



Unione europea
Fondo sociale europeo



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Provincia Autonoma di Trento

Programma Operativo Obiettivo 2 FSE 2007 - 2013

Piano di comunicazione

INDICE

Introduzione	3
1. Analisi del contesto	4
1.1 L'esperienza della programmazione FSE 2000/2006	4
1.2. Valutazione ex ante	10
2. Gli obiettivi del Piano	14
3. I destinatari della comunicazione	15
3.1 I potenziali beneficiari	15
3.2 I beneficiari	16
3.3 Il pubblico	16
4. La strategia di comunicazione	19
5. I contenuti del Piano	23
5.1 Contenuto obbligatorio ex art. 7 del Regolamento CE 1828/2006	23
5.2 Altri interventi informativi e pubblicitari	25
5.2.1 Interventi diretti al grande pubblico	25
5.2.2 Interventi diretti ai potenziali beneficiari	26
5.2.3 Interventi diretti ai beneficiari	27
6. Gli strumenti della comunicazione	28
7. Le modalità di attuazione del Piano	30
7.1 L'Ufficio responsabile dell'attuazione	30
7.2 Il Gruppo Comunicazione FSE	32
7.3 L'agenda annuale della comunicazione del FSE	32
7.4 Le responsabilità dei beneficiari	32
7.5 Modalità di sorveglianza del Piano di comunicazione	33
7.6 Modalità di revisione del Piano	33
7.7 Rete e scambio di esperienze	33
8. Bilancio indicativo per l'attuazione del Piano	34
9. Calendario	36
10. Monitoraggio e valutazione	37
10.1 Il sistema di monitoraggio	37
10.2 La valutazione delle attività realizzate	38
10.2.1 Valutazione sulla visibilità del Programma Operativo	39
10.2.2 Valutazione sulla consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità europea	40
Allegato 1	41
Regole di base per la composizione dell'emblema e indicazione dei colori standard	

Introduzione

Il presente documento costituisce il Piano di comunicazione relativo al Programma Operativo FSE obiettivo 2 2007/2013 della Provincia Autonoma di Trento.

Secondo quanto disposto dall'art. 2, paragrafo 2, del Regolamento CE 1828/2006, tale Piano definisce:

- gli obiettivi e i gruppi di destinatari;
- la strategia e il contenuto degli interventi informativi e pubblicitari destinati ai potenziali beneficiari, ai beneficiari e al pubblico, tenendo conto del valore aggiunto del sostegno comunitario a livello nazionale, regionale e locale;
- il bilancio indicativo necessario per l'attuazione del piano;
- gli Organismi amministrativi responsabili dell'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari;
- un'indicazione del modo in cui gli interventi informativi e pubblicitari andranno valutati in termini di visibilità del Programma operativo e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità.

Il quadro normativo di riferimento del Piano è rappresentato da:

- il Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio dell'11 luglio 2006 "recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e che abroga il regolamento (CE) n. 1260/1999";
- il Regolamento (CE) N. 1081/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio "relativo al Fondo sociale europeo e recante abrogazione del regolamento (CE) n. 1784/1999"
- le disposizioni contenute nel Capo II - Sezione 1 del Regolamento (CE) N. 1828/2006 dell'8 dicembre 2006 "che stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e del regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale";
- la strategia europea sulla comunicazione, con particolare riferimento
 - al Piano d'azione relativo al miglioramento della comunicazione sull'Europa,
 - al Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito,
 - all'Iniziativa europea per la trasparenza,
 - alla Comunicazione della Commissione europea al Parlamento, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni del 3 ottobre 2007 "Insieme per comunicare l'Europa".

Per l'elaborazione del presente documento, si è proceduto secondo un processo articolato nelle seguenti fasi:

1. analisi del contesto di riferimento, allo scopo di identificare la situazione di partenza sia in termini di esperienza maturata nel corso della programmazione precedente sia allo scopo di individuare i fabbisogni informativi dei destinatari delle attività di comunicazione. A questo proposito è stata operata una ricognizione su quanto realizzato nel periodo 2000/2007 ed è stata realizzata una valutazione ex ante sui fabbisogni informativi relativamente al Fondo Sociale Europeo nel contesto provinciale.
2. In base ai risultati emersi da tale analisi sono stati definiti:
 - gli obiettivi da raggiungere,
 - i destinatari della comunicazione,
 - la strategia di comunicazione,
 - i contenuti e gli strumenti da adottare,
 - i metodi di verifica e misurazione dei risultati raggiunti.

1. Analisi del contesto

Punto di partenza del processo di definizione del presente Piano di comunicazione è l'analisi del contesto provinciale in relazione al tema del Fondo sociale europeo, allo scopo di identificare gli obiettivi, la strategia, nonché le attività e gli strumenti più idonei per porre in essere un'attività di comunicazione efficace, in conformità alle norme poste dai Regolamenti sui Fondi strutturali della programmazione 2007-2013.

Nella nuova programmazione è stato ulteriormente sottolineato come la comunicazione rivesta un ruolo fondamentale nell'attuazione dei Programmi operativi come strumento indispensabile anche per valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi. Per tali ragioni la stesura del presente Piano è stata preceduta da un'attenta analisi del contesto provinciale, sia operando una ricognizione di quanto realizzato nella programmazione 2000-2006, che costituisce il bagaglio di esperienza della Provincia Autonoma di Trento relativamente al Fondo sociale europeo, sia svolgendo un'indagine sui fabbisogni informativi di alcuni importanti gruppi di destinatari della comunicazione.

1.1 L'esperienza della programmazione FSE 2000/2006

Il presente piano di comunicazione trova come fondamento per le attività da realizzare nel periodo 2007/2013, l'esperienza maturata nel corso della programmazione 2000-2006, ossia le misure attivate a livello provinciale per assicurare la pubblicità delle azioni previste nel Programma operativo FSE obiettivo 3 della Provincia Autonoma di Trento, contenute nel Piano Informazione e Pubblicità - Annesso 4 del Complemento di programmazione provinciale 2000-2006.

In particolare, lo stanziamento finanziario triennale 2004-2006 per la realizzazione del Piano è stato pari ad Euro 441.877,73 a valere sulla Misura F2, cui si sono peraltro aggiunti ulteriori investimenti per attività complementari o specificamente orientate su target determinati.

Tale piano di informazione e pubblicità, infatti, ha introdotto per la prima volta, per quanto riguarda le azioni di informazione e pubblicità, degli strumenti avanzati di programmazione pluriennale, di applicazione di "buone pratiche" e di autovalutazione, costituendo un indubbio progresso rispetto ai periodi precedenti sia a livello di pianificazione strategica della comunicazione, che di ricaduta ed implementazione della stessa. Le principali azioni di informazione e pubblicità intraprese nella programmazione 2000-2006, in attuazione del l'allora vigente Piano di informazione e pubblicità sono state le seguenti:

2000

- Implementazione del sito web della Provincia Autonoma di Trento, nella sezione riservata al Servizio Addestramento e Formazione Professionale (www.provincia.tn.it/addestram), con inserimento di tutta la documentazione relativa alla programmazione 2000-2006, dei documenti sui lavori del Comitato di Sorveglianza (con accesso regolato da password per i membri dello stesso), oltre ai bandi, agli avvisi pubblici e alla documentazione a supporto dell'assegnazione dei contributi FSE.
- Invio a tutti gli enti iscritti nell'elenco dei soggetti abilitati a presentare proposte progettuali e a tutti i richiedenti del materiale inerente la programmazione 2000-2006.
- Attivazione di un numero verde per chiedere informazioni sui progetti approvati e/o realizzati, al fine di garantire la trasparenza nei confronti dei beneficiari potenziali e garantire la loro partecipazione agli interventi cofinanziati dal FSE per l'anno 2000.
- Pubblicazione di 40.000 depliant illustrativi per la promozione e divulgazione delle opportunità connesse al Fondo sociale europeo in via generale nonché al ventaglio di interventi formativi attivati (con i criteri di ammissione ai corsi, le modalità di accesso, i criteri di preferenza, le agevolazioni, le modalità ed i tempi di iscrizione, ecc.).
- Allestimento di uno stand espositivo In occasione della Fiera del Lavoro, allo scopo di informare i beneficiari potenziali sulle azioni a cofinanziamento FSE ed aumentare la notorietà nell'opinione pubblica del ruolo svolto dall'Unione Europea.

- Pubblicazione di quattro guide informative, distribuite anche attraverso direct mailing, con riferimento agli interventi formativi a cofinanziamento FSE per l'anno 2000, al fine di garantire la trasparenza e l'accesso ai corsi da parte dei beneficiari potenziali. Le stesse, peraltro, sono state anche pubblicate all'interno del sito internet.
- Realizzazione di una campagna informativa sugli interventi formativi a cofinanziamento FSE per l'anno 2000, con pubblicazioni sulle riviste ed i quotidiani più diffusi a livello locale, spot radiofonici e televisivi sui media locali, affissioni nelle strade, sugli autobus e sui treni locali, nonché sugli abbonamenti e biglietti emessi dagli impianti a frequenza pubblica.
- Avvio della predisposizione di una gara d'appalto triennale per l'ideazione, progettazione e realizzazione dei servizi di comunicazione e pubblicizzazione delle attività relative al Programma Operativo, articolata in tre lotti:
 - lotto A) ideazione, progettazione e realizzazione di campagne promo-pubblicitarie;
 - lotto B) ideazione, esecuzione e realizzazione di attività convegnistica;
 - lotto C) progettazione, esecuzione, realizzazione e fornitura di documentazione stampata,

2001

- Implementazione e aggiornamento dei contenuti del sito web.
- Attivazione di un numero verde per chiedere informazioni sui progetti approvati e/o realizzati, al fine di garantire la trasparenza nei confronti dei beneficiari potenziali e garantire la loro partecipazione agli interventi cofinanziati dal FSE nel 2001.
- Allestimento di uno stand espositivo in occasione della Fiera del Lavoro.
- Pubblicazione, con riferimento agli interventi formativi a cofinanziamento FSE per l'anno 2001, di 10.000 copie della Guida alla formazione superiore, 6.000 copie della Guida allo sviluppo di professionalità al femminile e 12.000 copie della Guida alla formazione permanente. Le stesse, peraltro, sono state anche pubblicizzate all'interno del sito Internet e spedite per posta a tutti i diplomati e laureati degli ultimi due anni e a chi ne ha fatto richiesta.
- Stampa del Rapporto annuale di esecuzione, anno 2000.
- Campagna informativa con inserzioni sulle riviste ed i quotidiani più diffusi a livello locale, articoli redazionali su riviste locali, locandine e depliant distribuiti sul territorio provinciale (locali pubblici, circoli sportivi, mense private e pubbliche, sedi delle facoltà universitarie, centri estetici, supermercati, ecc.).
- Campagna informativa sul bando della Misura D1 per l'anno 2001 con: pubblicazione sul sito web, attività di mailing presso le aziende trentine, inserzioni sulle riviste e quotidiani locali, articoli redazionali su riviste locali, locandine e depliant distribuiti alle aziende sul territorio provinciale.
- Campagna informativa diretta alle scuole, agli alunni ed alle loro famiglie, per orientare alla scelta dei percorsi di formazione di base, con distribuzione di locandine e depliant sul territorio provinciale c/o le Scuole medie inferiori.
- Attivazione presso il Servizio Addestramento e Formazione Professionale di uno Sportello Informativo e di Orientamento, con erogazione dei seguenti servizi:
 - distribuzione delle guide e del materiale informativo;
 - informazioni sulle opportunità offerte per l'anno 2001 (percorsi formativi, modalità di accesso, tempi di attivazione,...);
 - consulenza individuale alla scelta del percorso formativo alla luce del curriculum personale;
 - consulenza *online*.

2002

- Aggiudicazione della gara d'appalto per i servizi di comunicazione.
- Prosecuzione dell'attività dello Sportello di Orientamento formativo.
- Aggiornamento del sito web della Provincia Autonoma di Trento, nella sezione riservata al Servizio Addestramento e Formazione Professionale (www.provincia.tn.it/addestram).
- Campagna informativa per la promozione dello Sportello di Orientamento Informativo e dell'evento "Futura Operazione Formazione. Incontri sulla formazione superiore".

Per tale campagna di pubblicizzazione sono stati scelti dei testimonial veri, cioè giovani che avessero seguito corsi di formazione superiore negli anni precedenti e che, quindi, potessero testimoniare la loro personale esperienza.

Per raggiungere il target di riferimento (giovani neo laureati e neo diplomati) è stato utilizzato un mix di media in modo sinergico: stampa su quotidiani, spot radiofonici, diapofilm nei cinema del territorio, locandine e depliant, stand presso stazioni dei treni e delle corriere, sponsorizzazioni

- Realizzazione dell'evento "FUTURA Operazione Formazione - Incontri sulla formazione superiore", contenente al suo interno due momenti: un convegno internazionale e l'allestimento di un'area incontri.
 - Realizzazione del convegno internazionale "Bianco e nero nella società dell'informazione: le sfide per l'Europa" - 7 e 8 novembre 2002
 - Allestimento di uno spazio espositivo a disposizione di tutti gli organismi gestori interessati a promuovere/pubblicizzare le proprie attività di formazione superiore (Misure C3 ed E1) per l'anno 2002-2003. Uno stand è stato allestito anche per lo Sportello di orientamento formativo .
- Pubblicazione, con riferimento agli interventi formativi a cofinanziamento FSE per l'anno 2002/03, di 15.000 copie della Guida alla formazione superiore.
- Stampa del Rapporto annuale di esecuzione, anno 2001.

