

Comitato di Sorveglianza POR FSE 2014 – 2020 ICO della Regione Toscana

Punto OdG - 11 Informativa sull'attuazione della strategia di comunicazione e sulle attività da svolgersi nel corso dell'anno successivo (Reg.RDC art. 116.3)

Viareggio (LU), 4 Giugno 2019

La strategia di comunicazione del programma viene attuata tramite una pianificazione annuale delle azioni di comunicazione che viene definita nel Piano di Comunicazione (d'ora in poi PdC), che si muove in sinergia e coerenza con il Piano Generale della Comunicazione degli Organi di Governo della Regione e in collaborazione con Giovanisì – il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani, si pone i seguenti obiettivi prioritari:

1. garantire un'adeguata promozione e conoscenza della programmazione del POR FSE 2014-20, e contestualmente una maggiore diffusione nel grande pubblico del ruolo dell'UE e della Regione Toscana nell'attuazione delle misure tese ad accrescere le competenze, a favorire l'occupazione e l'inclusione sociale;
2. assicurare una piena accessibilità alle opportunità offerte dal Programma, comunicando in maniera trasparente ed accessibile le modalità di partecipazione ai bandi/avvisi e le tempistiche di realizzazione degli interventi;
3. sostenere la diffusione del POR e delle novità intercorse anche tramite la comunicazione interna, tra i vari interlocutori coinvolti nella realizzazione;
4. potenziare la comunicazione on line, aggiornando tempestivamente le informazioni messe a disposizione dalla Regione nei principali ambiti di intervento del POR (formazione, lavoro, istruzione, inclusione sociale);
5. promuovere eventi/iniziative/campagne tematiche per accrescere il livello di conoscenza e di approfondimento del Programma, anche in collaborazione con i soggetti coinvolti nell'attuazione del programma.

Per rendere la comunicazione del POR FSE sempre più efficace l'AdG ha avviato nel corso degli ultimi anni azioni che hanno favorito l'utilizzo di linguaggi e canali meno tradizionali ma più innovativi, dinamici e consoni a raggiungere una platea sempre più ampia e allo stesso tempo mirata, grazie alla diversificazione delle iniziative rispetto ai target di destinatari/beneficiari da raggiungere, con particolare riguardo ai giovani, cui sono destinate molte misure del POR FSE.

L'ADG ha avviato nei mesi scorsi un'indagine condotta da Irpet tesa a verificare il livello di conoscenza del FSE tra cittadini e beneficiari e quindi l'efficacia del piano di comunicazione.

L'indagine ha rilevato che circa il **34,2 % dei cittadini conosce o ha sentito parlare di FSE** (il 21% ha solo sentito parlare del fondo, mentre il 13% ha una conoscenza approfondita), mentre tra i beneficiari si rileva una maggiore e più approfondita conoscenza del Fondo Sociale Europeo. Sono soprattutto coloro che hanno **beneficiario di finanziamenti tramite voucher a conoscere il Fondo Sociale Europeo (75%)**: il 42% dichiara di avere una conoscenza approfondita mentre il 33% ne ha solo una conoscenza superficiale. Tra i **beneficiari di corsi di formazione la percentuale di quanti conoscono il fondo è pari al 54%**: il 39% dichiara di sapere di cosa si tratta mentre il 16% ne ha una conoscenza approssimativa. La media di conoscenza superficiale /approfondita tra beneficiari di voucher e di corsi formativi si attesta intorno al 65% (+ 5% rispetto all'indagine condotta nel 2015). La stessa analisi ha evidenziato che la valutazione del FSE è molto buona: la quota degli intervistati beneficiari di corsi e voucher che ha espresso un giudizio positivo sul ruolo svolto del FSE supera l'82% (55,8 giudizio positivo; 18,25% notevoli benefici; 10,5 assolutamente fondamentale).

