

MAGGIO 2021



LA COMUNICAZIONE DEL FONDO SOCIALE EUROPEO

INIZIATIVE, EVENTI, RISULTATI

[DA NOVEMBRE 2019 A MAGGIO 2021]

LA COMUNICAZIONE FSE

INIZIATIVE, EVENTI, RISULTATI [DA NOVEMBRE 2019 A MAGGIO 2021]

PREMESSA

La PA sta cercando di avvicinarsi al cittadino sempre di più, sotto il profilo normativo, procedurale e nell'ambito della comunicazione, specie nel caso del Fondo Sociale Europeo.

IL FSE è l'unico fondo che si rivolge direttamente alle persone quindi lo sforzo per la comunicazione che esso richiede è più intenso e specialistico, sia per le procedure che sono più lunghe e difficili comparativamente rispetto agli altri fondi per l'intangibilità e la numerosità delle sue realizzazioni, sia perché è più complicato giustificare nei confronti dell'UE quelle azioni che non sono coerenti con gli obiettivi fissati dal Fondo.

A fronte di queste difficoltà, il Fondo Sociale Europeo dispone del "Piano di Comunicazione" meno ricco finanziariamente rispetto agli altri fondi europei gestiti dalla Regione Umbria; parimenti, in termini di risorse umane formalmente assegnate, la comunicazione FSE è la meno fornita¹. Per tali motivazioni è inevitabile giungere a fine programmazione con le risorse "contate", anche alla luce del ritardo generale in cui versa l'avvio della nuova programmazione già a livello europeo.

Pur in tale contesto la comunicazione FSE è riuscita ad acquistare solo i servizi strettamente necessari, realizzando tramite la professionalità interna tutta la parte di progettazione e di creatività dei format, estesa anche alla costruzione della parte tecnica dei capitolati di gara in modo da acquisire servizi al giusto valore di mercato senza rinunciare alla qualità.

Inoltre, il FSE ha progettato format e campagne più che prodotti singoli perché essi producono economie in termine di costi-azione e costi-benefici, sviluppandosi in un arco di tempo più lungo e realizzando l'*engagement* in maniera più propria a ottenere il favore del pubblico.

L'organizzazione di campagne, per quanto possibile, è preferibile per una serie di ragioni, di seguito si riportano quelle principali:

- a. la natura dei Progetti del FSE: i target di destinazione sono più numerosi rispetto a tutti gli altri Fondi, gli interventi finanziati dal FSE sono costituiti da decine di migliaia di progetti molto piccoli, realizzati da numerosi beneficiari,
- b. l'impossibilità di realizzare senza risorse finanziarie gli eventi annuali in quanto la Commissione europea -DG EMPL, probabilmente per la natura delle attività FSE, non organizza azioni a livello europeo a cui la Regione Umbria può aderire;

Da tali motivazioni nasce l'esigenza di interventi di comunicazione che rappresentino l'insieme delle numerose iniziative finanziate dal FSE- Umbria.

¹ Oltre alla responsabile della comunicazione FSE in forza alla sezione che segue tale materia vi è solo una dipendente PRA che cura l'aspetto finanziario-contabile delle iniziative, essendo venuta meno un'altra unità PRA assegnata, risultata vincitrice di concorso in altra Amministrazione.

IMPORTANTE NOTA PER LA LETTURA DI QUESTA PUBBLICAZIONE

- In questa brochure, accanto ad ogni iniziativa appariranno, laddove applicabili, alcuni “**bollini**” che indicano a quale Asse del POR FSE appartengono le iniziative oggetto della comunicazione.
- Tutte le attività realizzate nel periodo di riferimento della pubblicazione, sono descritte evidenziando i servizi acquistati all'esterno per i quali **si riportano precisamente i costi sostenuti** (limitatamente a progetti/iniziativa completamente organizzate a partire dall'insediamento della Giunta, cioè da novembre 2019).
- Le attività di progettazione e realizzazione che sono state pianificate internamente, **quindi senza costi**, dalla responsabile della comunicazione FSE sono state a grandi linee le seguenti:
 - ✓ **Europa Infosound**, campagna multifondo. Parte creativa (ideazione del format), progettazione del capitolato di gara, assistenza alla redazione radio, coordinamento amministrativo e finanziario dell'iniziativa;
 - ✓ **Spot “Mission Possible”**. Creatività (idea, script, sceneggiatura, storyboard, indicazioni per regia e post produzione), identificazione delle storie e dei testimonial;
 - ✓ **Spot “Business Game”**. Creatività (idea, script, sceneggiatura, storyboard, indicazioni per regia e post produzione);
 - ✓ **European Social Sound 4U**. Creatività: ideazione del format, *copy writing*. Progettazione di dettaglio: regolamento iniziativa, bando di gara interregionale e sua gestione, progettazione dell'evento regionale e della finalissima nazionale, supervisione delle scelte artistiche, scrittura di testi e copioni per gli eventi. Presentazione dell'evento umbro e della finalissima nazionale a Matera.
Coordinamento del Progetto interregionale.
 - ✓ **Giovani Giornalisti per l'Europa**. Creazione completa: dall'ideazione del format, Awards e strutturazione del Gran Premio, scheda progetto di dettaglio dei contenuti (formazione e requisiti formatori).
 - ✓ **Rocking & Communicating. Europe is Young!** Organizzazione dell'evento in loco, redazionali: scalette, copioni e tutto il materiale necessario (in lingua inglese).
 - ✓ **Europa e Umbria per te**. Campagna multifondo e di comunicazione istituzionale. Coordinamento amministrativo e finanziario. Scrittura del redazionale riguardante lo spettro delle politiche riprogrammate in chiave covid dai tre fondi europei e dal turismo, parte web.
 - ✓ **Linee guida sulla comunicazione FSE**. Ideazione e redazione.
 - ✓ **“Imprenditori si nasce o si diventa?”** Ideazione della campagna, realizzazione del questionario e dei testi, attività relazionali ecc. Realizzazione in corso (si veda il capitolo apposito).

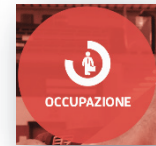
SOMMARIO

Premessa	1
IMPORTANTE NOTA PER LA LETTURA DI QUESTA PUBBLICAZIONE.....	2
Europa Infosound	5
IL FORMAT	5
SERIALITÀ	5
CAMPAGNA SOCIAL MEDIA REPORT SOCIAL WEB – FONDO SOCIALE EUROPEO.....	6
IL FORMAT DI “EUROPA INFO SOUND”	6
CONDUTTORI	7
CLOCK	8
I VIDEO DEL FSE	10
LO SPOT FSE “MISSION: POSSIBLE” - DURATA: 2’55”	10
IDEA	10
SCRIPT	11
LA SCENEGGIATURA	12
LO SPOT FSE “BUSINESS GAME” - DURATA: 3’29”	17
IDEA	17
SOGGETTO.....	17
EUROPEAN SOCIAL SOUND 4U	18
UNA NUOVA EDIZIONE, INTERREGIONALE	19
IL SITO DELL’INIZIATIVA	19
I NUMERI DI ESS4U.....	20
LA FINALISSIMA NAZIONALE	20
OSPITI E GIURIA.....	21
LE POLITICHE FSE PRESENTATE DALLE REGIONI	21
I VINCITORI	21
PREMI.....	22
I RISULTATI	22
GIOVANI GIORNALISTI PER L’EUROPA	23
GIOVANI GIORNALISTI PER L’EUROPA CAMPAGNA-EVENTO ANNUALE 2020.....	23
I NUMERI.....	24
GLI ISTITUTI DI ISTRUZIONE SUPERIORI PARTECIPANTI ALLA PRIMA EDIZIONE	24
IL KICK-OFF MEETING	24
LA FORMAZIONE IN GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO	25
LA FORMAZIONE SULL’EUROPA E IL FONDO SOCIALE EUROPEO	26
I VIDEO E IL PRIMO “GRAN PRIX DI GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO DELL’UMBRIA”	26
AND THE WINNER IS.....	27
UNA GIURIA D’ECCEZIONE	29
CONCLUSIONI	29

GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA 2 - EVENTO ANNUALE 2021.....	30
DA STUDENTI A REPORTER TORNA "GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA"	30
NONOSTANTE LA PANDEMIA AL VIA LA SECONDA EDIZIONE	30
IL KICK-OFF DELLA NUOVA EDIZIONE.....	30
È UN'ANNATA FUORI DAGLI SCHEMI	31
I MODULI FORMATIVI	32
REPORT	32
Gli eventi online.....	38
"ROCKING & COMMUNICATING..." ALLA EWRC 2020 - EUROPEAN WEEK OF REGIONS AND CITIES	38
IL COMITATO DI SORVEGLIANZA POR FESR E POR FSE 2014-2020	42
TALK WEBINAR IL FONDO SOCIALE EUROPEO PER L'ISTRUZIONE: ECCELLENZE E SOSTEGNO ALLE FAMIGLIE	43
La COMUNICAZIONE AL TEMPO DEL COVID – LA CAMPAGNA MULTIFONDO "EUROPA E UMBRIA PER TE"	45
LINEE GUIDA E MANUALE D'USO PER LA COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ FINANZIATE DAI PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI E REGIONALI TRAMITE IL FONDO SOCIALE EUROPEO 2014-2020.....	47
Help desk – comunicazione fse	47
Campagna di comunicazione imprenditori si nasce o si diventa?.....	47
La rete europea della comunicazione	50
L'implementazione della sezione comunicazione del sito web dedicata agli eventi annuali	50
LA collaborazione con le strutture della Regione Umbria, con l'Università di Perugia e altre istituzioni	50
Altri acquisti di servizi all'esterno.....	51