2003

- Implementazione dello Sportello di Orientamento Formativo, che è diventato Territoriale, strutturato cioè in una sede centrale, collocata a Trento in Viale Verona n. 141, e in dieci sedi decentrate sul territorio, riferite a ciascuna area comprensoriale in cui è suddivisa la provincia di Trento.
- Implementazione del sito web della Provincia Autonoma di Trento, nella sezione riservata al Servizio Addestramento e Formazione Professionale (www.provincia.tn.it/addestram).
- Attivazione di uno sportello a supporto degli organismi di formazione per le procedure di accreditamento
- Attivazione di un numero verde e di indirizzi email dedicati, per meglio assistere gli Operatori nell'espletamento delle procedure di gestione e monitoraggio delle attività a cofinanziamento Fondo Sociale Europeo.
- Promozione dello Sportello di Orientamento Informativo e dei percorsi formativi contenuti nella Guida alla formazione superiore anno 2002, ma in fase di avvio nel 2003, attraverso la pubblicazione un messaggio istituzionale di tipo informativo sui principali quotidiani locali, con lo slogan "VIENI A SCEGLIERE IL TUO FUTURO"
- Campagna informativa dedicata alla promozione dei corsi di formazione superiore 2003 (post qualifica, post-diploma e post-laurea) dal titolo "DALLE PAROLE AI FATTI"

È stata studiata una comunicazione molto incisiva e sintetica, di forte potere evocativo, tramite immagini e indicazioni chiare e sintetiche, declinata con una pianificazione a 360° su: quotidiani, cinema, radio, pendoli autobus urbani, tabelle treni FS, depliant, espositori e locandine per la distribuzione, mailing di locandine ai centri sportivi, di ritrovo ecc., sponsorizzazione presso il Palazzetto dello Sport di Trento

- Campagna informativa per la promozione dei voucher formativi, dal titolo "PENSA AL TUO FUTURO - È IL MOMENTO BUONO PER IMPARARE"

La campagna è stata destinata a tutta la popolazione attiva (dai 15 ai 64 anni) ed ha avuto per oggetto un messaggio istituzionale di tipo informativo circa la nuova opportunità offerta dai buoni formativi individuali per le aree lingue straniere e informatica dal livello base all'intermedio. Elemento cardine su cui si è puntato per l'elaborazione della nuova idea creativa della campagna è stato il meccanismo di accesso a tali corsi. La logica tradizionale, infatti, viene ribaltata: è il cittadino a diventare "protagonista" della propria formazione, "spendendo" il proprio buono formativo gratuito tra uno dei percorsi inseriti in un apposito catalogo. Allo scopo è stata elaborata un'immagine di campagna unica, distintiva e forte, con contenuto di testo esaustivo, rendendo rispondente il format grafico al nuovo target, pur mantenendo una veste di comunicazione istituzionale. L'idea creativa così proposta, è stata quindi adattata ai vari mezzi su cui è stata espletata: stampa quotidiana e periodica, spot radio, diapofilm nei cinema, affissioni sui mezzi di trasporto locali, depliant, espositori e locandine, mailing, sponsorizzazione presso il Palazzetto dello Sport

- Seminario di presentazione della pubblicazione intitolata "La Formazione Professionale in Provincia di Trento: Dimensioni e Performance" - 30 maggio 2003
- Seminario di studi intitolato "Il cittadino diventa protagonista della propria formazione. Fondo Sociale Europeo: nuove opportunità di intervento attraverso i voucher formativi" - 18 settembre 2003
- Pubblicazione del "Programma annuale delle attività per la formazione professionale 2002-2003 - Sezione delle attività a cofinanziamento Fondo Sociale Europeo".

- Stampa di 17.000 copie del volume intitolato “La Formazione Professionale in Provincia di Trento: Dimensioni e Performance”.
- Pubblicazione di 20.000 copie della Guida alla formazione superiore, con riferimento agli interventi formativi a cofinanziamento Fse per l'anno 2003.
- Pubblicazione di 15.000 copie del catalogo dei voucher formativi - area lingue straniere e 15.000 copie di quello dell'area informatica.
- Stampa del Rapporto annuale di esecuzione, anno 2002.

2004

- Progettazione grafica del banner per il nuovo sito Internet.
Ideazione di un nuovo banner che, attraverso il mirino sullo slogan “FONDO SOCIALE EUROPEO - OBIETTIVO LAVORO”, intende fornire un messaggio chiaro e diretto sulle finalità del Fondo sociale europeo quale strumento della Strategia Europea per l'Occupazione.
- Campagna istituzionale sul Fondo sociale europeo - primavera 2004.
Gli elementi cardine su cui si è puntato per l'elaborazione della nuova campagna sono stati il ruolo ed i risultati ottenuti attraverso il Fondo sociale europeo. Il titolo dell'annuncio, rivolto alla generalità dei cittadini, è stato: “FONDO SOCIALE EUROPEO - AL SERVIZIO DELLA SOCIETÀ E DEL MONDO DEL LAVORO”. Per la campagna, che doveva svolgere una funzione sia di tipo pubblicitario/attrattivo che di informazione/servizio, è stata scelta un'idea creativa che fosse accattivante nella parte grafica (visual), ma diretta, sintetica, chiara ed esaustiva nei testi. L'idea creativa così proposta è stata veicolata attraverso la stampa quotidiana e periodica locale, per un numero complessivo di undici uscite. Sono state anche stampate le locandine, riproducenti l'immagine della campagna istituzionale, ed affisse e inviate a centri culturali, istituzionali e scolastici, nonché fornite agli Uffici della Provincia ed alle sedi territoriali dello Sportello di Orientamento Formativo.
- Uscite redazionali / publi-redazionali - primavera 2004.
Pubblicazione di redazionali e publi-redazionali sulla stampa quotidiana e periodica a diffusione locale per informare ed aggiornare l'opinione pubblica trentina sulle attività che si sono potute realizzare a livello locale grazie al finanziamento del Fondo sociale europeo. In particolare, sono stati pubblicati quattro redazionali con lo scopo di informare la generalità dei cittadini sui servizi offerti dallo Sportello di Orientamento Formativo Territoriale, riservando un'attenzione particolare al nuovo strumento dei buoni formativi individuali.
- Campagna dedicata alla promozione dei percorsi di formazione superiore 2004 (post-diploma e post-laurea) con lo slogan “NUMERI che parlano di PERSONE VERE”.
La campagna è stata avviata nel mese di settembre con lo slogan “NUMERI che parlano di PERSONE VERE”. Per la campagna di pubblicizzazione sono infatti stati utilizzati dei testimonial reali. La loro individuazione è stata possibile grazie alla collaborazione degli Organismi gestori delle attività specifiche: sono stati scelti alcuni giovani che avevano partecipato ai percorsi di formazione superiore nel 2003 e che desideravano testimoniare la loro personale esperienza. E' stata studiata una comunicazione molto incisiva e sintetica, di forte potere evocativo, che, rispetto alle campagne precedenti, tenesse conto anche del ruolo ormai consolidato dello Sportello di Orientamento Formativo. La campagna è stata declinata pianificando un calibrato mix di mezzi, in modo da toccare tutti i possibili canali di informazione dei giovani: stampa quotidiana locale, cinema, campagna radiofonica, affissioni su autobus urbani e su treni FS a percorrenza interregionale, depliant, mailing con locandine ai centri sportivi, di ritrovo ecc.
- Incontri di presentazione del dispositivo dei Buoni Formativi.
Tenuto conto del successo ottenuto dall'introduzione sperimentale dei buoni formativi a domanda individuale, si è resa necessaria la programmazione, nei primi mesi del 2004, di una serie di cinque incontri con gli Organismi affidatari di tali attività, allo scopo di chiarire le modalità gestionali della gara d'appalto. Per questo tipo di interventi, infatti, si è proceduto mediante una gara d'appalto elaborata ad hoc, caratterizzata quindi da aspetti innovativi rispetto alle normali azioni cofinanziate dal Fondo sociale europeo. Si è ritenuto opportuno organizzare anche sette incontri sul territorio provinciale per informare istituti comprensivi, associazioni imprenditoriali, ecc.. sulle possibilità derivanti da un corretto utilizzo del buono formativo per i cittadini dei singoli Comprensori, certi che la diffusione capillare dell'informazione su queste innovative modalità di formazione possa essere una delle chiavi di successo del modello sperimentato. Nella stessa ottica, si è cercato di coinvolgere anche scuole, istituzioni ed associazioni distribuite sul territorio in modo che collaborassero con gli Organismi affidatari e mettessero a disposizione le strutture eventualmente necessarie per l'avvio di percorsi formativi nelle aree periferiche del territorio provinciale (aree periferiche).
- Seminario di presentazione della pubblicazione intitolata “Casi di valutazione - Processi valutativi ed azioni formative” - 16 settembre 2004.
Il seminario è stato organizzato con lo scopo di presentare agli operatori del settore formativo, in particolare a quelli accreditati per la realizzazione di attività con il contributo del Fondo sociale europeo, la pubblicazione di Alberto Vergani, intitolata “Casi di valutazione - Processi valutativi ed azioni formative”. Le copie del volume sono state date in omaggio a tutti i partecipanti al seminario, inviate a tutti coloro che ne hanno fatto richiesta e poste in distribuzione/consultazione nella bacheca dell'Ufficio Fondo sociale europeo e del SOFT.

- Implementazione del sito web dell'Ufficio Fondo sociale europeo.
- Prosecuzione delle azioni di accompagnamento per Operatori (consulenza per l'accreditamento, la presentazione dei progetti e la gestione, assistenza tecnica, email dedicate, incontri ad hoc).
- Stampa del Rapporto annuale di esecuzione, anno 2003.

2005

- Campagna pubblicitaria dal titolo "DONNA, MADRE, LAVORATRICE? Oggi si può, grazie ai Buoni di servizio della Provincia Autonoma di Trento", finalizzata a promuovere una nuova opportunità a favore delle madri lavoratrici (Misura E1) nella forma di Buoni di Servizio o di Accompagnamento per poter accedere a servizi di cura e di educazione dei figli.

Per la campagna pubblicitaria è stata scelta una linea di comunicazione molto accattivante, con un messaggio di forte presa sul target di riferimento -donne e in particolare madri lavoratrici- arricchita anche da dettagliate informazioni. Il tono interrogativo dello slogan, "Donna, madre. Lavoratrice?", si rivolge direttamente al target in quanto richiama il dubbio che sorge nella donna quando si pone la domanda: ce la farò da sola? Subito dopo viene proposta la soluzione che consente di "farcela da sola": i buoni della Provincia. L'immagine chiave della campagna è un orologio, ben evidenziato dalle immagini fotografiche dei vari materiali comunicazionali, evocativo della cronica mancanza di tempo, nonché della molteplicità dei ruoli della donna, madre e lavoratrice. L'idea creativa è stata declinata sui vari mezzi di comunicazione selezionando quelli che consentono di raggiungere questo target nel modo più efficace possibile, soprattutto nella sua quotidianità: stampa quotidiana; inserti (depliant) sulla stampa periodica (tra cui alcuni periodici femminili quale ad es. "Donna Moderna"), spot radio, tabella bus, manifesti nei centri commerciali, locandine, espositori da banco con depliant.

- Campagna dedicata alla promozione dei percorsi di formazione superiore 2005 (post-diploma e post-laurea) con lo slogan "FORMAZIONE VINCENTE".

Partendo dai dati relativi agli esiti dei corsi realizzati negli anni precedenti, per mantenere così anche una continuità con le passate campagne pubblicitarie, è stata studiata una comunicazione molto incisiva e sintetica, con un'immagine di ragazzi qualunque, presi nella quotidianità, positivi e sorridenti perché hanno vinto la loro sfida: hanno trovato occupazione dopo aver frequentato un corso del Fondo Sociale Europeo. La campagna è stata declinata pianificando un calibrato mix di mezzi - stampa quotidiana locale, spot radio, locandine, tabelle e pendoli su treni locali e regionali - in modo da raggiungere il target interessato sia direttamente che indirettamente (attraverso genitori, parenti, amici, ecc.). Le locandine della campagna della formazione superiore sono state messe anche a disposizione degli Organismi gestori delle attività di formazione superiore, in modo che anch'essi potessero contribuire alla pubblicizzazione affiggendole presso le proprie sedi formative.

- Seminario dal titolo "Le politiche per le risorse umane in Europa: il Fondo sociale europeo, prospettive e suggestioni" - 13 e 14 dicembre 2005
- Stampa di 15.000 copie della Guida alla formazione superiore 2005/2006, relativa agli interventi formativi a cofinanziamento FSE - Misure C3 ed E1, post-diploma e post-laurea.
- Pubblicazione di:
 - 350 copie del volume "L'Europa delle prossimità" (comprensivo di CD-Rom) di Antonio Francioni.
 - 200 copie del volume "Lo sviluppo del capitale umano della Comunità Dolomitica Ladina" di Mauro Frisanco.
 - 200 copie del volume "Sistemi di riconoscimento delle competenze acquisite sul lavoro: esperienze europee e italiane a confronto" di Furio Bednarz, Gianfranco Coronas, Clementina Marinoni (versione italiana e inglese).
 - 350 copie del volume "Investire sulle risorse umane nell'Europa del Terzo Millennio" (comprensivo di CD-Rom) di Antonio Francioni, Giovanna Ottavini, Olga Turrini.
 - *l'Invito alla presentazione di ipotesi progettuali a cofinanziamento del FSE per l'anno 2005*, con la relativa documentazione per la progettazione: Manuale per la presentazione dei progetti e Guida alla procedura informatica,
 - Modalità e termini di presentazione e di valutazione dei progetti rientranti nella Misura D1 del FSE anno 2005, con relativa documentazione e con un Manuale per la presentazione delle ipotesi progettuali.
 - *Vademecum per l'accreditamento delle strutture formative* in provincia di Trento
 - *Vademecum/Guida per gli Enti gestori*, uno strumento di supporto didattico/progettuale propedeutico alla partecipazione ad attività cofinanziate. Il Vademecum è stato stampato dalla Provincia in circa 400 copie e distribuito a tutti gli Enti/Aziende
 - Rapporto annuale di esecuzione, anno 2004. Sono state inoltre realizzate 200 copie di CD, masterizzati e serigrafati, contenenti i Rapporti annuali anni 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.