STATO DELL'ARTE PdC 2018

Iniziative/convegni

Rock contest e altri eventi musicali (Giugno - Dicembre 2018)

In occasione del Rock Contest, iniziativa musicale rivolta a band emergenti e per cui è stato istituito dalla Regione Toscana, il "Premio Fondo Sociale Europeo" "Premio FSE/Giovanisì" destinato al finanziamento di un progetto artistico per agevolare l'evoluzione musicale e professionale del soggetto vincitore, i 25.000 giovani partecipanti alle varie tappe musicali sono stati informati degli strumenti finanziati dal POR nell'ambito di Giovanisì, il progetto regionale per l'autonomia dei giovani per aiutarli nella scelta consapevole degli studi, ad orientarsi ed avvicinarsi al mondo del lavoro, a perfezionare gli studi,

a formarsi nei settori economici strategici. Nel corso della finale è stato distribuito un questionario dal quale è emerso che circa il 60% degli intervistati conosce il Fondo Sociale Europeo e che è forte l'esigenza di conoscerne gli aggiornamenti sulle opportunità. Questa modalità innovativa, integrata e itinerante e soprattutto sperimentale nel campo della comunicazione, ha volutamente utilizzato il linguaggio musicale e la sua capacità di aggregazione nel mondo giovanile per raggiungere una platea di destinatari degli interventi FSE in Toscana altrimenti difficili da raggiungere (es: neet o drop out). Tale campagna è iniziata nei mesi estivi, da giugno ad agosto nei vari Festival musicali e talent scouting quali ambiti di aggregazione nel mondo giovanile e si è svolta su tutto il territorio regionale; 6 i Festival scelti: Barga Jazz, Mix Festival (Cortona) Festival delle Colline (Prato), Pistoia Blues, Teatro delle Rocce (Gavorrano) e Metarock (Livorno).

Dal mese di ottobre fino a dicembre la campagna è stata promossa attraverso Rockcontest (otto serate dalle eliminatorie alla finale). In aggiunta sono stati coinvolti nell'iniziativa di comunicazione anche i concerti "The Best of Rock Contest" a Firenze, che hanno ospitato alcuni dei migliori artisti delle precedenti edizioni dell'omonima iniziativa. In tale l'occasione la Regione Toscana, ha attivato un premio speciale, "Premio Fondo Sociale Europeo" "Premio FSE/Giovanisi" assegnato quest'anno alla canzone "Zattera" a firma di L'Edera, nome d'arte del giovane cantautore salentino Alberto Manco: il futuro visto da un ventenne è una zattera in mare aperto, in balia del vento, ma in cui si può imparare a naufragare a vivere e rischiare. Il Premio in palio, per l'importo massimo di **3.000 euro**, è stato destinato al finanziamento di un progetto artistico che permetterà l'evoluzione musicale e professionale del soggetto vincitore.

La Toscana fa Scuola- Firenze, (18 al 20 ottobre 2018)

La Regione Toscana ha partecipato alla seconda edizione di **Didacta**, la fiera sull'alternanza scuola-lavoro il più importante appuntamento fieristico sul mondo della scuola che da oltre cinquant'anni viene organizzato in Germania e che già l'anno scorso in termini sfidanti si era svolto per la prima volta a Firenze. Un appuntamento per parlare di innovazione, didattica, educazione, formazione e di percorsi che avvicinano al mondo del lavoro. La partecipazione si è svolta con un format analogo all'anno precedente su due livelli: un stand dedicato all'illustrazione delle opportunità e delle eccellenze sul territorio toscano in tema di scuola ed educazione e una serie di seminari e convegni su argomenti scientifici, umanistici e tecnologici. La seconda edizione di DIDACTA ITALIA si conclusa con un incremento del 23% dei partecipanti: 23.794 partecipanti ai 474 workshop, seminari ed eventi. Oltre 31mila metri quadrati di spazi espositivi, un incremento di un terzo delle sale dedicate alla formazione, più di 200 espositori italiani e ed esteri. Si è ritenuto opportuno inoltre essere presenti anche alla Fiera di Hannover Didacta (dal 20 al 24 febbraio 2018) con un stand allo scopo di far conoscere i risultati di Fiera Didacta Italia 2017 e sviluppare contatti e relazioni utili di promozione delle attività e delle politiche toscane per l'edizione Didacta Italia 2018. Il target di utenza della fiera è stata prevalentemente costituita da insegnanti ed addetti ai lavori del mondo della scuola tedesca, ma anche di altri paesi europei.