Allegati:

1. Imprenditori si nasce o si diventa? La parola ai cittadini
2. Linee guida e manuale d'uso per la comunicazione e pubblicizzazione delle attività finanziate dai programmi operativi nazionali e regionali tramite il fondo sociale europeo 2014 - 2020
3. Misura a sostegno della ripresa economica, occupazionale e sociale in risposta al COVID-19



IL FORMAT

Il format del programma è originale. Il Programma è stato cofinanziato dai tre Fondi Europei FSE, FESR e FEASR. Si proponeva l'obiettivo di rendere i cittadini maggiormente informati riguardo a quanto realizzato e quanto in corso di realizzazione nella Regione Umbria, nonché di aumentare la consapevolezza nei riguardi dell'azione dell'Unione europea nel suo complesso, superando gli approcci tradizionali. Per aumentare ulteriormente l'attrattività del Programma ed invogliare maggiormente gli ascoltatori a seguirlo, il format ha previsto l'abbinamento fisso ad un momento musicale imperniato sulle canzoni in possesso della Regione Umbria, grazie al progetto di Comunicazione FSE "European Social Sound-ESS".

SERIALITÀ

Un programma radio, come d'uso, si basa su rubriche fisse. In Europa Infosound vi erano quella musicale con le canzoni legate alle due edizioni (2015-2017) del progetto "European Social Sound", la rubrica "un minuto con l'esperto", cioè un approfondimento di tematiche oggetto della puntata e l'*euroquiz* che ha messo in palio, biglietti per il teatro o per lo stadio, a seconda dei gusti, e un superpremio finale.

Rispetto al "Clock" riportato nella scheda di format, alcune rubriche sono state dilatate temporalmente.

Le sinergie con ess4U

In corrispondenza della tappa di eliminazione umbra di European Sound 4U, di cui si parlerà più avanti, è stata realizzata una puntata straordinaria dedicata all'evento.

«Europa InfoSound»
puntata 21: "La formazione
per imprese innovative e
intelligenti"



CAMPAGNA SOCIAL MEDIA REPORT SOCIAL WEB – FONDO SOCIALE EUROPEO

Copertura a pagamento	25667
Copertura organica	1037
Copertura totale	26704
Impression	55933
Frequenza	2,18
Numero di post	8

IL FORMAT DI "EUROPA INFOSOUND"

CATEGORIA

Infotainment

SINTESI

EUROPA InfoSound è il format di un programma radiofonico dedicato ai progetti finanziati dai Fondi Europei FSE, FESR e FEASR, realizzati dalla Regione Umbria o da soggetti attuatori/delegati. Il programma si propone l'obiettivo di rendere i cittadini maggiormente informati riguardo quanto realizzato, e quanto in corso di realizzazione, nella Regione Umbria e di aumentare la consapevolezza nei riguardi dell'azione dell'Unione europea nel suo complesso, superando gli approcci tradizionali che si fondano su linguaggi densi di tecnicismi o iniziative troppo formali. Essi, di fatto, escludono il grande pubblico e sono inadatti ad evidenziare i vantaggi e i risultati tangibili che le politiche perseguono proprio nei riguardi dei cittadini.

Per tale motivo il format, pur forte di una trattazione professionale, prevede l'utilizzo di modalità espositive e dinamiche volte a semplificare, "alleggerire" e rendere divertenti e godibili le tematiche, facendo largo ricorso allo storytelling, ad esempi concreti passati e prospettive per il futuro.

Il format del programma gioca sul contrasto di stile di conduzione fra i due speaker previsti dallo stesso e prevede una forte interazione con i social media. Per aumentare ulteriormente l'attrattività del Programma ed invogliare maggiormente gli ascoltatori, il format prevede l'abbinamento fisso ad un momento musicale imperniato sulle canzoni in possesso della Regione Umbria, grazie al progetto di Comunicazione FSE "European Social Sound".

Coerentemente con le tendenze della moderna comunicazione, che rende imprescindibile il ricorso ai Social Media e alla diffusione dei contenuti tramite streaming audio-video, e alla loro successiva fruibilità, le puntate del programma sono trasmesse in streaming e rese disponibili in formato scaricabile e riproducibile in un secondo momento (podcast). Il programma si giova del traino pubblicitario dell'evento FSE ESS, 2a edizione, 2017, previa verifica della compatibilità delle date di trasmissione con tale iniziativa.

DURATA
15 minuti

CONDUTTORI

N.2

Conduttore/trice n.1	È "ironico e atipico", possiede uno stile dinamico, tipo DJ
Conduce la rubrica n.1	ha il compito di aprire la trasmissione con la rubrica n.1,
Interviene nella rubrica n.2	Il conduttore/trice n.1 "avrà anche il compito di interagire con il conduttore/trice n. 2 facilitando la comprensione delle tematiche, tramite l'interpunzione dell'argomento europeo con domande formulate secondo la logica dell'uomo comune, insomma tramite un tono non tecnico, o il rilascio di commenti dal tono allegro, in modo da rendere divertente e maggiormente fruibile l'interazione, che si gioverà dell'inedito contrasto.
Conduce la rubrica n.3	Formula la domanda dell'euroquiz e, se il tempo è sufficiente, "intervista" o interagisce con gli utenti che rispondono allo stesso.
Conduttore/trice n.2	È un giornalista professionista, con esperienza radiofonica documentata di almeno 1 anno, è un conoscitore delle materie europee, conduce con un tono più "classico" e posato.
Conduce la rubrica n.2	A lui/lei viene affidata la rubrica dell'argomento europeo della puntata.
Idea la domanda per la Rubrica n. 3	
Conduce la rubrica n.4	Introduce e progetta la rubrica n.4, formulando il quesito all'esperto

SIGLA	10''		
Rubrica n. 1 "ESS SOUND"	4' 50''	<p>Trasmissione di un brano che ha partecipato European Social Sound (edizione 2015 o che partecipa alla nuova iniziativa ESS 2), in corso di realizzazione.</p> <p>Cenni sulla bio della band che ha eseguito il brano la cui registrazione viene messa in onda.</p> <p>Collegamento con un componente della band (facoltativo).</p> <p>Possono essere forniti in studio aggiornamenti sul contest ESS 2, qualora le date dell'iniziativa fossero compatibili con quelle dalla produzione del programma.</p>	A cura del Conduttore/trice n. 1
Rubrica n. 2 "L'EUROPA IN UMBRIA"	8'	<p>Sviluppo di una tematica riguardante un fondo europeo fra FSE, FESR e FEASR.</p> <p>Descrizione delle politiche e degli interventi con ospiti in studio, fra cui testimonial, per favorire quando possibile la modalità "storytelling" e/o contributi telefonici.</p> <p>Descrizione di progetti ed interventi si caratterizza per i contenuti resi concreti e fruibili, rivolto ad evidenziare i risultati, i benefici tangibili per la popolazione, le imprese, ecc. e le prospettive della futura azione regionale del tema trattato.</p>	A cura del Conduttore/trice n. 2. Il Conduttore/trice n. 1 interviene
Rubrica n. 3 "EUROQUIZ"	1'	<p>Quiz a premi vertente sull'argomento della giornata o sull'Europa. Si possono vincere gadget e, per la puntata finale, altro tipo o un riconoscimento (es. andare a cena con i giudici vip di ESS 2 se la tempistica di ESS2 sarà compatibile con questa ipotesi, in caso contrario il premio finale sarà un telefonino di alta marca).</p>	Il quiz è condotto a cura del conduttore n. 1 ma Il Conduttore/trice n.2 ne concepisce la domanda

<p>Rubrica n. 4 “UN MINUTO CON L’ESPERTO”</p>	<p>1’</p>	<p>Approfondimento di un particolare aspetto oppure rilascio di opinioni riguardante la tematica oggetto della puntata, da parte di soggetti provenienti dall’Amministrazione o altri ambiti che abbiano una coerenza con l’argomento trattato</p> <p>L’argomento da approfondire scaturisce, di preferenza dalla gestione delle comunicazioni degli account social del programma o da stimoli provenienti da fatti accaduti o topic di tendenza.</p>	<p>A cura del Conduttore/trice n.2 pre registrato, soggetti vari</p>
---	-----------	---	--

Nel periodo preso in considerazione dalla presente pubblicazione sono state realizzate le ultime tre puntate del programma. Pertanto in tale lasso di tempo non sono state investite risorse aggiuntive ed è stata effettuata solo la realizzazione del prodotto.