- Nel 2005 sono inoltre state fatte due pubblicazioni nell'ambito delle seguenti gare europee:
 - "Formazione Formatori", pubblicazione di "Formazione Formatori - Materiali";
 - "Formazione Dirigenti scolastici", pubblicazione di un cofanetto contenente 6 volumi dal titolo "Quaderni formativi per la dirigenza dell'amministrazione scolastica e formativa della Provincia Autonoma di Trento".
- Prosecuzione delle azioni di accompagnamento per Operatori (consulenza per l'accreditamento, la presentazione dei progetti e la gestione, assistenza tecnica, email dedicate, incontri ad hoc...)

2006

- Campagna dedicata alla promozione dei percorsi di formazione superiore 2006 (post-diploma e post-laurea approvati nell'anno 2005) - avviata nel mese di maggio 2006 e ripresa a settembre - con lo slogan "FORMAZIONE VINCENTE".
- Seminario di studio e riflessione sulla proposta formulata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze in ordine al "Quadro di Riferimento Strategico Nazionale" Fondo Sociale Europeo - 23 maggio 2006.
- Seminario dal titolo "La nuove frontiere della Formazione" - 12 settembre 2006
- Seminario dal titolo "Il Fondo Sociale Europeo a sostegno della conciliazione di genere" - 27 settembre 2006
- Seminario dal titolo "Progetto interregionale Universidonna" - 3 ottobre 2006
- Seminario dal titolo "La formazione degli adulti: obiettivi e metodologie" - 16 novembre 2006
- Stampa di:
 - Vademecum delle buone prassi, strategie, criteri e innovazioni verso la modellizzazione della Sovvenzione Globale Piccoli sussidi relativo alla ricerca: "Combattere l'esclusione sociale: gli esiti della Sovvenzione globale", una ricerca qualitativa inerente i dispositivi relativi all'inclusione sociale, realizzata dalla Provincia Autonoma di Trento nell'ambito del progetto interregionale "Fare rete per l'inclusione sociale".
 - Rapporto annuale di esecuzione, anno 2005.
- Implementazione del sito web dell'Ufficio Fondo sociale europeo
- Prosecuzione delle azioni di accompagnamento per Operatori (consulenza per l'accreditamento, la presentazione dei progetti e la gestione, assistenza tecnica, email dedicate, incontri ad hoc..)

2007

- Incontro dal titolo "Restituzione degli esiti delle attività di monitoraggio/accompagnamento dei progetti FSE degli anni 2005-2006" - 22 gennaio 2007
- Seminario dal titolo "Lotta alle discriminazioni nel mercato del lavoro l'iniziativa comunitaria Equal - Le esperienze ed i risultati in provincia di Trento" - 17 maggio 2007
- Seminario dal titolo "Sperimentazioni in valutazione - Gli esiti delle innovazioni introdotte dalla Provincia Autonoma di Trento con il Fondo Sociale Europeo " - 23 maggio 2007
- Seminario dal titolo "Maturare consapevolezza di occupabilità da parte dei lavoratori over 45" - 5 luglio 2007 - Roma.
- Seminario internazionale dal titolo "Invecchiamento attivo: lavoro, lifelong learning, welfare. Idee a confronto" - 20 e 21 settembre 2007.
- Seminario internazionale dal titolo "Gli interventi per l'inclusione sociale del Fondo sociale europeo: esperienze europee a confronto" - 19 ottobre 2007 - Firenze.
- Pubblicazione dei volumi:
 - "Lavoro e invecchiamento attivo - Una ricerca sulle politiche a favore degli over 45", a cura di Michele Colasanto e Francesco Marcaletti
 - "Attivare gli anziani - Percorsi possibili in una società in transizione", di Francesco Gagliardi e Marco Accoranti
 - "L'orizzonte del lavoro - Il prolungamento dell'esperienza professionale nell'ageing society", di Francesco Marcaletti

- “Valutare la qualità - Gli interventi valutativi delle azioni del FSE ob. 3 (2000-2006) della Provincia Autonoma di Trento”, a cura di Michele Colasanto e Luciano Galetti;
- Pubblicazione della Guida alla formazione superiore 2007, relativa agli interventi formativi a cofinanziamento FSE - Misure C3 ed E1, post-diploma e post-laurea.
- Stampa e diffusione del Rapporto annuale di esecuzione, anno 2006.
- Implementazione del sito web dell'Ufficio Fondo sociale europeo.
- Prosecuzione delle azioni di accompagnamento per Operatori (consulenza per l'accreditamento, la presentazione dei progetti e la gestione, assistenza tecnica, email dedicate, incontri ad hoc).

1.2. Valutazione ex ante

Per la stesura del presente Piano si è ritenuto opportuno procedere ad una valutazione ex ante sui fabbisogni comunicativi di alcuni target di riferimento del Programma operativo, allo scopo di valutare la qualità e l'efficacia delle attività di comunicazione poste in essere nella precedente programmazione, esaminare le percezioni dei destinatari delle stesse, conoscere gli eventuali aspetti critici emersi, nonché per valutare il grado di conoscenza del valore aggiunto del ruolo della Comunità europea nell'ambito della politica di coesione, con particolare riferimento al Fondo sociale europeo. Nello specifico si è scelto di avviare tre attività valutative su:

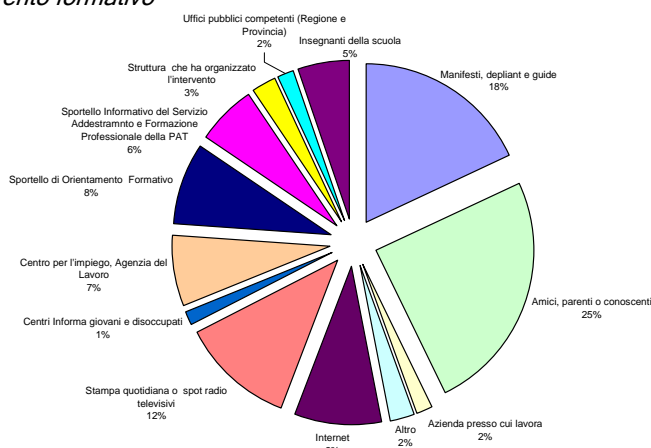
- partecipanti alle azioni cofinanziate dal FSE nel periodo 2000/2007, con particolare riferimento ai partecipanti alle azioni di formazione superiore post-laurea e post-diploma (Misure C3 ed E1);
- enti che risultano accreditati per l'affidamento in gestione delle azioni cofinanziate dal FSE nel corso dell'anno 2007;
- campione della popolazione in età lavorativa residente nella provincia di Trento.

a) Utenti

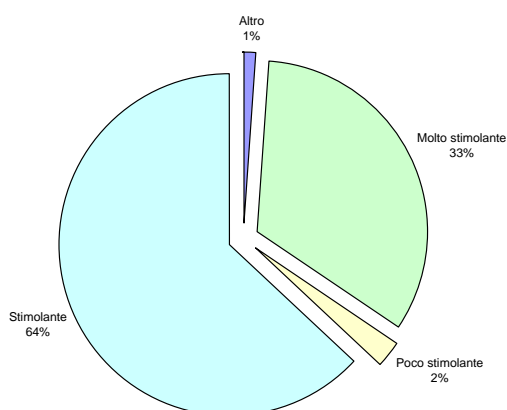
In ottemperanza a quanto previsto nel Piano Informazione e Pubblicità 2000/2006, sono stati predisposti questionari rivolti ai partecipanti agli interventi cofinanziati dal FSE in provincia di Trento, allo scopo di avere un riscontro puntuale sull'efficacia delle singole azioni realizzate. Difatti, alcuni punti della scheda di adesione/iscrizione agli interventi formativi sono riservati alla comunicazione, con particolare riferimento alla focalizzazione del rapporto media-target, alla verifica dell'impatto delle campagne pubblicitarie e dell'utilità/efficacia dello Sportello di orientamento formativo, lasciando spazio anche per eventuali suggerimenti/commenti da parte dei destinatari.

Grazie ad un'elaborazione statistica dei dati relativi alle schede di adesione di oltre 11.000 persone, con riferimento ai percorsi di formazione superiore (Misure C3 ed E1) realizzati nell'arco del periodo 2000/2007, si sono evidenziati i dati seguenti:

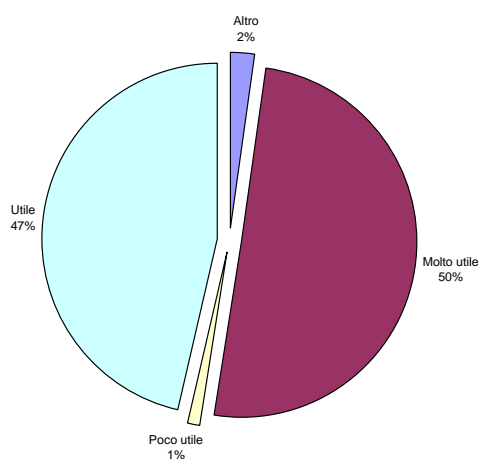
- Conoscenza dell'intervento formativo



- *Valutazione della campagna informativa (giudizio dato dalle persone che sono venute a conoscenza dell'intervento grazie alla campagna informativa)*



- *Valutazione dello Sportello di orientamento formativo territoriale*



b) Enti accreditati

A tutti gli enti che risultavano accreditati nel corso del 2007 (oltre 100 enti, tra cui istituti scolastici e formativi, società di consulenza, cooperative sociali ecc.) è stato chiesto di compilare un questionario online (CAWI - Computer Assisted Web Interview) attraverso il sistema Id Monitor, relativo alle diverse attività di informazione e pubblicizzazione svolte dall'Autorità di Gestione negli ultimi tre anni.

Il questionario somministrato agli enti è stato focalizzato sui seguenti ambiti:

- *Sito web*

I risultati evidenziano che l'utilizzo del sito è orientato quasi esclusivamente alla gestione dei progetti e solo in minima parte per scaricare documentazione o per cercare dati e informazioni. Il sito si rivela essere uno strumento molto utilizzato in quanto la frequenza media delle visite si attesta a circa 2 o 3 volte alla settimana. Molto buoni i risultati in merito alla facilità di utilizzo, alla navigazione tra le sezioni, alla chiarezza e qualità delle informazioni. Elementi deboli risultano invece essere la velocità di collegamento al sito, il design, l'organizzazione delle informazioni e l'aggiornamento non sempre tempestivo dei contenuti. Dalle indicazioni fornite, emerge in particolare la richiesta di arricchire il sito con ulteriore documentazione e contatti ad altre istituzioni di riferimento in ambito comunitario e nazionale e la possibilità di inviare domande direttamente dal sito.

- *Eventi (seminari, convegni) realizzati negli ultimi tre anni in tema di FSE*

Alta partecipazione agli eventi, con una valutazione molto buona a proposito dell'utilità, della chiarezza e della qualità delle informazioni fornite prima dell'evento.

- *Campagne informative realizzate negli ultimi tre anni in tema di FSE*
Tra le diverse campagne realizzate, le maggiormente ricordate sono quelle relative ai buoni formativi e ai buoni di servizio per le donne lavoratrici. La valutazione di tali campagne è generalmente buona per quanto riguarda la loro efficacia, l'aspetto grafico, l'originalità e la curiosità suscitata. Gli aspetti ritenuti più importanti per realizzare una campagna pubblicitaria efficace appaiono essere l'elemento "curiosità", unito alla chiarezza delle strutture di riferimento a cui chiedere ulteriori informazioni.
- *Azioni di accompagnamento (consulenza, assistenza tecnica, manuali e guide, incontri ad hoc)*
Generale apprezzamento per il contenuto e la qualità delle azioni realizzate e per la disponibilità e chiarezza da parte dell'Amministrazione nel fornire informazioni e chiarimenti sui diversi aspetti dell'accreditamento, progettazione, gestione e rendicontazione degli interventi.
- *Festa dell'Europa e Anni europei*
Scarsa conoscenza dell'esistenza sia di una giornata dedicata alla Festa dell'Europa che degli Anni europei dedicati ogni anno ad un particolare tema.

c) Campione della popolazione in età lavorativa residente in provincia di Trento

E' stata inoltre svolta un'indagine telefonica via CATI (Computer Assisted Telephone Interview) , su un campione della popolazione trentina in età lavorativa (15-64 anni), stratificato per età e Comprensorio di residenza, allo scopo di verificare la conoscenza dei Fondi strutturali, con particolare riferimento al Fondo sociale europeo, e delle attività svolte in Trentino grazie al Programma Operativo FSE 2000/2006. L'indagine ha avuto inoltre l'obiettivo fondamentale di esaminare il grado di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità europea in via generale nel contesto provinciale, elemento questo fondamentale per avere una serie di dati di partenza per le attività di valutazione che saranno attuate nel corso della programmazione 2007/2013.

Al campione è stato somministrato un questionario, articolato nella seguente struttura:

- 1) una prima parte riguardante in generale l'Unione Europea e i Fondi strutturali;
- 2) una seconda parte più specifica sulle iniziative realizzate in Trentino grazie al Fondo sociale europeo:
 - o conoscenza del Programma Operativo come documento di programmazione del Fondo sociale europeo;
 - o conoscenza dell'esistenza di specifiche iniziative di formazione finanziate dal Programma Operativo;
 - o conoscenza e valutazione degli interventi di informazione e pubblicità attuati nel corso della programmazione 2000-2006 relativamente al FSE;
 - o strumenti ritenuti più idonei per ricevere informazioni sulle attività realizzate.