Evento annuale del POR FSE "Scuola e lavoro: due facce della stessa storia"- Firenze, 19 ottobre 2018

Come di consueto, l'evento annuale che si è tenuto nell'ambito della fiera Didacta è stata l'occasione per illustrare lo stato di **avanzamento del programma operativo** e riflettere con beneficiari e cittadini sui temi della **formazione, istruzione, lavoro e inclusione sociale**. Il dibattito si è incentrato sul tema del rapporto tra scuola e lavoro e in particolare sul ruolo che possono avere la formazione professionale e scolastica per i giovani nell'avvicinarsi al mercato del lavoro: due facce della stessa storia appunto. I partecipanti sono stati circa 250. All'evento ha partecipato anche il cantante Lorenzo Baglioni, testimonial dell'iniziativa Giovanisi Lab percorso sul tema della dispersione scolastica, promosso dal Fondo Sociale Europeo e da Giovanisi e presentato in occasione dell'evento annuale. Visto la validità e l'ampiezza della iniziativa è stato realizzato un kit di materiali dedicati da distribuire nei giorni della manifestazione personalizzati con i loghi del Fondo Sociale Europeo in Toscana.

Che futuro per la politica di coesione dopo il 2020?"- Firenze 11 maggio 2018

Evento realizzato in collaborazione con il Comitato europeo delle Regioni e dalla Commissione Europea con partecipazioni e testimonianze di beneficiari dei finanziamenti FSE.

Dialogo sulle politiche di coesione" - Firenze, 25 maggio 2018
iniziativa realizzata con l'Aiccre Toscana.

Employer's day- Toscana (novembre -dicembre 2018) - per il terzo anno consecutivo la Toscana ha aderito con i suoi Centri per l'impiego all'iniziativa lanciata nel 2016 dalla Rete europea dei servizi pubblici per l'impiego (PES Network) promuovendo eventi territoriali finalizzati a far conoscere e a promuovere i servizi erogati dai CPI per le imprese. Nel 2018 sono state organizzate oltre 170 iniziative territoriali (seminari, workshop, recruitment day, job caffè, servizi dedicati), hanno promosso anche occasioni di lavoro per cittadine e cittadini che hanno coinvolto complessivamente 1451 imprese e 2.474 cittadini per lo più disoccupati.

Altri seminari di presentazione delle opportunità attivate (es: Bando Alta Formazione Ricerca-azione, finanziati nell'ambito del POR FSE).

Campagne di comunicazione

Sono state potenziate le azioni di comunicazione tramite web e social network e a tal proposito grande diffusione ha avuto nel 2018 una campagna di comunicazione **"Il futuro addosso"**, articolata in 4 episodi che raccontano dell'incontro tra un giovane e la Regione Toscana (voce fuori campo) che diventa occasione per presentare alcune delle opportunità (tirocini, studio e formazione, servizio civile, contributi per l'infanzia e incentivi al lavoro femminile) messe in campo dal Por FSE e da Giovanisì. I video sono stati diffusi inizialmente e prioritariamente attraverso il WEB e dispositivi mobili e successivamente all'interno di particolari contesti di socializzazione e aggregazione (es. rassegne musicali e serate di Rock Contest) Le visualizzazioni dei video sono state oltre 70 mila.

"Aria di Toscana" all'insegna dello slogan 'L'aria è amica se è pulita', è un'altra campagna finanziata con il contributo il FSE che interviene sul tema del cambiamento climatico e ambientale attraverso misure volte alla transizione verso un'economia più verde e promuovendo l'educazione ambientale nelle scuole. La campagna invita cittadini, enti e aziende a comportamenti consapevoli per il benessere comune. Sono stati realizzati dei minikit cartacei distribuiti ai comuni ricadenti nelle aree di criticità (poster, leaflet, roll-up) e attivate azioni di divulgazione tramite web, radio, tv. E' stato poi utilizzato il network Quinews che ha diffuso il messaggio tramite 35 edizioni locali nei Comuni che registrano maggiori criticità e realizzati un video giornalistico ed uno spot trasmesso sulle 11 tv locali maggiormente seguite in Toscana.