Sono stati realizzati alcuni prodotti audio-video sul FSE allo scopo di riutilizzarli in più occasioni.

La prima possibilità di utilizzo degli stessi è avvenuta in corrispondenza della finale nazionale di “European Social Sound 4U”, successivamente tali prodotti sono stati riproposti in più occasioni e sono stati accolti molto positivamente non solo localmente (es. da parte di “ITS Umbria Academy”) ma anche da parte della Commissione Europea.

La DG EMPL, settore Comunicazione, oltre ad inserire il video della Regione Umbria “Mission Possible” nel *footage* dei video mostrati durante l’apertura dell’evento 25th “virtual” meeting of the INFORM and INIO” che ha riunito tutti i comunicatori europei ha realizzato anche i sottotitoli dei video a sue spese e li ha inseriti nel proprio sito tra i filmati giudicati più interessanti provenienti da tutta Europa, alla pagina <https://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=1493&langId=en>.

Relativamente ai costi sostenuti per la realizzazione dei prodotti si è fatto riferimento alla gara in essere acquistando solo i servizi strettamente necessari.

LO SPOT FSE “MISSION: POSSIBLE” - DURATA: 2’55”

IDEA

La REGIONE UMBRIA finanzia con Fondi FSE l’ITS, l’istruzione tecnica superiore, cioè la scuola di “tecnologia” che favorisce un rapido ingresso nel mondo del lavoro (per alcuni indirizzi nel 100% dei casi).

Lo spot intende comunicare al pubblico che, grazie ad ITS, trovare lavoro velocemente è una “missione possibile”, in maniera divertente e con citazioni cinematografiche tratte da film amati dai giovani (dall’abbigliamento dei due protagonisti alla musica, agli atteggiamenti, agli effetti “speciali”).

I protagonisti non sono attori ma due studenti: un ragazzo che ha frequentato ITS e ha trovato lavoro e una studentessa ancora frequentante. Tutto lo spot è veloce e ironico, specificamente pensato per attrarre l'interesse di un pubblico giovanile.

Script

Lo spot si apre con l'immagine tipica della Metro Goldwin Mayer, opportunamente modificata per l'occasione, con un gattino tigrato all'interno del cerchio che miagola in luogo del celeberrimo leone. Il titolo dello spot beneficia dello stesso tipo di voce che annuncia i trailer dei film comici con delle soluzioni che cambiano il titolo del "film da mission: "impossible" a mission: "possible". Lo spot è ambientato in piazza IV novembre. La piazza è stata scelta quale luogo simbolo dell'Umbria, sullo sfondo c'è la fontana.

I ragazzi sono vestiti alla maniera dei "Men in Black" (MIB), hanno in mano delle pistole giocattolo visibilmente finte, da cartoon. Attraverso un effetto *morphing* i due personaggi "mutano" da MIB a studenti ITS, raccontando la propria esperienza. Lo spot prevede degli inserti di stile *cartoon*.




LA SCENEGGIATURA

LOCATION: Interni-Studio Chroma.

<p>Apertura che intende “ricordare” la Metro Goldwyn Mayer, ma al posto della famosa casa cinematografica vi è la scritta Regione Umbria.</p> <p>Dal circolo, al posto del leone, fa capolino un gattino tigrato in aereo a fumetti (deve essere un cucciolo e contrastare con la figura tradizionale del leone.).</p>	<p>Il gattino in aereo deve essere animato e volare nel cerchio. Il gattino emette un “miagolio” al posto del ruggito della Metro-Goldwyn.</p>
<p>Speaker: “La Regione Umbria presenta...Mission Impossible”</p> <p>Speaker: “Ehm...Possible!... Mission...Possible”</p>	<p>Perugia, veduta aerea. Lo Speaker (voce maschile) recita la battuta alla maniera dei trailer dei film comici americani. Inizia subito la musica che rimanda al film “Mission Impossible”. poi, subito dopo un’esplosione polverizza e fa cadere le prime due lettere</p> <p>Cadono le prime due lettere e rimane la scritta Mission Possible.</p>
<p>Ambientazione, Perugia, piazza IV novembre. Sullo sfondo c’è la fontana.</p> <p>Il ragazzo e la ragazza sono vestiti come men in black, hanno ciascuno in mano una pistola, volutamente esagerata e fumettistica.</p>	<p>Asia e Riccardo entrano in scena con un effetto (come si addice ai MIB).</p> <p>Inquadratura: Piano Americano, terzo laterale a destra.</p>
<p>Si guardano posizionandosi di spalle con aria di sufficienza...</p>	<p>Piano Americano.</p>

 <p>Seguono entrambi con la testa e con gli occhi il tratteggio che si sta creando, guardando verso il centro, dal basso all'alto.</p>	<p>Piano Medio, centro dell'inquadratura.</p> <p>Al centro dell'immagine dall'alto in basso, appare una tratteggiatura disegnata, che procede segmento, dopo segmento, dal basso all'alto, il tutto è accompagnato con un sibilo di tipo "spaziale".</p>
<p>Il ragazzo assume un'espressione preoccupata mentre sparisce dalla scena.</p> <p>Lei si gira verso il ragazzo e gli fa ciao con la mano e sorride in maniera impertinente.</p>	<p>L'immagine si "divide" in due in corrispondenza del tratteggio. Inquadratura dei due soggetti in Piano Medio, al centro dell'inquadratura. Il ragazzo sparisce dalla scena con un effetto, come se fosse in un film di fantascienza (appunto, come "MIB"). La parte sinistra con la ragazza rimane ferma.</p>
<p>La ragazza rimane da sola e la sua immagine si trasforma da "MIB" a studentessa ITS in divisa, spariscono anche gli occhiali neri.</p>	<p>Inquadratura in Piano Medio, centrale, trasformazione in morphing la pistola diventa un pc portatile.</p>
<p>La ragazza descrive la sua esperienza:</p> <p>Asia: "Ciao, mi chiamo Asia e non sono un'attrice. Frequento ITS-Umbria Academy, l'accademia tecnica di alta specializzazione, finanziata della Regione Umbria e dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca. "ITS-Umbria Academy è completamente gratuita perché è pagata con fondi pubblici nazionali e con il Fondo Sociale Europeo".</p>	<p>Inquadratura in Mezzo Busto, centrale, si abbassa un po' il volume. Sfondo fumettistico.</p>
<p>Intermezzo (la ragazza sparisce), "in entrata veloce appaiono in sequenza i singoli loghi delle istituzioni coinvolte nel finanziamento di ITS: UE, MIUR, Regione</p>	<p>Si rialza il volume. I loghi entrano a tempo di musica e "shutterclock" alla fine della sequenza.</p>

Umbria, POR FSE.	
<p>La ragazza appare di nuovo in video e parla ancora. Asia: “ITS Umbria Academy dura due anni e vi si accede dopo il diploma di scuola superiore”.</p> <p>Il corso di studi prevede 1800 ore distribuite in quattro semestri. I miei prof. vengono sia dalle aziende, sia dall’università...”</p>	<p>Si riabbassa il volume. Inquadratura in Mezzo Busto In avvicinamento fino a Primo piano e viceversa. Sfondo fumettistico.</p>
<p>Intermezzo (la ragazza sparisce) Sullo sfondo appaiono delle scritte: “2 anni” e “1800 ore”, “tocco da diploma” in tutti i colori. Le scritte si muovono.</p>	<p>Si rialza il volume Le scritte sono in tratto di tratto di fumetto ad entrata veloce.</p>
<p>Perugia. Piazza IV novembre. Fontana. Asia è di nuovo vestita da “MIB” e soffia sulla pistola (allegoricamente ha “sparato” tutte le info su ITS).</p> <p>Riappare anche il ragazzo, che guarda e mima “NO” con la mano.</p> <p>Il ragazzo prende la mira e “spara” alla ragazza che piano piano svanisce. Asia, è arrabbiata perché sa che ora sta per sparire lei e batte i piedi dalla rabbia.</p> <p>Il ragazzo con un sorrisetto sardonico prende la scena (con soddisfazione) perché ha eliminato l’altro personaggio e preso possesso del centro della scena.</p>	<p>Inquadratura Asia in Piano americano a sinistra.</p> <p>Il ragazzo appare, con un effetto da ologramma in stabilizzazione. Inquadratura in Piano americano all’opposto. Guarda in macchina.</p> <p>“Sparizione” di Asia come ologramma in destabilizzazione inversa.</p> <p>Inquadratura in chiusura fino a mezzo busto.</p>
<p>Da MIB, esattamente come la ragazza, Riccardo diventa sé stesso.</p>	<p>Inquadratura in Piano Medio, centrale, trasformazione in morphing. si abbassa il volume del tema.</p>
<p>Riccardo: “Ciao! Sono Riccardo e ho 21 anni. Dopo il diploma ho frequentato ITS, corso Meccatronica.</p>	<p>Inquadratura in Mezzo Busto, centrale, si abbassa un po’ il volume.</p>

