

Valutazione della Strategia di Comunicazione del POR Regione Toscana cofinanziato dal FESR nell'ambito dell'obiettivo "Competitività regionale ed occupazione" 2014-2020

Rapporto di Valutazione

RICONOSCIMENTI

La ricerca è stata curata da Roberta Pini e Riccardo Nuti (L'Orologio Società Cooperativa) con la supervisione di Marco Mariani, all'interno dell'Area Economia pubblica e territorio coordinata da Patrizia Lattarulo. L'allestimento del testo è stato curato da Elena Zangheri del Servizio Editoriale dell'IRPET.

Indice

1.		
PREMESSA		7
2.		
STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 2014-2020		9
2.1	Caratteristiche della strategia di comunicazione	9
2.2	Azioni e strumenti di comunicazione	10
2.3	Valutazione delle realizzazioni della strategia di comunicazione	13
3.		
VALUTAZIONE DEI RISULTATI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE		15
3.1	Target cittadini	15
3.2	Target imprese	20
4.		
CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE		31
QUESTIONARI		33

Abstract

Il rapporto effettua una valutazione intermedia della realizzazione della strategia comunicativa del POR CreO FESR 2014-2020 e confronta i valori obiettivo con i risultati emersi dalle indagini campionarie sui cittadini e sulle imprese, distinguendo le imprese non beneficiarie dalle imprese beneficiarie. A cinque anni dall'inizio del periodo di programmazione, il grado di attuazione ad oggi della strategia di Comunicazione appare discreto anche se ci sono delle azioni non ancora pienamente realizzate sulle quali la Regione Toscana si dovrà concentrare nei mesi a venire. Il confronto tra i risultati obiettivo e risultati finora raggiunti dalla strategia di comunicazione rivela che i cittadini sono ancora in gran parte ignari dell'esistenza del programma POR CreO FESR 2014-2020 attuato dal governo regionale, un problema che a questo punto dovrebbe essere affrontato sperimentando azioni di comunicazione particolarmente pervasive. C'è una maggiore consapevolezza dei cittadini sul ruolo dell'UE in favore dello sviluppo regionale, per cui dovrebbe essere più facile raggiungere i relativi obiettivi nel resto del periodo di programmazione.

Tutte le imprese sono sufficientemente consapevoli del ruolo dell'UE nel settore dello sviluppo regionale. Tuttavia, mentre le imprese beneficiarie sono anche consapevoli del programma da cui ricevono sostegno, la proporzione di imprese non beneficiarie che conoscono l'esistenza del POR CreO FESR 2014-2020 è, al momento, ancora leggermente inferiore alle aspettative.

The report carries out an interim evaluation of the state of advancement of the communication strategy implemented by Tuscany's regional government with respect to the POR CreO ERDF 2014-2020 and performs a comparison between the expected and the actual results achieved so far by the communication strategy itself. The actual results are estimated based on three different sample surveys targeting regional citizens, beneficiary and non-beneficiary firms respectively. Five years after the start of the programming period, the state of advancement of the communication program is good, but the implementation speed of some particular actions should increase in order to achieve all the planned goals in due time. The comparison between the expected and the actual results achieved so far by the communication strategy reveals that citizens are still largely unaware of the existence of the POR CreO ERDF 2014-2020 program implemented by their regional government. This issue should be addressed, if possible, through communication actions that have a very extensive reach. There is higher citizen awareness about the role of the EU in the area of regional development, therefore it should be easier to meet the related targets in the remainder of the programming period. All firms are sufficiently aware of the role of the EU in the area of regional development. However, whereas beneficiary firms are also aware of the program from which they receive support, the proportion of non-beneficiary firms that know about the existence of the POR CreO ERDF 2014-2020 is, at the moment, still slightly below expectations.

1.
PREMESSA

Il presente documento valuta la Strategia di Comunicazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020 della Regione Toscana (POR CreO FESR) adottato dalla Commissione Europea con decisione n. C(2015) 930, Codice CCI 2014IT6RFoP017 del 12 febbraio 2015.

Il POR CreO FESR 2014-2020 (da ora in avanti denominato, per semplicità, anche POR FESR) della Regione Toscana ha l'obiettivo di stimolare e realizzare una crescita economica intelligente, sostenibile ed inclusiva, volta a favorire la coesione economica, sociale e territoriale. Il Programma si basa su tre scelte strategiche fondamentali:

- *Il ruolo centrale della ricerca, dello sviluppo, dell'innovazione e della competitività del sistema economico*, tanto nella sua dimensione manifatturiera, quanto nella dimensione turistica e/o museale.
- *La priorità della sostenibilità ambientale funzionale ad accrescere la competitività delle imprese*, sia nell'ambito dello sviluppo, che nell'ambito della produzione.
- *La valorizzazione della dimensione sociale degli interventi territoriali*, con particolare attenzione ai servizi che pongono al centro le persone ed il recupero degli immobili finalizzati all'inclusione delle fasce più deboli.

Per ottenere impatti significativi il Programma destina una quota elevata di risorse a sostegno del sistema imprenditoriale e concentra la quota restante su interventi finalizzati allo sviluppo della qualità sociale, ambientale e dei servizi del territorio allo scopo di:

- Incrementare l'attività di *innovazione delle imprese* ed aumentare l'incidenza delle *specializzazioni innovative* attraverso il sostegno alla creazione di *start up* e *spin off*; sostenendo in modo significativo tutte quelle infrastrutture di ricerca considerate cruciali per il sistema regionale.
- Favorire la diffusione delle tecnologie ICT e promuovere la riduzione del divario digitale, estendendo e promuovendo l'utilizzo della *banda larga ed ultra larga*.
- Favorire la nascita ed il consolidamento delle MPMI turistiche, commerciali, culturali e terziarie, elevarne il livello di internazionalizzazione e migliorarne l'accesso al credito.
- Valorizzare il patrimonio culturale, sfruttando in modo proficuo siti web che possano accrescere la conoscenza e la fruizione dei nostri beni artistici, storici e culturali, in sinergia con interventi volti all'innovazione delle imprese turistiche.
- Pianificare e predisporre interventi volti al sostegno di città e zone in cui il disagio, economico e/o sociale, è più diffuso. Progetti destinati alla risoluzione di problemi economici, ambientali, climatici, demografici e sociali mediante azioni di sostegno tanto ai servizi socio-assistenziali delle fasce più deboli, quanto ai servizi socio-educativi per la prima infanzia.

L'indagine valutativa sui risultati della Strategia di Comunicazione del POR FESR è innanzitutto finalizzata a rispondere a quanto previsto dal Reg. (UE) n. 1303/2013, articolo 111, paragrafo 4, lettera b), che prevede che la relazione di attuazione annuale da presentare illustri e valuti **“i risultati delle misure di informazione e pubblicità dei fondi promosse nell'ambito della Strategia di Comunicazione”**.

La Strategia di Comunicazione, che è stata approvata dal Comitato di Sorveglianza del POR FESR il 26 agosto 2015, modificata dal CdS medesimo il 2 ottobre 2015, nel rispetto di quanto stabilito dall'allegato XII del citato Regolamento, punto 4, lettera g), stabilisce che le attività di informazione e comunicazione siano valutate "in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione in termini di sensibilizzazione nei loro confronti".

In particolare, il capitolo 6 "Monitoraggio e valutazione della Strategia" della SdC, stabilisce che le misure di informazione e comunicazione promosse siano oggetto di valutazioni riconducibili alle seguenti tipologie:

- valutazioni sul raggiungimento degli obiettivi fissati nella strategia di comunicazione in termini di visibilità e consapevolezza del ruolo della UE e delle sue implicazioni nella vita dei cittadini, nonché di qualità delle informazioni sui finanziamenti europei;
- valutazioni delle azioni di comunicazioni realizzate per misurarne l'impatto sui destinatari.

Il presente rapporto di valutazione esamina le azioni comunicative intraprese da Regione Toscana relativamente al POR-FESR 2014-2020 e verifica, mediante apposite indagini campionarie, il livello di consapevolezza del ruolo della UE e il grado di conoscenza del Fondo europeo di Sviluppo Regionale POR CreO FESR da parte dei cittadini e da parte delle imprese (beneficiarie e non beneficiarie degli interventi). Più nello specifico, le indagini campionarie hanno anche approfondito temi relativi ai canali di comunicazione utilizzati dalla Regione, all'utilizzo e alla conoscenza del sito web che questa ha dedicato al POR-FESR, oltre al gradimento e all'efficacia della comunicazione realizzata.

Il disegno dell'indagine campionaria è articolato in tre distinti campioni, ciascuno estratto da una ben precisa popolazione target della strategia di comunicazione: i cittadini, le imprese che hanno beneficiato di almeno un finanziamento nell'ambito di programmi cofinanziati dal POR-FESR, le imprese potenzialmente beneficiarie di interventi POR-FESR ma che non ne hanno fruito. Le interviste sono state realizzate mediante somministrazione telefonica di un questionario con metodo C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interview).

2. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 2014-2020

Il seguente capitolo presenta le azioni e gli strumenti di comunicazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020 della Regione Toscana (POR CreO FESR).

2.1 **Caratteristiche della strategia di comunicazione**

Essendo le attività di comunicazione ed informazione fondamentali per rendere i cittadini consapevoli delle politiche e dei programmi Europei, la Regione Toscana si è concentrata sull'attivazione e sulla promozione di strumenti comunicativi volti a raggiungere il grande pubblico delle imprese e dei cittadini.

La strategia comunicativa del POR CreO FESR 2014-2020 della Toscana si è caratterizzata per il coinvolgimento sinergico ed integrato di diversi strumenti: media tradizionali, quali testate giornalistiche, radio e televisioni locali, ma anche canali più innovativi, dal sito internet all'utilizzo dei social media. Alla differenziazione, valorizzazione ed interazione dei diversi canali di comunicazione si è aggiunta l'attenzione per l'utilizzo di un linguaggio chiaro e differenziato, potenzialmente in grado di raggiungere in modo diretto tanto il target prioritario dei potenziali beneficiari, quanto la cittadinanza generale, con l'obiettivo di migliorare il livello di conoscenza e percezione del POR CreO FESR 2014-2020 e il livello di consapevolezza del ruolo svolto dalla UE nelle politiche regionali. L'idea sottostante alla strategia di comunicazione attuata è che far conoscere i risultati tangibili delle politiche europee sia importante, in modo da aumentare la fiducia nelle Istituzioni Europee, le cui iniziative si riflettono concretamente nella vita quotidiana dei cittadini toscani; quindi è fondamentale rafforzare la percezione dell'utilità dei Fondi Europei di Sviluppo Regionale per migliorare tanto la percezione positiva del ruolo dell'Unione Europea attraverso una valorizzazione del suo intervento nell'ambito delle politiche regionali, quanto per accorciare la percezione della distanza tra istituzioni regionali e le comunità di cittadini e imprese cui le politiche regionali sono rivolte.

I messaggi su cui la Strategia di Comunicazione POR CreO FESR 2014-2020 si è maggiormente concentrata riguardano gli obiettivi di Europa 2020 per una crescita intelligente, inclusiva e sostenibile. Obiettivi che si delineano nei 6 Assi prioritari del POR FESR 2014-2020 e che la strategia identifica quali temi e parole chiave sui cui incentrare l'azione comunicativa e l'impatto sulla cittadinanza: competitività delle imprese, internazionalizzazione, società digitale, risparmio energetico e ricorso a fonti rinnovabili, sistema di mobilità ecologico, ricerca industriale e trasferimento tecnologico, innovazione di prodotto, di processo e nei servizi, società digitale come servizi di banda larga e ultralarga e nuove possibilità di partecipazione attiva dei cittadini, per una nuova PA, più vicina all'utenza. Crescita è anche occupazione e riqualificazione del patrimonio storico-artistico in chiave nuova, innovativa; è valorizzazione che supporta lo sviluppo turistico e del territorio, è inclusione sociale.

Nella tabella che segue sono sintetizzati i differenti aspetti della strategia di comunicazione.