A seguito dell'analisi dei dati raccolti sono emersi alcuni elementi di rilievo, risultati fondamentali per l'elaborazione del presente Piano:

- generale conoscenza della presenza sul territorio di iniziative attuate grazie al sostegno finanziario dell'Unione Europea,
- buona conoscenza dell'esistenza del Fondo sociale europeo e valutazione generalmente positiva del ruolo svolto dall'Unione Europea nel sostegno allo sviluppo del Trentino,
- buona conoscenza dell'esistenza di iniziative di formazione cofinanziate dal Fondo sociale europeo, con particolare riferimento ad alcuni specifici dispositivi attuati nel corso della programmazione 2000-2006, quali i buoni formativi,
- discreta conoscenza delle strutture di riferimento sul territorio per avere informazioni sulle iniziative FSE,
- in via generale, preferenza per ricevere informazioni sul FSE attraverso i seguenti canali: strutture di contatto diretto, spot radiofonici, internet (email e siti web), materiale informativo e pubblicitario cartaceo (specialmente depliant).

Alla luce dell'analisi svolta, si ritiene di poter identificare i seguenti elementi di forza e di debolezza delle attività di comunicazione relative al Fondo sociale europeo nella provincia di Trento:

PUNTI DI FORZA

- Significativa esperienza acquisita nel corso della programmazione 2000-2006 da parte dell'Autorità di Gestione con possibilità di capitalizzazione delle sperimentazioni realizzate;
- Contesto locale abbastanza sensibilizzato, quantomeno in via generale, al tema del Fondo sociale europeo;
- Risultati soddisfacenti in termini di gradimento delle attività di comunicazione realizzate negli ultimi anni da parte della generalità dei destinatari, con particolare apprezzamento per le attività di comunicazione diretta con l'Autorità di Gestione e lo Sportello di orientamento formativo territoriale, quali canali di informazione mirata, contestualizzata e direttamente fruibile;
- Buon grado di trasparenza delle attività realizzate;
- Rilevanza dei risultati positivi raggiunti per sensibilizzare gli utenti delle coorti delle medesime tipologie di destinatari;
- Consolidata rete di partenariato economico e sociale, utilizzabile anche in chiave informativa e comunicativa.

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Coordinamento delle attività di comunicazione non sempre efficace;
- Limitata capacità di valorizzare appieno i positivi risultati raggiunti a livello di singoli target e di opinione pubblica più in generale;
- Difficoltà nel rapporto con alcuni media locali, che tendono a esasperare talune disfunzionalità vere o presunte;
- Limitati strumenti di feedback da parte dei destinatari stessi, oltre che di analisi e valutazione delle attività.
- Scarsa conoscenza di tematiche europee più generali, quali l'esistenza di una Festa dell'Europa o degli Anni Europei;

2. Gli obiettivi del Piano

Secondo quanto previsto dall'articolo 69 del Regolamento CE 1083/2006 dell'11 luglio 2006 "recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e che abroga il regolamento (CE) n. 1260/1999", "*Lo Stato membro e l'Autorità di Gestione del Programma Operativo forniscono informazioni circa i programmi cofinanziati e le operazioni e li pubblicizzano. Le informazioni sono destinate ai cittadini dell'Unione Europea e ai beneficiari allo scopo di valorizzare il ruolo della Comunità e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi*".

Alla luce della normativa di riferimento ed in base all'analisi di contesto svolta sul territorio provinciale, l'obiettivo generale perseguito dal Piano di comunicazione è quello di **garantire la massima visibilità del Programma Operativo obiettivo 2 FSE 2007-2013 della Provincia Autonoma di Trento in termini di strategie perseguite, azioni attivate e risultati di queste.**

Tale obiettivo generale si declina in 5 obiettivi specifici:

- 1) accrescere il grado di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità Europea e dallo Stato italiano nel cofinanziamento del Programma Operativo della Provincia Autonoma di Trento, volto a potenziare la competitività economica, a creare nuovi posti di lavoro, a rafforzare la coesione economica e sociale.
Appare pertanto necessario puntare in particolar modo sul rafforzamento:
 - *della conoscenza del Programma Operativo, dei Fondi strutturali, con particolare riferimento alla mission specifica del FSE, e delle politiche comunitarie e nazionali in cui questi si inseriscono;*
 - *del legame tra l'Europa e il Trentino.*
- 2) divulgare la conoscenza delle azioni previste dal Programma operativo FSE o comunque attivate sul territorio provinciale in relazione al tema dei Fondi strutturali e, più in generale, della politica di coesione economica e sociale.
- 3) assicurare la trasparenza del Programma Operativo e delle sue strategie nei confronti dei potenziali beneficiari, dei beneficiari e del pubblico.
- 4) diffondere i risultati e valorizzare le acquisizioni più significative.
In questo ambito si sottolinea la necessità di trasmettere due particolari segnali, in modo da rafforzare un'immagine di positività ed efficienza dell'impiego del Fondo sociale europeo in Trentino, ossia:
 - *il fatto che il Fondo sociale europeo ha prodotto e produrrà in provincia di Trento dei risultati assolutamente rilevanti (dimostrato tramite gli indicatori di valutazione, di placement, di inclusione delle fasce deboli, di innovazione, ecc.)*
 - *il fatto che il Fondo sociale europeo è gestito e controllato mediante un sistema di gestione efficiente e rigoroso (con particolare riferimento all'aspetto della repressione di eventuali frodi).*
- 5) aumentare la partecipazione e la cittadinanza attiva.

3. I destinatari della comunicazione

Elemento centrale per la costruzione del Piano di comunicazione è l'identificazione precisa e puntuale dei gruppi di destinatari dello stesso. Tale analisi si rende indispensabile allo scopo di approntare strumenti e modalità di comunicazione idonee a garantire il raggiungimento degli obiettivi stabiliti dal Piano. Come previsto dal Regolamento CE 1828/2006, si sono identificate tre macro-categorie di destinatari degli interventi, come di seguito specificato.

3.1 I potenziali beneficiari

I beneficiari potenziali degli interventi identificati nel Programma operativo sono i soggetti riportati nella seguente tabella. A tali soggetti saranno dirette specifiche azioni di comunicazione, target-oriented, con lo scopo di diffondere la più ampia conoscenza sia del Programma Operativo nel suo complesso che degli interventi previsti dal singolo Asse. Si fa presente che gli interventi coinvolgeranno tutto il territorio del Trentino.

ASSE	POTENZIALI BENEFICIARI
ASSE I	Imprese Enti bilaterali Organismi formativi e di ricerca
ASSE II	Servizi per l'Impiego Servizi di conciliazione Imprese Enti bilaterali Organismi formativi e di ricerca
ASSE III	Servizi per l'Impiego Servizi di conciliazione Servizi di cura Operatori del terzo settore Enti bilaterali Organismi formativi e di ricerca Imprese
ASSE IV	Servizi per l'Impiego Servizi di conciliazione Istituti scolastici Enti bilaterali Organismi formativi Centri di ricerca e sviluppo tecnologico Distretti tecnologici Università Imprese
ASSE V	Provincia Autonoma di Trento Amministrazioni locali Imprese Istituti scolastici Strutture formative, di servizio e di cura Associazioni di categoria Servizi per l'impiego Organismi del terzo settore Enti bilaterali Centri di ricerca e di sviluppo tecnologico Università
ASSE VI	Autorità di Gestione Organismi Intermedi Associazione Tecnostruttura delle Regioni per il Fondo Sociale Europeo di Roma

3.2 I beneficiari

Una categoria specifica è costituita dai beneficiari del Programma, che saranno individuati solo a seguito delle procedure di selezione delle operazioni e di cui pertanto non è possibile fornire informazioni specifiche allo stato attuale. Se ne darà invece conto nei Rapporti annuali di esecuzione.

3.3 Il pubblico

La categoria in oggetto è costituita da un insieme molto vasto e differenziato di soggetti, comprendente tutti i cittadini, destinatari e non delle operazioni, le istituzioni, nonché le parti economiche e sociali presenti sul territorio provinciale. All'interno di tale macrocategoria si possono identificare alcuni target specifici a cui saranno indirizzate specifiche azioni di informazione e pubblicità:

a) Destinatari delle operazioni

La comunicazione ai destinatari delle operazioni dovrà essere finalizzata a diffondere un'ampia conoscenza delle opportunità offerte dal Programma operativo e creare interesse alla partecipazione alle operazioni realizzate dalla Provincia grazie al contributo del Fondo, nonché a diffondere a tale target le informazioni specifiche sulle iniziative dei singoli Assi e operazioni del Programma operativo. All'interno di tale gruppo si possono individuare alcuni principali sotto-target strategici, sui cui sarà necessario operare in modo mirato, con iniziative target-oriented:

ASSE	DESTINATARI
ASSE I	<ul style="list-style-type: none">- Lavoratori occupati, con particolare attenzione agli ultracinquantenni, agli apprendisti, alle donne, a quelli con bassa qualificazione, a quelli con contratti parasubordinati e/o a tempo parziale, agli stagionali, a quelli in mobilità e a quelli che rientrano al lavoro dopo periodi di assenza (per maternità, malattia ecc)- Imprenditori- Manager- Lavoratori autonomi- Operatori del sistema della formazione continua- Imprese- Lavoratori maturi individuati quali tutor
ASSE II	<ul style="list-style-type: none">- Disoccupati e occupati a rischio di espulsione, con particolare attenzione alle donne, ai giovani, agli immigrati, alla popolazione ultracinquantenne.- Operatori del sistema della formazione, dei servizi per l'impiego pubblici, dei servizi di conciliazione
ASSE III	<ul style="list-style-type: none">- Persone in condizione di svantaggio occupazionale così come definite dagli orientamenti comunitari e provinciali in materia- Operatori del sistema della formazione, dei servizi per l'impiego, dei Servizi di conciliazione, dei Servizi di cura, delle imprese e del terzo settore
ASSE IV	<ul style="list-style-type: none">- Persone in età lavorativa, compresi insegnanti, docenti, formatori- Operatori dei sistemi sia privati sia pubblici dell'istruzione e formazione
ASSE V	<ul style="list-style-type: none">- Addetti al governo del sistema provinciale FSE- Ricercatori- Funzionari delle Amministrazioni e delle imprese interessati dalle operazioni- Operatori del sistema scolastico e formativo- Rappresentanti delle parti sociali e datoriali- Operatori del terzo settore- Lavoratori occupati
ASSE VI	<ul style="list-style-type: none">- Autorità di Gestione- Organismi Intermedi della Provincia Autonoma di Trento

All'interno della categoria sarà data particolare attenzione alla realizzazione di specifiche attività di comunicazione dirette alle componenti della popolazione trentina su cui incombono maggiori difficoltà occupazionali, così come rilevato dal Programma operativo, allo scopo di sostenere con maggiore efficacia le attività dello stesso:

- componente femminile del mercato del lavoro
- popolazione immigrata
- giovani, in particolare quelli in possesso di titoli di studio e/o qualifiche professionali basse ed a scarso contenuto tecnico
- lavoratori ultra cinquantenni
- soggetti svantaggiati e, in particolare, i diversamente abili

Un contributo alla migliore identificazione di tali categorie e all'individuazione di ulteriori categorie prioritarie sarà fornito dal "Gruppo comunicazione FSE" che, anche grazie alla sua composizione, sarà in grado di concorrere alla definizione di un quadro più dettagliato dei destinatari di specifiche misure di comunicazione del Programma.

b) Le istituzioni

All'interno di tale categoria sono compresi tutti quei soggetti pubblici, a livello europeo, nazionale e locale, interessati ai settori di intervento del Fondo sociale europeo:

- Autorità centrali (in particolare il Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale e il Ministero dello Sviluppo Economico)
- Commissione europea
- Provincia Autonoma di Trento
- Comuni della Provincia Autonoma di Trento
- Altri enti pubblici di riferimento

c) I media

Una categoria di pubblico particolarmente importante è costituita dai media, con particolare riferimento a quelli *locali*, che rappresentano un importante strumento di diffusione delle opportunità offerte dal Programma Operativo e del valore aggiunto del contributo della Comunità europea. I principali media di riferimento sono identificabili in:

- quotidiani
- periodici di informazione
- televisioni
- radio
- uffici e agenzia di stampa
- media online

d) Gli opinion leader

Un ruolo ugualmente di rilievo è quello svolto dagli altri soggetti del territorio trentino che esercitano, o possono esercitare, un ruolo influente sulla diffusione e sulla percezione del Programma Operativo nel nostro contesto:

- Università
- Istituti di formazione
- Organizzazioni di orientamento professionale
- Associazioni imprenditoriali di categoria
- Sindacati dei lavoratori

- Servizi e strutture per le imprese
- Centri studi e società di ricerca sui settori del lavoro e formazione
- Organizzazioni attive nelle aree della cultura, dell'economia e del mondo giovanile

e) Il grande pubblico

Tale categoria ricomprende la generalità dei cittadini - residenti e non - presenti sul territorio provinciale.

4. La strategia di comunicazione

Il presente Piano intende adottare una strategia di comunicazione fondata sui seguenti assi strategici:

1) Creazione di un'immagine ben riconoscibile ed identificabile dal pubblico

La presentazione e la comunicazione visuale di tutte le attività del Programma Operativo FSE 2007-2013 dovranno essere ricondotte sotto una modalità di presentazione unitaria nella sua cornice al fine di migliorare la riconoscibilità dell'intervento sul territorio. Si ritiene importante, infatti, che i diversi messaggi mantengano un filo conduttore unico, una firma forte e distintiva che faccia identificare chiaramente e univocamente il Programma Operativo FSE 2007/2013.

