



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

### **Piano annuale di comunicazione del Programma Operativo FSE Regione Toscana 2014-2020**

Investimenti a favore della crescita, dell'occupazione e del futuro dei giovani  
**ANNO 2020**

Firenze, 11 dicembre 2020

## **PREMESSA**

In attuazione del Regolamento (UE) 1303/2013 e della Strategia di Comunicazione (SdC) del PO FSE Toscana 2014-2020, l'Autorità di Gestione del Programma ha predisposto il piano delle attività di comunicazione (d'ora in poi PdC) per il 2020.

L'obiettivo prioritario del PdC è la diffusione della conoscenza del PO FSE partendo dagli obiettivi per arrivare ai risultati, passando per il tramite della promozione delle opportunità offerte.

Il piano di comunicazione del PO è attuato in sinergia e coerenza con il Piano Generale della Comunicazione degli Organi di Governo della Regione per l'anno 2020 di cui alla D.G.R. n. 20 del 20/01/2020.

## **1. OBIETTIVI**

Purtroppo la situazione emergenziale che si è verificata nel corso del 2020 ha comportato un necessario adeguamento che ha da un lato imposto lo slittamento di alcune iniziative e dall'altro l'utilizzo di modalità comunicative alternative e innovative per garantire comunque un'attività di comunicazione incentrata sui seguenti obiettivi:

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 e a contrastare l'emergenza;
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 PO 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 PO (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.

## **2. DESTINATARI - GRUPPI TARGET**

Le attività di comunicazione ed informazione devono essere definite tenendo conto delle specificità dei destinatari cui sono rivolte:

- beneficiari potenziali: nello specifico si tratterà dei soggetti cui gli avvisi /bandi programmati sono destinatari;
- beneficiari effettivi, che devono essere informati rispetto alle regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti;
- pubblico, sono i cittadini che devono essere sensibilizzati e informati sulle opportunità del ciclo di programmazione FSE;
- moltiplicatori di informazioni che possono essere individuati come:

- destinatari specifici selezionati di volta in volta in base alle azioni che si intendono promuovere che possono ritrasmettere informazioni ai potenziali beneficiari (autorità pubbliche, università e centri di ricerca, scuole, enti di formazione, imprese, organizzazioni professionali, operatori economici e sociali, organismi del terzo settore, organizzazioni non governative);
- mass media, quali recettori e diffusori di informazioni;

- personale dei settori coinvolti nella attuazione del PO, cui devono essere trasmesse le informazioni relative alla disciplina di gestione.

### 3. AZIONI

Come previsto dalla Strategia di Comunicazione, il Gruppo di Coordinamento costituitosi nel 2016, si è riunito il giorno 17 febbraio 2020 per assicurare il raccordo tra le azioni di comunicazione da realizzare nel corso dell'anno.

L'attività di comunicazione relativa al PO FSE per il 2020 prevede:

#### **Iniziative svolte in modalità on line:**

##### **– Rock Constest,**

a causa delle restrizioni conseguenti alla pandemia che hanno interessato anche lo spettacolo dal vivo, l'edizione 2020 di Rock contest si svolge in modalità on line (Rock Contest -Computer Age Edition) ed in streaming sulla pagina Facebook di Giovanisì a partire da lunedì 9 novembre: una scelta necessaria ma anche un'esperienza innovativa che garantisce un'alta audience mediatica. Sette appuntamenti on line (cinque selezioni, un best of e la finalissima) dal 9 novembre al 21 dicembre 2020 strutturate come un vero e proprio programma televisivo e da una multiplatforma che permette di utilizzare un'ampia pluralità di siti, pagine Facebook e canali social tra cui anche la pagina Facebook di Giovanisì.

Le 4 puntate ad oggi realizzate hanno all'attivo oltre 150.000 contatti

L'informazione all'interno delle puntate sarà veicolata attraverso un complesso unitario di prodotti di comunicazione (tre video "Giovanisì, il talento è un bene comune", pop up e testi a scorrimento nel footer).

Il concorso è aperto a tutti i generi musicali e il vincitore riceverà un voucher da 2mila euro. All'interno del Rock Contest sarà presente anche quest'anno il premio FSE/Giovanisì da 3mila euro destinato al brano musicale originale che meglio esprimerà le aspirazioni e le inquietudini dei giovani, offrendo un'opportunità di visibilità e di crescita professionale.

Durante le esibizioni del Contest verrà presentata la campagna di comunicazione "**Giovanisì il talento è un bene comune**" per far conoscere tutti gli strumenti che l'Europa e la Regione Toscana – grazie al Fondo Sociale Europeo e a Giovanisì, il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani – mettono a disposizione dei giovani toscani nel campo dell'istruzione, formazione, ricerca e lavoro: gli interventi tradizionali e consolidati, quelli realizzati nel periodo dell'emergenza e soprattutto quelli futuri, che saranno messi in campo per la ricostruzione post Covid.

