

**POR FESR
2007-2013**

COMITATO DI SORVEGLIANZA

20/21 MAGGIO 2014 PERUGIA PALAZZO DONINI

**Punto 5 dell'ODG
Informazione sul Piano di
Comunicazione e pubblicità**



Il Piano di Comunicazione del POR FRSR, approvato nel 2008 e partito con l'evento di lancio del settembre /novembre 2008, si compone di:

- Misure di Marketing;
- Misure informative;
- Misure di accompagnamento;

Nel corso dell'ultimo anno, a parte il lay out grafico unitario (realizzato nel 2008), tutti gli strumenti di comunicazione sono stati attivati:

TIPOLOGIE DI INTERVENTO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	GRUPPI DESTINATARI
Misure di <i>marketing</i>	• <i>layout</i> grafico unitario	• GP
	• pubblicità sui media	• PB/ B
	• pubblicità esterna	• GP/PB/ B
	• <i>gadget</i> pubblicitari	• GP
	• convegni regionali	• PB
	• Festa del 9 maggio	• GP
Misure informative	• pubblicazioni informative	• PB/B
	• pagina Web	• GP/PB/B
	• <i>call center</i>	• PB/B
	• cartellonistica	• GP/PB
	• <i>newsletter</i>	• PB/B
	• comunicati stampa periodici e conferenza stampa (a cura dell'Ufficio stampa della Presidenza della Giunta)	• GP
	• informazione sui media	• GP
	• seminari tematici	• B
	• attività promo-educative	• GP/PB
Misure di accompagnamento	• <i>Workshop e eventi</i>	• PA
	• studi e sondaggi	• PA
	• partecipazione a reti per lo scambio di informazioni ed esperienze	• PA

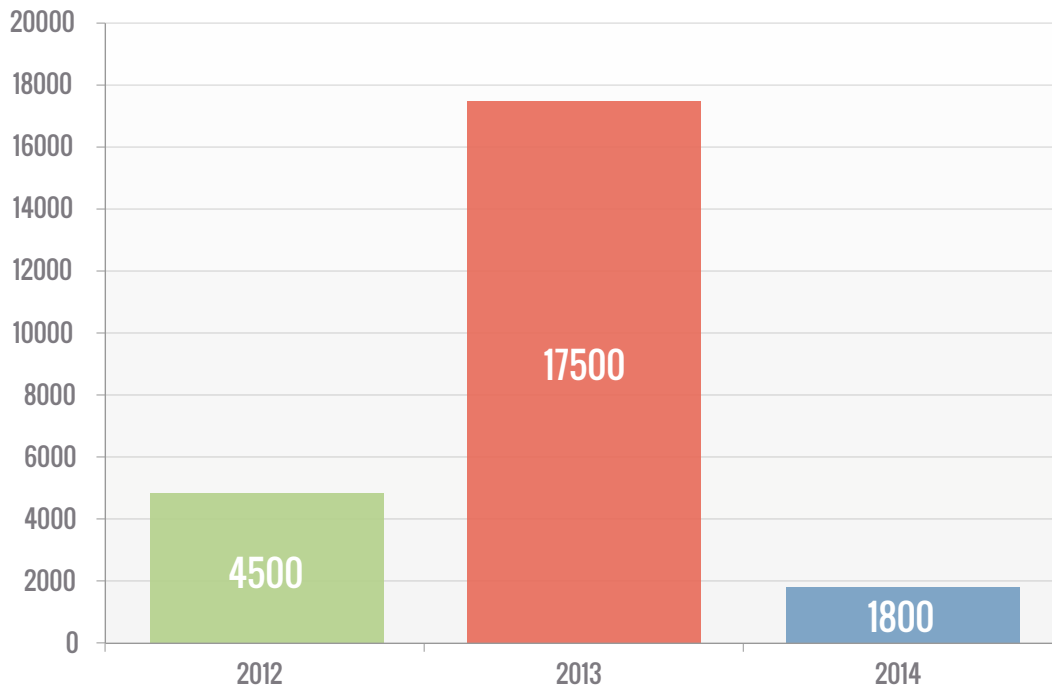
Legenda:

Grande pubblico = GP Beneficiari dei finanziamenti = B
 Potenziali beneficiari = PB Pubblica amministrazione = PA

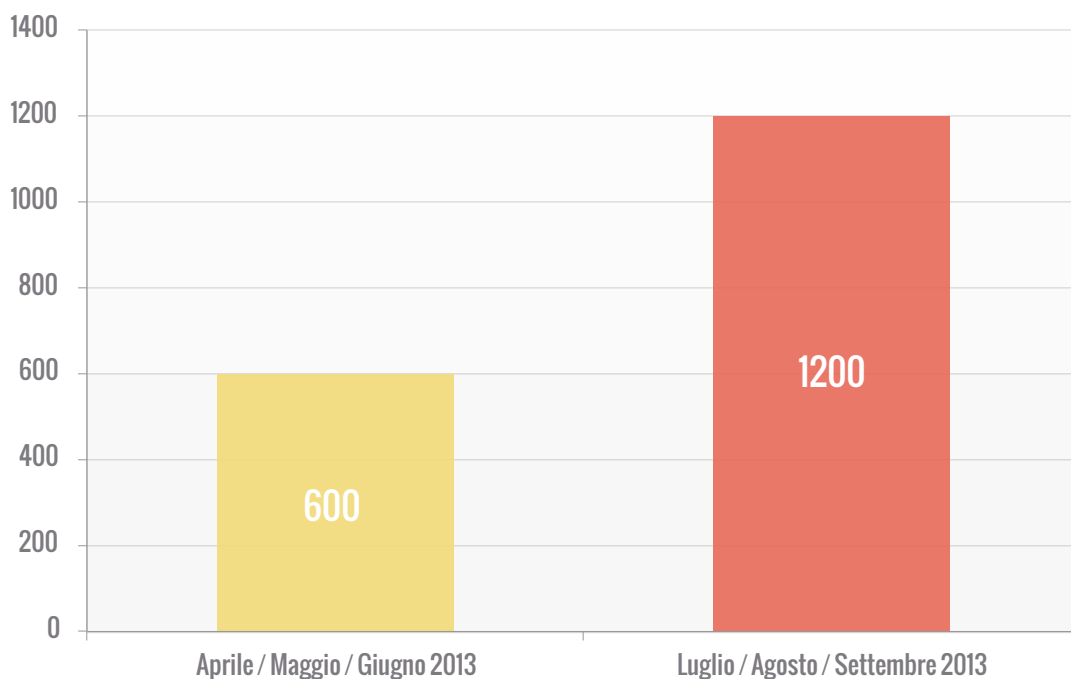
In particolare si è provveduto a:

