, parti sociali, operatori del settore, ecc. - con la partecipazione di rappresentanti della DG Occupazione e Affari sociali della Commissione europea, del Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale, della Regione, in cui sono state presentate le novità del Programma affinché il sistema regionale nel suo complesso possa cogliere tempestivamente ed efficacemente le opportunità offerte dal FSE nel settennio 2007-13;
- pubblicazione dei documenti di programmazione e del contenuto degli interventi, sul sito della Regione e attraverso apposite pubblicazioni e brochure informative;
- informazione sull'andamento degli interventi nel periodo di programmazione, con esempi degli interventi realizzati, in particolare in sede di Comitato di sorveglianza;
- iniziative di presentazione dei risultati del POR, come da regolamento, almeno una all'anno; tali iniziative potranno essere realizzate in concomitanza con eventi di forte impatto comunicazionale, in modo da sviluppare sinergie e raggiungere il più ampio pubblico;
- esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alla propria sede;
- pubblicazione sul sito della Regione dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni dei progetti e del relativo importo del finanziamento pubblico, garantendo facilità di accesso e consultazione dell'elenco stesso attraverso un apposito link di immediata visibilità.

In particolare, relativamente alle tre categorie di informazioni indicate si precisa quanto segue:

1. **elenco dei beneficiari:** saranno pubblicati i nominativi dei beneficiari, secondo la definizione di beneficiario data dal Reg. (CE) n. 1083/2006¹. Non saranno invece pubblicati i nominativi dei partecipanti ad azioni cofinanziate dal FSE, come

¹ Definizione di “beneficiario” ex art. 2 Reg. (CE) n. 1083/2006: “un operatore, organismo o impresa, pubblico o privato, responsabile dell'avvio o dell'avvio e dell'attuazione delle operazioni; nel quadro del regime di aiuti di cui all'articolo 87 del trattato, i beneficiari sono imprese pubbliche o private che realizzano un singolo progetto e ricevono l'aiuto pubblico”.

prescritto dal Reg. (CE) n. 1828/06 e precisato nella nota della Commissione Europea del 23.04.2008 (COCOF 07/0071 /03).

Più nel dettaglio, pertanto, saranno pubblicati i nominativi dei soggetti attuatori dei progetti selezionati tramite avvisi concessori e, nel caso di appalti, i nominativi dei soggetti appaltanti (beneficiari) e degli appaltatori. Per i regimi di aiuti di cui all'articolo 87 del trattato saranno inserite nell'elenco dei beneficiari le imprese che realizzano il progetto e ricevono l'aiuto.

Al fine di assicurare la massima trasparenza, nel caso di ATI/ATS sarà pubblicato il nominativo del capofila e di ciascun partner;

2. **denominazioni dei progetti:** per ciascun beneficiario sarà chiaramente indicato il titolo del progetto;
3. **importo del finanziamento pubblico:** per ciascun beneficiario/progetto sarà indicato il finanziamento pubblico comprensivo della quota comunitaria FSE e della quota nazionale (Stato, Regione); in particolare:
 - l'importo del finanziamento pubblico impegnato per il progetto sarà pubblicato a seguito dell'approvazione del progetto e sarà mantenuto per tutta la durata dello stesso;
 - l'importo del finanziamento pubblico definitivamente erogato sarà pubblicato solo al termine del progetto e sostituirà l'impegno iniziale.

La pubblicazione sul sito sarà attivata entro il 2008. L'elenco dei beneficiari sarà alimentato in modo automatico sulla base delle informazioni inserite nel Sistema Informativo (Database FSE) del PO, che, a regime, garantirà un aggiornamento in tempo reale delle informazioni pubblicate sui beneficiari;

- pubblicazione sul sito della Regione di informazioni e documenti sullo stato di attuazione del POR e sulle risultanze della valutazione, e relativi ai lavori del Comitato di sorveglianza;
- iniziative di comunicazione aventi carattere trasversale e/o su tematiche innovative o che necessitano di un'azione di informazione e sensibilizzazione sull'intero territorio regionale;
- promozione e realizzazione di attività di diffusione di esperienze d'eccellenza e buone prassi, da individuare sulla base di appositi *report qualitativi* che gli Organismi Intermedi forniranno con cadenza annuale; nei report si descrivono le modalità di intervento scelte e le esperienze compiute nel corso dell'attuazione del POR, evidenziando le esperienze aventi particolare valore sotto il profilo dell'innovazione, della sperimentazione e del successo conseguito.