Un'altra campagna realizzata è **"La Toscana mette l'Impiego al Centro"**, azione di promozione dei servizi erogati dei Centri per l'Impiego regionali che ha previsto la realizzazione di materiali divulgativi destinati a cittadini e a imprese.

"Studiare e formarsi in Toscana. Scegli la strada giusta per te" è la campagna informativa sui temi dell'orientamento scolastico dopo la scuola superiore di primo e di secondo grado che ha previsto la realizzazione di volantini agli studenti e alle famiglie.

Altre azioni di comunicazione

Sono stati realizzati 20 video giornalistici (5 da 6/12 minuti e 15 da 3 minuti) registrati in occasione dei principali eventi realizzati o durante le visite presso i beneficiari degli interventi FSE e trasmessi nelle 12 principali tv locali della Toscana.

Sono state realizzate **pubblicazioni** cofinanziate dai fondi FSE, FESR, FEASR e FEAMP per la promozione dei fondi a titolo di "speciali" delle testate giornalistiche del **Sole 24 ore, del Tirreno e del "Corriere della sera"** ed è proseguito il progetto editoriale "Programmi Europei - Regione Toscana" nella piattaforma di distribuzione tradizionale e web dell'ANSA, iniziativa attivata dal 2017 che consente in tempo reale un'ampia diffusione delle notizie sia a livello locale che nazionale.

Sono stati inoltre, prodotti e distribuiti in occasione delle varie iniziative diversi materiali promozionali del POR FSE (penne, cartelline portadocumenti, shopper/zainetti agende, auricolari, notepad, braccialetti con usb, power bank, spille, borracce, calendari (da tavolo e da muro) riportanti le ricette degli studenti che hanno partecipato all'iniziativa "Primi di Toscana" una fruttuosa esperienza che ha permesso di conoscere e apprezzare le Scuole Alberghiere della nostra regione e di valorizzarle esaltando nel contempo le peculiarità

enogastronomiche, le tradizioni culinarie e l'utilizzo dei prodotti locali.

Per quanto concerne l'attività di promozione tramite **web** si evidenzia che il sito tematico del POR FSE ha registrato nel 2018 oltre 330 mila visualizzazioni (37.516 le visualizzazioni della pagina delle "opportunità - bandi aperti"), 67.832 gli accessi. Un aumento del 25% rispetto all'analogo periodo per il POR FSE 2007/2013.

Le attività di comunicazione promosse tramite **social network** sono gestite grazie all'account Twitter ufficiale del POR FSE e gli account istituzionali (Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Telegram etc) della Regione Toscana, di Toscana Notizie, di Giovanisì e dei rappresentanti della Giunta Regionale.

PRESENTAZIONE DEL PdC 2019

In raccordo con il Piano della comunicazione 2019 - attività dei programmi comunitari regionali approvato con Delibera di Giunta n.73 del 28/01/2019 e in collaborazione con Giovanisì sono state pianificate le seguenti attività.

Iniziative/convegni

Sono previste per l'anno 2019 le seguenti iniziative:

Didacta, terza edizione toscana della fiera sull'alternanza scuola-lavoro che si terrà ad ottobre alla Fortezza da Basso a Firenze;

Vari festival musicali, prosegue la collaborazione con i principali Festival musicali toscani per promuovere la conoscenza del Fondo Sociale Europeo tramite il linguaggio musicale;

Fiera Toscana del Lavoro, si terrà a Firenze il 5/6 dicembre prima edizione dell'iniziativa che intende favorire l'incrocio tra domanda e offerta di lavoro tra imprese e cittadini e che ospiterà l'**evento annuale FSE** e altre iniziative sul tema delle pari opportunità e dell'inclusione sociale;