Ai sensi dell'art. 9 del Regolamento CE 1828/2006, tutti gli interventi informativi e pubblicitari destinati ai beneficiari, ai beneficiari potenziali e al pubblico comprenderanno quanto segue:

- l'emblema dell'Unione europea, conformemente alle norme grafiche di cui all'allegato I, e un riferimento all'Unione europea;
- l'indicazione del Fondo pertinente, ossia per il FSE: «Fondo sociale europeo»;
- la frase "Investiamo nel vostro futuro", che evidenzia il valore aggiunto dell'intervento comunitario.

Oltre a questi elementi obbligatori ai sensi della normativa comunitaria, che già rappresentano un importante elemento unificante delle comunicazioni relative al Fondo sociale europeo, tale effetto potrebbe essere raggiunto anche prevedendo, ad esempio, un format creativo unico, in cui i diversi elementi grafici e di testo godano di una collocazione fissa, ma modulare adattabile ai diversi destinatari della comunicazione: ad esempio si potrebbe utilizzare un'unica impostazione grafica, declinabile attraverso differenti codici colore oppure attraverso alcuni elementi grafici differenziati e caratteristici, al fine di creare una sorta di "gabbia creativa". In tal modo si otterrebbe il duplice effetto di creare continuità fra le diverse comunicazioni, facendo sedimentare un'immagine precisa nel pubblico data dall'impostazione grafica unitaria e ricorrente, con elementi fissi (la gabbia), e nel contempo ci si potrebbe indirizzare sui singoli target grazie all'adattamento creativo realizzando operando attraverso foto, colori ed altri elementi grafici di corredo.

2) Adozione di una strategia di comunicazione integrata

Al fine di raggiungere gli obiettivi ed i gruppi di destinatari identificati nel Piano, si intende adottare una strategia di comunicazione integrata, fondata su un mix di mezzi di comunicazione calibrato in funzione delle diverse esigenze, e volto a garantire la massima copertura mediatica. Ogni mezzo, infatti, ha una sua specificità e una sua valenza distintiva che lo rendono importante ed essenziale, ma non sufficiente in sé a colpire in modo esaustivo il target di interesse. Solo un calibrato mix di mezzi ed un messaggio costruito sulle caratteristiche del mezzo stesso consentono di realizzare una comunicazione davvero efficace, consentendo di stimolare l'interesse nel destinatario e consolidare il messaggio nella sua mente. Occorre in particolar modo potenziare e migliorare l'utilizzo degli strumenti già esistenti e allo stesso tempo sperimentare strumenti nuovi, in grado di soddisfare i fabbisogni informativi dei diversi destinatari. In particolare, ferma restando la consapevolezza che il sito web dell'Autorità di Gestione www.fse.provincia.tn.it non possa e non debba essere l'unico mezzo di comunicazione utilizzato per garantire il raggiungimento degli obiettivi del Piano, esso rappresenta comunque l'elemento fondamentale che si intende potenziare ulteriormente, facendolo diventare l'elemento centrale della strategia di comunicazione tra l'Autorità di Gestione e i destinatari identificati nel piano (*web-based strategy*).

Nella nuova programmazione 2007/2013 si intende potenziare ulteriormente tale sito, rendendolo a tutti gli effetti il principale punto informativo per tutti i soggetti interessati alle attività svolte dal Fondo Sociale europeo in Trentino, in modo tale che esso possa diventare un punto di riferimento a livello locale, nazionale

ed europeo. Per implementare il sito in chiave di una maggior trasparenza ed accessibilità, si intende operare lungo quattro linee direttrici principali:

a) *Rinnovata veste grafica del sito web per la programmazione 2007/2013*

In tale modo si intende:

- sottolineare il passaggio alla nuova fase di programmazione, comunicando anche visivamente la novità del Programma Operativo e delle azioni ivi contenute;
- sottolineare con maggior enfasi il valore aggiunto del sostegno comunitario, legando anche visivamente l'immagine della provincia di Trento con quella dell'Europa;

b) *Razionalizzazione e aggiornamento dei contenuti*

Elemento fondamentale per rendere il sito web uno strumento effettivamente utile ed efficace per diffondere il Programma Operativo, appare necessario un presidio costante sulla qualità dei contenuti inseriti nello stesso, agendo in particolare per aumentare la trasparenza dell'informazione. A tal fine si intende operare secondo le seguenti direzioni:

- aggiornamento costante del sito web;
- pubblicazione della documentazione comunitaria, nazionale e provinciale relativa al Fondo sociale europeo, con link alle principali Istituzioni di riferimento;
- pubblicazione di contenuti chiari e concisi con rimandi a documenti e persone di riferimento all'interno dell'Amministrazione per informazioni supplementari e di dettaglio;
- indicazione dei principali eventi ed appuntamenti previsti nel periodo di riferimento;
- rispetto delle disposizioni previste in tema di accessibilità dei siti web.

c) *Potenziamento della dimensione transnazionale*

A tal fine appare necessario prevedere anzitutto la traduzione in inglese delle informazioni principali contenute nel sito, specialmente per quanto riguarda i contenuti fondamentali del Programma Operativo e le informazioni generali sull'Autorità di Gestione. Tale scelta è motivata in primo luogo dalla necessità di agevolare la comprensione delle opportunità offerte dal Programma Operativo anche ai numerosi soggetti stranieri presenti sul territorio provinciale e potenzialmente interessati alle attività del Fondo sociale europeo (si ricorda che il Trentino è la seconda realtà regionale in Italia quanto a numero di immigrati presenti sul territorio); in secondo luogo, sarà prevista una specifica area dedicata alla transnazionalità, con contenuti e contatti sulle iniziative a carattere transnazionale attivate nell'ambito del FSE in Trentino nel corso della programmazione, allo scopo di agevolare la conoscenza, il confronto e lo scambio di buone pratiche con i soggetti di altri Paesi europei.

d) *Inserimento di contenuti innovativi e sperimentali*

Il sito sarà utilizzato quale canale privilegiato per la diffusione delle azioni innovative che saranno sperimentate nel corso della programmazione. Tra i primi contenuti inseriti, si prevede l'attivazione di un laboratorio permanente sull'invecchiamento attivo online, per lo studio e la diffusione della tematica a livello nazionale e transnazionale.

Peraltro, accanto al sito web dell'Autorità di gestione si affiancano quelli degli Organismi Intermedi e il sito web istituzionale della Provincia Autonoma di Trento www.provincia.tn.it, il sito web più visitato a livello locale che ha assunto un ruolo chiave nella strategia comunicativa della Provincia Autonoma di Trento. Appare evidente dunque l'importanza di dare adeguato risalto alle attività del Fondo Sociale europeo anche all'interno di tali siti, circostanza che sarà attuata secondo due modalità:

- flusso costante di informazioni tra i referenti della comunicazione dell'Autorità di gestione, gli Organismi Intermedi e l'Ufficio Stampa della Provincia Autonoma di Trento;
- condivisione della strategia e delle attività in sede di Gruppo per la comunicazione del FSE.

Si valuterà inoltre la possibilità di riversare contenuti anche su siti esterni, che si caratterizzino per le particolari classi di utenti/navigatori (ad es. giovani) consentendo di intercettare una parte di pubblico che difficilmente visita il sito istituzionale provinciale.

3) Differenziazione di attività e strumenti di comunicazione in base al target specifico

Appare fondamentale per attuare una comunicazione di qualità che gli interventi informativi e pubblicitari debbano essere costruiti in modo da rispondere alle caratteristiche ed ai bisogni del singolo gruppo o sotto-gruppo di destinatari, veicolando i messaggi secondo i “canali” preferiti da quei gruppi e nei linguaggi/gerghi loro propri. In via generale appare comunque essenziale l'utilizzo di termini semplici e di un linguaggio chiaro e facilmente comprensibile anche a chi non sia un addetto ai lavori.

4) Rafforzamento della dimensione del contatto diretto e della partecipazione attiva

In linea con la strategia europea sulla comunicazione, e alla luce dei riscontri della valutazione ex ante, si ritiene assolutamente fondamentale potenziare ulteriormente la dimensione del dialogo e del confronto con il pubblico sul territorio. La consultazione e l'ascolto, infatti, contribuiscono a migliorare la comunicazione e al tempo stesso a rafforzare il senso di partecipazione attiva del pubblico nel suo complesso. Un ruolo di rilievo sarà ricoperto dalla Struttura multifunzionale territoriale, che prevede l'erogazione dei seguenti servizi:

- attività necessarie all'espletamento dei servizi territoriali di informazione e orientamento per le azioni a cofinanziamento del Fondo sociale europeo della Provincia Autonoma di Trento;
- certificazione delle competenze formali, informali e non formali possedute dai cittadini;
- selezione, tutoraggio e accompagnamento degli allievi o degli stagisti di percorsi di formazione, mobilità o orientamento attuati nell'ambito di Programmi d'Azione Comunitari;
- prima formazione aperta ai cittadini destinata all'alfabetizzazione informatica e linguistica.

Per suscitare interesse e dibattito, per far sentire il pubblico maggiormente complice nell'elaborazione delle politiche e delle azioni del Fondo sociale europeo in Trentino, si intendono inoltre predisporre ulteriori strumenti che consentano un coinvolgimento diretto dei cittadini, tra i quali anche la predisposizione di un form/area sul sito web per inviare commenti e richieste direttamente all'Autorità di Gestione. Se si riuscirà a far percepire la possibilità per i cittadini di inviare un “messaggio di ritorno” alle istituzioni, con la concreta disponibilità di queste ultime a tenerne conto nella programmazione, l'interesse e l'attenzione dei cittadini cresceranno da subito e in prospettiva migliorerà la loro fiducia nelle istituzioni. Allo stesso tempo, ciò rappresenta un fondamentale strumento per l'Autorità di Gestione per meglio comprendere i termini in cui vengono intese le azioni del Programma Operativo FSE 2007-2013 e di conseguenza anche le politiche europee, oltre chiaramente ad avere alla possibilità di avere un feedback diretto in merito al livello di efficienza nell'attuazione del programma.

5) Rafforzamento della rete tra i soggetti istituzionali e il partenariato socio-economico per tutte le attività di comunicazione relative al FSE.

Si intende infine operare per rafforzare la rete di partenariato istituzionale ed economico-sociale, già esistente, rafforzando tale dimensione di cooperazione anche relativamente agli aspetti dell'informazione e pubblicità. Ciò avverrà soprattutto grazie al loro diretto coinvolgimento nel Gruppo Comunicazione FSE, l'organismo istituito per l'attuazione del presente Piano e che svolge un ruolo fondamentale nella condivisione della individuazione degli interventi, dando così attuazione al fondamentale principio del partenariato. Tale rete inoltre costituisce un elemento di attuazione di quanto previsto dall'art. 5 del Regolamento CE 1828/2006, in base al quale l'Autorità di Gestione associa agli interventi informativi e pubblicitari almeno uno dei seguenti organismi, allo scopo di diffondere ampiamente le informazioni destinate ai potenziali beneficiari:

- a) autorità nazionali, regionali e locali e agenzie per lo sviluppo;
- b) associazioni professionali;
- c) parti economiche e sociali;
- d) organizzazioni non governative;
- e) organizzazioni che rappresentano il mondo economico;
- f) centri d'informazione sull'Europa e rappresentanze della Commissione negli Stati membri;
- g) istituti educativi.

5. I contenuti del Piano

In conformità alla strategia sottesa al Piano, i contenuti dello stesso sono identificati nelle azioni seguenti.

5.1 Contenuto obbligatorio ex art. 7 del Regolamento CE 1828/2006

Secondo quanto previsto dall'art. 7 del Regolamento CE 1828/2006, l'Autorità di Gestione è responsabile dell'organizzazione delle seguenti attività informative e pubblicitarie:

- 1) un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio di un Programma Operativo, anche in assenza della versione definitiva del piano di comunicazione;
- 2) almeno un'attività informativa principale all'anno, come stabilito nel piano di comunicazione, che presenti i risultati dei Programmi Operativi nonché, se del caso, dei grandi progetti;
- 3) l'esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alle sedi delle Autorità di Gestione;
- 4) la pubblicazione, elettronica o in altra forma, dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.

In relazione a tali interventi, si ipotizza di operare secondo le seguenti linee direttrici, la cui puntuale definizione e pianificazione sarà compiuta dall'Autorità di gestione e condivisa in sede di Gruppo di comunicazione FSE.

A. Evento di pubblicizzazione dell'avvio del Programma Operativo

In conformità all'art. 7 del Regolamento CE 1828/2006, si prevede di promuovere la diffusione del Programma Operativo FSE 2007-2013 attraverso:

- l'organizzazione di un Seminario dedicato alla presentazione dello stesso nel mese di gennaio 2008. A tale evento è prevista la partecipazione della Commissione Europea, del Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale e di autorevoli esponenti del contesto provinciale. Al Seminario saranno invitati tutti i soggetti interessati al Fondo sociale europeo in Trentino, e la diffusione dell'evento sarà supportata anche dall'Ufficio stampa della Provincia Autonoma di Trento e dalla consolidata rete di partenariato economico e sociale dell'Autorità di Gestione;
- la stampa e diffusione del Programma Operativo;
- la predisposizione e stampa di un depliant sul Programma Operativo, in lingua italiana e inglese, destinato al grande pubblico e contenente i contenuti fondamentali del documento;
- la realizzazione di un filmato a carattere informativo/promozionale sul Fondo sociale europeo, anch'esso in versione italiana e inglese.