Azioni a cura degli Organismi Intermedi

Gli **O.I.**, in particolare Province e Circondari, realizzano interventi informativi e pubblicitari presso le comunità locali mirate ad accrescere la partecipazione e la consapevolezza dei cittadini sull'UE a partire da una conoscenza più approfondita del ruolo dell'UE nelle politiche occupazionali e di sviluppo della regione. Tali azioni sono riconducibili alle seguenti principali tipologie:

- pubblicazione dei documenti di programmazione e del contenuto degli interventi sui siti web;
- realizzazione di materiale informativo (opuscoli, brochure, spot ecc.), da distribuire attraverso canali di ampio accesso per il pubblico (centri commerciali, cinema, ecc.);

- campagne informative e istituzionali;
- realizzazione di affissioni statiche e dinamiche;
- pubblicità su freepress e quotidiani;
- partecipazione a (o realizzazione di) convegni, fiere, eventi per i giovani;
- pubblicazioni e materiale informativo relativo ai risultati ed alle principali esperienze.

6.2 Azioni informative mirate verso settori di potenziali beneficiari

Destinatari: tutti i potenziali beneficiari e le varie tipologie di organismi in grado di ritrasmettere le informazioni ai target di riferimento

Contenuti specifici:

1. diffondere il testo del Programma, illustrando e approfondendo le finalità specifiche e le opportunità riconducibili ai singoli Assi a favore dei diversi target di beneficiari;
2. pubblicare gli indirizzi operativi e le disposizioni per l'attuazione del POR;
3. garantire un'informazione diffusa e continua sullo stato di avanzamento del POR per l'intero periodo di attuazione, con riferimento alla gestione, la sorveglianza e la valutazione;
4. garantire la trasparenza dell'intero iter amministrativo cui è soggetta ogni singola richiesta di finanziamento.

Azioni a cura dell'Autorità di gestione

Le attività dell'Autorità di gestione relativamente alla comunicazione verso i potenziali beneficiari riguardano in via prevalente la definizione di regole e strumenti affinché sia garantita da parte dei diversi Organismi Intermedi delegati alla gestione del Programma un'adeguata informazione sulle possibilità offerte e l'accessibilità a tutti gli interessati. Tali attività sono riconducibili a:

- definizione di disposizioni e format (schema tipo di bando/avviso, di formulario per la presentazione di progetti, modelli di dichiarazioni, ecc.) affinché gli Organismi Intermedi diano ai potenziali beneficiari informazioni chiare ed esaurienti su:
 - le procedure amministrative da seguire per poter beneficiare dei finanziamenti nell'ambito del POR;
 - le procedure di esame dei progetti;
 - le condizioni di ammissibilità ed i criteri di selezione dei progetti;
 - i punti di contatto presso i quali ottenere informazioni;
 - la pubblicazione sul sito della regione dell'elenco dei beneficiari, dei titoli dei progetti e dell'importo del finanziamento pubblico destinato ai progetti;
- definizione di un format grafico per tutti gli strumenti di comunicazione, da fornire agli O.I. e ai beneficiari i quali devono utilizzarlo in modo da garantire un'immagine omogenea e riconoscibile per qualsiasi prodotto realizzato grazie all'intervento del POR FSE;

- sviluppo di strumenti per assistenza informativa ed informatica agli operatori della formazione professionale per garantire un filo diretto in grado di indirizzare gli operatori della formazione in sede di progettazione e di presentazione degli interventi;
- sviluppo di collegamenti tra il sito web della Regione e quelli degli Organismi Intermedi, in particolare per agevolare la consultazione degli avvisi e bandi emessi dai diversi Organismi.

Azioni a cura degli Organismi Intermedi

Agli Organismi intermedi spetta il principale ruolo nell'attivazione delle azioni di comunicazione per promuovere gli interventi specifici previsti all'interno degli Assi verso ben individuati target di potenziali beneficiari, quale effetto naturale di un Programma caratterizzato per il forte decentramento delle attività.