ESS4U (European Social Sound for you) iniziativa che si inserisce nell'ambito di un progetto interregionale e prevede una serie di eventi musicali itineranti abbinati ad un concorso per band giovanili emergenti;

Giovanisì Lab/scuola, prosegue e si è concluso (maggio 2019) il percorso iniziato nel 2018 volto a promuovere in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale l'avvicinamento dei giovani delle classi 1^a e 2^a degli Istituti superiori toscani alle opportunità del progetto regionale e per sostenerli e stimolarli nel loro percorso di ricerca dell'autonomia ai fini di contrastare la dispersione scolastica. Circa una decina gli istituti coinvolti in specifici laboratori e incontri su tutto il territorio regionale, tre gli eventi organizzati (Livorno, Lucca e Firenze) in cui i giovani delle classi coinvolte hanno raccontato attraverso i prodotti realizzati (video, musica testo o immagine) il percorso fatto verso l'autonomia ad altri studenti delle I e II toscane;

Employer's day 2019, per il quarto anno consecutivo la Toscana parteciperà all'iniziativa che quest'anno si inserirà nell'ambito della fiera del Lavoro;

Iniziative di vario tipo per presentare le opportunità del FSE, gli obiettivi raggiunti (ad es. presentazione del bando 100 ricercatori per la cultura).

Campagne di comunicazione

"Missione possibile. Provaci anche tu!" la campagna di brand del progetto Giovanisì cofinanziata dai fondi POR FSE, FESR e dal PSR Programma di sviluppo rurale (attivata tra gennaio e febbraio) è stata ideata mettendo al centro le storie di eroi di tutti i giorni, di giovani che hanno cercato di fare un passo verso la "missione possibile" dell'autonomia e che hanno saputo cogliere un'occasione tramite varie opportunità (Tirocini, Casa, Servizio civile, Fare impresa, Lavoro, Studio e Formazione). E' stata diffusa tramite radio,

quotidiani cartacei e on line, social network, bus e tramvia oltre che spot nelle sale cinematografiche di tutto il territorio della toscano. Oltre 76.000 le visualizzazioni sul facebook e 970.000 le impression.

Altre azioni di comunicazione

E' previsto per il 2019 la realizzazione di video che valorizzeranno gli interventi finanziati dal FSE in tema di politiche giovanili e sociali;

prosegue la collaborazione con l'ANSA per il progetto editoriale "Programmi Europei - Regione Toscana" nella piattaforma di distribuzione tradizionale e web dell'ANSA, che quest'anno consisterà nella realizzazione di uno speciale dedicato ai singoli fondi comunitari con attenzione particolare ai risultati raggiunti;

altre azioni di comunicazione varie per fornire informazioni su obiettivi delle opportunità del FSE e sui nuovi avvisi;

azioni per promuovere le attività svolte nei Centri per l'impiego e altre attività in tema di lavoro nello specifico azioni informative rivolte ai cittadini e alle imprese su iniziative di Regione Toscana (Did on line, Eures, nuovi ammortizzatori sociali, incentivi alle imprese) e realizzazione di materiale per sportelli di orientamento. rivolte ai cittadini e alle imprese da realizzare in parte nel primo semestre e in parte nel secondo;

colloqui di Cortona in collaborazione con la Fondazione Feltrinelli, format di discussione scientifica che si svolgerà a Cortona dal 16 al 18 ottobre sul tema "Social transformation in a digital word!"

aggiornamento costante dei contenuti del sito internet tematico del POR FSE, accessibile tramite un banner generale "Fondi Europei - I programmi Operativi della Toscana" nella homepage del sito istituzionale della Regione Toscana.

implementazione del canale Youtube di Regione Toscana;

azioni di comunicazione (inserzioni su quotidiani e freepress, su pagine web, spot radiofonici e televisivi, ecc.) e pubblicazioni su riviste specializzate con focus dedicati;

aggiornamento dell'elenco delle operazioni, completo di tutte le informazioni previste dal Reg. (UE) n. 1303/2013, Sez. 1 con cadenza semestrale (maggio e dicembre);

realizzazione di materiale promozionale gadget da distribuire in occasione di fieri ed eventi.