Tabella 2.1

ASPETTI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE: CARATTERISTICHE, PRIORITÀ, OBIETTIVI, MESSAGGI CHIAVE E DESTINATARI

Caratteristiche della Strategia	<ul style="list-style-type: none"> • Canali e strumenti di comunicazione differenziati • Comunicazione integrata • Linguaggio chiaro, semplice e diretto • Coinvolgimento diretto dei destinatari • Coordinata e coerente con l'immagine della programmazione 2007-2013
Priorità della Strategia	<ul style="list-style-type: none"> • Migliorare il livello di conoscenza del POR CreO FESR 2014-2020 • Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Unione Europea • Accorciare la distanza tra istituzioni regionali e cittadini • Migliorare la conoscenza dell'opinione pubblica sui risultati delle politiche UE • Rafforzare le reti di partenariato sul territorio
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> • Garantire trasparenza, accessibilità ed imparzialità nell'accesso alle informazioni e alle opportunità offerte dal POR • Promuovere e diffondere la conoscenza del POR CreO FESR 2014-2020
Messaggi chiave	<ul style="list-style-type: none"> • Crescita e occupazione, competitività delle imprese, ricerca, sviluppo e innovazione, inclusione sociale, sostenibilità ecologica, valorizzazione del patrimonio storico e culturale, promozione turistica, accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Cittadinanza • Beneficiari potenziali • Beneficiari effettivi • Moltiplicatori di informazione

2.2

Azioni e strumenti di comunicazione

La strategia di comunicazione prevede l'utilizzo di una serie di strumenti e canali di comunicazione, sia tradizionali che più innovativi. Per attuare una comunicazione efficace è stato ritenuto essenziale utilizzare un linguaggio semplice in grado di garantire la massima accessibilità delle informazioni da parte di tutti i destinatari, quali:

- *Beneficiari potenziali*: rappresentano tutte le categorie di soggetti che possono accedere alle misure messe in atto dal POR CreO, a cui vanno fornite informazioni chiare e precise sui bandi e sulle modalità di accesso.
- *Beneficiari effettivi*: rappresentano tutti coloro che accedono ai finanziamenti e perciò soggetti al rispetto degli obblighi informativi e pubblicitari derivanti dal REG. UE 1303/2013.
- *Pubblico*: è fondamentale far conoscere le iniziative al variegato ed ampio gruppo target dei cittadini, poiché è attraverso la diffusione delle realizzazioni concrete e tangibili delle politiche europee che si aumenta la consapevolezza del ruolo svolto dall'Europa nell'ambito della vita quotidiana dei cittadini toscani.
- *Moltiplicatori di informazione*: si tratta dei Media, degli Stakeholder e dei Partner istituzionali, con cui è necessario mantenere costanti rapporti e flussi informativi che accompagnino il programma nelle varie fasi di attuazione.

Nelle tabelle che seguono sono elencati gli strumenti utilizzati per il raggiungimento dei diversi gruppi target (cittadini, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori di informazione) rispetto alle azioni individuate.

Tabella 2.2
AZIONI E STRUMENTI/ CANALI DI COMUNICAZIONE DESTINATI AI CITTADINI

CITTADINI IN GENERALE	
Azione	Strumento/Canale
<ul style="list-style-type: none"> Diffusione di messaggi sintetici e chiari incentrati a far emergere temi e linee della programmazione e il ruolo dell'Europa 	<ul style="list-style-type: none"> Sito POR CreO FESR 2014-2020 Sito istituzionale Regione Toscana Testata Istituzionale Toscana Notizie Social media Pubblicità sui media regionali Spot radiofonici e televisivi (emittenti locali) Cartellonistica/affissioni statiche e dinamiche Brochure cartacee e/o digitali Pubblicazioni
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione di materiali promozionali focalizzati su obiettivi, risultati, impatto 	<ul style="list-style-type: none"> Sito POR CreO FESR 2014-2020 Sito istituzionale Regione Toscana Testata Istituzionale Toscana Notizie Social media Spot radiofonici e televisivi (emittenti locali) Pubblicità sui media regionali Cartellonistica
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dell'evento di lancio e dell'evento annuale per la presentazione dell'avanzamento e dei risultati del programma 	<ul style="list-style-type: none"> Planning dell'evento Campagna stampa sui media regionali Social media Dirette streaming Realizzazione materiali informativi specifici Materiale per allestimenti Gadget
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione di eventi tematici su argomenti specifici da realizzare anche sui territori 	<ul style="list-style-type: none"> Workshop/seminari/laboratori Diffusione in streaming Diretta via twitter Follow up dei partecipanti con condivisione slides e altri materiali pubblicazioni
<ul style="list-style-type: none"> Disponibilità dei dati sui progetti finanziati in formato aperto 	Interfaccia di consultazione dati sui progetti in formato aperto. Predisposizione di modelli in formato elettronico scaricabili per facilitare l'adempimento dei requisiti UE di visibilità (art. 3.2.2, Annex XII)
<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione di "racconti" di progetti secondo la tecnica dello storytelling, che puntino a rafforzare l'empatia (sottotitolati e con eventuale breve sintesi in inglese) 	<ul style="list-style-type: none"> Sito istituzionale Regione Toscana Testata Istituzionale Toscana Notizie Video (canale YouTube) Twitter e altri canali social Infografiche Pubblicazioni (includere riviste, ebook...)
<ul style="list-style-type: none"> Definizione di un'immagine grafica coordinata e di un messaggio/slogan per i media e per i potenziali beneficiari 	<ul style="list-style-type: none"> Manuale d'uso del logo da diffondere anche tra i responsabili di azione Materiali per una comunicazione below the line (notes, penne, carta intestata....)

Tabella 2.3
AZIONI E STRUMENTI/ CANALI DI COMUNICAZIONE DESTINATI AI BENEFICIARI POTENZIALI

BENEFICIARI POTENZIALI	
Azione	Strumento/Canale
<ul style="list-style-type: none"> Diffusione della strategia del programma, di obiettivi e opportunità 	<ul style="list-style-type: none"> Sito POR CreO FESR 2014-2020 Sito istituzionale Regione Toscana Testata Istituzionale Toscana Notizie Social media Workshop, seminari, laboratori Articoli sui media Brochure informative Incontri con i giornalisti e opinion leader come "mediatori" di informazione Incontri con il partenariato (in forma di workshop e seminari) Dirette streaming
<ul style="list-style-type: none"> Diffusione di informazioni specifiche sui singoli bandi, con approfondimenti, riferimenti normativi e settori di pertinenza 	<ul style="list-style-type: none"> Sito POR CreO FESR 2014-2020 Sito istituzionale Regione Toscana Testata Istituzionale Toscana Notizie Workshop e seminari Slides esplicative rese disponibili su slideshare Infografiche

Tabella 2.4
AZIONI E STRUMENTI/ CANALI DI COMUNICAZIONE DESTINATI AI BENEFICIARI EFFETTIVI

BENEFICIARI EFFETTIVI	
Azione	Strumento/Canale
<ul style="list-style-type: none"> Predisposizione del manuale d'uso (formato elettronico scaricabile) per facilitare l'adempimento dei requisiti UE di visibilità (art. 3.2.2, Allegato XII, Reg. (UE) 1303/2013) 	<ul style="list-style-type: none"> Spazio sul sito POR CreO FESR 2014-2020 dedicato agli obblighi dei beneficiari Comunicazioni informative al partenariato attraverso mailing list Infocreo
<ul style="list-style-type: none"> Kit di supporto per il rispetto degli obblighi informativi 	<ul style="list-style-type: none"> Predisposizione di una mail dedicata per fornire indicazioni Predisposizione di widgets che permettano di visualizzare immediatamente sul sito del beneficiario i loghi in questione

Tabella 2.4 bis
AZIONI E STRUMENTI/ CANALI DI COMUNICAZIONE DESTINATI AI MOLTIPLICATORI DI INFORMAZIONE

MOLTIPLICATORI DI INFORMAZIONE	
Azione	Strumento/Canale
	MEDIA
<ul style="list-style-type: none"> Attività di comunicazione "above the line" (media relations) 	<ul style="list-style-type: none"> Conferenze stampa Comunicati stampa Social network Formazione dedicata ai giornalisti Eventi
	STAKEHOLDER
<ul style="list-style-type: none"> Definizione di momenti di incontro/confronto strutturati con una cadenza definita 	<ul style="list-style-type: none"> Workshop/ laboratori/seminari Incontri di confronto/informazione Diffusione sui social network
<ul style="list-style-type: none"> Rendere disponibile l'accesso alle informazioni preparatorie dei Comitati di sorveglianza 	<ul style="list-style-type: none"> Mailing list dedicata dei componenti del CdS Pubblicazione regolamenti e verbali sul sito web del POR CreO
	PARTNER ISTITUZIONALI
<ul style="list-style-type: none"> Informazioni sull'avanzamento delle attività, illustrazione dei progetti più rilevanti realizzati e dei risultati dei principali studi e ricerche 	<ul style="list-style-type: none"> Pubblicazioni Sito web del POR CreO Eventi/workshop/laboratori/seminari Social network Prodotti audiovisivi Gadget
<ul style="list-style-type: none"> Rendere disponibile l'accesso alle informazioni preparatorie dei Comitati di sorveglianza 	<ul style="list-style-type: none"> Mailing list dedicata dei componenti del CdS Pubblicazione regolamenti e verbali sul sito web del POR CreO

I canali e gli strumenti utilizzati nelle attività di comunicazione fanno parte di un mix che non si lega solo ed unicamente ad un target di riferimento ma che è trasversale ai diversi messaggi e azioni individuati.

Tabella 2.5
CANALI E STRUMENTI UTILIZZATI PER LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> • Canali digitali - sito POR CreO FESR 2014-2020 - sito istituzionale Regione Toscana - testata Istituzionale Toscana Notizie - newsletter elettronica sulle attività in programma
<ul style="list-style-type: none"> • Stampa e Media - conferenze stampa - spazi informativi su quotidiani nazionali - pubblicità sui media regionali e di settore - spot televisivi - format per emittenti radio/televisive prevalentemente a livello locale
<ul style="list-style-type: none"> • Social Media - Twitter (gestione canale, cronache eventi,...) - Youtube - Storify (sintesi eventi o focal tematici) - Slideshare - Altri social media
<ul style="list-style-type: none"> • Eventi - convegni, congressi, seminari, laboratori e tavole rotonde - allestimenti in linea con l'immagine grafica del programma - partecipazione a manifestazioni fieristiche - workshop e eventi informativi - organizzazione di momenti di "question time" con i responsabili dei bandi
<ul style="list-style-type: none"> • Pubblicazioni e prodotti informativi - brochure informative - pubblicazioni editoriali tematiche (formato cartaceo e e-book) - inviti/locandine - manifesti e poster - infografiche

2.3

Valutazione delle realizzazioni della strategia di comunicazione

Il monitoraggio e l'analisi delle realizzazioni ad oggi conseguite dalla strategia comunicativa è un'importante componente della valutazione della strategia stessa.

A partire dai dati relativi all'attuazione del POR CreO FESR 2014-2020 è possibile confrontare il valore obiettivo con il valore effettivamente realizzato per ciascuna delle attività comunicative previste.