##### **– Festival Blues in**

Pistoia Città Blues Streaming è un prodotto multimediale della durata di 2 ore diviso in 4 puntate di 30 minuti in cui viene raccontata la storia di uno dei più importanti festival europei. Il rilascio delle puntate verrà calendarizzato a cadenza settimanale nel mese di dicembre 2020 su tutte le piattaforme web del Festival, le piattaforme social (Facebook e Instagram) e un nuovo canale YouTube creato appositamente. L'informazione all'interno delle puntate sarà veicolata attraverso un complesso unitario di prodotti di comunicazione (tre video, "Giovanisì, il talento è un bene comune", pop up e testi a scorrimento nel footer):

– **Fiera Toscana del Lavoro 2020 in tour**

l'iniziativa principale è stata rinviata al 2021 ma sono stati attivati eventi territoriali di recruitment che si concluderanno nel mese di dicembre. Il tour della Fiera del lavoro, che si terrà in versione digitale vedrà il coinvolgimento di ARTI (Agenzia Regionale Toscana per l'Impiego), saranno organizzati specifici eventi di recruitment nell'ambito della rete regionale dei centri per l'impiego, allo scopo di far incontrare le imprese del territorio ed i candidati alla ricerca di un lavoro o di un'opportunità di riqualificazione professionale.

## **Campagne di comunicazione**

– **Studio Sicuro**

la campagna è stata predisposta durante il periodo emergenziale per promuovere alcuni percorsi formativi e universitari della Toscana garantendo una frequenza in sicurezza in quanto la Toscana ha adottato tutti i provvedimenti necessari per consentire le attività didattiche. La campagna di comunicazione è consistita in spot radio, video, nr. 13 trasmissioni radiofoniche dedicate a questo argomento, banner su giornali on line e soprattutto una lettera informativa ai ragazzi toscani in uscita dalle superiori (totale 31.904)

– **La Formazione non si ferma - Linee Guida formazione a distanza (FAD)**

Già a partire dal mese di marzo sono state emanate, inviate e messe sul sito della Regione Toscana diverse circolari, valide per l'intera durata di vigenza delle misure di emergenza epidemiologica, sulle modalità alternative tramite utilizzo della didattica a distanza, per lo svolgimento dei progetti formativi e sull'attività dei servizi educativi per la prima infanzia (0-3 anni) sulla base del concetto "*La formazione non si ferma*".

– **Campagna sui tirocini**

Sempre nell'ambito della fase emergenziale è stata avviata una campagna tuttora in svolgimento sui tirocini, legata alla possibilità di richiedere un contributo straordinario FSE per il sostegno al reddito dei tirocinanti e dei praticanti, i cui tirocini erano stati sospesi per effetto delle misure di contenimento dell'emergenza epidemiologica COVID-19

– **Tu al Centro dei Nostri Obiettivi**

È in fase di definizione la campagna di valorizzazione tramite brochure e video dello stato di attuazione del POR FSE 2014-2020; a questo si aggiungono altri video più specifici su temi quali la situazione occupazionale delle donne e brochure e video su progetti eccellenti, esperienze innovative e/o di grande capacità realizzativa svolti nel corso di questa programmazione.

– **Sostegno a Sanità e Famiglie con la Riprogrammazione del POR FSE**

Realizzato anche un video che intende divulgare l'attività di riprogrammazione del POR FSE 2014-2020 con lo scopo di portare a conoscenza dei cittadini toscani la riprogrammazione delle risorse (complessivamente 110 milioni di euro) destinate principalmente all'emergenza sanitaria, a supportare i lavoratori e le famiglie per garantire la conciliazione dei tempi di vita e lavoro, il sostegno alle persone in condizioni di fragilità aggravata dalla crisi.

## **Distribuzione gadget**

Poiché il Fondo Sociale Europeo ha contribuito alla risposta data dalla Regione Toscana per fronteggiare la situazione emergenziale creatasi in seguito alla pandemia da covid-19, finanziando diversi interventi per contrastare gli effetti dell'epidemia nel campo dell'emergenza sanitaria, si è ritenuto anche a completamento della azione di distribuzione di gratuite di mascherine effettuata dalla Regione Toscana, di completare procedendo, si è ritenuto utile predisporre un kit di gadget,

composto da portamascherina e disinfettante mani, da distribuire ai colleghi, al fine di rendere più efficaci i metodi di contrasto alla diffusione del contagio.

#### **4. BUDGET**

Per le azioni previste si ipotizza un costo totale di 350.000 euro.