Per la realizzazione di tali azioni informative e pubblicitarie gli Organismi Intermedi fanno ricorso a strumenti di comunicazione scelti di volta in volta tenendo conto dei seguenti criteri generali:

- scegliere strumenti che consentano la massima copertura dei target di riferimento, quindi il più possibile “personalizzati” e “settorializzati”;
- privilegiare, ove pertinente, iniziative caratterizzate dalla continuità nel tempo, che possono diventare appuntamenti fissi e punti di riferimento per il target;
- amplificare l'informazione con il concorso di mix di strumenti diversi, anche innovativi, sfruttando ogni connessione tra le diverse azioni;
- promuovere la concertazione con il partenariato istituzionale ed economico-sociale ed il coinvolgimento degli organismi di riferimento per l'ambito di intervento specifico, da coinvolgere nella promozione e diffusione capillare delle informazioni.

La varietà delle azioni realizzabili nell'ambito degli Assi del POR comportano l'attivazione di strategie di comunicazione specifiche, con alto tasso di elasticità ed adattabilità alle variabili di ordine sociale, ambientale e territoriale di riferimento, impiegando le strumentazioni di seguito indicate:

- cartelloni, targhe e manifesti;
- opuscoli, brochure informative e kit Fondo Sociale Europeo;
- pubblicazioni speciali;
- format e notiziari radiofonici e televisivi; tra i format radiofonici sarà utilizzato “Toscana In Onda”, tra i notiziari “Toscana radio news”, realizzati a cura della DG Presidenza e trasmessi su diverse emittenti toscane;
- presentazione per eventi e fiere;
- conferenze stampa;
- comunicati stampa e supporti di presentazione informatica;
- seminari, convegni, incontri, workshop;
- newsletter;
- prodotti audiovisivi;

- comunicazione diretta;
- siti web degli Organismi Intermedi;
- pubblicazione di avvisi e bandi su BURT e quotidiani.

Si realizzeranno campagne pubblicitarie utilizzando i seguenti media:

- quotidiani, freepress, periodici, house organ;
- emittenti radiofoniche e televisive, per spot;
- affissione dinamica e statica.

Nello schema 1. seguente si mettono in relazione gli strumenti con le tipologie principali di destinatari della comunicazione per Asse/obiettivo specifico del POR.

Schema 1 - Target, azioni e strumenti per Asse e obiettivo specifico del POR

Asse	Obiettivo specifico	Target	Azioni	Strumenti e Media	Centri di informazione
I Adattabilità	a) Sviluppare sistemi di formazione continua e sostenere l'adattabilità dei lavoratori	Imprenditori; lavoratori e dipendenti, autonomi e liberi professionisti, in CIGO e con contratti di lavoro atipici, soci lavoratori di cooperative parti sociali	Attività di informazione sulla formazione continua sull'organizzazione produttiva e del lavoro, sulla conciliazione tra tempo di lavoro e tempo di vita, sulle azioni a sostegno di processi di riconversione e riposizionamento competitivo	Siti web, house organ di categoria, eventi di comunicazione (seminari, workshop, convegni), comunicazione diretta rivolta agli imprenditori, affissione statica, materiale a stampa, newsletter, pubblicità istituzionale	Associazioni di categoria, Centri per l'impiego, Camere di commercio, Organizzazioni sindacali, Organismi di pari opportunità, Enti locali, Agenzie formative
	b) Favorire l'innovazione e la produttività attraverso una migliore organizzazione e qualità del lavoro				
	c) Sviluppare politiche e servizi per l'anticipazione e gestione dei cambiamenti, promuovere la competitività e l'imprenditorialità				
II Occupabilità	d) Aumentare l'efficienza, l'efficacia, la qualità e l'inclusività delle istituzioni del mercato del lavoro	Servizi per l'impiego, soggetti privati di mediazione tra domanda e offerta di lavoro	Attività di informazione sulle opportunità di sviluppo di servizi di intermediazione domanda offerta lavoro	Siti web, materiale informativo, newsletter, incontri e workshop	Regione, Province, Circondari
	e) Attuare politiche del lavoro attive e preventive, con particolare attenzione all'integrazione dei migranti nel mercato del lavoro, all'invecchiamento attivo, al lavoro autonomo e all'avvio di imprese	Giovani e adulti inattivi, inoccupati, disoccupati, in particolare giovani e di lunga durata, lavoratori in CIGS e in mobilità, immigrati, lavoratori over 45 con bassa qualificazione o con competenze a rischio di obsolescenza	Attività di informazione sulle opportunità di formazione, riqualificazione, percorsi personali di inserimento lavorativo e imprenditorialità	Siti web, freepress, opuscoli e depliant informativi, pubblicità statica e dinamica, format, notiziari e spot radio-televisivi, fiere e eventi, comunicazione diretta (distribuzione in occasione di eventi presso cinema, teatri, centri commerciali), media specializzati sul target giovani	Centri per l'impiego, Terzo settore, Centri di aggregazione, Enti locali, Associazioni di categoria, Camere di commercio, Organizzazioni sindacali, Organismi di pari opportunità, Agenzie formative