Tabella 2.6
INDICATORI DI REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE: VALORE OBIETTIVO, VALORE REALIZZATO E EFFICACIA REALIZZATIVA

Attività previste	Indicatore	Valore obiettivo (a)	Valore effettivo 2016	Valore Effettivo 2017	Valore Effettivo 2018	Valore Realizzato al 2018 (b)	Efficacia realizzativa (b/a)
Campagne di comunicazione	Campagna di lancio e campagne annuali	8	3	3	4	10	125,0%
	Inserzioni media	100	16	5	10	31	31,0%
	Spot radiofonici e televisivi creati	15	4	3	14	21	140,0%
	Passaggi spot radiofonici e televisivi	10.000	3.600	1.644	432	5.676	56,8%
Soggetti potenzialmente contattati con le campagne di comunicazione (media locali)	Media annuale indici diffusione testate pianificate (*)	800.000	314.400	1.718.000	717.200	916.533	114,6%
	Media ascolti giorno Tv e radio selezionate (calcolato come media delle medie annuali)	450.000	610.000	128.688	118.411	285.700	63,5%
Editoria	Pubblicazioni a stampa/digitali realizzate	30	10	2	16	28	93,3%
	Pubblicazioni distribuite/scaricate (**)	500.000	27.000	538	3.152	30.690	6,1%
Newsletter online	Newsletter pubblicate (***)	90	0	0	4	4	4,4%
	scritti alla newsletter	13.000	//	//	674	674	5,2%
Rapporti con i media	Comunicati stampa prodotti	150	66	34	81	181	120,7%
	Conferenze stampa organizzate	30	8	2	10	20	66,7%
	Azioni formative	2	2	//	1	3	150,0%
Sito Web dedicato al POR CreO FESR 2014-2020	Pagine web realizzate	600	59	62	69	190	31,7%
	Accessi (media contatti/mese)	2.500.000	7.788	5.458	4.668	17.914	0,7%
Eventi	Eventi informativi realizzati (convegni, seminari, workshop, laboratori, mostre, spettacoli)	35	33	24	23	80	228,6%
	Partecipanti	15.000	2.895	1.264	2.123	6.282	41,9%
Social media	Klout score(****)	50	55	54	//	54	108,0%
	Twitter follower complessivi	1.900	1.000	1.298	1.528	1.528	80,4%
	Tweet inviati	6.300	837	345	235	1.417	22,5%
	Visite al profilo twitter (media base mensile) (*****)	500	2.491	1.112	796	1.466	293,2%
	Video caricati su canale YouTube	15	4	15	16	35	233,3%
	Visualizzazioni video canale YouTube calcolato come media delle medie annuali) (*****)	4.000	1.395	5.265	2.949	3.203	80,1%

(*) considerando la media tra le testate di cui si conosce il dato audipress

(**) per il 2018 si tratta solo di download

(***) da giugno 2018 la newsletter ha cadenza bimestrale

(****) il sito che calcolava il valore del "Klout" ha chiuso - l'indicatore dal 2018 non è più considerato

(*****) da agosto 2017 è possibile avere un riferimento interno al canale twitter (quindi più oggettivo)

(*****) il numero di visualizzazioni molto alto per il 2017, va legato al fatto che uno dei video caricati era legato a una campagna sponsorizzata su Facebook

Mentre i valori obiettivo sopra riportati si riferiscono all'intero periodo 2014-2020, le realizzazioni sono riferite ai 4 anni di attuazione della strategia (2015-2018). Ciò considerato, il grado di attuazione ad oggi della strategia stessa può essere giudicato discreto. Alcuni valori obiettivo sono stati già completamente realizzati in questa fase, mentre per numerosi altri gli indicatori di realizzazione si attestano su valori vicini all'obiettivo, coerenti con il tempo trascorso dal lancio della strategia di comunicazione. In questi casi, sembra essere alla portata il pieno raggiungimento degli obiettivi nel tempo residuo del periodo di programmazione.

Su alcuni indicatori, infine, il livello di realizzazione è ancora non pienamente raggiunto. Si tratta, in particolare, della newsletter e del sito web. La newsletter è stata inviata a partire dal 2018 con cadenza bimestrale. Il ritardo sul fronte degli accessi al sito web, invece, sembra verosimilmente imputabile anche al valore obiettivo prefissato, che è forse eccessivamente ambizioso anche considerato il numero di accessi medi mensili al più generico portale di Regione Toscana.

3.

VALUTAZIONE DEI RISULTATI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione è orientata al raggiungimento di una serie di obiettivi prefissati nella *Strategia di Comunicazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020*, riportati nella tabella seguente, relativi alla consapevolezza da parte dei cittadini e delle imprese del ruolo della UE, dello Stato e della Regione e, più nello specifico, dell'esistenza del POR-FESR 2014-2020.

Tabella 3.1
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA E VALORE OBIETTIVO PER IL TARGET CITTADINI E IMPRESE

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo
TARGET CITTADINI		
Grado di conoscenza da parte dei cittadini circa l'esistenza del POR FESR	% sulla popolazione totale	40
Grado di conoscenza da parte dei cittadini circa il ruolo svolto da UE, Stato e Regione	% sulla popolazione totale	70
INDICATORE TARGET IMPRESE		
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del POR FESR	% sulle imprese totali	50
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto da UE, Stato e Regione	% sulle imprese totali	75

Allo scopo di valutare i risultati della strategia di comunicazione conseguiti sono state effettuate indagini campionarie *ad hoc*, ciascuna indirizzata a un target specifico della strategia di comunicazione. Il target imprese è stato ulteriormente suddiviso tra soggetti beneficiari effettivi e potenziali. A ciascun target è stato sottoposto un questionario specifico, riportato in appendice a questo rapporto.

Come già rilevato per gli indicatori di realizzazione, mentre i risultati obiettivo si riferiscono all'intero periodo 2014-2020, le quantificazioni effettuabili tramite le indagini campionarie sono necessariamente riferite al quinquennio di attuazione della strategia (anni 2015 e 2019).

3.1

Target cittadini

L'indagine campionaria sul target dei cittadini ha l'obiettivo principale di quantificare i due indicatori di risultato previsti dal POR CreO FESR Toscana 2014-2020:

- Il grado di conoscenza del ruolo della UE nel cofinanziare i programmi dello Stato e della Regione, nell'ottica di contribuire al progresso economico e sociale.
- Il grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CreO FESR.

In aggiunta viene rilevato un giudizio sull'efficacia della comunicazione e sul gradimento dei canali di comunicazione utilizzati.

3.1.1 Il piano di campionamento

Il piano di campionamento dei cittadini toscani, stante la dimensione del campione, individuato in 1000 unità, ha tenuto conto:

- del genere degli intervistati (maschi, femmine);
- della classe di età (15-34; 35-49; 50-75).

L'universo di riferimento è desumibile dai valori della popolazione residente al 1° gennaio 2019 (fonte ISTAT, Demografia in cifre) e risulta composto per genere e classe di età come illustrato nella tabella seguente.

Tabella 3.2
 POPOLAZIONE RESIDENTE AL 1° GENNAIO 2019 PER CLASSE DI ETÀ E GENERE E NUMEROSITÀ DEL CAMPIONE (N.)
 Valori assoluti e %

	Classi di età	Maschi			Femmine			TOTALE		
		V.A.	%	N.	V.A.	%	N.	V.A.	%	N.
Toscana	15-34	359.686	9,6	138	341.678	9,1	131	701.364	18,8	269
	35-49	402.377	10,8	155	411.875	11,0	158	814.252	21,8	313
	50-75	524.250	14,0	201	565.240	15,1	217	1.089.490	29,2	418
	TOTALE 15-75	1.286.313	34,4	494	1.318.793	35,3	506	2.605.106,00	69,7	1.000

Fonte: Demografia in cifre (ISTAT)

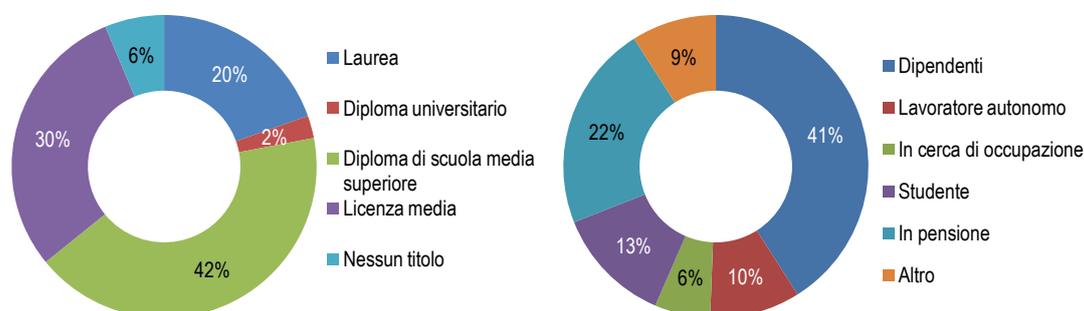
Le analisi sono state condotte riportando i dati raccolti sul campione alla popolazione di riferimento (cittadini toscani di età compresa tra 15 e 75 anni).

3.1.2 Il profilo degli intervistati

Riportiamo di seguito il livello di istruzione e la condizione occupazionale dei cittadini toscani intervistati. Rispetto al titolo di studio si rileva una maggioranza di soggetti che ha conseguito un diploma di scuola secondaria superiore (42% del totale), il 30% ha la licenza media, la percentuale di persone con un titolo di studio più elevato è pari al 22% (20% laurea, 2% diploma universitario), mentre il restante 6% è composto da soggetti senza titolo di studio e da quanti hanno preferito non rilasciare l'informazione.

Per quanto riguarda la condizione occupazionale, l'indagine rileva una prevalenza di persone occupate pari al 51% (41% dipendenti e 10% lavoratori autonomi), seguono le persone in pensione (22%), gli studenti (13%) e le persone in cerca di prima o nuova occupazione (6%). Il restante 9% si è dichiarato casalingo o in altra condizione.

Grafico 3.1
 CITTADINI TOSCANI PER TITOLO DI STUDIO E OCCUPAZIONE



3.1.3 Stima dei risultati conseguiti dalla strategia di comunicazione rispetto al target cittadini

Le informazioni raccolte sul campione di 1000 cittadini sono state adeguatamente "pesate" in modo da ottenere delle stime del valore che gli indicatori risultato assumono nell'intera popolazione da cui il campione è stato estratto.

Il livello di conoscenza spontaneo dei cittadini toscani dei finanziamenti che la Regione Toscana riceve dall'Unione Europea per contribuire al progresso economico e sociale è stimato al 58%. Anche tenendo conto dell'incertezza che può caratterizzare questa stima, rappresentata dall'intervallo di confidenza al 95%, la proporzione di cittadini consapevoli è sempre nettamente maggioritaria. Ciò nonostante, il livello di conoscenza ad oggi stimato è ancora un po' al di sotto del valore obiettivo, anche se complessivamente coerente con il tempo trascorso

dal lancio della strategia di comunicazione.

Per quanto riguarda il secondo indicatore, il “*grado di conoscenza da parte dei cittadini del POR CreO della Toscana*”, stimiamo un tasso di conoscenza del POR FESR del 16,2%, ancora lontano dal valore obiettivo *totale del 40%*. Si tratta nella maggioranza dei casi di una conoscenza superficiale: infatti, stimiamo che il 10,8% dei cittadini lo conosca ma non sappia esattamente di cosa si tratti, a fronte di un 5,4% che ne ha una conoscenza approfondita. Per questo indicatore occorrerà migliorare le modalità di comunicazione rivolte alla cittadinanza oltre a individuare strategie più efficaci di comunicazione rivolte allo stesso target.

