



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 2019

Viareggio, 4 giugno 2019

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 2019, che coprirà anche i primi mesi del 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 2019 di cui alla D.G.R. n. 73 del 28/01/2019.

1. OBIETTIVI

Nel corso di questo quinto anno di attuazione del POR, che ricordiamo è stato approvato con Decisione della Commissione il 12.12.2014, molteplici sono le opportunità attuate o programmate per le quali si deve garantire 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;
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 destinati;
- 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 15 febbraio 2019 per assicurare il raccordo tra le azioni di comunicazione da realizzare nel prossimo futuro.

L'attività di comunicazione relativa al PO FSE per il 2019 prevede:

- **Didacta**, partecipazione alla 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 con lo scopo di 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)** l'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;
- **GiovaniSi 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

- **“Provaci anche tu! Trova la tua missione possibile”** 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

-È 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 iniziative 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 world!"

-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 fiere ed eventi.

4. BUDGET

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