(segue)

Asse	Obiettivo specifico	Target	Azioni	Strumenti e Media	Centri di informazione
II Occupabilità	f) Migliorare l'accesso delle donne all'occupazione e ridurre le disparità di genere	Donne disoccupate, inoccupate e inattive, giovani e adulte, imprese, parti sociali	Informazione dedicata alle donne sui servizi per accrescere le opportunità di inserimento e reinserimento nel mercato del lavoro, per la conciliazione, per il lavoro autonomo, per la crescita professionale	Siti web, opuscoli e depliant informativi, pubblicità statica e dinamica, format, notiziari e spot radio-televisivi, eventi (seminari, incontri) comunicazione diretta (distribuzione in occasione di eventi presso centri commerciali)	Associazioni femminili, Volontariato, Centri per l'impiego, Organismi di pari opportunità, Terzo settore, Centri di aggregazione, Enti locali, Associazioni di categoria, Organizzazioni sindacali, Agenzie formative
III Inclusione sociale	g) Sviluppare percorsi integrati e migliorare il (re)inserimento lavorativo dei soggetti svantaggiati; combattere ogni forma di discriminazione nel mercato del lavoro	Persone disabili e altri individui in condizione di svantaggio, formatori, imprese, parti sociali, associazioni rappresentative e famiglie	Attività di informazione sulle opportunità per l'integrazione e l'inserimento nel mondo del lavoro delle categorie svantaggiate e a rischio di emarginazione Azioni di sensibilizzazione sul tema della discriminazione nell'accesso e permanenza nel mercato del lavoro	Siti web, materiale informativo, comunicazione diretta con la collaborazione delle associazioni	O.I. di Sovvenzione Globale, Volontariato, Centri per l'impiego, Organismi di pari opportunità, Terzo settore, Centri di aggregazione e recupero disagio, Enti locali
IV Capitale umano	h) Elaborazione e introduzione delle riforme dei sistemi di istruzione, formazione e lavoro per migliorarne l'integrazione e sviluppare l'occupabilità, con particolare attenzione all'orientamento	Scuole, Università, organismi formativi; operatori del sistema, Regione Toscana, Province, Circondari	Attività di informazione sulla FAD, sistema di accreditamento, certificazione delle competenze, sistema dell'orientamento	Siti web, eventi (seminari, incontri), pubblicazioni speciali, materiale a stampa	Università, scuole, Agenzie formative, Associazioni di categoria, Enti locali

(segue)