Tabella 3.3
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA E VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER IL TARGET DEI CITTADINI

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019 (valore minimo e massimo con intervallo di confidenza al 95%)
Grado di conoscenza da parte dei cittadini circa l'esistenza del PO FESR	% sulla popolazione totale	40	16,2% (13,9% - 18,5%)
Grado di conoscenza da parte dei cittadini circa il ruolo svolto da UE, Stato e Regione	% sulla popolazione totale	70	57,7% (54,6% - 60,8%)

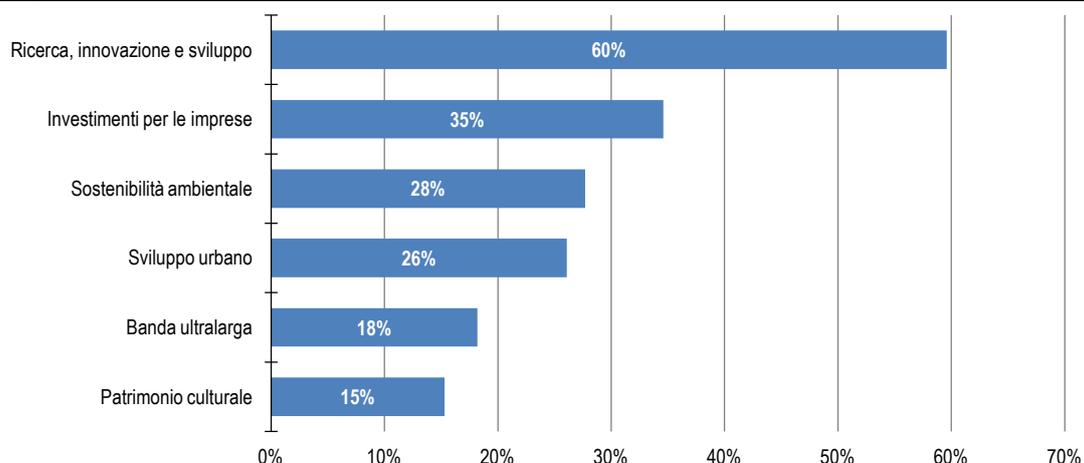
Analizzando il valore stimato del grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR per le principali caratteristiche socio-anagrafiche dei cittadini (genere, classe di età e livello di istruzione) possiamo mettere in evidenza i target sui quali è opportuno intensificare gli sforzi comunicativi. Non si rilevano particolari differenze per genere, confrontando i dati per classe di età emerge che è soprattutto la fascia delle persone in età lavorativa (35-65) a registrare i valori di conoscenza più bassi, analizzando infine le stime per livello di istruzione si rileva che le persone maggiormente informate sono quelle con un livello di istruzione alto.

Tabella 3.4
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER CLASSE DI ADDETTI - TARGET CITTADINI

Indicatore	Unità di misura		Valore obiettivo	Anno 2019
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR	Genere	% Maschi	70	16,6%
		% Femmine	70	15,3%
	Classe di età	% 15-34 anni	70	21,4%
		% 35-49 anni	70	12,4%
		% 50-65 anni	70	14,3%
		% 66-75 anni	70	19,0%
	Livello di istruzione	% livello di istruzione basso	70	12,4%
		% livello di istruzione medio	70	15,3%
		% livello di istruzione alto	70	26,1%

Rispetto a coloro che hanno dichiarato di conoscere il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) si è approfondita la conoscenza delle iniziative con esso realizzate. L'iniziativa maggiormente nota risulta essere quella relativa a Ricerca, sviluppo e innovazione (60%) seguono gli investimenti per le imprese (35%), la Sostenibilità ambientale (28%), lo Sviluppo urbano (26%), la Banda ultralarga (18%) e il Patrimonio culturale (15%).

Grafico 3.2
INIZIATIVE CONOSCIUTE DA COLORO CHE HANNO DICHIARATO DI CONOSCERE IL FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE (FESR)

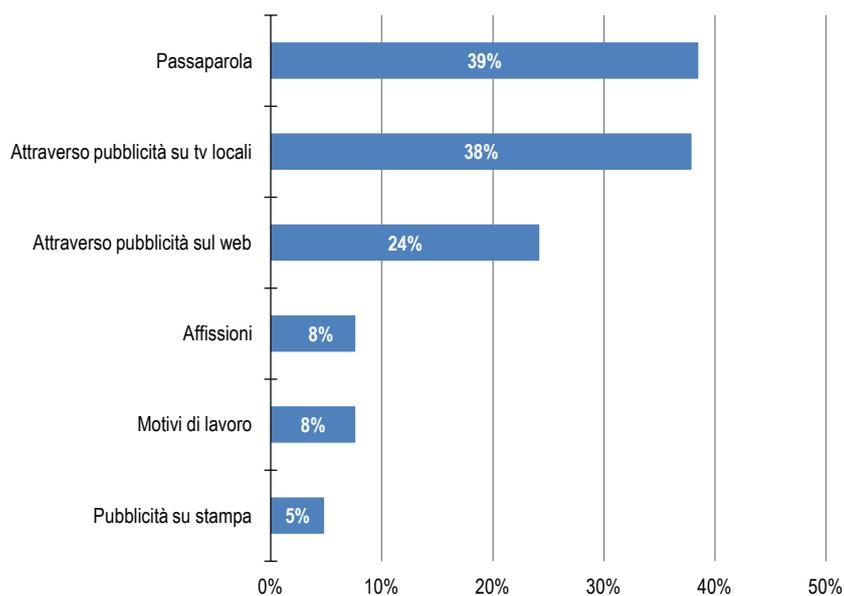


Attraverso il questionario è stata stimata anche la quota di cittadini toscani a conoscenza del fatto che anche la Tramvia fiorentina è un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR. Tale circostanza, pur essendo abbastanza nota tra i cittadini fiorentini, risulta conosciuta da poco meno di 4 cittadini toscani su 10 (36,2%). Analizzando nel dettaglio la conoscenza in base alle principali caratteristiche socio-anagrafiche (genere, classe di età, condizione occupazionale) emerge che sono soprattutto gli uomini ad essere informati sul fatto che la Tramvia fiorentina sia un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR, gli occupati con contratti stabili e i pensionati e dunque le classi di età corrispondenti (34-49;65-75).

3.1.4 Gli strumenti di comunicazione, il sito web e il gradimento della comunicazione

Le analisi che seguono si riferiscono alla quota di cittadini che conoscono il POR CreO e che per semplicità chiameremo *cittadini informati*. La prima domanda di approfondimento ha rilevato il numero di cittadini che conoscono progetti o iniziative realizzate in Toscana con il POR CreO FESR ai quali è stato chiesto di indicare gli strumenti di comunicazione che hanno veicolato l'informazione. A partire dall'indagine stimiamo che circa il 7% dei cittadini informati conosce almeno una iniziativa finanziata con il POR CreO FESR. Tra gli strumenti di comunicazione attraverso i quali è stata veicolata la conoscenza, i più incidenti sono la *pubblicità su tv locali* (valore stimato: 39%) e *sul web* (24%), insieme al passaparola (39%). Segue la conoscenza acquisita nell'ambito del lavoro (8%) tramite affissioni (8%) e la pubblicità su stampa (5%).

Grafico 3.3
STRUMENTI DI COMUNICAZIONI ATTRAVERSO I QUALI È STATA VEICOLATA LA CONOSCENZA



Rispetto alle informazioni ricevute, i messaggi veicolati sono complessivamente chiari ed efficaci dal 70,3% dei cittadini informati, a fronte di un 12,4% che li giudica efficaci ma poco chiari, un 9,7% che li ha valutati chiari ma poco efficaci ed infine un 7,6% che li trova poco chiari e poco efficaci.

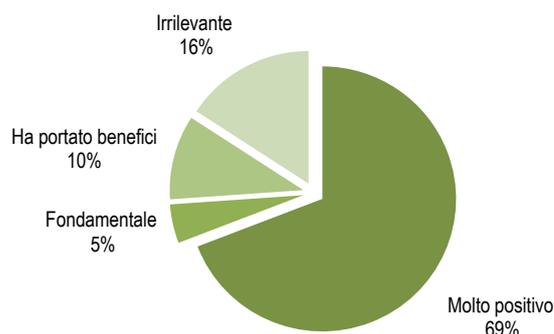
La parte relativa agli strumenti di comunicazione si è conclusa con l'analisi dei mezzi più graditi attraverso i quali i cittadini vorrebbero essere informati e sul numero di cittadini che ha usufruito di attività finanziate dal FESR. I canali maggiormente indicati risultano essere quelli della *pubblicità sul web* (valore stimato: 50,7%) e della *pubblicità su tv locali*, indicati da 5 su 10 dei cittadini informati. Al secondo posto troviamo la richiesta di informazione mirata sui social network (27,2%), seguono la pubblicità su stampa (22,6%), informazioni mirate sulle pagine dedicate al FESR sul portale della Regione Toscana (20,2%) e strumenti diretti di newsletter (18,9%). Il 12,3% dei cittadini informati vorrebbe essere aggiornato tramite eventi, quali seminari, il 12% attraverso pubblicità su radio, il 6,5% attraverso soggetti terzi – come associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici e università – e infine il 6,9% attraverso sistemi più tradizionali quali affissioni, volantini e brochure.

Secondo le nostre stime, circa il 3% dei cittadini informati ha usufruito di attività finanziate dal FESR, si tratta di attività finanziate nell'ambito di progetti di sostenibilità ambientale (piste ciclabili, efficienza energetica, efficientamento immobiliare).

3.1.5 Considerazioni finali e conoscenza di altri programmi operativi (PO)

Infine abbiamo chiesto di esprimere un giudizio complessivo sul ruolo svolto dal FESR per la crescita economica, l'innovazione, la sostenibilità ambientale e l'aumento della qualità della vita. La valutazione appare molto buona poiché il **68,6%** dei cittadini informati **considera positivo il ruolo del FESR**, il 4,7% lo giudica assolutamente fondamentale ed il 10,2% ritiene che abbia portato benefici notevoli. Abbastanza contenuta la quota di quanti, tra i cittadini informati, considerano irrilevante il ruolo del FESR (15,7%).

Grafico 3.4
GIUDIZIO SUL RUOLO DEL FESR (MOLTO POSITIVO, FONDAMENTALE, HA PORTATO BENEFICI, IRRILEVANTE)



L'ultima domanda del questionario, posta a tutte le imprese, ha rilevato la conoscenza di altri programmi operativi (PO) e in particolare del Fondo Sociale Europeo (FSE), del Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Rurale (PSR, FEASR), del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) e del PO Interreg Italia Francia marittimo. La stima è influenzata dalla conoscenza dei fondi FSE e FEASR. Rispetto a questi fondi i cittadini appaiono informati nel 45,2% dei casi. Nella maggior parte dei casi si tratta di una informazione parziale, 32,4% a fronte di un 12,8% che dichiara di avere una informazione approfondita.

3.2 Target imprese

L'indagine campionaria sul target imprese ha l'obiettivo di quantificare i due indicatori di impatto previsti dal POR CreO FESR Toscana 2014-2020:

- Il grado di conoscenza del ruolo della UE nel cofinanziare i programmi dello Stato e della Regione, nell'ottica di contribuire al progresso economico e sociale.
- Il grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CreO FESR.

Ha inoltre l'obiettivo di rilevare un giudizio sul livello di chiarezza e trasparenza delle informazioni ricevute e sull'efficacia e il gradimento dei canali di comunicazione.

L'indagine ha riguardato da un lato le imprese non beneficiarie e dall'altro le imprese beneficiarie degli interventi. I risultati delle indagini condotte rispetto a questi due diversi target di imprese sono presentati separatamente.

3.2.1 *Il piano di campionamento*

Il piano di campionamento ha previsto di estrarre due campioni distinti: il primo dalla "popolazione" di imprese che hanno beneficiato del Programma e il secondo dalla "popolazione" di imprese non beneficiarie ma potenzialmente destinatarie delle azioni del Programma. La numerosità campionaria dei due target è stata così definita:

- Un campione di 200 aziende beneficiarie del POR CreO FESR alla data del 31.12.2018, stratificato per classe di addetti, con estrazione casuale delle imprese all'interno di ogni strato prefissato;
- Un campione di 300 aziende non beneficiarie, stratificato per classe di addetti, con estrazione casuale delle imprese all'interno di ogni strato prefissato. L'individuazione della popolazione

di imprese non beneficiarie da cui è estratto il campione è avvenuta utilizzando l'archivio statistico delle imprese attive (ASIA) tenuto dall'ISTAT.

L'universo di riferimento è desumibile dai dati messi a disposizione in fase di progettazione e risulta ripartito per settore di attività come illustrato nella tabella seguente.