<p>Con ben 800 ore di tirocinio aziendale, grazie a ITS ho potuto misurarmi subito con la vita in azienda!”</p>	<p>Sfondo fumettistico.</p>
<p>Accade esattamente come per Asia: Sullo sfondo appaiono tutte immagini fumettate riguardanti questo argomento (la mecatronica): forme, colori e caratteri che si muovono.</p>	<p>Si rialza il volume. I simboli entrano a tempo di musica</p>
<p>Riccardo: “Risultato? Sono stato assunto ancor prima di prendere il diploma”. “ITS - Umbria Academy forma tecnici altamente specializzati nelle seguenti aree: Meccatronica; Agroalimentare; Sistema Casa; Biotecnologie; Impresa digitale; Marketing”</p>	<p>Si riabbassa il volume Inquadratura in Mezzo Busto fissa. Appaiono in pop-up i fumetti con i nomi delle aree di specializzazione dell’ITS</p>
<p>Voce dello speaker, questa volta però è seria. Voce FC: “ITS Umbria offre elevatissime opportunità di occupazione”: in media l’80% degli allievi lavora subito dopo il corso, il 100% se si tratta degli iscritti al percorso mecatronica.” ITS Umbria è il miglior ITS d’Italia</p>	<p>Lampeggia una sequenza di simboli fumettati con segni aritmetici Libro + simbolo impresa = simbolo omino con valigia Appaiono in dissolvenza prima “80%” e poi 100%, che si ingrandisce e poi la scritta (immagine di una coppa cartoon)</p>
<p>I ragazzi ritornano vestiti come all’inizio (da MIB) Entrambi: “Con ITS Umbria trovare subito lavoro è....”  Entrambi: “...mission possible!”</p>	<p>Sono di spalle, vicini, in Piano americano. Dicono la battuta ruotando entrambi all’unisono, verso la camera e prendendo la mira con le pistole giocattolo.</p>

“a video entrano uno ad uno il loghi che compongono la label FSE” i loghi

La musica termina sull’ultima nota con il “simbolo stilizzato del personaggio FSE” e la scritta www.regioneumbria.it/fse



Per guardare “Mission Possible”,
inquadrare il QR-CODE



Il video ha totalizzato n. 678 visualizzazioni
(alla data del 25 maggio 2021)

Il costo dei servizi esterni per la sua realizzazione è pari a €5.260 oltre IVA.

LO SPOT FSE “BUSINESS GAME” - DURATA: 3’29”

IDEA

La REGIONE UMBRIA promuove la creazione di impresa, anche con Fondi FSE che finanziano il microcredito.

Lo spot intende evidenziare le caratteristiche personali proprie dell'imprenditore e gli elementi fondamentali che servono per fare impresa. Non ci sono persone in carne ed ossa ma si simula un videogioco. L'ambientazione è futuristica e simboleggia il fatto che fare impresa sarà il futuro dell'occupazione. Sullo sfondo vi è una musica da videogioco *techno*. Anche nel caso di questo video i costi sono stati ridotti al minimo.

Per quanto riguarda la realizzazione di alcuni contenuti specificamente riferiti all'imprenditorialità è stata posta in essere una proficua collaborazione con Sviluppumbria Spa.

SOGGETTO

Lo spot si apre con la visione di uno sfondo per videogioco futuristico ambientato nello spazio come se si trattasse di una videata di una console, la musica è quella tipica di sottofondo dei videogame. L'ambientazione è volutamente ipnotica. Una donna cyborg ha il compito di porgere le domande di una sorta di test allo spettatore il quale deduce dalle risposte proposte nel filmato se possiede o meno le qualità per essere imprenditore. Naturalmente si tratta di un “assaggio” di imprenditorialità, utile a suscitare l'attenzione riguardo al tema. Lo spot si «regge» su due voci femminili, una suadente, l'altra robotizzata che annuncia le fasi del gioco.



Il video al momento è dormiente, nel senso che è presente sul canale Youtube FSE della Regione Umbria ma non vi è stata data pubblicità. Si attende che la situazione pandemica allenti la morsa sulle attività economiche per poterlo proficuamente utilizzare. Il prodotto è combinabile con la campagna-questionario “Imprenditori si nasce o si diventa” (All.1) di cui si parlerà più avanti, anch'esso fermo per lo stesso motivo. Il costo dei servizi esterni di realizzazione è pari a € 3.500 oltre IVA.



L'Europa come non l'avete mai sentita!

Questo lo slogan dell'ultima edizione dell'iniziativa, che ne riassume il significato: con EUROPEAN SOCIAL SOUND si può ascoltare ottima musica, diventare protagonisti e informarsi divertendosi.

EUROPEAN SOCIAL SOUND® è il primo ed unico format di *Infotainment* a livello europeo che abbina un contest per band emergenti di alto livello a una iniziativa informativa sui progetti finanziati dal Fondo Sociale Europeo, che vengono proposti al pubblico sfruttando i tempi morti inevitabili fra un cambio di palco e l'altro. Il format è depositato e la responsabile per la comunicazione FSE della Regione Umbria lo ha ceduto gratuitamente ad altre Regioni e alla Regione Umbria per scopi istituzionali.

Il format si prefigge lo scopo di avvicinare alle tematiche europee e ai progetti finanziati dalla Regione Umbria, grazie ai fondi FSE, quelle fasce di popolazione che sfuggono ai canali e alle iniziative tradizionali di comunicazione istituzionale.

Le iniziative sono presentate in maniera adeguata al contesto: in maniera dinamica, divertente e *target-friendly*, anche per favorire la partecipazione del pubblico alle future opportunità messe a disposizione dell'Europa.

UNA NUOVA EDIZIONE, INTERREGIONALE

European Social Sound è stato organizzato per due volte dalla Regione Umbria, rispettivamente nel 2015 e nel 2017 ed ha ottenuto i seguenti riconoscimenti:

- una menzione speciale ai *Regiostars Awards 2016* (gli “Oscar” dell’Unione Europea);
- il premio MEI (Meeting delle Etichette Indipendenti) assegnato all’ideatrice del format con la seguente motivazione *“l’innovatività e l’efficace connubio fra il sostegno alla musica emergente di qualità e gli scopi sociali perseguiti”*.
- Inserimento all’interno della *Milano Music Week 2019* di European Social Sound quale stakeholder musicale innovatore fra le proposte indipendenti di valore.

Nel 2019 il format ha preso il nome di European Social Sound 4U grazie ad un progetto interregionale siglato fra 4 regioni (Umbria, Basilicata, Sicilia, Toscana) di cui l’Umbria ha assunto il coordinamento.

La Regione Umbria ha coordinato il progetto interregionale in tutte le sue componenti (amministrativa, organizzativa, artistica)

MILANO MUSIC WEEK 11-12-13-14-15-16-17-18-19 INCONTRO STATI GENERALI DELLA MUSICA EMERGENTE MARTEDI 19/11 BASE AUDITORIUM NEW SPAZIO - ORE 17

Logo of the European Union, Regione Umbria, Regione Basilicata, Regione Toscana, Regione Sicilia, and ANPAL.

Iniziativa finanziata tramite i P.O.R. (Programmi Operativi Regionali) F.S.E. (Fondo Sociale Europeo) 2014-2020 delle Regioni Umbria, Toscana, Basilicata, Sicilia

IL SITO DELL'INIZIATIVA

L'anello di congiunzione fra il contest musicale, l'Europa e le politiche regionali è costituito dal sito ufficiale dell'iniziativa www.europeansocialsound.it

Oltre ad essere il motore di tutta l'organizzazione e dell'informazione riguardanti la gara esso fornisce pillole informative di utilità pratica sui progetti e i programmi finanziati dal FSE nelle Regioni partecipanti all'iniziativa.

Lo stesso meccanismo del contest musicale è unico nel suo genere. Non ci sono né limiti di età, né di provenienza geografica per parteciparvi e sono ammessi tutti i generi musicali.



Il sito www.europeansocialsound.it

I NUMERI DI ESS4U

All'edizione 2019 si sono iscritte ben 174 band.

Una giuria di qualità ha preselezionato le formazioni che si sono esibite in 8 serate regionali (tenutesi nei territori delle regioni aderenti). Le serate regionali sono state seguite oltre che dal pubblico presente nelle sale anche in streaming da tutta Italia e dall'estero. Le due migliori band selezionate tramite gli eventi territoriali allestiti da ciascuna delle quattro Regioni hanno disputato la finalissima nazionale a Matera presso l'auditorium Gervasio, il 14 dicembre 2019.

Serata di qualificazione
a Perugia



LA FINALISSIMA NAZIONALE

Nella finale del 14 dicembre sul palco dell'Auditorium si sono esibiti 8 gruppi che hanno superato le 4 selezioni regionali (Basilicata, Sicilia, Toscana e Umbria).