I materiali realizzati saranno disponibili anche sul sito web dell'Autorità di Gestione, in un'apposita area dedicata.

B. Evento informativo annuale

Come previsto dall'art. 7 del Regolamento CE 1828/2006, si prevede di organizzare, con cadenza annuale, un evento informativo dedicato alla presentazione dei risultati del Programma Operativo. La concreta individuazione dell'evento sarà definita dall'Autorità di Gestione e condivisa dal Gruppo Comunicazione FSE in sede di revisione dell'Agenda annuale della comunicazione.

In via di prime ipotesi indicative, si ritiene possibile la realizzazione annuale di una delle seguenti tipologie di attività:

- realizzazione di **un'ampia campagna informativa sui risultati dell'attuazione del Programma Operativo**, destinata al grande pubblico, da realizzarsi con un mix di mezzi volto a garantire la massima copertura mediatica del Programma sul territorio. Grazie all'esperienza maturata nel corso della programmazione 2000-2006, si potrebbe procedere secondo un metodo consolidato, fondato principalmente sulla predisposizione di materiale informativo e promozionale, utilizzo di internet, affissioni sui mezzi pubblici e nelle strade ed inserti radiofonici, non rinunciando però alla sperimentazione di modalità innovative di trasmissione dei contenuti, con particolare attenzione all'utilizzo della televisione.
- realizzazione di un **evento a carattere informativo sul Fondo sociale europeo in Trentino** indirizzato a tutti i soggetti interessati a tale tema sul territorio. Tale occasione potrebbe essere dedicata alla presentazione dell'ultimo Rapporto annuale di esecuzione approvato, nonché alla presentazione e lancio delle iniziative cofinanziate dal Fondo Sociale europeo in Trentino in quell'anno, coinvolgendo gli stessi beneficiari e lasciando loro la possibilità di presentare direttamente i progetti da loro organizzati. L'evento diventerebbe quindi uno strumento di rendicontazione sociale di quanto attuato e nel contempo anche un momento di orientamento per i potenziali partecipanti alle operazioni. Si tratterebbe dunque di un momento di dialogo e confronto aperto con tutti i soggetti del territorio, andando a costituire un esempio importante di attuazione dei principi di partenariato e trasparenza. Anche tale evento sarebbe preceduto e supportato da un'adeguata azione informativa e pubblicitaria ai vari target di riferimento.

C. Esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alla sede dell'Autorità di Gestione.

Si provvederà all'esposizione della bandiera secondo quanto previsto dalla normativa comunitaria.

D. Pubblicazione dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.

Si intende predisporre un'apposita sezione pubblica all'interno del sito web dell'Autorità di Gestione, chiaramente e facilmente accessibile, contenente un archivio con apposite schede informative che indichino:

- elenco dei beneficiari
- denominazioni delle operazioni
- anno di finanziamento
- importo del finanziamento pubblico ad esse destinato.

Le informazioni contenute in tali schede saranno costantemente aggiornate grazie al collegamento diretto con il sistema informativo dell'Autorità di Gestione.

I dati di cui all'art. 7 saranno inoltre oggetto di uno specifico allegato al Rapporto annuale di esecuzione.

5.2 Ulteriori interventi informativi e pubblicitari

Oltre ai contenuti minimi previsti dalla normativa comunitaria, nel corso della programmazione 2007/2013 si intendono porre in essere diversi ulteriori interventi informativi e pubblicitari allo scopo di raggiungere gli obiettivi previsti dal Piano. Tali azioni ricalcheranno in parte gli interventi già sperimentati nella precedente programmazione, in special modo quelli che la valutazione ex ante ha evidenziato avere riscosso un giudizio particolarmente positivo nel target di riferimento, mentre invece si introdurranno azioni nuove o si modificheranno e potenzieranno opportunamente quelle già sperimentate, in modo da realizzare una comunicazione maggiormente rispondente ai fabbisogni informativi dei destinatari.

Ulteriori azioni potranno essere definite nel corso dell'attuazione del Programma, in base alle risultanze delle attività di monitoraggio e valutazione, nonché in base alle indicazioni emerse in sede di Gruppo Comunicazione FSE.

5.2.1 Interventi diretti al grande pubblico

L'attuazione del Programma Operativo sarà accompagnata e supportata, in relazione a specifiche attività e/o a particolari momenti dell'anno, da specifici interventi informativi, finalizzati alla massima copertura mediatica sul territorio provinciale. Si possono quindi ipotizzare quattro tipologie fondamentali di interventi informativi:

1. informazione sui contenuti generali del Programma Operativo e sul ruolo svolto dall'Unione europea e dalle istituzioni nazionali, provinciali e locali, diretto all'opinione pubblica provinciale nel suo complesso. Un'azione pertanto a carattere generale ed universale che si propone di diffondere una maggiore conoscenza anche circa la *mission* affidata al Fondo sociale europeo nel periodo 2007-2013;
2. informazione sul ruolo svolto dalla Comunità europea nel settore delle politiche formative, educative, del lavoro e dell'inclusione sociale. Modalità di azione. Il sistema degli interventi, le garanzie per la Comunità e per gli utilizzatori;
3. informazioni mirate specificamente ai singoli sotto-gruppi di destinatari, dettata dalla necessità di garantire una comunicazione il più possibile orientata alle categorie potenzialmente interessate a specifiche azioni del Programma Operativo.
4. informazione sulle best practices realizzate in passato e le loro "traduzioni" in interventi attuali.

Per la loro realizzazione ci si avvarrà di un mix di strumenti diverso a seconda della tipologia di destinatari individuati nonché del contenuto della comunicazione stessa. Di seguito si riportano le principali azioni e strumenti che si prevedono di utilizzare per la comunicazione diretta verso tale gruppo di destinatari.

Gruppo di destinatari	Azioni/Strumenti
Pubblico	<ul style="list-style-type: none">▪ Comunicazione diretta (Struttura multifunzionale - Numero verde - Uffici AdG e OI)▪ Internet - sito web dedicato con presentazione generale delle attività del FSE nella provincia e area specifica dedicata agli utenti▪ Depliant▪ Brochure▪ Affissioni (manifesti, locandine e targhe)▪ Spot radiofonici e televisivi▪ Strumenti audiovisivi (CD-ROM/DVD)▪ Quotidiani e periodici▪ Comunicati stampa▪ Eventi (conferenze, infoday...)▪ Articoli promozionali

5.2.2 Interventi diretti ai potenziali beneficiari

In ottemperanza a quanto previsto dall'art. 5 del Regolamento CE 1828/2006, l'Autorità di Gestione assicurerà che il Programma Operativo venga ampiamente diffuso assieme ai dati sul contributo finanziario del Fondo sociale europeo e sia accessibile a tutti gli interessati.

L'Autorità di Gestione fornirà ai potenziali beneficiari informazioni chiare e dettagliate riguardanti:

- a) le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter acquisire il finanziamento nel quadro del programma operativo;
- b) una descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
- c) i criteri di selezione delle operazioni da finanziare;
- d) le persone di riferimento che possono fornire informazioni sul Programma Operativo.

L'Autorità di Gestione informerà altresì i potenziali beneficiari della pubblicazione di cui all'articolo 7, paragrafo 2, lettera d) del Regolamento CE 1828/2006.

A tal fine si intendono porre in essere un'ampia attività di informazione sul territorio relativa alla possibilità di un finanziamento congiunto fra la Comunità europea e lo Stato membro all'interno del Programma Operativo FSE della Provincia Autonoma di Trento, sottolineando come questo sia potenzialmente a disposizione per tutti i candidati interessati. Nello specifico saranno attuati alcuni interventi informativi per garantire la più ampia diffusione delle informazioni relative a:

- la documentazione di riferimento;
- le scadenze di presentazione delle proposte progettuali;
- le condizioni di ammissibilità da soddisfare per poter fruire di un finanziamento nell'ambito del Programma Operativo;
- i criteri di selezione delle operazioni;
- gli adempimenti necessari per partecipare a tale selezione;
- la modulistica necessaria;
- i riferimenti delle persone di contatto all'interno dell'Autorità di gestione e degli Organismi intermedi per richiedere informazioni e chiarimenti;
- gli obblighi posti in capo ai beneficiari, tra cui quelli relativi all'informazione e pubblicità ai sensi dell'art. 8 del Regolamento CE 1828/2006.

Le principali azioni e strumenti utilizzati saranno i seguenti:

Gruppo di destinatari	Azioni/Strumenti
Potenziali beneficiari	<ul style="list-style-type: none">▪ Avvisi ufficiali sulla GUUE e sul BURTTA in occasione dell'apertura di Inviti e bandi▪ Avvisi su quotidiani e periodici locali▪ Sito web - area apposita dedicata a Enti e aziende contenente tutta la documentazione utile▪ Comunicati e conferenze stampa▪ Comunicazione diretta/consulenza ad hoc con il personale dell'AdG e OI▪ Email▪ Brochure▪ Manuali/Guide, sia in versione cartacea che elettronica, per la presentazione di progetti e per lo svolgimento delle diverse procedure previste▪ Eventi (Seminari, conferenze...) per la presentazione degli Inviti e in altre occasioni di rilievo▪ Articoli promozionali

5.2.3 Interventi diretti ai beneficiari

Ai sensi dell'art. 6 Regolamento CE 1828/2006, l'Autorità di Gestione attuerà specifici interventi informativi allo scopo di informare i beneficiari che accettando il finanziamento essi accettano nel contempo di venire inclusi nell'elenco dei beneficiari pubblicato a norma dell'articolo 7, paragrafo 2, lettera d) dello stesso Regolamento.

Inoltre, essa informa i beneficiari degli obblighi posti in capo a loro relativamente agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico ai sensi dell'art. 8 del Regolamento CE 1828/2006, ossia del fatto che ad essi spetta informare il pubblico, mediante le misure previste dallo stesso articolo 8, paragrafi 2, 3 e 4, circa la sovvenzione ottenuta dal Fondo sociale europeo.

Le principali azioni e strumenti utilizzati saranno i seguenti:

Gruppo di destinatari	Azioni/Strumenti
Beneficiari	<ul style="list-style-type: none">▪ Comunicazione diretta/consulenza ad hoc con il personale dell'AdG e OI▪ Pubblicazione di Manuali/Guide, sia in versione cartacea che elettronica, per la gestione e rendicontazione dei progetti▪ Sito web - area apposita dedicata a Enti e aziende contenente tutta la documentazione utile e con procedura informatizzata per la gestione dei progetti▪ Eventi (Seminari, conferenze...)

6. Gli strumenti della comunicazione

In base alla strategia individuata, la gamma degli strumenti informativi e pubblicitari che si intende adottare risulta estremamente diversificata e il concreto mix sarà definito dall'Autorità di Gestione, con il supporto del Gruppo comunicazione FSE, in base al tipo di contenuto e al target di riferimento (potenziali beneficiari, beneficiari e pubblico nelle sue diverse sotto-articolazioni).

In tale contesto si elencano di seguito le principali tipologie di media e strumenti che si ipotizza di utilizzare:

1) **Contatto diretto**

- Struttura multifunzionale territoriale
- Telefono gratuito - Numero verde
- Servizio di consulenza su appuntamento con l'Autorità di gestione e gli Organismi intermedi (in special modo tramite la Struttura multifunzionale territoriale)

2) **Internet**

- Siti web, tra cui:
 - Sito web dell'Autorità di gestione
 - Sito web della Provincia Autonoma di Trento
 - Siti web degli Organismi Intermedi
 - eventuali ulteriori siti, specificamente orientati a particolari classi di utenti/navigatori
- Form per l'invio di osservazioni e commenti
- Email
- Comunicati
- Videoconferenze
- Banche dati online

3) **Eventi**

- Infodays
- Convegni
- Seminari
- Workshop
- Conferenze stampa

4) **Emittenza radiofonica e televisiva**

- Spot informativi e pubblicitari
- Servizi ad hoc su tematiche specifiche

5) **Pubblicazioni e altro materiale stampato**

- Depliant
- Brochure
- Lettere
- Manuali/guide
- Testi di approfondimento e riflessione su temi relativi al Fondo sociale europeo

6) **Affissioni**

- Cartelloni
- Targhe

- Manifesti
- Locandine
- Stand
- Espositori

7) Quotidiani locali

- Inseri pubblicitari ed informativi
- Comunicati stampa

8) Periodici nazionali e locali (rivista Europ.a. e altri periodici a carattere generale o settoriale)

- Articoli informativi e inseri pubblicitari

9) Materiale audiovisivo

- CD ROM
- DVD
- Filmati
- Spot radiofonici e televisivi
- Diapofilm per cinema

10) Articoli promozionali

A titolo esemplificativo si possono elencare: penne, bloc notes, calendari, borse ecc.