Tabella 3.5
IMPRESE BENEFICIARIE E IMPRESE NON BENEFICIARIE PER SETTORE IN TOSCANA E NUMEROSITA' DEL CAMPIONE (N.)
Valori assoluti e %

	Classe di addetti	Imprese beneficiarie	Valori %	N.	Imprese non beneficiarie	Valori %	N.
TOSCANA	<=5	588	29,1	36	292.048	89,4	90
	6-10	279	13,8	28	21.230	6,5	70
	11-20	479	23,7	47	9.122	2,8	50
	21-50	427	21,1	42	3.092	0,9	40
	51-100	140	6,9	14	650	0,2	20
	101-500	99	5,3	10	442	0,1	20
	501+	9	0,4	23	63	0,02	10
	TOTALE	2.021	100	200	326.647	100	300

Fonte: per le imprese beneficiarie Archivi amministrativi di Regione Toscana; per le imprese non beneficiarie ASIA 2018 (ISTAT)

Le analisi sono state condotte riportando i dati alla popolazione di riferimento utilizzando dei coefficienti di riporto calcolati in base alla classe di addetti di appartenenza.

3.2.2 I risultati della valutazione per le imprese non beneficiarie

- *Identikit dei soggetti che hanno risposto alle interviste*

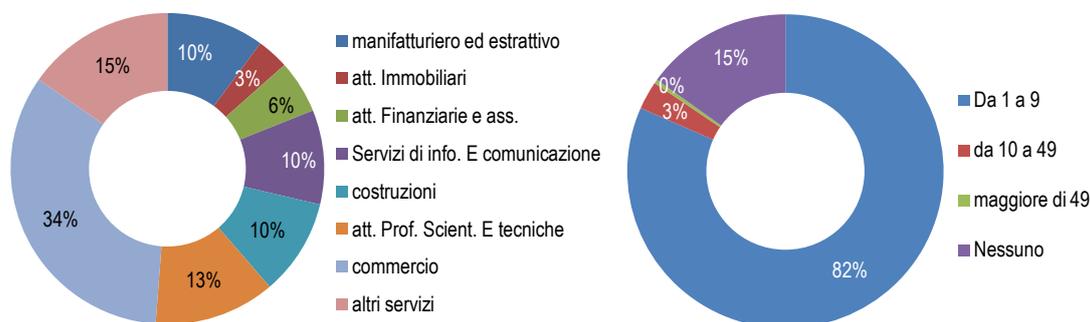
Presentiamo di seguito le principali caratteristiche dei rispondenti (posizione in azienda) e le principali informazioni sull'azienda (dimensione e settore). Il maggior numero di intervistati ricopre una posizione apicale all'interno dell'azienda: titolare o socio (51,6%), amministratore delegato (4,8%). Gli impiegati/assistenti (direzione, commerciale, marketing, comunicazione) intervistati sono pari al 39,8%, mentre coloro che hanno un ruolo di responsabilità sono il 2,6% (Responsabile relazioni esterne/ marketing/ comunicazione /amministrazione e/o altro responsabile). Un ruolo diverso da quelli sopraelencati è stato indicato dal 1,2% degli intervistati (collaboratore, consulente, commercialista, ecc.).

- *Identikit delle imprese non beneficiarie intervistate*

Nel corso dell'intervista sono state fornite le principali informazioni sull'azienda, quali il settore di attività e la classe dei dipendenti. Per quanto riguarda il settore di attività le imprese intervistate appartengono principalmente al settore dei servizi, 79,8% (3,3% attività immobiliari, 5,5% attività finanziarie ed assicurative, 9,8% servizi di informazione e comunicazione, 12,5% attività professionali, scientifiche e tecniche ed amministrative di supporto, 33,5% commercio all'ingrosso, al dettaglio o riparazioni di auto e moto, 15,3% altri settori) mentre ammontano al 10% le costruzioni e al 10% le imprese intervistate del settore manifatturiero ed estrattivo.

Analizzando il numero dei dipendenti prevalgono le imprese di piccola dimensione, la cui classe di dipendenti va da 1 a 9 (82%), il 3% ha dichiarato di avere da 10 a 49 dipendenti, infine le aziende la cui classe di dipendenti è maggiore di 49 sono meno dell'1% (0,5%). Infine il 15% degli intervistati ha dichiarato di non avere dipendenti.

Grafico 3.5
SETTORE DI ATTIVITÀ E NUMERO DI DIPENDENTI DELLE IMPRESE NON BENEFICIARIE



• *Stima dei risultati conseguiti dalla strategia di comunicazione rispetto al target delle imprese non beneficiarie*

Le informazioni raccolte sul campione di imprese non beneficiarie sono state adeguatamente “pesate” in modo da ottenere delle stime del valore che gli indicatori risultato assumono nell’intera popolazione da cui il campione è stato estratto.

Rispetto al primo indicatore, “*grado di conoscenza dei finanziamenti che la Regione Toscana riceve dall’Unione Europea*”, stimiamo che il 74,2% delle imprese non beneficiarie sia a conoscenza del fatto che la Regione Toscana riceve finanziamenti dall’Unione europea per contribuire al progresso economico e sociale. Tale risultato è perfettamente in linea con il valore obiettivo prefissato per la totalità delle imprese.

Tabella 3.6
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER IL TARGET IMPRESE NON BENEFICIARIE

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019 (valore minimo e massimo con intervallo di confidenza al 95%)
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l’esistenza del PO FESR	% sulle imprese totali	50	34,7% (31,7% - 37,7%) imprese non beneficiarie
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto da Ue, Stato e Regione	% sulle imprese totali	75	74,2% (71,5% - 76,9%) imprese non beneficiarie

Per quanto riguarda il secondo indicatore “*grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CreO FESR*”, stimiamo un tasso di conoscenza pari al 34,8%, nello specifico la conoscenza è approfondita nel 21,8% e superficiale nel 13% dei casi. Come evidenziato in altri rapporti è probabile che un certo numero di imprese conosca il Programma senza però ricordarne specificatamente l’acronimo. In ogni caso il livello attuale di conoscenza del POR CreO FESR della Regione Toscana è rimasto invariato rispetto alla precedente analisi (si veda l’edizione 2017 di questo rapporto). Il valore obiettivo non è molto lontano, tuttavia la sua piena realizzazione è subordinata a un ulteriore aumento degli sforzi comunicativi rivolti soprattutto al target di imprese con un numero minore di addetti (imprese fino a 10 addetti) perché più popolato e perché potenzialmente più interessato alla conoscenza dei fondi.

Tabella 3.7
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER CLASSE DI ADDETTI - TARGET IMPRESE NON BENEFICIARIE

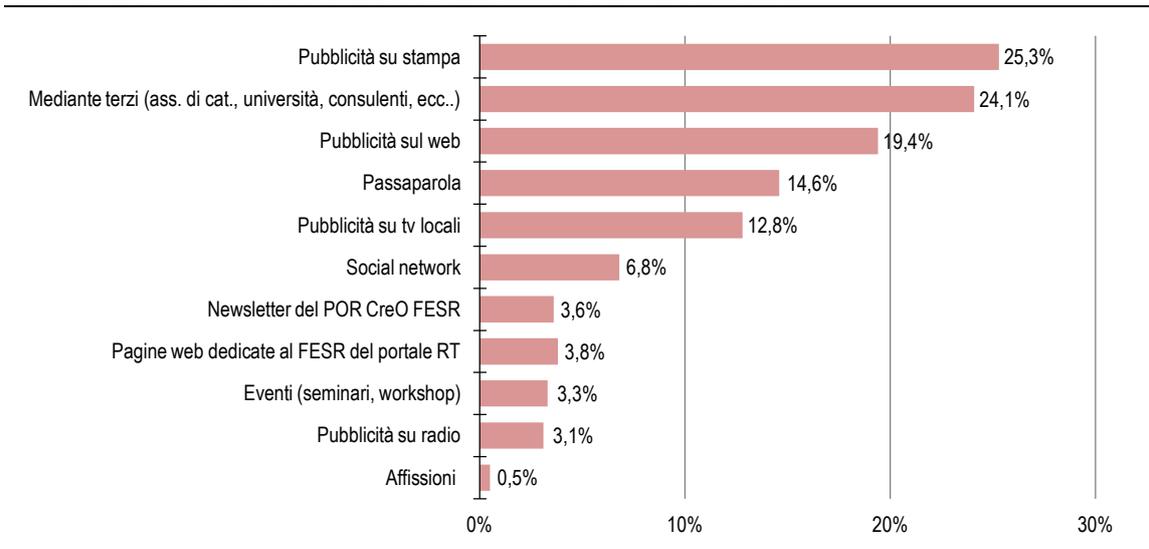
Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR	% sulle imprese con addetti <=5	50	33,7%
	% sulle imprese con addetti 6-10	50	37,5%
	% sulle imprese con addetti 11-50	50	47,4%
	% sulle imprese con addetti 51+	50	26,0%

- *Gli strumenti di comunicazione, il sito web ed il gradimento della comunicazione*

L'analisi che segue si riferisce alla quota di imprese non beneficiarie che conosce il POR CreO FESR che chiameremo *imprese non beneficiarie informate*.

Tra gli strumenti di comunicazione attraverso i quali è stata veicolata la conoscenza, una quota rilevante delle *imprese non beneficiarie informate* è stata raggiunta attraverso la *pubblicità su stampa* (25,3%) e/o mediante terzi (associazioni di categoria, CCIAA, poli e distretti universitari, consulenti, ecc..) (24,1%). Seguono le imprese informate attraverso la pubblicità sul web (19%), il passaparola (15%) i social network, principalmente Facebook, (7%), la newsletter o le pagine web dedicate sul portale della Regione Toscana (entrambi al 4%) gli eventi (3%) e infine la pubblicità su radio (3%). Tra coloro che hanno conosciuto il fondo FESR POR CreO attraverso pubblicità su stampa, radio o TV il giudizio sull'utilità delle informazioni ricevute risulta positivo: soddisfacente (45,2%), abbastanza soddisfacente (38,8%), per niente soddisfacente (15,8%).

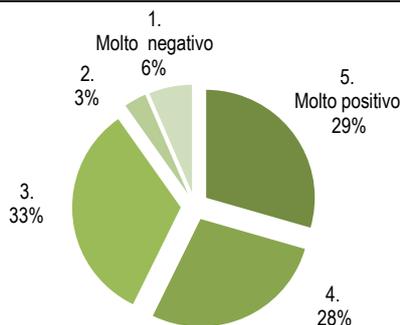
Grafico 3.6
STRUMENTI DI COMUNICAZIONI ATTRAVERSO I QUALI È STATA VEICOLATA LA CONOSCENZA



Rispetto alle informazioni ricevute, il livello di trasparenza e chiarezza delle imprese che conoscono il Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) appare positivo, il 56,9% delle imprese non beneficiarie informate esprime i valori più alti (giudizio 4 27,6% e 5 molto positivo 29,3%). Il 32,8% ha indicato un giudizio intermedio (3), infine il livello di chiarezza appare scarso per il 9,7% delle imprese non beneficiarie (giudizio 2 3,3% e 1 molto negativo 6,4%).

Grafico 3.7

GIUDIZIO SUL LIVELLO DI TRASPARENZA E CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI (DA 1 MOLTO NEGATIVO A 5 MOLTO POSITIVO)



Abbiamo inoltre stimato che le imprese non beneficiarie informate che utilizzano le pagine web dedicate al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale/POR CreO FESR all'interno del portale Regione Toscana sono pari al 18,3%. L'indagine consente di stimare anche il giudizio riguardo a vari aspetti (raggiungibilità, facilità d'uso, chiarezza, completezza, aggiornamento, affidabilità, utilità, gradevolezza estetica e modulistica) delle pagine web dedicate al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale/ POR CreO FESR. Gli intervistati hanno dichiarato giudizi molto buoni per quanto riguarda la raggiungibilità, completezza, affidabilità delle pagine e abbastanza buoni per gli altri aspetti. Dovendo indicare gli aspetti per i quali i giudizi pur essendo sufficienti potrebbero evidenziare una maggiore attenzione possiamo specificare la modulistica, la gradevolezza estetica e la facilità d'uso.