- l'aggiornamento giornaliero elenco beneficiari, attraverso i dati del sistema di monitoraggio.
- Gestire il servizio di "Help Desk", attivo dall'aprile 2011, attraverso cui i soggetti interessati possono rivolgere domande a 360° sul POR FESR e sui finanziamenti comunitari. Si ravvisa un trend in crescita nelle domande pervenute. Nel 2013 sono pervenute 31 mail etutte sono state evase.
- Curare la Newsletter del POR FESR. Nel corso del 2013 si è provveduto a modificare il format della Newsletter passando da un formato .pdf ad un formato .html cioè visibile dall'utente attraverso un link. Trattandosi di una Newsletter quadrimestrale sono stati editati 3 numeri nel 2013. Nel corso del luglio 2013 si è fatto anche un sondaggio di gradimento circa la News lettere da cui è emerso: che il 67% degli intervistati esprimeva un giudizio ottimo/buono sulla chiarezza grafica; il 70% degli intervistati esprimeva un giudizio ottimo/buono sul livello di comprensibilità di contenuti; l'83% degli intervistati esprimeva un giudizio ottimo/buono sull'utilizzo dello strumento e-mail per la divulgazione; il 65% degli intervistati esprimeva un giudizio ottimo/buono sul livello di utilità delle informazioni ricevute.
- Aggiornare costantemente il canale tematico POR FESR – Nel 2013 c'è stato un aumento in termini di numero di pagine pari al 16%.
- Effettuare la pubblicità su vari media locali e nazionali: 42 uscite sui quotidiani locali e riviste in occasione di Umbria Wi Fi; un'uscita sul settimanale nazionale Panorama; 4 spot radiofonici per un totale di 426 passaggi; servizi televisivi su canali regionali; 2 passaggi televisivi nazionali su RAI 3 Regioni Europa dedicati all'attività promo- educativa nelle scuole;
- Stampa e affissione di 205 manifesti e poster PUC2 di diversi formati di cui n. 72 di formato m 6x3 in tutti i Comuni interessati + realizzazione video;
- Realizzare dell'evento annuale 2013 attraverso la Campagna di comunicazione "Free WiFi 2h/day" per il progetto Umbria WiFi . L'evento, svoltasi a Perugia a luglio e ottobre 2013 e a Città di Castello ad agosto 2013, sarà oggetto di presentazione nel corso del Comitato di Sorveglianza e viene riportato tra i progetti significati (si rinvia a tali dati). Rispetto al trimestre aprile-giugno 2013 l'intera campagna ha determinato un incremento del 400% dei nuovi registrati al servizio e il numero di accessi è raddoppiato.

Nuove registrazioni



Accessi medi giornalieri durante la campagna Umbria WiFi



- Realizzare un video divulgativo sul POR FESR, attraverso il quale si intende dimostrare - con immagini semplici ed evocative – come i progetti finanziati con il POR FESR siano diventati realtà.
- Curare comunicati stampa periodici e conferenze stampa, soprattutto in occasione dell'evento annuale 2013;
- commissionare studi e sondaggi: indagine DOXA 2013 e report di monitoraggio Istituto Piepoli relativo al Piano di Comunicazione.
- Gestire l'attività promo-educativa scuole (20 scuole con 1205 studenti) ed Università (5 seminari e 181 studenti) + clip e interviste inserite sul sito
- l'aggiornamento e ristampa brochure e del gioco dei Forzuti per l'attività promo-educativa
- Partecipare ad eventi esterni: UrbanPromo 2013, Formez (maggio 2013), Regiostars (giugno 2013), due incontri sulla Strategia per la smartspecialization (marzo e settembre 2013).
- Organizzare vari seminari, si riportano i principali: nuova fase di programmazione 2014-2020 (20 maggio 2013); competitività e innovazione (23 ottobre 2013);
- Contribuire con interventi sulla comunicazione a seminari organizzati da altri soggetti, si riportano i principali: "Trasparenza e visibilità degli interventi finanziati con il POR FESR, Palermo 8 maggio 2013"; Urban Promo, Torino 2013; "Verso il nuovo Provveditorato 16 aprile 2013
- Mostra fotografica sugli interventi realizzati con il PUC II presso la Facoltà ad ingegneria di Perugia nel dicembre 2013.

COMITATO DI SORVEGLIANZA

**POR FESR
2007-2013**

20/21 MAGGIO 2014 PERUGIA PALAZZO DONINI