Asse	Obiettivo specifico	Target	Azioni	Strumenti e Media	Centri di informazione
IV Capitale umano	i) Aumentare la partecipazione alle opportunità formative lungo tutto l'arco della vita e innalzare i livelli di apprendimento e conoscenza	Studenti dell'istruzione secondaria, organismi formativi; popolazione in età attiva; operatori del sistema	Attività di informazione e promozione sulla formazione post.diploma, sulla formazione tecnico scientifica, sulla formazione permanente finalizzata all'inserimento lavorativo, sulle politiche di lifelong learning	Siti web, materiale informativo, affissione statica e dinamica, format e spot radio-televisivi, freepress, quotidiani	Università, scuole, Centri per l'impiego, Associazioni di categoria, Organismi di pari opportunità
	l) Creazione di reti tra università, centri tecnologici di ricerca, mondo produttivo e istituzionale con particolare attenzione alla promozione della ricerca e dell'innovazione	Studenti dell'istruzione secondaria, universitaria e post universitaria; ricercatori; imprese; parti sociali; centri di ricerca, scuole, Università, organismi formativi; operatori del sistema	Iniziative di informazione e pubblicizzazione sulle opportunità esistenti rivolte ai giovani, alle imprese, ai centri di ricerca, alle università	Siti web, materiali informativi, partecipazione a fiere ed eventi, incontri, seminari e workshop, comunicati e conferenze stampa, pubblicazioni su quotidiani e periodici, news letters, sportelli informativi	ARDSU, Università, scuole, Centri per l'impiego, Associazioni di categoria, Organismi di pari opportunità
V Trasnazionalità e	m) Promuovere la realizzazione e lo sviluppo di iniziative e di reti su base interregionale e transnazionale, con particolare attenzione allo scambio delle buone pratiche	Imprese, imprenditori, occupati, inoccupati e disoccupati, studenti, operatori del sistema regionale dell'istruzione e della formazione e del lavoro	Iniziative informative e promozionali sulle opportunità di: mobilità a fini formativi, creazione di reti, valorizzazione e scambio di esperienze	Siti web, materiali informativi, affissione dinamica, comunicati e conferenze stampa, format radiofonico, incontri, seminari e workshop, news letters, sportelli informativi	Università, scuole, agenzie formative, Regione,
VI Assistenza tecnica	n) Migliorare l'efficacia e l'efficienza del P.O.R. attraverso azioni e strumenti di supporto	Cittadini e cittadine toscane, operatori	Iniziative informative e pubblicitarie per la massima diffusione dei contenuti dei documenti di programmazione e della loro attuazione e valutazione, dei lavori del Comitato di sorveglianza Iniziative informative connesse allo scambio di esperienze, valorizzazione di iniziative di successo	Siti web, report e pubblicazioni, pubblicità istituzionale, comunicati e conferenze stampa, freepress, quotidiani, affissione statica e dinamica, eventi Siti web, report e pubblicazioni, eventi, comunicati e conferenze stampa, pubblicità istituzionale	Regione Toscana, Province, Circondari, parti sociali

6.3 Attività informative verso i *beneficiari*

Destinatari:

Tutti i beneficiari dei finanziamenti a valere sul POR

Contenuti specifici:

L'informazione verso i beneficiari deve essere incentrata su due elementi:

- rendere noto che accettando il finanziamento il beneficiario accetta nel contempo di venire incluso nell'elenco dei beneficiari, di cui all'art. 7, comma 2, lettera d), del Regolamento (CE) n. 1828/06, che sarà pubblicato sul sito della Regione;
- responsabilizzare sugli obblighi informativi e pubblicitari e sulla necessità di comunicare tempestivamente e in modo uniforme le attività. I *beneficiari* dei progetti, infatti, sono essi stessi promotori di un'informazione verso il pubblico e verso i soggetti destinatari ultimi degli interventi che essi attuano.

Azioni a cura degli Organismi Intermedi

- prevedere negli atti che disciplinano la concessione dei finanziamenti:
 - ✓ l'esplicito riferimento all'inserimento del nominativo del beneficiario, del titolo del progetto e dell'importo del finanziamento nell'elenco pubblicato sul sito delle Regione;
 - ✓ un puntuale richiamo alle regole vigenti in materia di obbligo di utilizzo dei loghi, del concept, dei format per la predisposizione di materiale informativo ed altri strumenti di comunicazione utilizzabili dai beneficiari nelle attività informative/pubblicitarie che essi curano.

7 GLI ORGANISMI RESPONSABILI DELL'ATTUAZIONE

L'Autorità responsabile della redazione ed attuazione del Piano di comunicazione, come previsto dal Regolamento (CE) n. 1828/2006 è l'Autorità di Gestione, individuata nel Settore F.S.E. Sistema della Formazione e dell'Orientamento - Area di Coordinamento Orientamento, Istruzione, Formazione e Lavoro della D.G. Politiche Formative, Beni e Attività Culturali.

Il referente per l'attuazione del Piano è il dirigente pro-tempore della struttura suindicata.