L'indagine ha altresì rilevato le imprese toscane a conoscenza del fatto che la Tramvia fiorentina è un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR. Dalla ricerca è emerso che il 35% delle imprese non beneficiarie informate sono a conoscenza di tale finanziamento. Si stima inoltre che il 19,4% delle imprese informate non beneficiarie, ma potenzialmente beneficiarie del fondo FESR, hanno provato a partecipare ad un bando/avviso per i finanziamenti a valere sul POR FESR, risulta quindi pari al 80,6% la stima di quante non hanno provato a partecipare ad uno dei suddetti bandi/avvisi. La motivazione principale della mancata partecipazione è da attribuire alla mancanza di interesse (63,4%), a cui segue la mancanza di informazioni (19,3%) e la complessità dell'informazione (8,8%).

- *Conoscenza di altri programmi operativi (PO)*

La parte finale dell'intervista ha stimato il grado di conoscenza *delle imprese non beneficiarie* riguardo l'esistenza di programmi operativi (PO) come il Fondo sociale Europeo (FSE), il Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale (PSR FEASR), il Fondo europeo per la pesca e gli affari marittimi (FEAMP) ed il PO Interreg Italia Francia Marittimo. Tale domanda è stata posta a tutte le aziende, il valore stimato è influenzato dalla conoscenza dei fondi FSE e FEASR.. Il 42,9% delle imprese non beneficiarie ha dichiarato di non essere a conoscenza dell'esistenza dei suddetti fondi, il 32% dei soggetti intervistati ha detto di aver sentito parlare di questi fondi, ma di non sapere di cosa si tratta, mentre il 10,9% ha dichiarato di conoscere e sapere di cosa trattano.

3.2.3 I risultati della valutazione per le imprese beneficiarie

- *Identikit dei soggetti intervistati*

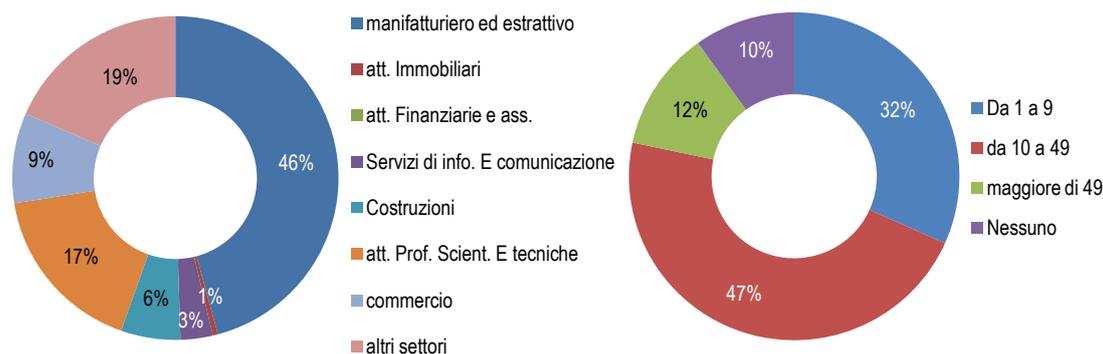
Presentiamo di seguito il ruolo aziendale dei soggetti intervistati specificando che nel primo contatto telefonico abbiamo chiesto di parlare con un titolare dell'azienda ma che non sempre è

stata la persona indicata quale più idonea a rispondere alle domande. Nel dettaglio abbiamo intervistato il 24,8% di titolari/ soci dell'azienda, il 13,5% di amministratori delegati, il 33,9% di dipendenti con un ruolo di responsabilità (Responsabile relazioni esterne/ marketing/ comunicazione /amministrazione e/o altro responsabile) a fronte di un 24,1% di intervistati che ricoprono il ruolo di impiegati/assistenti (direzione, commerciale, marketing, comunicazione).

- *Identikit delle imprese beneficiarie intervistate*

Analizzando l'identikit delle imprese beneficiarie intervistate si rileva che poco meno di una impresa su due appartiene al settore manifatturiero ed estrattivo (46%), le attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrative e di supporto intervistate sono pari al 17,1%, mentre i servizi di informazione e comunicazione ammontano al 3,2%. Il 9% delle imprese opera nel commercio all'ingrosso o dettaglio e delle riparazioni auto e moto, il 5,9% nelle costruzioni, lo 0,5% nel settore delle attività immobiliari e infine il 18,5% appartiene ad altri servizi. Per quanto riguarda la dimensione delle aziende beneficiarie vediamo che il 47% è formato da aziende la cui classe di dipendenti va da 10 a 49, il 32% da aziende che hanno da 1 a 9 dipendenti, mentre il 12% è composto da grandi aziende (oltre 49 dipendenti). Infine il 10% ha dichiarato di non avere dipendenti. Queste prime informazioni se confrontate con il target delle imprese rilevano livelli di partecipazione differenziati per classe di addetti e settore.

Grafico 3.8
SETTORE DI ATTIVITÀ E NUMERO DI DIPENDENTI DELLE IMPRESE BENEFICIARIE



- *Stima dei risultati conseguiti dalla strategia di comunicazione rispetto al target delle imprese beneficiarie*

Dalla valutazione effettuata emerge che la quasi totalità delle imprese beneficiarie è a conoscenza del fatto che la Regione Toscana riceve finanziamenti dall'Unione Europea, per contribuire al progresso economico e sociale regionale (99,1%). Trattandosi di imprese beneficiarie, la quota dei soggetti informati è ovviamente ben al di sopra del valore obiettivo espresso in riferimento all'intero target delle imprese.

Per quanto riguarda il secondo indicatore "grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CreO FESR", stimiamo un tasso di conoscenza molto elevato. L'89,3% delle imprese beneficiarie o è consapevole di aver usufruito del Fondo europeo di sviluppo regionale (POR CreO FESR) (75,6%) o comunque conosce bene l'esistenza di questo fondo (13,7%). Vi è poi un residuale numero di imprese (2%) che, pur essendo ovviamente a conoscenza di aver fruito di supporti regionali, è inconsapevole del fatto che tali supporti fossero connessi al programma regionale POR CreO FESR. Complessivamente tra le imprese

beneficiarie si rileva un grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CreO FESR molto alta, pari al 91,3%.

Tabella 3.8
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER IL TARGET IMPRESE BENEFICIARIE

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019 (valore minimo e massimo con intervallo di confidenza al 95%)
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR	% sulle imprese totali	50	91,3% (89,6% - 93%) imprese beneficiarie
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto da Ue, Stato e Regione	% sulle imprese totali	75	99,1% (98,5% - 99,7%) imprese beneficiarie

Il risultato dell'indagine campionaria sugli indicatori di impatto del Piano di Comunicazione del POR CreO FESR, rivolto alle imprese beneficiarie, risulta molto positivo, i valori rilevati sia sul grado di conoscenza del POR CreO FESR che sul ruolo svolto da Ue, Stato e Regione hanno raggiunto pienamente gli obiettivi individuati.

Tabella 3.9
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER CLASSE DI ADDETTI - TARGET IMPRESE BENEFICIARIE

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR	% sulle imprese con addetti <=5	50	98,1%
	% sulle imprese con addetti 6-10	50	75,9%
	% sulle imprese con addetti 11-50	50	92,3%
	% sulle imprese con addetti 51+	50	88,9%

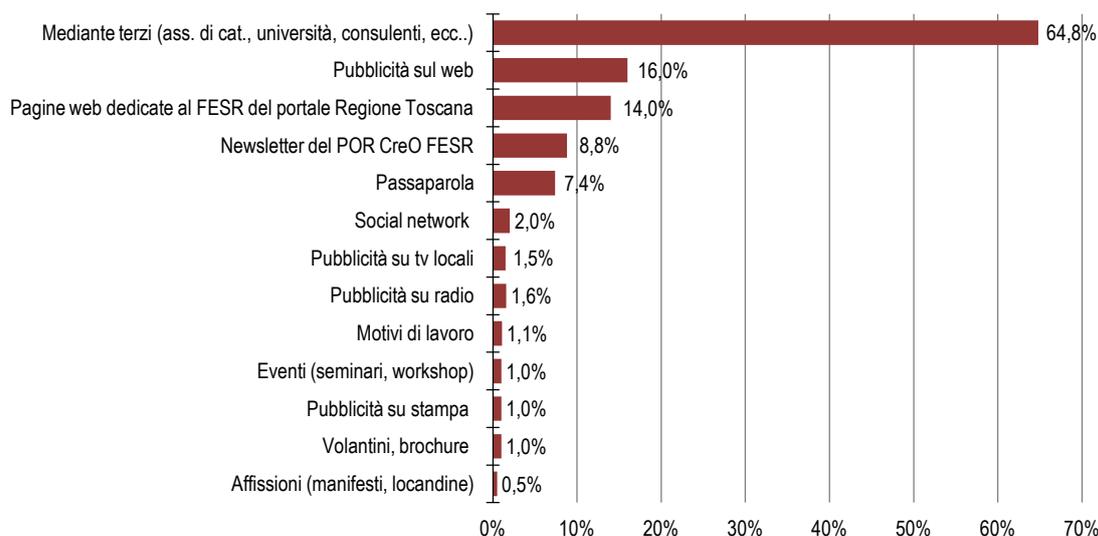
- *Gli strumenti di comunicazione, il sito web ed il gradimento della comunicazione*

L'analisi che segue si riferisce alla quota di imprese beneficiarie che conoscono il POR CreO FESR che chiameremo imprese beneficiarie informate.

Dall'indagine risulta che la maggior parte delle imprese beneficiarie informate si affida ad associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, consulenti e professionisti per ricevere le informazioni riguardanti il Fondo europeo di sviluppo regionale (65%).

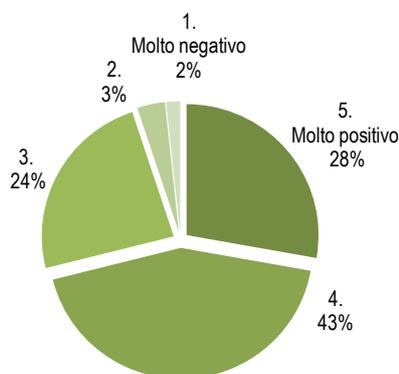
Con diversi punti di distacco troviamo gli strumenti di comunicazione non mediati, quali la pubblicità sul web 16%, le pagine web dedicate al Fondo europeo di Sviluppo Regionale, a cui si affidano il 14% delle imprese e la Newsletter del POR CreO FESR 9%. Gli altri strumenti di comunicazione mediante i quali sono state veicolate le informazioni riguardo al FESR sono il passaparola (7%), i social network (2%), la pubblicità su tv locali e radio (2%) mentre risultano residuali le altre voci. Per le imprese che hanno conosciuto il Fondo FESR mediante i canali social non è possibile stimare il canale utilizzato (Facebook, Twitter e Youtube). A coloro che hanno conosciuto il Fondo FESR POR CreO attraverso pubblicità su stampa, radio o TV è stato chiesto di esprimere un giudizio sull'utilità delle informazioni ricevute. La totalità delle imprese ha espresso giudizi positivi, nello specifico il giudizio è pienamente soddisfacente per l'80,9% delle imprese e abbastanza per il restante 19,1%.

Grafico 3.9
STRUMENTI DI COMUNICAZIONI ATTRAVERSO I QUALI È STATA VEICOLATA LA CONOSCENZA



In una scala di gradimento che va da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo), è stato chiesto di indicare un valore per esprimere il livello di chiarezza e trasparenza riguardo alle informazioni ricevute. Il giudizio stimato risulta molto soddisfacente, 7 imprese beneficiarie informate su 10 hanno indicato i giudizi più alti (5 molto positivo 27,8% e giudizio 4 il 43,3%). Il 23,8% ha indicato il valore 3, mentre il 5,1% ha espresso giudizi negativi (1 molto negativo 1,7% e giudizio 2 il 3,4%).

Grafico 3.10
GIUDIZIO SUL LIVELLO DI TRASPARENZA E CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI (DA 1 MOLTO NEGATIVO A 5 MOLTO POSITIVO)



Il 39% delle imprese beneficiarie informate conosce ed utilizza il sito web del Fondo Europeo di Sviluppo regionale/ POR CreO FESR all'interno del portale Regione Toscana; il restante 61% non conosce né utilizza il sito web poiché dichiara di rivolgersi a consulenti o personale esterno per tutte le informazioni. I giudizi espressi dalle imprese che hanno dichiarato di conoscere e utilizzare il sito web del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale/ POR CreO FESR sono riportati nella tabella sottostante.

