



**MARCHE**  
fondi strutturali europei

*Comitato di Sorveglianza del  
POR MARCHE FSE 2014-2020  
Ancona, 15 aprile 2015*

## 7. INFORMATIVA SULLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE



REGIONE  
MARCHE



## Avvio del nuovo settennio di programmazione del Fondo Sociale Europeo nelle Marche:

- Nuova strategia di comunicazione
- Nuova immagine istituzionale

## Attività di comunicazione: obiettivi

- **Informazione**
- **Visibilità**
- **Trasparenza**
- **Partecipazione**

## Attività di comunicazione: target

- I potenziali beneficiari
- Gli effettivi beneficiari
- I cittadini (pubblico)
- Gruppi di destinatari specifici (addetti ai lavori, organismi intermedi)

## Attività di comunicazione: linee guida

- flusso integrato che supera le tradizionali modalità di approccio dei media
- forti aree di contaminazione
- da emittente-destinatario a un nuovo modello co-partecipato e bi-direzionale → comunicazione orizzontale.

## Attività di comunicazione: linee guida

- sempre maggiore integrazione e sinergia con altri Fondi Strutturali → strategia congiunta e complementare

No sommare semplicemente le azioni  
Sì moltiplicare efficacemente le opportunità

## Da dove partiamo...

Indagine CATI 2012 su tutta la popolazione regionale per indagare:

- Notorietà FSE
- Grado di conoscenza degli interventi, dopo realizzazione delle iniziative di comunicazione

**43%**

dei marchigiani sa che grazie al Fondo Sociale Europeo la Regione e le Province hanno avuto dei finanziamenti per realizzare degli interventi in favore dei cittadini.

**+ 7%**

Aumento di quanti sanno della disponibilità dei finanziamenti FSE

**Più del 60%** degli intervistati

dichiara di conoscere alcune delle varie iniziative realizzate da Province e Regione grazie al Fondo Sociale Europeo, se non addirittura di aver sentito parlare di tutte (64,4% rappresentato da 7,2% “si, tutte” e 57,2% “si, alcune”).

**+ 4,9%:** la crescita di notorietà delle iniziative FSE rispetto al 2011

**94,0%,** coloro che ritengono che sia importante che la Regione comunichi ai cittadini l'esistenza del Fondo Sociale Europeo e soprattutto che informi sulle iniziative promosse sul territorio grazie agli interventi finanziati

## Da dove partiamo .... Le best practice



Premio regionale per la *buona* imprenditoria marchigiana

Mettere a fattor comune le best practice della strategia di comunicazione della precedente programmazione:

- Renderle patrimonio comune
- Riallineare gli obiettivi
- Rimodulare gli aspetti operativi

## Il primo passo *Un nuovo segno grafico .....*



- Allineamento grafico dei loghi dei Fondi Strutturali regionali
- aumentare riconoscibilità e memorizzazione
  - sottolineare forte sinergia, seppure nella differenziazione
  - Implementare appartenenza regionale, nell'orizzonte comunitario



Informativa sulle attività di  
comunicazione e informazione

**Grazie dell'attenzione**



**REGIONE  
MARCHE**