Al fine di assicurare il necessario **coordinamento** tra le azioni di comunicazione realizzate ai vari livelli sul territorio regionale, in particolare dai diversi Organismi Intermedi, si prevede l'istituzione di un *Gruppo di Coordinamento*, composto dal referente per l'AdG e da un rappresentante per ogni Organismo Intermedio.

Nello schema seguente sono indicati i componenti dell'*istituendo* gruppo di coordinamento già designati dagli Organismi Intermedi.

Schema 2 – Componenti del gruppo di coordinamento per l’attuazione del Piano di comunicazione

Organismo	Referente
Autorità di Gestione	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigente protempore del Settore F.S.E. Sistema della Formazione e dell’Orientamento - Area di Coordinamento Orientamento, Istruzione, Formazione e Lavoro della D.G. Politiche Formative, Beni e Attività Culturali <p>Luciano Falchini</p> <p>Indirizzo: Piazza della Libertà, 15 - 50129 Firenze</p> <p>Posta elettronica : luciano.falchini@regione.toscana.it</p> <p>Con il supporto tecnico di: Anna Valenti</p> <p>Indirizzo: Piazza della Libertà, 15 - 50129 Firenze</p> <p>Posta elettronica : anna.valenti@regione.toscana.it</p>
O.I. Settore Lavoro e formazione continua	Anna Valenti
O.I. Area di Coordinamento Orientamento, Istruzione, Formazione e Lavoro della D.G. Politiche Formative, Beni e Attività Culturali	Anna Valenti
O.I. Provincia di Arezzo	Serafino Becucci
O.I. Provincia di Firenze	Milvia Degli Innocenti
O.I. Circondario Empolese Valdelsa	Paolo Bruschi
O.I. Provincia di Grosseto	Valter Luperini
O.I. Provincia di Livorno	Aldo Bertani
O.I. Circondario Val di cornia	Anna Chianese
O.I. Provincia di Lucca	Samuele Tognarelli
O.I. Provincia di Massa Carrara	Claudio Bertoneri
O.I. Provincia di Pisa	Massimo Capantini
O.I. Provincia di Pistoia	Anna Pesce
O.I. Provincia di Prato	Simone Cappelli
O.I. Provincia di Siena	Monica Lazzeroni

Il Gruppo che opera a supporto dell’Autorità di gestione ha compiti di raccordo operativo degli strumenti informativi; in particolare cura:

- il monitoraggio delle iniziative informative e pubblicitarie realizzate negli ambiti di competenza dei diversi Organismi Intermedi;
- l’individuazione delle esperienze più interessanti da presentare al Comitato di Sorveglianza;
- il raccordo e lo scambio di esperienze in materia di comunicazione;

- il coordinamento e sviluppo di iniziative comuni.

L'Autorità di Gestione, in particolare per le iniziative di diretta attuazione, opera in sinergia con il Settore Comunicazione Istituzionale e Pubblicitaria - Eventi e Tutela del Marchio della D.G. Presidenza e con l'Agenzia per le Attività di Informazione degli Organi di governo della Regione della D.G. Presidenza.

8 LE RISORSE FINANZIARIE

Per le azioni di informazione e pubblicità del POR FSE 2007-2013 della Regione Toscana si prevedono risorse pari indicativamente a 15 milioni di euro, di cui:

- circa 14 milioni di euro sono le risorse complessivamente stimate per:
 - tutte le azioni di comunicazione a cura degli Organismi Intermedi, prevalentemente destinate ad interventi mirati ai potenziali beneficiari, di accompagnamento e promozione delle opportunità dei diversi Assi;
 - le azioni di informazione e diffusione da realizzare a cura dei soggetti attuatori /beneficiari dei progetti;
- circa 1 milione di euro per le azioni di comunicazione a livello regionale, di cui circa 400.000 euro a valere sull'Asse VI destinati alla realizzazione delle azioni di carattere trasversale a cura dell'Autorità di Gestione.

Si riporta di seguito la ripartizione indicativa del budget complessivo previsto per anno e per macrotipologia di interventi.