Tabella 3.10
VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI ASPETTI INERENTI IL SITO WEB

	Scarso	Mediocre	Sufficiente	Buono	Non so
Raggiungibilità	7,2%	5,3%	26,1%	58,8%	2,6%
Facilità d'uso	9,9%	15,8%	20,3%	51,5%	2,6%
Chiarezza	1,5%	11,0%	30,1%	56,1%	1,3%
Completezza	2,9%	2,8%	23,0%	70,0%	1,3%
Aggiornamento	2,6%	4,1%	21,8%	67,5%	4,0%
Affidabilità	0%	5,0%	20,9%	72,8%	1,3%
Utilità	0%	4,1%	20,2%	74,3%	1,3%
Gradevolezza estetica	1,3%	9,7%	43,6%	44,1%	1,3%
Modulistica	1,3%	7,1%	31,8%	58,4%	1,3%

Il giudizio complessivo per i singoli item appare buono, con punte di maggior soddisfazione per gli aspetti di affidabilità (72,8% buono), utilità (74,3% buono) e completezza (70% buono). Tra gli aspetti da migliorare permane la facilità d'uso del sito web (25,7% scarso o mediocre).

L'indagine ha altresì stimato la quota di imprese beneficiarie che sono a conoscenza del fatto che la tramvia fiorentina sia un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR. Circa 3 delle imprese beneficiarie informate su 10 è a conoscenza di tale finanziamento (31,8%).

Alle imprese beneficiarie informate è stato chiesto di esprimersi riguardo gli obblighi dei beneficiari in materia di informazione e pubblicità (art. 115 e allegato 12 del Reg. UE 1303/2013). Le misure di informazione e di comunicazione a cura del beneficiario sono: i) il riconoscimento del sostegno dei fondi all'operazione riportando l'emblema dell'Unione e un riferimento al fondo o ai fondi che sostengono l'operazione; ii) l'informazione durante l'attuazione di un'operazione sul sostegno ottenuto dai fondi (sul sito web, con affissioni cartacee, ecc..) iii) qualsiasi documento, relativo all'attuazione di un'operazione usata per il pubblico oppure per i partecipanti, compresi certificati di frequenza o altro vi) l'esposizione durante l'esecuzione di un'operazione sostenuta dal FESR o dal Fondo di coesione o a completamento di un'operazione, di cartellonistica e/o targhe in base per alcune operazioni che soddisfano i criteri specificati nell'allegato 12. Rispetto a questo aspetto si è raggiunto un buon livello di consapevolezza, si stima che il 77,3% delle imprese beneficiarie informate abbia ricevuto istruzioni per quanto riguarda apposizioni di targhe, uso del logo e della banda dei loghi. Le informazioni in merito agli adempimenti in materia di comunicazione sono state principalmente reperite dal Bando/ Avviso pubblico di riferimento (59,6%). Tra le altre modalità le più ricorrenti riguardano le informazioni reperite tramite le pagine dedicate sul sito web della Regione Toscana (27,3%) e quelle ricevute tramite soggetti terzi (associazioni di categoria, consulenti, ecc...). Per il 92% delle imprese le informazioni ricevute sono state soddisfacenti o adeguate (rispettivamente 44,1% e 47,9%) mentre il restante 8% le giudica non complete o inadeguate.

- *Conoscenza di altri programmi operativi (PO)*

La seconda sezione dell'intervista ha valutato su tutte le imprese beneficiarie il grado di conoscenza di programmi operativi (PO) come il Fondo sociale Europeo (FSE), il Fondo europeo per l'agricoltura e lo sviluppo rurale (PSR FEASR), il Fondo europeo per la pesca e gli affari marittimi (FEAMP) ed il PO Interreg Italia Francia Marittimo.

La conoscenza di questi programmi operativi per le imprese beneficiarie è pari al 59,1%. La stima è influenzata dalla conoscenza dei fondi FSE e FEASR. Nel dettaglio il 29% dichiara di avere una conoscenza approfondita dei suddetti programmi operativi mentre dichiarano di avere una conoscenza superficiale il 30,1% delle imprese intervistate.

- *Stima dei risultati conseguiti dalla strategia di comunicazione rispetto al target delle imprese in generale*

I risultati conseguiti rispetto al target imprese in generale sono dati dalla media ponderata dei risultati conseguiti presso le imprese beneficiarie e non beneficiarie. Nonostante i campioni di uguale numerosità, la proporzione di non beneficiarie tra le imprese toscane è in realtà molto più elevata della proporzione di beneficiarie. Pertanto, i risultati stimati rispetto al target delle imprese in generale sono principalmente condizionati dalle prime. Infatti con riferimento all'intero target di imprese si ottengono risultati simili a quelli già evidenziati per le imprese non beneficiarie, il grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del POR FESR è stimato al 35,1%, mentre il grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto da Ue, Stato e Regione è stimato al 74,4%.

Tabella 3.11
INDICATORI OBIETTIVO, UNITÀ DI MISURA, VALORE ATTESO E VALORE STIMATO PER IL TARGET IMPRESE IN GENERALE

Indicatore	Unità di misura	Valore obiettivo	Anno 2019 (valore minimo e massimo con intervallo di confidenza al 95%)
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa l'esistenza del PO FESR	% sulle imprese totali	50	35,1 (32,1% -38%) imprese in generale
Grado di conoscenza da parte dei destinatari degli interventi circa il ruolo svolto da Ue, Stato e Regione	% sulle imprese totali	75	74,4 (71,7% -77,1%) imprese in generale

In sintesi, mentre si rileva che il valore ottenuto sul grado di conoscenza del ruolo svolto da Ue, Stato e Regione è allineato al valore obiettivo, dopo quattro anni dal varo della Strategia di comunicazione, il livello di conoscenza del POR CreO FESR della Regione Toscana è ancora al di sotto del valore obiettivo.

4. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

La strategia comunicativa del POR CreO FESR 2014-2020 della Toscana si è caratterizzata per il coinvolgimento sinergico ed integrato di diversi strumenti (media tradizionali, sito web, testate regionali e diversi canali social) e sull'attivazione e sulla promozione di strumenti comunicativi volti a raggiungere il grande pubblico delle imprese e dei cittadini. Il grado di attuazione ad oggi della Strategia di Comunicazione appare molto buono. Molti dei valori obiettivo sono stati già completamente realizzati e altri sono coerenti con il tempo trascorso dal lancio della strategia di comunicazione. In questo ultimo periodo occorrerà quindi concentrarsi sui punti il cui livello di realizzazione è ancora molto lontano dall'obiettivo.

Il rapporto si è posto l'obiettivo di valutare l'efficacia e l'efficienza della strategia del Piano di comunicazione del Programma Operativo del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale 2014-2020 della Regione Toscana (POR CreO FESR) sui cittadini e sulle imprese distinguendo tra imprese beneficiarie e imprese potenzialmente beneficiarie. Si tratta di una valutazione che intende monitorare i valori obiettivo indicati dal Piano a distanza di 4 anni dal suo avvio.

Il livello di conoscenza spontaneo dei cittadini toscani dei finanziamenti che la Regione Toscana riceve dall'Unione Europea per contribuire al progresso economico e sociale è ancora leggermente al di sotto del valore obiettivo mentre permane una situazione di criticità per il secondo indicatore "grado di conoscenza da parte dei cittadini del POR CreO della Toscana" dove potrebbe essere opportuno migliorare le modalità di comunicazione e individuare strategie più efficaci rivolte ai cittadini.

Per quanto riguarda le imprese si rilevano riscontri più favorevoli. Rispetto al primo indicatore "grado di conoscenza dei finanziamenti che la Regione Toscana riceve dall'Unione Europea" emerge che per le imprese non beneficiarie il risultato è perfettamente in linea con il valore obiettivo prefissato. Per quanto riguarda il secondo indicatore "grado di conoscenza del Fondo europeo di sviluppo regionale POR CREO FESR", l'indagine evidenzia un livello di conoscenza ancora al di sotto del valore obiettivo per cui è necessario prestare particolare attenzione e diversificare le strategie di comunicazione per renderle più efficaci sul target di studio.

Infine il risultato dell'indagine campionaria sugli indicatori di impatto del Piano di Comunicazione del POR CREO FESR, rivolto alle imprese beneficiarie, risulta molto positivo, i valori stimati sia sul grado di conoscenza del PO FESR che sul ruolo svolto da Ue, Stato e Regione sono molto al di sopra dei valori obiettivo.

QUESTIONARI

QUESTIONARIO PER I CITTADINI

Buongiorno, stiamo svolgendo un'indagine statistica per conto della Regione Toscana.
Il questionario è anonimo e i suoi dati saranno utilizzati solo a fini statistici e nel rispetto della legge sulla privacy.

Conoscenza dei fondi strutturali e di investimento europei (fondi SIE)

1. È a conoscenza del fatto che la Regione Toscana gestisce risorse dell'Unione Europea, per contribuire al progresso economico e sociale del territorio e della sua popolazione?

Sì
No

2. Ha mai sentito parlare del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale POR CreO FESR?

Sì, so di che cosa si tratta
Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
No

Se 2 = "No" vai a domanda 13

3. Secondo lei, cosa finanzia il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) in Toscana? (risposta multipla)

a. Ricerca, sviluppo, innovazione (incluse start-up innovative) Sì No
b. Investimenti per le imprese (internazionalizzazione, creazione di imprese ecc.) Sì No
c. Banda ultralarga Sì No
d. Sostenibilità ambientale (piste ciclabili, efficienza energetica, efficientamento immobili) Sì No
e. Valorizzazione del patrimonio culturale e dei poli museali Sì No
f. Sviluppo urbano Sì No
g. Altro (*specificare*)

4. Conosce uno o più progetti o investimenti o iniziative realizzati in Regione Toscana con il POR CreO FESR?

Sì
No

Se 4 = "No" vai a domanda 8

5. Se è a conoscenza di almeno una iniziativa, come ne è venuto a conoscenza (risposta multipla):

a) Attraverso affissioni (manifesti, locandine) Sì No
b) Attraverso volantini, brochure Sì No
c) Attraverso pubblicità su stampa Sì No
d) Attraverso pubblicità su radio Sì No
e) Attraverso pubblicità su tv locali Sì No
f) Attraverso pubblicità sul web Sì No
g) Attraverso eventi (seminari, workshop) Sì No
h) Attraverso associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, consulenti, professionisti e enti locali Sì No
i) Attraverso le pagine web dedicate al FESR del portale Regione Toscana Sì No
j) Attraverso il passaparola Sì No
k) Attraverso i Social network Sì No
l) Attraverso messaggistica istantanea (whatsapp e telegram) Sì No

- m) Attraverso la newsletter del POR CreO FESR Sì No
 n) Lavora/ha lavorato nel settore dei Fondi europei Sì No

Domanda 6 da fare solo se l'intervistato ha risposto "Sì" all'opzione K

6. Se ha conosciuto il Fondo FESR/ POR CreO attraverso i social network, quali tra questi ha utilizzato:

- Facebook
 Twitter
 Youtube
 Linkedin
 Instagram

7. Come valuta i messaggi trasmessi attraverso i canali utilizzati?

- Chiari ed efficaci
 Efficaci ma poco chiari
 Chiari ma poco efficaci
 Poco chiari e poco efficaci
 Per niente chiari e efficaci

8. Sa che la Tramvia fiorentina è un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR?

- Sì
 No

9. Quali sono i canali/gli strumenti con i quali vorrebbe essere maggiormente informato sulle attività del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale/ POR CreO FESR?