Trailer finalissima



Estratto finalissima

OSPITI E GIURIA

La serata di Matera ha potuto contare su una giuria d'eccezione capitanata da quello che è stato anche l'ospite principale, Roberto Dell'Era, che nella sua lunga carriera ha collaborato con tantissimi musicisti; Daniela Amenta, giornalista e scrittrice esperta di musica e spettacoli già conduttrice di "Cactus - Basta poca acqua" con Concita De Gregorio su Radio Capital; Silvia Boscherò, giornalista e speaker radiofonica di Radio Rai. Ha condotto, tra le altre cose, "Moby Dick", "King Kong" e "Stereo Notte" e oggi "La versione delle Due" su Radio 2 con Andrea Delogu.

Oltre al voto dei giudici, nel format è stata prevista anche la partecipazione del pubblico che ha affiancato la Giuria nella scelta dei vincitori attraverso una votazione *online*, avvenuta nel sito web www.europeansocialsound.it

LE POLITICHE FSE PRESENTATE DALLE REGIONI

In abbinamento con le esibizioni canore sono stati presentati alcuni progetti del Fondo Sociale Europeo realizzati nelle varie Regioni, un accostamento che è piaciuto al pubblico perché le politiche sono state presentate in maniera dinamica tramite spot suggestivi o divertenti.

In anteprima nazionale la Regione Umbria ha presentato due spot, "MISSION POSSIBLE" sull'ITS, la scuola di alta tecnologia prima in Italia che fornisce grandi opportunità per trovare lavoro e "BUSINESS GAME", una riflessione sulle caratteristiche dell'imprenditore e gli elementi necessari per fare impresa con riferimento al progetto "microcredito".

La Regione Basilicata ha proposto in visione "SI PUO' FARE" riguardante anch'esso la nuova imprenditoria del territorio regionale con una linea specifica dedicata al sostegno delle imprese sociali e del Terzo Settore e "MASTER NON UNIVERSITARIO IN CINEMA LOCATION MANAGEMENT E MOVIE TOURISM", un progetto per la concessione di contributi per la partecipazione a master in Italia e all'estero.

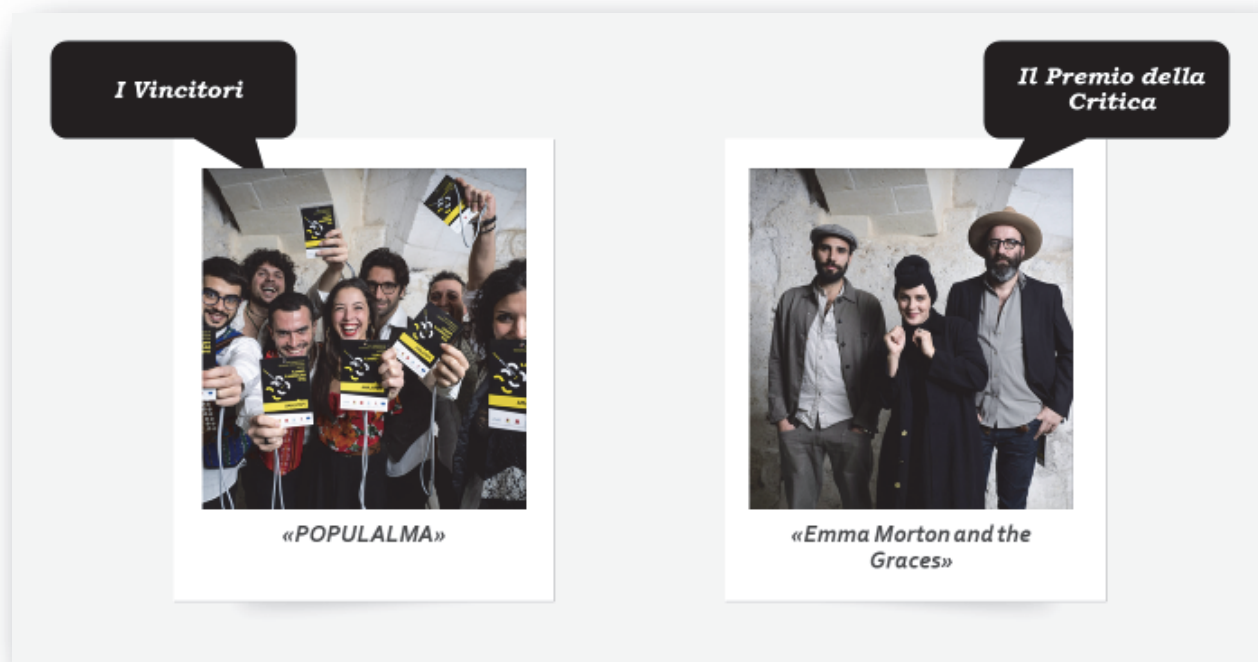
La Regione Siciliana ha presentato la storia di "LUIGI E AARON, SUCCESSO FORMATIVO CON L'FSE", due giovani che hanno trovato la loro strada grazie alle politiche FSE e "THIS IS SICILY, A UNIVERSE OF EMOTIONS" sul progetto ASTROSMART volto a creare competenze e capacità in grado di sostenere le concrete ricadute della ricerca in ambito astrofisico sul territorio ed il trasferimento dei risultati verso il mondo imprenditoriale.

La Regione Toscana ha presentato "STORIE POSSIBILI" e "SECCHIONE IS THE NEW FIGO", quest'ultimo volto a raccontare quanto oramai la cultura sia "sexy" e che la passione per lo studio è considerato un asset. Entrambi gli spot si riferiscono al Progetto Giovani Sì.

I VINCITORI

Si è aggiudicato il titolo di band vincitrice POPULALMA. La giovane band che ha proposto musica etnico folk è stata premiata dal voto on line e dalla giuria per la canzone "Nun existi razza". Gareggiava per l'Umbria ed era arrivata in finale superando la selezione umbra del 31 ottobre 2019 che ha avuto luogo al 110 café a Perugia.

Al trio EMMA MORTON & THE GRACES, provenienti dalla selezione Toscana, è andato invece il premio della critica assegnato dai tre giudici della serata.



PREMI

Ai PopulAlma, band prima classificata di ESS4U, sono andati 10mila euro in servizi utili a promuovere la propria attività artistica. Il “Premio della critica” vinto da Emma Morton & the Graces consiste in un montepremi di 3.000,00 euro sempre da utilizzare per la promozione della propria attività artistica. Ai primi due gruppi è andato anche un trofeo mentre i gruppi partecipanti hanno ricevuto un attestato di partecipazione e un servizio fotografico in formato digitale (10 scatti).

Nel corso della serata, infine, sono stati premiati anche quattro ospiti dal pubblico scelti a caso tra coloro che hanno votato il migliore video promozionale sulle politiche europee tra quelli trasmessi durante il cambio palco.

Il video della serata-evento è stato trasmesso in streaming sul sito, sui canali Youtube e altri social.

I RISULTATI

La serata è stata oggetto di copertura di servizi dei TG RAI delle Regioni aderenti all’iniziativa.

Anche la versione interregionale del contest, parimenti a quelle regionali, ha riscosso un grande successo online in particolare:

- la diretta della serata finale di ESS4U è stata vista da quasi **12.000** utenti;
- nei sei mesi di attività sono stati realizzati e pubblicati **130** contenuti originali, nello specifico si tratta di post composti da copy testuale e visual originale, GIF animate, video, dirette live e gallerie fotografiche;

- la *reach* complessiva (organica e a pagamento mediante sponsorizzazioni) è stata pari a **4.594.000** utenti che hanno visto passare un qualsiasi contenuto della pagina sul proprio schermo (sia desktop che smartphone);
- il **50%** degli utenti della pagina FB di ESS4U ha un'età compresa tra i **18 e i 35 anni** e sono per il **63% uomini** mentre le donne sono il 37%. Sono principalmente italiani ma ci sono anche inglesi, francesi e spagnoli;
- il numero dei follower della pagina è **cresciuto di 600 unità** nel corso della campagna di comunicazione;
- la pagina Instagram è stata molto utilizzata per la sponsorizzazione di contenuti promozionali circa le iscrizioni e gli aggiornamenti sullo sviluppo del contest anche grazie alla pubblicazione di oltre cento contenuti tra post e IG Stories che hanno raccolto circa **300.000** visualizzazioni complessive.

Come per il Progetto “Europa Infosound” la finale regionale rappresenta l’epilogo di un progetto con genesi antecedente rispetto alla data di insediamento della Giunta attuale. Ad ogni modo, trattandosi di un evento interregionale i costi erano stati affrontati precedentemente dalle Regioni aderenti nel complesso.

GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA

GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA CAMPAGNA-EVENTO ANNUALE 2020



- Come rappresentare ai giovani il Fondo Sociale Europeo efficacemente?
- Quali sono le competenze per una comunicazione audiovisiva di successo?
- Siamo sicuri della qualità e dell’accuratezza di quanto circola sul web?
- Chi può comunicare il FSE ai giovani meglio dei giovani stessi?