11) Sponsorizzazioni

7. Le modalità di attuazione del Piano

7.1 L'Ufficio responsabile dell'attuazione

L'Organismo responsabile del rispetto degli obblighi contenuti nel Regolamento CE 1828/2006 e dell'attuazione degli interventi contenuti nel presente Piano di Comunicazione è l'Autorità di Gestione del Programma Operativo FSE obiettivo 2 2007-2013 della Provincia Autonoma di Trento:

Provincia Autonoma di Trento

Segreteria generale

Ufficio Fondo sociale europeo

In particolare, la persona responsabile dell'attuazione del Piano è:

dott.ssa Gaia D. Sacchi

Segreteria generale - Ufficio Fondo sociale europeo

Via Zambra 42 - Top Center (4° piano - Torre B)

38100 Trento - Italia

email: gaia.sacchi@provincia.tn.it

telefono: +39 0461 491226

Conformemente alla disciplina posta dal Regolamento CE 1828/2006, l'Autorità di Gestione:

- presenta il piano di comunicazione alla Commissione entro quattro mesi dalla data di adozione del Programma Operativo;
- informa il comitato di sorveglianza in merito a:
 - a) il piano di comunicazione e i progressi nella sua attuazione;
 - b) gli interventi informativi e pubblicitari realizzati;
 - c) i mezzi di comunicazione utilizzati, fornendo esempi di tali interventi.
- inserisce nei rapporti annuali e nel rapporto finale sull'esecuzione del Programma Operativo:
 - a) esempi degli interventi informativi e pubblicitari relativi al programma operativo effettuati nell'ambito dell'attuazione del piano di comunicazione;
 - b) le disposizioni relative agli interventi informativi e pubblicitari di cui all'articolo 7, paragrafo 2, lettera d), compreso, se del caso, l'indirizzo elettronico al quale possono essere trovati tali dati;
 - c) il contenuto delle principali modifiche apportate al piano di comunicazione.
- inserisce un capitolo all'interno del rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengono valutati in termini di visibilità dei programmi operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e);
- assicura che il Programma operativo venga ampiamente diffuso assieme ai dati sul contributo finanziario del Fondo sociale europeo e sia accessibile a tutti gli interessati;
- garantisce che le informazioni sulle possibilità di finanziamento offerte congiuntamente dalla Comunità e dagli Stati membri attraverso il Programma Operativo siano diffuse il più ampiamente possibile.
- fornisce ai potenziali beneficiari informazioni chiare e dettagliate riguardanti almeno:
 - a) le condizioni di ammissibilità da rispettare per poter beneficiare del finanziamento nel quadro del programma operativo;
 - b) una descrizione delle procedure d'esame delle domande di finanziamento e delle rispettive scadenze;
 - c) i criteri di selezione delle operazioni da finanziare;

- d) le persone di riferimento che possono fornire informazioni sul Programma Operativo.
- informa i potenziali beneficiari della pubblicazione di cui all'articolo 7, paragrafo 2, lettera d) del Regolamento CE 1828/2006.
- conformemente alle leggi e alle prassi nazionali, associa agli interventi informativi e pubblicitari almeno uno dei seguenti organismi che possono diffondere ampiamente le informazioni di cui sopra:
 - a) autorità nazionali, regionali e locali e agenzie per lo sviluppo;
 - b) associazioni professionali;
 - c) parti economiche e sociali;
 - d) organizzazioni non governative;
 - e) organizzazioni che rappresentano il mondo economico;
 - f) centri d'informazione sull'Europa e rappresentanze della Commissione negli Stati membri;
 - g) istituti educativi.
- informa i beneficiari che accettando il finanziamento essi accettano nel contempo di venire inclusi nell'elenco dei beneficiari pubblicato a norma dell'articolo 7, paragrafo 2, lettera d) del Regolamento CE 1828/2006;
- assicura che gli interventi informativi e pubblicitari siano realizzati conformemente al piano di comunicazione;
- è responsabile dell'organizzazione almeno dei seguenti interventi informativi e pubblicitari:
 - a) un'attività informativa principale che pubblicizzi l'avvio del Programma Operativo;
 - b) almeno un'attività informativa principale all'anno, che presenti i risultati del Programma Operativo;
 - c) l'esposizione della bandiera dell'Unione europea per una settimana a partire dal 9 maggio davanti alla propria sede;
 - d) la pubblicazione, elettronica o in altra forma, dell'elenco dei beneficiari, delle denominazioni delle operazioni e dell'importo del finanziamento pubblico destinato alle operazioni.
- garantisce il rispetto delle caratteristiche tecniche degli interventi informativi e pubblicitari relativi alle operazioni, previste all'articolo 9 del Regolamento CE 1828/2006.
- designa persone di riferimento responsabili delle informazioni e della pubblicità e ne informa la Commissione.
- partecipa alle reti comunitarie sulle tematiche dell'informazione e della pubblicità al fine di assicurare lo scambio di pratiche esemplari, inclusi i risultati dell'attuazione del Piano di comunicazione, nonché lo scambio di esperienze durante l'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari nell'ambito della presente sezione.

Un ruolo chiave nell'attuazione del Piano è affidato ai referenti della comunicazione all'interno dell'Autorità di Gestione, i cui compiti includeranno:

- assicurare il coordinamento con il Gruppo comunicazione FSE;
- mantenere contatti costanti con le parti sociali e l'Ufficio Stampa della Provincia Autonoma di Trento;
- seguire con particolare attenzione gli aspetti della comunicazione delle (nuove) iniziative/azioni fin dalla loro progettazione;
- assicurare il trasferimento a tutti i soggetti interessati di adeguato materiale informativo;
- prevedere conformemente all'articolo 5, punto 3, del Regolamento CE 1828/2006 della Commissione dell'8 dicembre 2006 che qualsiasi intervento informativo e pubblicitario sia comunicato ad almeno uno degli organismi indicati perché lo stesso possa diffondere ampiamente il contenuto dell'intervento pubblicitario.

7.2 Il Gruppo Comunicazione FSE

Allo scopo di garantire una maggior efficacia dell'attuazione del Piano, si intende inoltre rafforzare la dimensione del partenariato istituendo un apposito "Gruppo Comunicazione FSE", composto dai referenti dell'Autorità di Gestione e degli Organismi Intermedi, da personale dell'Ufficio Stampa della Provincia, da rappresentanti del partenariato sociale, nonché da esperti nel settore della comunicazione, che assumerà un ruolo fondamentale nella condivisione della definizione e attuazione delle iniziative previste dal presente Piano. La costituzione di tale Gruppo nasce, infatti, dalla consapevolezza che la dimensione del partenariato svolga un ruolo chiave nell'ambito della programmazione del Fondo sociale europeo e che pertanto debba essere coinvolto, al livello territoriale appropriato, in tutte le fasi di attuazione del Programma Operativo, ivi compresa la parte relativa alla definizione e implementazione delle attività di informazione e pubblicizzazione previste dal Piano. In particolare, la presenza di rappresentanti delle parti sociali riveste un ruolo fondamentale nel raggiungimento degli obiettivi stabiliti, non solo in quanto essi rappresentano un canale privilegiato di contatto diretto con i target di riferimento individuati, ma soprattutto per la loro approfondita conoscenza del contesto di riferimento e pertanto delle modalità più idonee ed efficaci per comunicare i contenuti ai destinatari stessi, nonché per riceverne i successivi feedback.

Il Gruppo di riunirà almeno una volta all'anno con le seguenti finalità:

- condivisione dell'Agenda di comunicazione annuale;
- individuazione di nuovi specifici gruppi o sotto-gruppi di destinatari degli interventi informativi;
- sostegno per favorire la massima diffusione sul territorio delle iniziative oggetto degli interventi informativi e pubblicitari;
- supporto alle attività di monitoraggio e valutazione degli interventi realizzati.

7.3 L'Agenda annuale della comunicazione del FSE

Per ciascun anno della programmazione, a cura dell'Autorità di Gestione, viene definita un'"Agenda annuale della comunicazione del FSE". Tale documento, che potrà essere via via aggiornato nel corso dell'anno, contiene:

- la pianificazione dei principali interventi informativi e pubblicitari da realizzare nel corso dell'anno;
- le modalità di coordinamento tra Autorità di Gestione, Organismi Intermedi e Parti sociali nelle diverse iniziative di informazione e pubblicità in modo da favorire una comunicazione sinergica ed evitare inutili duplicazioni;
- la definizione dell'attività informativa principale di presentazione dei risultati del Programma Operativo, così come previsto all'articolo 7 del Regolamento CE 1828/2006;
- la definizione delle specifiche attività di monitoraggio e valutazione da realizzare nel corso dell'anno;
- ulteriori iniziative ritenute opportune, tenendo in particolare considerazione i risultati delle attività di monitoraggio e valutazione.

7.4 Le responsabilità dei beneficiari

Ai sensi dell'art. 8 del Regolamento CE 1828/2006, sui beneficiari incombono alcune precise responsabilità in merito agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico.

In particolare, ad essi spetta informare il pubblico, mediante le misure di cui ai paragrafi 2, 3 e 4, di tale articolo, circa la sovvenzione ottenuta dai Fondi. In particolare tale articolo prevede che, qualora il contributo pubblico totale all'operazione supera 500.000 Euro e l'operazione consista nell'acquisto di un oggetto fisico, nel finanziamento di un'infrastruttura o di interventi costruttivi, il beneficiario deve esporre una targa esplicativa permanente, visibile e di dimensioni significative entro sei mesi dal completamento dell'operazione. La targa deve indicare il tipo e la denominazione dell'operazione, oltre alle altre informazioni

di cui all'articolo 9 dello stesso Regolamento. Tali informazioni costituiscono almeno il 25% della targa. Durante l'attuazione dell'operazione, il beneficiario è tenuto a installare un cartello nel luogo di tali operazioni. Quando l'operazione è completata il cartello è sostituito dalla targa esplicativa permanente di cui sopra.

Se un'operazione riceve finanziamenti nel quadro di un Programma Operativo cofinanziato dal FSE, il beneficiario garantisce che i partecipanti all'operazione siano stati informati di tale finanziamento, informando in modo chiaro che l'operazione in corso di realizzazione è stata selezionata nel quadro di un Programma Operativo cofinanziato dal FSE, ossia dal Programma Operativo FSE obiettivo 2 2007/2013 della Provincia Autonoma di Trento.

In qualsiasi documento riguardante tali operazioni, compresi i certificati di frequenza o altri certificati, deve figurare una dichiarazione da cui risulti che il Programma Operativo è stato cofinanziato dal FSE.

7.5 Modalità di sorveglianza del Piano di comunicazione

Secondo quanto disposto dall'art. 4 del Reg. CE 1828/2006, il Comitato di Sorveglianza del Programma Operativo riveste un ruolo fondamentale in merito alla sorveglianza dell'attuazione del Piano. Difatti, l'Autorità di Gestione è tenuta ad informarlo riguardo a:

- a) il piano di comunicazione e i progressi nella sua attuazione;
- b) gli interventi informativi e pubblicitari realizzati;
- c) i mezzi di comunicazione utilizzati,

fornendo esempi di tali interventi.

Inoltre, i rapporti annuali e il rapporto finale di esecuzione comprenderanno:

- a) esempi degli interventi informativi e pubblicitari effettuati nell'ambito dell'attuazione del piano di comunicazione;
- b) le disposizioni relative agli interventi informativi e pubblicitari di cui all'articolo 7, paragrafo 2, lettera d), del Regolamento CE 1828/2006, compreso l'indirizzo elettronico al quale possono essere trovati tali dati;
- c) il contenuto delle principali modifiche apportate al piano di comunicazione.

Nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione figurerà inoltre un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari verranno valutati in termini di visibilità del Programma Operativo e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità.

7.6 Modalità di revisione del Piano

Si prevede di realizzare un aggiornamento del Piano nell'autunno del 2010, in modo da dare conto della valutazione di metà periodo che sarà svolta nel corso dell'anno.

7.7 Reti e scambio di esperienze

L'Autorità di Gestione partecipa alle reti comunitarie esistenti o che saranno successivamente istituite, al fine di assicurare lo scambio di pratiche esemplari, inclusi i risultati dell'attuazione del Piano di comunicazione, nonché lo scambio di esperienze durante l'attuazione degli interventi informativi e pubblicitari, sostenendo tali scambi mediante le risorse dell'assistenza tecnica.

8. Bilancio indicativo per l'attuazione del Piano

Il Piano di comunicazione è finanziato con le risorse del Programma Operativo FSE 2007-2013 a valere sull'Asse VI, Assistenza tecnica. Ulteriori risorse potranno essere stanziati a valere sugli altri Assi, per la realizzazione di azioni dirette agli specifici gruppi di destinatari.

Per l'attuazione del presente Piano sono stanziati indicativamente 588.000,00 Euro.

In particolare, per l'ideazione, progettazione e realizzazione dei servizi di comunicazione e pubblicizzazione delle attività relative al Programma Operativo, si prevedono di esperire un totale di tre confronti concorrenziali sotto soglia, con durata biennale (2008/2009, 2010/2011 e 2012/2013), ciascuno per un importo massimo di 196.000,00 Euro.

La durata biennale, abbinata all'articolazione in lotto unico di tutti gli interventi di informazione e pubblicità (anziché in tre lotti come nella programmazione precedente), consentirà di ottenere una maggiore coerenza ed efficacia degli interventi attuati. Inoltre, ciò permetterà all'Amministrazione di avere la possibilità di riesaminare periodicamente il fornitore del servizio alla luce della qualità dei servizi offerti.