- a) Affissioni, volantini, brochure Sì No
 b) Pubblicità su stampa Sì No
 c) Pubblicità su radio Sì No
 d) Pubblicità su tv locali Sì No
 e) Pubblicità sul web Sì No
 f) Informazione mirata su social network Sì No
 g) Informazione attraverso messaggistica istantanea Sì No
 h) Informazione mirata sulle pagine web dedicate al FESR del portale Regione Toscana Sì No
 i) Eventi (seminari, workshop) Sì No
 j) Newsletter Sì No
 k) Associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, enti locali Sì No

10. Ha avuto modo di usufruire di attività finanziate dal FESR?

- Sì
 No

Se 10 = "No" vai a domanda 12

11. Se sì, relativamente a quali dei seguenti ambiti? (risposta multipla)

- a. Ricerca, Sviluppo e innovazione (incluse start-up innovative) Sì No
 b. Banda Ultralarga Sì No
 c. Investimenti per le imprese (internazionalizzazione, creazione impresa, ecc.) Sì No
 d. Sostenibilità ambientale (piste ciclabili, efficienza energetica, efficientamento immobili) Sì No
 e. Valorizzazione del patrimonio culturale e dei poli museali Sì No
 f. Sviluppo urbano Sì No
 g. Altro (*specificare*)

12. In generale, come considera il ruolo svolto dal FESR per la crescita economica, l'innovazione, la sostenibilità ambientale e l'aumento della qualità della vita?

- Irrilevante
Positivo
Ha portato benefici notevoli
Assolutamente fondamentale

Altri programmi operativi (PO)

13. Ha mai sentito parlare del Fondo Sociale Europeo (FSE), del Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Suroale (PSR FEASR), del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) e del PO Interreg Italia Francia marittimo?

- Sì, so di che cosa si tratta
Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
No

Informazioni sull'intervistato

Genere

- Maschio
Femmina

Anno di nascita

.....

Titolo di studio

- Laurea
Diploma universitario
Diploma scuola media superiore
Scuola media inferiore
Nessun titolo

Condizione occupazionale

- Occupato dipendente con contratto a tempo indeterminato
Occupato dipendente con contratto a termine
Occupato autonomo
Disoccupato
In cerca di prima occupazione
Casalinga
Studente
Pensionato
Altro (*specificare*)

Se occupato passa alla prossima domanda

Professione

- Imprenditore
Dirigente/quadro
Libero professionista
Lavoratore in proprio (commerciante, artigiano)
Operaio specializzato/generico
Altro lavoro dipendente

QUESTIONARIO PER LE IMPRESE NON BENEFICIARIE

Buongiorno, stiamo svolgendo un'indagine statistica per conto della Regione Toscana.
Il questionario è anonimo e i suoi dati saranno utilizzati solo a fini statistici e nel rispetto della legge sulla privacy.

Conoscenza dei fondi strutturali e di investimento europei (fondi SIE)

1. È a conoscenza del fatto che la Regione Toscana gestisce risorse dell'Unione Europea, per contribuire al progresso economico e sociale del territorio e della sua popolazione?

Sì
No

2. Ha mai sentito parlare del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale POR CreO FESR?

a. Sì, so di che cosa si tratta
b. Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
c. Sì, ne ho beneficiato
d. No

Se 2 = "No" vai a domanda 12

3. Come è venuto a conoscenza dell'esistenza del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR)/ POR CreO FESR e delle opportunità offerte alle imprese? (risposta multipla)

a) Attraverso affissioni (manifesti, locandine)	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
b) Attraverso volantini, brochure	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
c) Attraverso pubblicità su stampa	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
d) Attraverso pubblicità su radio	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
e) Attraverso pubblicità su tv locali	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
f) Attraverso pubblicità sul web	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
g) Attraverso eventi (seminari, workshop)	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
h) Attraverso associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, consulenti, professionisti e enti locali	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
i) Attraverso le pagine web dedicate al FESR del portale Regione Toscana	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
j) Attraverso il passaparola	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
k) Attraverso i Social network	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
l) Attraverso messaggistica istantanea (whatsapp e telegram)	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
m) Attraverso la newsletter del POR CreO FESR	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
n) Lavora/ha lavorato nel settore dei Fondi europei	Sì <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>

Domanda 4 da fare solo se l'intervistato ha risposto "Sì" all'opzione c, d, e della domanda 3

4. Se ha conosciuto il Fondo FESR/ POR CreO attraverso pubblicità su stampa, radio o TV, può dirmi come giudica l'utilità dell'informazione ricevute?

Soddisfacente
Abbastanza soddisfacente
Per niente soddisfacente
Non so

Domanda 5 da fare solo se l'intervistato ha risposto "Sì" all'opzione k della domanda 3

5. Se ha conosciuto il Fondo FESR /POR CreO attraverso i social network quali tra questi ha utilizzato:?

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Linkedin
- Instagram

6. Come giudica il livello di trasparenza e chiarezza delle informazioni ricevute?

Esprima un valore da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo)

.....

7. Conosce le pagine dedicate al Fondo Europeo di Sviluppo regionale/POR CreO FESR all'interno del portale Regione Toscana?

- Sì
- No

Se 7 = "No" vai a domanda 9

8. Come giudica la sezione di riferimento del Fondo Europeo di Sviluppo regionale/POR CreO FESR? www.regione.toscana.it/porcreo-fesr-2014-2020

	Scarso	Mediocre	Sufficiente	Buono
Raggiungibilità				
Facilità d'uso				
Chiarezza				
Completezza				
Aggiornamento				
Affidabilità				
Utilità				
Gradevolezza estetica				
Modulistica				

9. Sa che la Tramvia fiorentina è un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR?

- Sì
- No

10. La sua azienda ha mai provato a partecipare a un bando/avviso per i finanziamenti a valere sul POR FESR?

- Sì
- No

Se 10 = "Sì" vai a domanda 12

11. Quali sono le principali motivazioni per le quali la sua azienda non ha mai provato a partecipare a un bando/avviso?

- Mancanza di informazione
- Complessità dell'informazione
- Mancanza di interesse
- Altro (*specificare*)

Altri programmi operativi (PO)

12. Ha mai sentito parlare del Fondo Sociale Europeo (FSE), del Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Suroale (PSR FEASR), del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) e del PO Interreg Italia Francia marittimo

- Sì, so di che cosa si tratta
- Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
- No

Informazioni sull'intervistato

Comune sede legale dell'azienda

.....

Ruolo aziendale

- Titolare/legale rappresentante
- Amministratore delegato
- Project manager
- Responsabile relazioni esterne/marketing/comunicazione

Macrosettore Attività

- Manifatturiero ed estrattivo
- Costruzioni
- Commercio ingrosso e dettaglio/ riparazioni auto e moto
- Servizi di informazione e comunicazione
- Attività finanziarie e assicurative
- Attività immobiliari
- Attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrative e di supporto
- Altro (*specificare*)

Classe dipendenti

- 1 - 9
- 10 - 49
- + 49
- Non risponde

Dimensione dell'impresa

- Micro
- Piccola
- Media
- Grande

QUESTIONARIO PER LE IMPRESE BENEFICIARIE

Buongiorno, stiamo svolgendo un'indagine statistica per conto della Regione Toscana.
Il questionario è anonimo e i suoi dati saranno utilizzati solo a fini statistici e nel rispetto della legge sulla privacy.

Conoscenza dei fondi strutturali e di investimento europei (fondi SIE)

1. È a conoscenza del fatto che la Regione Toscana gestisce risorse dell'Unione Europea, per contribuire al progresso economico e sociale del territorio e della sua popolazione?

Sì
No

2. Ha mai sentito parlare del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale POR CreO FESR?

a. Sì, so di che cosa si tratta
b. Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
c. Sì, ne ho beneficiato
d. No

Se 2 = "No" vai a domanda 13

3. Come è venuto a conoscenza dell'esistenza del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR)/ POR CreO FESR e delle opportunità offerte alle imprese? (risposta multipla)

o) Attraverso affissioni (manifesti, locandine) Sì No
p) Attraverso volantini, brochure Sì No
q) Attraverso pubblicità su stampa Sì No
r) Attraverso pubblicità su radio Sì No
s) Attraverso pubblicità su tv locali Sì No
t) Attraverso pubblicità sul web Sì No
u) Attraverso eventi (seminari, workshop) Sì No
v) Attraverso associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, consulenti, professionisti e enti locali Sì No
w) Attraverso le pagine web dedicate al FESR del portale Regione Toscana Sì No
x) Attraverso il passaparola Sì No
y) Social network Sì No
z) Attraverso messaggistica istantanea (whatsapp e telegram) Sì No
aa) Attraverso la newsletter del POR CreO FESR Sì No
bb) Lavora/ha lavorato nel settore dei Fondi europei Sì No

Domanda 4 da fare solo se l'intervistato ha risposto "Sì" all'opzione c, d, e della domanda 3

4. Se ha conosciuto il Fondo FESR/POR CreO attraverso pubblicità su stampa, radio o TV, può dirmi come giudica l'utilità dell'informazione ricevute?

Soddisfacente
Abbastanza soddisfacente
Per niente soddisfacente
Non so

Domanda 5 da fare solo se l'intervistato ha risposto "Sì" all'opzione k della domanda 3

5. Se ha conosciuto il Fondo FESR /POR CreO attraverso i social network quali tra questi ha utilizzato:?

- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Linkedin
- Instagram

6. Come giudica il livello di trasparenza e chiarezza delle informazioni ricevute?

Esprima un valore da 1 molto negativo a 5 molto positivo

.....

7. Conosce e utilizza le pagine dedicate al Fondo Europeo di Sviluppo regionale/POR CreO FESR all'interno del portale Regione Toscana?

- Sì
- No

Se 7 = "No" vai a domanda 9

8. Come giudica la sezione di riferimento del Fondo Europeo di Sviluppo regionale/POR CreO FESR? www.regione.toscana.it/porcreo-fesr-2014-2020

	Scarso	Mediocre	Sufficiente	Buono
Raggiungibilità				
Facilità d'uso				
Chiarezza				
Completezza				
Aggiornamento				
Affidabilità				
Utilità				
Gradevolezza estetica				
Modulistica				

9. Sa che la Tramvia fiorentina è un progetto cofinanziato dal POR CreO FESR?

- Sì
- No

10. Ha ricevuto istruzioni riguardo agli obblighi dei beneficiari dei finanziamenti del POR FESR in materia informazione e pubblicità (apposizione di targhe, cartelloni e poster, uso del logo e della banda loghi su materiali promozionali e siti web)?

- Sì
- No

Se 10 = "No" vai a domanda 13

11. Dove ha reperito le informazioni in merito agli adempimenti in materia di comunicazione? (risposta multipla)

- Pagine dedicate POR-CREO FESR Sito web Regione Toscana (Kit per i beneficiari)
- Bando/Avviso pubblico di riferimento
- Pagine degli organismi intermedi dedicate agli interventi
- Comunicazioni dirette (mail, pec)

- Attraverso associazioni di categoria, camere di commercio, poli e distretti tecnologici, università, consulenti, professionisti e enti locali
- Newsletter
- Canali social
- Altro (*specificare*)

12. Come giudica le informazioni ricevute?

- Soddisfacenti
- Adeguate
- Non complete
- Inadeguate

Altri programmi operativi (PO)

13. Ha mai sentito parlare del Fondo Sociale Europeo (FSE), del Fondo Europeo per l'Agricoltura e lo Sviluppo Surore (PSR FEASR), del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) e del PO Interreg Italia Francia marittimo?

- Sì, so di che cosa si tratta
- Sì, ma non so esattamente di cosa si tratta
- No

Informazioni sull'intervistato

Comune sede legale dell'azienda

.....

Ruolo aziendale

- Titolare/legale rappresentante
- Amministratore delegato
- Project manager
- Responsabile relazioni esterne/marketing/comunicazione

Macrosettore Attività

- Manifatturiero ed estrattivo
- Costruzioni
- Commercio ingrosso e dettaglio/ riparazioni auto e moto
- Servizi di informazione e comunicazione
- Attività finanziarie e assicurative
- Attività immobiliari
- Attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrative e di supporto
- Altro (*specificare*)

Classe dipendenti

- 1 - 9
- 10 - 49
- + 49
- Non risponde

Dimensione dell'impresa

- Micro
- Piccola
- Media
- Grande