La comunicazione FSE della Regione Umbria non ha dubbi: “Giovani giornalisti per l’Europa” è la risposta giusta! Un nuovo format di campagna-evento innovativo che ha raccolto il plauso di esponenti di varie istituzioni europee (Commissione europea, Parlamento Europeo, Comitato delle Regioni) per coinvolgere ed avvicinare i giovani alle tematiche del Fondo Sociale Europeo tramite un giusto uso dei nuovi media. La campagna-evento ha costituito evento annuale FSE 2020.

Il format prevede formazione nell'ambito del giornalismo radiotelevisivo erogata a studenti di scuole superiori dalla Scuola Nazionale di Giornalismo di Perugia, individuata dalla Regione Umbria tramite bando, ed un evento finale.

Il periodo di realizzazione è andato da novembre 2019 a settembre 2020.

I NUMERI

6 scuole, 6 tutor, 10 esperti, 264 ore di formazione complessive, 1 meeting di apertura, 1 Gran Premio Finale.

GLI ISTITUTI DI ISTRUZIONE SUPERIORI PARTECIPANTI ALLA PRIMA EDIZIONE

- “Angeloni” -Terni;
- “Calvino” - Città della Pieve;
- “Campus Leonardo Da Vinci” - Umbertide;
- “Pieralli” - Perugia;
- “Scarpellini” - Foligno;
- “Volta” - Perugia.

IL KICK-OFF MEETING

Si è tenuto l'8 novembre 2019 ed ha inaugurato la FESTA DELLA RETE il più grande evento italiano del web.

La Band “Il Pagante”



Una giornata ricca di formazione: 8 ore tra lezioni, dibattiti e testimonianze



Ospiti: la Band “Il pagante”, fenomeno social tanto caro ai giovani, Flavio Alivernini, Luca Telese, Matteo Grandi, Chiara Longo Bifano.



Carlo Cipiciani,
direttore alla Programmazione Europea



LA FORMAZIONE IN GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO

In cattedra per insegnare ai giovani allievi delle scuole superiori i segreti del giornalismo radiotelevisivo grazie a un corso di 44 ore gli eminenti (e famosi) giornalisti RAI-TV:

- Marco Frittella, docente, giornalista e mezzobusto da anni nelle case degli italiani col TG e altri programmi;
- Celia Guimaraes, giornalista TV, docente, blogger che segue i media digitali, le startup e social network;
- Luca Garosi, caporedattore di RAInews24;
- L'attrice Corinna Locastro che si è presa carico della parte "dizione e prossemica" ovvero di come si "sta" in video;
- Professionisti esperti di montaggio.



Luca Garosi - caporedattore di RAInews24



L'attrice Corinna Lo Castro

LA FORMAZIONE SULL'EUROPA E IL FONDO SOCIALE EUROPEO

I funzionari e i dirigenti della Regione Umbria e l'Università di Perugia (in 4 ore) tramite un modulo a contenuto europeo hanno spiegato ai giovani cosa è il Fondo Sociale Europeo, illustrando alcuni progetti di punta realizzati sul territorio sull'istruzione, la formazione, il lavoro e inclusione sociale.



I VIDEO E IL PRIMO "GRAN PRIX DI GIORNALISMO RADIOTELEVISIVO DELL'UMBRIA"

Ma la formazione non ha esaurito il progetto. I giovani, applicando subito quanto imparato, hanno realizzato 30 video di mobile journalism che raccontano come l'Europa sia vicino alle persone quotidianamente. Per aumentare il coinvolgimento degli studenti la Regione Umbria ha previsto l'organizzazione di un Primo "Gran Prix di Giornalismo radiotelevisivo dell'Umbria".

Nel “Gran Premio di Giornalismo radiotelevisivo Junior dell’Umbria” che si è svolto il 30 settembre 2020 presso l’Aula Magna dell’Università di Perugia in cui, con vere e proprie nomination come alla cerimonia degli Oscar, sono stati messi a gara i video.

L’iniziativa è stata seguita da RAI 3 e dalle TV locali con un “traino” al TG3 e con un servizio di copertura del Grand Prix. Sono stati molti gli articoli su carta stampata e online (vedi di seguito).



Il servizio del TG RAI e l’“appello” al voto dei video in gara da parte del direttore regionale alla Programmazione europea, Carlo Cipiciani



AND THE WINNER IS...

I riconoscimenti assegnati nelle varie categorie sono indicati a tergo e tutti i video-servizi giornalisti premiati sono visibili tramite i QR code.

Vincitore: MIGLIOR VIDEO SCELTO
DALLA GIURIA

“BASKIN”- il video

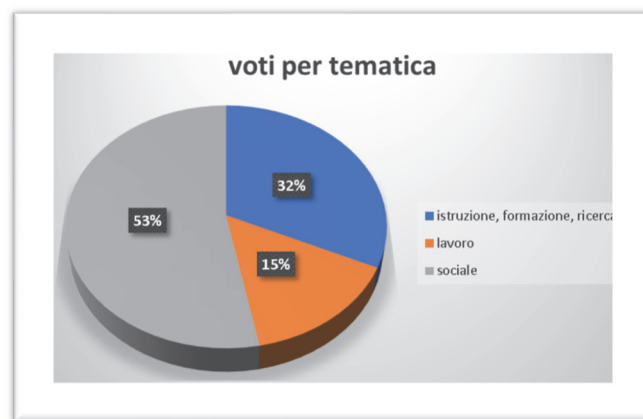
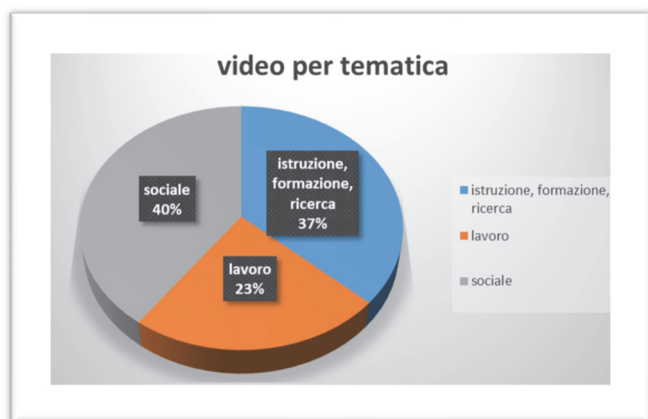


CATEGORIA DI AWARD	TITOLO VIDEO	CODICE
Video più votato sul Canale Youtube della Regione Umbria	“Una nuova occasione”	
Video più visto sul Canale Youtube della Regione Umbria	“Progetto vita indipendente, appartamento casa Paradiso”	
Premio ESN (studenti Erasmus)	“Pon: un viaggio verso l'Unione europea”	
La storia più bella	“L'integrazione nelle diverse sfumature”	
Migliore intervista	“Mediazione familiare”	
Miglior fotografia	“Nessuno rimanga indietro”	
Miglior montaggio	“Un arco per l'Europa”	
Miglior video (scelto dai professori)	“Espressivo, divertente e formativo: questo è l'Istituto Calvino!”	
Miglior colonna sonora	“Noi che non abbiamo il mare”	

UNA GIURIA D'ECCEZIONE

Presieduta da Giuseppina PATERNITI, direttore editoriale dell'offerta informativa della RAI, già direttrice del TG3 nazionale e a lungo corrispondente da Bruxelles, e composta da:

- Maria Concetta Mattei - caporedattore e conduttrice Tg2;
- Roberto Conticelli - vicedirettore de "La Nazione" e presidente dell'Ordine dei giornalisti dell'Umbria;
- Pier Paolo Cito - giornalista e fotoreporter, finalista al premio Pulitzer, vincitore dell'Award of Excellence, e del Premio "Picture of the Year International";
- Corinna Lo Castro - attrice ed esperta di dizione, storica "voce" RAI;
- Luca Romani - Regista RAI.



CONCLUSIONI

Hanno vinto tutti.

Gli studenti con il loro impegno e le nuove competenze acquisite molto ricercate nel mondo del lavoro spendibili anche in futuro.

Le scuole e gli insegnanti che hanno abbracciato il progetto con entusiasmo, la Regione Umbria per gli apprezzamenti ricevuti e perché il progetto consente la diffusione da pari a pari ma con solide basi di tematiche difficilmente diffondibili senza uno *storytelling* coinvolgente.

“Un video di un minuto ha la stessa efficacia comunicativa di circa 1,8 milioni di parole”, lo sosteneva qualche anno fa uno studio di *Forrester Research*.

Ci crediamo anche noi: i video della playlist della Regione Umbria ad oggi sono stati visionati **13.437** volte (dato al 6.5.2021).

L'investimento complessivo a valere sul Piano di comunicazione FSE, per una iniziativa che si sviluppo nell'arco di molti mesi e che mette in campo eccezionali professionalità del mondo del giornalismo, è stato pari € 38.324,00 oltre IVA.

GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA 2 - EVENTO ANNUALE 2021



Da studenti a reporter torna “Giovani giornalisti per l’Europa”.