Articolazione indicativa del bilancio per anno e tipologia di attività

Anno	Tipologia di attività	Importo indicativo
2008	▪ Evento di lancio del P.O.	30.000 Euro
	▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O.	20.000 Euro
	▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.)	40.000 Euro
	▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..)	18.000 Euro
2009	▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...)	20.000 Euro
	▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O.	20.000 Euro
	▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.)	40.000 Euro
	▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..)	18.000 Euro
2010	▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...)	20.000 Euro
	▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O.	20.000 Euro
	▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.)	40.000 Euro
	▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..)	18.000 Euro
2011	▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...)	20.000 Euro
	▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O.	20.000 Euro
	▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.)	40.000 Euro
	▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..)	18.000 Euro
2012	▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...)	20.000 Euro
	▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O.	20.000 Euro
	▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.)	40.000 Euro

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..) ▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...) 	18.000 Euro 20.000 Euro
2013	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attività informativa annuale sui risultati del P.O. ▪ Campagne promo-pubblicitarie su attività/strumenti FSE (spot radiofonici e/o televisivi, affissioni, depliant, inserzioni su quotidiani locali ecc.) ▪ Attività convegnistica (seminari, conferenze stampa..) ▪ Pubblicazioni e altro materiale stampato (manuali, testi di approfondimento...) 	20.000 Euro 40.000 Euro 18.000 Euro 20.000 Euro
2014	Evento informativo sui risultati finali del P.O.	50.000 Euro

9. Calendario

Le principali attività da realizzare nel corso del 2008 e negli anni successivi sono le seguenti:

2008

- Stampa e diffusione del Programma Operativo
- Stampa e diffusione del depliant informativo sul Programma Operativo
- Evento di presentazione del Programma Operativo - 24 gennaio 2008
- Costituzione del Gruppo Comunicazione FSE
- Definizione dell'Agenda annuale della comunicazione per l'anno 2008
- Esperimento del confronto concorrenziale per l'assegnazione dei servizi di comunicazione nel biennio 2008/2009
- Revisione e implementazione del sito web dell'Autorità di Gestione
- Esposizione della bandiera dell'UE per una settimana a partire dal 9 maggio
- Informativa sullo stato di attuazione del Piano in sede di Comitato di Sorveglianza
- Realizzazione di un'attività informativa per la presentazione dei risultati della programmazione FSE 2000/2006 e dei primi risultati del Programma Operativo 2007/2013
- Monitoraggio e valutazione delle attività realizzate

A cadenza annuale

- Aggiornamento dell'Agenda annuale della comunicazione
- Esposizione della bandiera dell'UE per una settimana a partire dal 9 maggio
- Realizzazione di un'attività informativa per la presentazione dei risultati del Programma Operativo
- Informativa sullo stato di attuazione del Piano in sede di Comitato di Sorveglianza
- Monitoraggio e valutazione delle attività realizzate

2010

- Valutazione di metà periodo, con particolare riferimento alla visibilità del Programma Operativo e alla consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità

2014

- Valutazione di fine periodo, con particolare riferimento alla visibilità del Programma Operativo e alla consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità

10. Monitoraggio e valutazione

La verifica e la misurazione dei risultati delle attività di comunicazione è un elemento fondamentale per comprendere l'impatto delle attività realizzate, per individuare eventuali differenze tra quanto programmato e quanto invece è stato percepito, per raccogliere elementi utili ai fini del perfezionamento delle successive azioni di comunicazione, in una logica di miglioramento continuo. A tale scopo si intende adottare un sistema di monitoraggio e valutazione del presente Piano che consenta un attento e costante presidio in tutte le fasi di attuazione dello stesso.

10.1 Il sistema di monitoraggio

Il sistema di monitoraggio, inteso come attività continuativa di tipo informativo consistente nella raccolta di dati quantitativi e qualitativi volti alla costante verifica di quanto realizzato, si fonda sull'utilizzo dei seguenti indicatori:

- indicatori di realizzazione (misurazione degli output diretti degli interventi di informazione e pubblicità),
- indicatori di risultato (misurazione degli effetti immediati degli output sui destinatari),
- indicatori di impatto (misurazione del grado di conseguimento degli obiettivi degli interventi di informazione e pubblicità).

Si elencano di seguito i principali indicatori che potranno essere utilizzati per il monitoraggio degli interventi realizzati:

Strumenti	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato	Indicatori di impatto
Sito web	N. di pagine pubblicate N. di documenti pubblicati	N. di utenti/visitatori N. di utenti registrati N. di pagine viste N. di documenti scaricati N. di note/commenti inseriti nell'area dedicata	Variazione della consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità Europea
Struttura multifunzionale	N. di giorni di apertura al pubblico N. di persone impiegate	N. di transiti (Totale/Giornalmente) N. di domande presentate	Variazione del grado di visibilità del Programma Operativo
Pubblicazioni	N. di pubblicazioni redatte N. di copie stampate	N. di copie distribuite N. di copie scaricate dal sito web	
Prodotti multimediali	N. di CD/DVD prodotti	N. di copie distribuite N. di copie richieste	
Eventi	N. di eventi organizzati	N. di partecipanti N. di richieste di ulteriori informazioni	
Materiale informativo e pubblicitario (manifesti, depliant...)	N. di manifesti stampati N. di depliant stampati N. di manifesti e depliant distribuiti	N. di richieste di informazioni sui temi oggetto della comunicazione	
Articoli promozionali	N. di articoli promozionali prodotti	N. di articoli promozionali distribuiti	
Rapporti con i media	N. di conferenze stampa N. di comunicati stampa N. di articoli sui quotidiani locali	N. di interviste su stampa N. di interviste su TV N. di interviste su radio N. di articoli pubblicati	

10.2 Il sistema di valutazione

Una valutazione a carattere generale sugli interventi informativi e pubblicitari viene svolta annualmente dall'Autorità di Gestione, e si fonda principalmente sull'analisi di:

- i dati raccolti dal sistema di monitoraggio (indicatori di realizzazione, risultato e impatto);
- i risultati delle attività di rilevazione telefonica effettuati sui partecipanti alle iniziative formative cofinanziate dal Fondo sociale europeo in Trentino;
- i commenti inseriti nell'area dedicata sul sito web dell'Autorità di Gestione;
- ulteriori dati disponibili.

Inoltre, potranno essere avviate specifiche attività valutative in relazione a determinati interventi informativi realizzati. Annualmente, in sede di riunione annuale del Gruppo Comunicazione FSE, si darà conto delle attività svolte a proposito dell'anno precedente.

In particolare, si presterà particolare attenzione alla valutazione delle seguenti azioni:

1) *Campagne pubblicitarie*, allo scopo di:

- determinare il grado di sensibilizzazione della campagna e come questa è stata percepita dal pubblico destinatario, consentendo così di valutare il livello di percezione e d'impatto;
- valutare il grado di realizzazione degli obiettivi, permettendo così di misurare l'efficacia della campagna;
- verificare se la campagna ha raggiunto il pubblico destinatario, conformemente agli obiettivi del Piano;
- misurare il rapporto costi/efficacia della campagna.

Esempi di:

Indicatori di risultato

- N. di persone nel gruppo destinatario che ricordano la campagna*
- N. di elementi visivi e verbali ricordati*
- N. di persone che hanno compreso i messaggi della campagna*
- N. di persone che hanno apprezzato la campagna*

Indicatori di impatto

Maggiore sensibilizzazione e comprensione del Programma Operativo e del ruolo svolto dall'UE

2) *Pubblicazioni e altro materiale informativo*, allo scopo di:

- determinare se soddisfano le necessità e le aspettative dei gruppi destinatari;
- verificare se sono stati raggiunti o meno gli obiettivi definiti nella fase di progettazione delle pubblicazioni;
- consentire di apprendere più facilmente dall'esperienza e, se necessario, adattare e modificare le successive pubblicazioni.

Esempi di:

Indicatori di impatto

- Grado di soddisfazione*
- Quoziente di distribuzione: numero di esemplari distribuiti / esemplari prodotti*
- Costo per unità di contatto: spese sostenute / esemplari distribuiti*
- Quoziente di copertura: esemplari distribuiti / numero di destinatari*

3) *Sito web*, allo scopo di:

- valutare la qualità e la trasparenza del sito Internet (usabilità, facilità di comprensione, organizzazione delle informazioni, chiarezza, grado di soddisfazione...);
- migliorare la concezione del sito e la sua accessibilità;
- ottenere suggerimenti su come promuovere una maggiore conoscenza del sito Internet;
- valutare la visibilità del sito Internet fra il pubblico destinatario.

Esempi di:
Indicatori di risultato
Grado di soddisfazione fra il pubblico destinatario
Grado di accessibilità
Grado di utilizzabilità

4) *Eventi*, allo scopo di:

- verificare se gli obiettivi definiti all'inizio dell'evento sono stati conseguiti o meno;
- determinare se l'organizzazione e il contenuto dell'evento hanno soddisfatto o meno le necessità e le aspettative dei partecipanti;
- apprendere più facilmente dall'esperienza, permettendo di adeguare o modificare gli eventi futuri;
- sostenere lo sviluppo e la comunicazione sull'operato svolto dagli organizzatori;
- ottenere informazioni qualitative e quantitative da utilizzare in resoconti e comunicati stampa.

Esempi di:
Indicatori di risultato
N. di partecipanti
N. di questionari compilati
N. di relatori
N. di interviste realizzate
N. di giornalisti partecipanti
N. di articoli sull'evento
N. di documenti distribuiti

Inoltre, in base all'art. 2, paragrafo 2, lettera e), del Regolamento CE n. 1828/2006, il Piano di comunicazione deve contenere "un'indicazione del modo in cui gli interventi informativi e pubblicitari vanno valutati in termini di visibilità dei Programmi Operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità". In particolare, l'art. 4 del citato Regolamento prevede che, nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione, figurino un capitolo nel quale gli interventi informativi e pubblicitari vengano valutati in termini di visibilità dei Programmi Operativi e di consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità, come prescritto all'articolo di cui sopra.

Per ottemperare a tale obbligo si prevede di porre in essere due specifiche attività di valutazione, da attuarsi nel corso del 2010 e 2014, come di seguito specificato.

10.2.1 Valutazione sulla visibilità del Programma Operativo

In aggiunta alle azioni di cui sopra, saranno attivate delle specifiche valutazioni avvalendosi principalmente dei seguenti strumenti:

- questionari (cartacei oppure online);
- interviste;
- focus group;
- Inchieste telefoniche (CATI);
- Analisi e ricerche;
- Test;
- Rilevamenti.

I risultati di tali attività sono inseriti nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione.

10.2.2 Valutazione sulla consapevolezza del ruolo svolto dalla Comunità europea

Si prevedono di attivare delle specifiche azioni, allo scopo di valutare:

- il grado di percezione dell'impegno assunto dalla Comunità, oltre che dallo Stato italiano e dalla Provincia Autonoma di Trento;
- la consapevolezza sul ruolo svolto dal Fondo sociale europeo nell'ambito delle politiche formative, educative, del lavoro e dell'inclusione sociale in Trentino.

In via generale si ipotizza di avvalersi dei seguenti strumenti:

- questionari (cartacei oppure online);
- interviste;
- focus group;
- Inchieste telefoniche (CATI);
- Analisi e ricerche;
- Test;
- Rilevamenti.

I risultati di tali attività sono inseriti nel rapporto annuale relativo al 2010 e nel rapporto finale di esecuzione.

Allegato 1

Regole di base per la composizione dell'emblema e indicazione dei colori standard

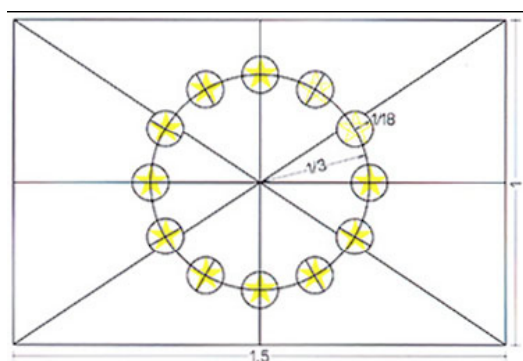
DESCRIZIONE SIMBOLICA

Sullo sfondo blu del cielo una corona di dodici stelle dorate rappresenta l'unione dei popoli europei. Il numero delle stelle è invariabile poiché 12 è simbolo di perfezione e unità.

DESCRIZIONE ARALDICA

Un cerchio composto da dodici stelle dorate a cinque punte, non contigue, in campo azzurro.

DESCRIZIONE GEOMETRICA



L'emblema è costituito da una bandiera blu di forma rettangolare, la cui base (il battente della bandiera) ha una lunghezza pari a una volta e mezza quella dell'altezza (il ghindante della bandiera). Dodici stelle dorate sono allineate a intervalli regolari lungo un cerchio ideale il cui centro è situato nel punto d'intersezione delle diagonali del rettangolo. Il raggio del cerchio è pari a un terzo dell'altezza del ghindante. Ogni stella ha cinque punte ed è iscritta a sua volta in un cerchio ideale, il cui raggio è pari a un diciottesimo dell'altezza del ghindante. Tutte le stelle sono disposte verticalmente, cioè con una punta rivolta verso l'alto e due punte appoggiate direttamente su una linea retta immaginaria perpendicolare all'asta. Le stelle sono disposte come le ore sul quadrante di un orologio e il loro numero è invariabile.

COLORI REGOLAMENTARI

I colori dell'emblema sono:

- PANTONE REFLEX BLUE per l'area del rettangolo,
- PANTONE YELLOW per le stelle.

RIPRODUZIONE IN QUADRICROMIA

In caso di stampa in quadricromia i due colori standard vanno riprodotti utilizzando i quattro colori della quadricromia:

- PANTONE YELLOW si ottiene con il 100 % di «Process Yellow»,
- PANTONE REFLEX BLUE si ottiene mescolando il 100 % di «Process Cyan» e l'80 % di «Process Magenta».

INTERNET

Nella gamma web, il PANTONE REFLEX BLUE corrisponde al colore RGB:0/0/153 (esadecimale: 000099) e il PANTONE YELLOW al colore RGB:255/204/0 (esadecimale: FFCC00).

RIPRODUZIONE MONOCROMA

Se si utilizza il nero delimitare con un filetto di tale colore l'area del rettangolo e inserire le stelle nere in campo bianco.



Se si impiega il blu («Reflex Blue»), usarlo al 100 % e ricavare le stelle in negativo (bianche).



RIPRODUZIONE SU FONDO COLORATO

Nell'impossibilità di evitare uno sfondo colorato, incorniciare il rettangolo con un bordo bianco di spessore pari a 1/25 dell'altezza del rettangolo.