Budget indicativo per annualità (euro)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
800.000	2.500.000	2.400.000	2.300.000	2.400.000	2.300.000	2.300.000

Budget indicativo per tipologia di attività (euro)

Macro attività	
Seminari, convegni, workshop, fiere e altri eventi	5.500.000
Pubblicazioni e cartellonistica	4.000.000
Format e spot radio-televisivi, prodotti audiovisivi	4.500.000
Comunicazione web	1.000.000
Totale	15.000.000

9 LE MODALITÀ DI VALUTAZIONE

La valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione e informazione verrà effettuata con riguardo alla visibilità del POR ed al livello di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità.

La valutazione si svilupperà in due tappe:

- una valutazione in itinere delle attività di comunicazione realizzate fino al 31.12.2010, che sarà oggetto di un apposito capitolo nel rapporto annuale di esecuzione;
- una valutazione finale, che sarà inserita nel rapporto finale di esecuzione.

Questa la griglia dei principali indicatori di realizzazione e di impatto che, in prima approssimazione, saranno utilizzati:

a) indicatori di realizzazione:

- numero di strumenti di comunicazione impiegati (n.ro seminari, convegni, newsletter, pubblicazioni, ecc.);
- numero di passaggi stampa, radio, televisione;
- numero di contatti diretti (numero di partecipanti agli eventi, seminari, ecc.);
- numero di accessi alle aree web dedicate e tempi di permanenza;
- numero di abbonamenti a pubblicazione e numero di iscritti a newsletters;
- numero di copie di materiale informativo distribuite;
- numero di persone potenzialmente raggiungibili (indici di diffusione delle testate pianificate, ecc.);

b) indicatori di risultato:

- numero di notizie/articoli pubblicati/trasmessi, nell'unità di tempo prescelta, per canale di comunicazione (trend quantitativo), ad indicazione dell'andamento della copertura sui media;
- diffusione geografica della copertura mediatica;
- tasso di conoscenza dei cittadini circa l'esistenza dei programmi operativi;
- tasso di conoscenza dei cittadini circa il ruolo svolto dalla Comunità, Stato e Regione;
- tasso di conoscenza dei destinatari degli interventi sull'esistenza dei programmi operativi;
- tasso di consapevolezza dei destinatari degli interventi sul ruolo svolto dalla Comunità, Stato e Regione;
- efficacia dei singoli media rispetto alla conoscenza e consapevolezza di cittadini e destinatari.

Per gli indicatori di risultato saranno stabiliti dei valori-obiettivo, eventualmente anche in relazione ai risultati della programmazione 2000-2006, in maniera tale da poter valutare se gli obiettivi prefissati di visibilità del POR e di consapevolezza del ruolo della Comunità saranno realizzati.

I dati relativi agli indicatori di realizzazione saranno prevalentemente rilevati tramite attività di monitoraggio; gli indicatori di risultato, invece, potranno essere misurati facendo ricorso a rilevazioni di tipo qualitativo effettuate presso i principali pubblici di riferimento (destinatari e cittadini) utilizzando strumenti diversi, tra i quali:

- sondaggi e interviste individuali;
- questionari rivolti ai destinatari;
- focus group;
- analisi dei feed-back forniti dai servizi interattivi.

Le attività di valutazione saranno inserite nell'incarico di valutazione del Programma che la Regione intende affidare tramite gara ad un soggetto esterno all'Amministrazione. Le tecniche di valutazione e la metodologie saranno meglio definite in esito all'affidamento del servizio di valutazione.

10 LE RELAZIONI SULLE ATTIVITÀ

Nei rapporti annuali e nel rapporto finale sull'esecuzione del POR di cui all'articolo 67 del Regolamento (CE) n. 1083/2006 saranno forniti:

- esempi degli interventi informativi e pubblicitari effettuati nell'ambito dell'attuazione del PdC;
- le disposizioni relative alla pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni dei progetti e dell'importo del finanziamento pubblico ad essi destinato;
- le principali modifiche apportate al piano di comunicazione del POR.

Inoltre l'Autorità di Gestione fornirà al Comitato di sorveglianza:

- informazioni sul piano di comunicazione e i progressi nella sua attuazione, sugli interventi informativi e pubblicitari realizzati, sui mezzi di comunicazione utilizzati;
- esempi degli interventi realizzati.