Dopo il grande successo della campagna di Comunicazione-Progetto “Giovani Giornalisti per l’Europa”, rivolta alle classi IV di alcuni Istituti di Istruzione Superiore dell’Umbria conclusasi il 30 settembre 2020, finalizzata alla diffusione della conoscenza dell’Europa e degli interventi finanziati tramite il POR Fondo Sociale Europeo Umbria 2014-2020, la Regione Umbria sta realizzando una nuova edizione dell’iniziativa.

La competizione mette alla prova e allo stesso tempo valorizza il talento, l’originalità e l’inventiva di ragazzi adolescenti sulle più attuali tematiche e sull’importanza degli investimenti pubblici.

Nonostante le difficoltà legate alla pandemia in corso “Giovani Giornalisti per l’Europa” ha costituito un’ottima opportunità di formazione per i ragazzi che vi hanno partecipato con grande entusiasmo ed ha suscitato il vivo apprezzamento dei docenti. Il Progetto, come visto nelle pagine precedenti, ha anche ottenuto consenso e vasta eco sui media ed è stato pubblicizzato dalla Commissione Europea sul suo sito web e da essa seguito in tutte le sue fasi.

NONOSTANTE LA PANDEMIA AL VIA LA SECONDA EDIZIONE

Mercoledì 17 Marzo 2021 si è tenuto il meeting di apertura, ovviamente online a causa della pandemia, della seconda edizione del progetto “Giovani giornalisti per l’Europa” della Regione Umbria finanziato dal Fondo sociale europeo e realizzato con la collaborazione del Centro di giornalismo di Perugia. Come lo scorso anno l’incontro servirà a coinvolgere e motivare i giovani studenti che prenderanno parte all’iniziativa.

IL KICK-OFF DELLA NUOVA EDIZIONE

Ha aperto l’incontro l’Assessore regionale Paola Agabiti a cui sono attribuite - tra le altre - anche le deleghe alla Programmazione Europea e all’Istruzione. Si sono succeduti gli interventi di Michele Cercone, Portavoce del Presidente del Comitato delle Regioni, Lodovico Conzimu, *Desk officer ESF*, Commissione Europea, Alessandra Flora, *Communication specialist*, Commissione Europea, Maria Concetta Mattei, Direttrice della Scuola di giornalismo di Perugia e Roberto Conticelli, Presidente dell’Ordine dei Giornalisti dell’Umbria.

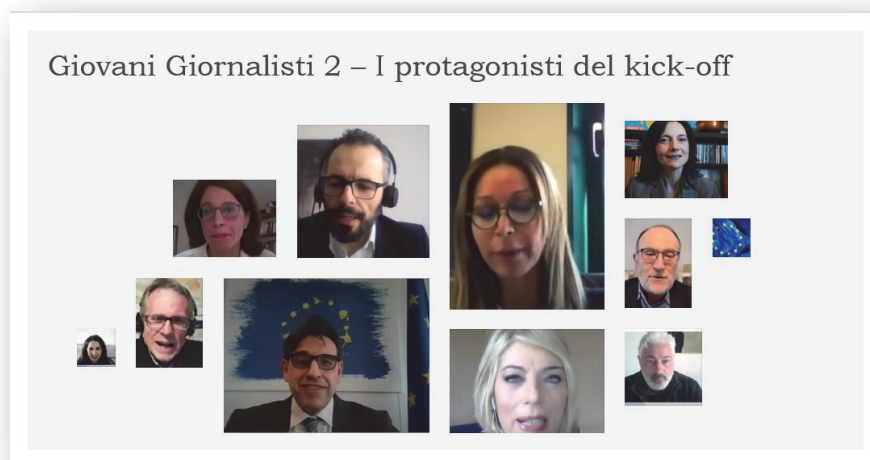
Maria Rosaria Fraticelli, Responsabile Comunicazione FSE Regione Umbria ha parlato della nascita e dell’importanza di questa iniziativa.

Sono state presentate le sei scuole coinvolte nel progetto, diverse rispetto allo scorso anno, ai fini di una turnazione degli istituti regionali. Le scuole partecipanti sono state individuate sulla base di ambiti geografici predefiniti e sull'ordine cronologico di arrivo delle manifestazioni di interesse come di seguito elencate:

- il liceo “Galilei” di Perugia;
- l’Istituto “Giordano Bruno” di Perugia;
- il liceo “Mazzatinti” di Gubbio;
- il liceo “Majorana” di Orvieto;
- l’Istituto “De Carolis” di Spoleto
- Il “Campus da Vinci”, vincitore della prima edizione del progetto che, per tale motivazione, è entrato di diritto a far parte della seconda competizione.

Una delle novità di questa edizione è costituita dal bando emesso dell’Università Perugia per il reclutamento di studenti della facoltà di Scienze della Comunicazione. Tali studenti frequenteranno un laboratorio che li metterà in condizione di seguire da vicino le scuole durante la fase di produzione finale del progetto.

Hanno chiuso l’incontro Nico Piro, giornalista e inviato del Tg3, uno dei massimi esperti di Mobile Journalism in Italia e il professor Fabio Raspadori, docente di Diritto dell’Unione europea all’Università di Perugia.



È un'annata fuori dagli schemi ...







per gli studenti delle sei scuole che svolgeranno il progetto interamente online e non più in aula come lo scorso anno ma il focus dell'iniziativa rimane. I ragazzi con il coordinamento del giornalista Luca Garosi, caporedattore di RANews24, e con la guida di alcuni docenti della Scuola di giornalismo di Perugia realizzeranno video giornalistici su alcune realtà umbre. Si tratta di progetti nel campo del sociale, della formazione, dell'istruzione e della ricerca, del lavoro, per i giovani e meno giovani.








I MODULI FORMATIVI

















REPORT






Visualizzazioni dei video sul canale youtube FSE della Regione Umbria (dato al 6 maggio 2021)	n. 13.437
Visualizzazioni complessive dei video riguardanti il Kick-off della seconda edizione (dato al 26 maggio 2021)	n. 952
Servizi radiogiornalistici TV	n.4
Programmi radio	n.2
Articoli in giornali a tiratura nazionale	n.2
Articoli in giornali online (quelli su carta stampata non sono stati collazionati)	n.22
Articoli nei giornali online di Istituto	n. 6
Bando di candidatura da parte dell'Università di Perugia	n.1
Premi assegnati nell'ambito del Grand Prix	n.6

		ARTICOLO	QR-CODE
Emittente Televisiva	RAI3	Carlo Cipiciani presenta la prima edizione di "Giovani Giornalisti per l'Europa"	
	RAI3	Giovani Giornalisti per l'Europa 2" Kick-off meeting	
	Umbria TV	Giovani Giornalisti per l'Europa 2	
Programma Radio	Radiophonica	Giovani Giornalisti per l'Europa 1 alla "Festa della Rete"	
		Giovani Giornalisti per l'Europa 2	
Giornali on line	PERUGIA TODAY	A Scuola di giornalismo per video-raccontare l'Europa	

	Corriere dell'Economia	L'Umbria premierà domani, 30 settembre, i giovani giornalisti europei	
	LA NAZIONE UMBRIA	Giovani reporter per l'Europa	
	LA NAZIONE UMBRIA	Gran Premio di giornalismo junior Bene il "Calvino"	
	Umbria Domani	A Perugia il primo premio giornalismo radiotelevisivo junior dell'Umbria	
	TGR media	UE, "Baskin" vince il premio giovani giornalisti per l'Europa	
	ENNE Project	Progetto Giovani Giornalisti per l'Europa	
	Informazione Locale	Giovani giornalisti al Campus da Vinci di Umbertide: 5 video dedicati a progetti del territorio	

RGU Notizie	Dalla festa della rete allo scarpellini al via il Progetto Giovani Giornalisti per l'Europa	
Centro Formazione Giornalismo Radiotelevisivo	Giovani giornalisti tra i banchi di scuola	
Comune di Umbertide	Campus Da Vinci di Umbertide si è aggiudicato il titolo di miglior lavoro alla prima edizione del "Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo Junior dell'Umbria"	
TRASIMENONLINE	All'istituto Calvino due riconoscimenti del Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo junior	
Umbriaon	Raccontare l'Europa usando lo smartphone	
CorrierePievese	Città della Pieve. Il Calvino "vivaio di giornalisti".	
Regione Umbria	Ue, "baskin" vince il premio giovani giornalisti per l'Europa	

	TUTTOGGI	Da studenti a reporter torna Giovani Giornalisti per l'Europa	
	VIVO Umbria	Sei scuole umbre per la seconda edizione di "Giovani giornalisti per l'Europa"	
	Umbria24	L'Umbria come modello di comunicazione europea: il progetto Giovani giornalisti per l'Europa vola a Bruxelles	
	Tevere Tv	Il video "Baskin" dei ragazzi del Campus Da Vinci di Umbertide si è aggiudicato il titolo di miglior lavoro nella prima edizione del "Gran Premio di giornalismo radiotelevisivo Junior dell'Umbria"	
	ATVreport	Il cohousing di Gino, Alessio e Salvatore tra i video di un concorso europeo	
	Provincia Perugia	Da studenti a reporter, torna "Giovani giornalisti per l'Europa"	
Giornali scolastici	I.T.T.S. Alessandro Volta Perugia	Giovani Giornalisti per l'Europa	

	Liceo Scientifico G. Galilei Perugia	Giovani giornalisti per l'Europa	
	Liceo statale Assunta Pieralli Perugia	Giovani giornalisti per l'Europa	
	Istituto Tecnico Economico F. Scarpellini Foligno	Allo Scarpellini...GIOVANI GIORNALISTI CRESCONO!	
	Campus Leonardo Da Vinci Umbertide	PROGETTO "GIOVANI GIORNALISTI PER L'EUROPA" ...VERSO BRUXELLES	
Università	Università degli Studi di Perugia	Avviso di assunzione professionale per un laboratorio professionale mirato a studenti universitari dell'Università di Perugia in connessione al Progetto	

Anche questa edizione è stata progettata con un occhio alla economicità nel reperimento dei servizi ed il risultato è stata una aggiudicazione al costo di € 38.479,00 oltre Iva a valere sul Piano di Comunicazione FSE.

“ROCKING & COMMUNICATING...” ALLA EWRC 2020 - EUROPEAN WEEK OF REGIONS AND CITIES

ROCKING & COMMUNICATING: EUROPE IS YOUNG!

Tue 6, October 2020

14:30 - 16:00 CET



“Buy” one, get one free: two formats, one goal

Discover two successful, fully-transferable, completely different, innovative ESF communication Projects for Europe to go viral.

Ready 2 join us?

1. Young Journalists for Europe (YJE)
2. European Social Sound 4U (ESS4U)

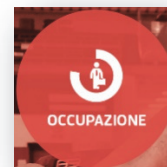
The former is **Young Journalists for Europe (YJE)**. It is an institutional-style initiative that provides high school students with radio & TV journalism training by the national-TV participated School of TV Journalism. It ends by the first Junior Grand Prix Awards and a YouTube open contest.

Discover the winner team and much more:

- all about the Training
- contributions by young journalists and their teachers
- Italian actress, diction and proxemics coach in the project, Corinna Locastro's tips for the audience.

Have you ever seen a lot of tattooed people at an official ESF meeting? Neither have we before **European Social Sound 4 U (ESS4U)**. The latter- **definitely unconventional-proposal** to target those young people who aren't keen on institutional events.

This coronavirus-proof, multi-award-winning format is based on a highly competitive battle of bands paired with information on ESF best regional practices.



La Settimana europea delle regioni e delle città è organizzata congiuntamente dal Comitato europeo delle regioni (CdR) e dalla direzione generale Politica regionale e urbana (DG REGIO) della Commissione europea che all'inizio dell'anno, in genere nel mese di gennaio, pubblicano un bando per la selezione di partner per l'edizione annuale. Vengono in seguito selezionati i partner provenienti da tutta Europa che hanno il compito di tenere seminari su questioni di interesse comune, spesso collegate all'attuazione dei Fondi strutturali e di investimento europei e di altri programmi dell'UE.

Con l'organizzazione del Workshop “ROCKING & COMMUNICATING: EUROPE IS YOUNG!” la Regione Umbria ha parlato al pubblico dell'European Week of Regions and Cities 2020 di due iniziative del FSE Umbria lasciando la parola ai protagonisti delle medesime e alle Istituzioni. La registrazione dell'iniziativa è visibile anche nel sito della “European Week of Regions and Cities - EWRC 2020” e inquadrando il QR Code alla pagina seguente.

L'evento si è svolto in due parti aventi un registro decisamente diverso fra di loro, con la seconda parte volutamente scherzosa e sopra le righe a fornire contrasto. Tale dinamica è risultata estremamente apprezzata.



All'evento hanno preso parte:

Moderatore, Paolo Saraca Volpini, giornalista e responsabile stampa presso il Palamento Europeo.

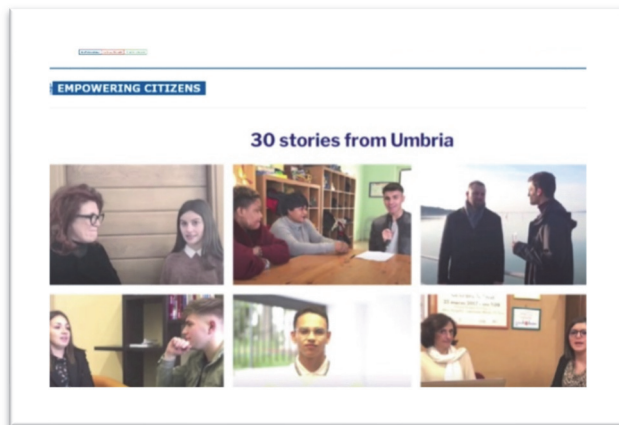
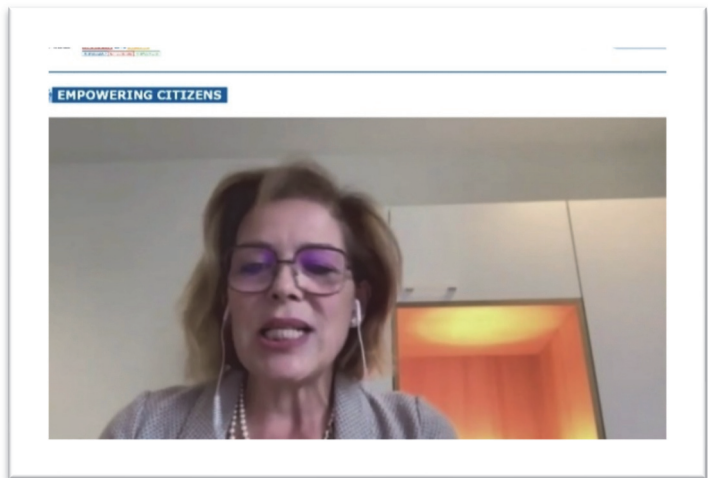
I seguenti speaker in ordine di contributo:

- Daniela Rondinelli, membro del Parlamento europeo;
- Michele Fioroni, Vice-presidente Regione Umbria, Assessore allo Sviluppo economico, innovazione, digitale, semplificazione;
- Maria Rosaria Fraticelli, Responsabile comunicazione FSE Regione Umbria, progettista dell'iniziativa e del workshop;
- Massimo Busuoli, Direttore del NTNU Brussels Office;
- Michele Cercone, Comitato delle Regioni;
- Luca Garosi, caporedattore Rainews 24;
- Corinna Lo Castro, attrice e docente di dizione;
- Ludovica Ferrari, giornalista della web radio "Radioimmaginaria" Italy.
- Un Rappresentante della band "Populalma", gruppo vincitore del primo premio di ESS4U;
- Una Rappresentante della band "Emma Morton and the Graces", premio della critica di ESS4U.

EUROPEAN WEEK OF REGIONS AND CITIES 2020

Prima parte

Seconda parte



Con riguardo a “*Rocking & Communicating*” sono stato acquistati a valere sul Piano di Comunicazione del Fondo Sociale Europeo i seguenti servizi: regia, set luci, microfoni, camere rotanti informatizzate, apparato di trasmissione, personale tecnico di assistenza, pannellistica, collegamento *streaming*.

Il costo dei servizi esterni reperiti è pari a euro 6.555,00 oltre IVA.

L’iniziativa ha potuto contare sul supporto dell’Ufficio della Regione Umbria a Bruxelles.

IL COMITATO DI SORVEGLIANZA POR FESR E POR FSE 2014-2020

Il Giorno 16 dicembre 2020 si è tenuto il Comitato di Sorveglianza unitario POR FESR e POR FSE 2014- 2020 della Regione Umbria presso la sala Fiume di Palazzo Donini.

Come è noto si tratta di un evento obbligatorio in quanto previsto dai Regolamenti.

L'organizzazione dell'evento viene effettuata ad anni alterni dalle due strutture deputate alla comunicazione dei Fondi FSE e FESR. Nel 2020 l'organizzazione era in carico al FSE.

La regia professionale attrezzata, centrale dell'evento (regia, set luci, microfoni, apparato di trasmissione regia, personale tecnico di assistenza, green screen, camere rotanti informatizzate, streaming), è stata allestita a Palazzo Donini in sala Fiume con supporto del sistema Zoom Professional ritenuto il più stabile, semplice e diffuso. La registrazione *streaming* è residente sul Canale Youtube FSE della Regione Umbria. È stato anche richiesto un supporto di trascrizione tecnica, validazione delle preiscrizioni, grafica, con presenza in loco di tecnici.



Fra i materiali realizzati per l'evento vi è stata una brochure riguardante la riprogrammazione in chiave FSE a contrasto degli effetti negativi della Pandemia (Allegato 2). Sono stati acquistati servizi tecnici per un valore complessivo pari a € 8.517,50 oltre IVA.

Nel corso del Comitato di Sorveglianza tenutosi il 16 Dicembre 2020 la Commissione europea ha espressamente richiesto alla Regione Umbria di organizzare un evento che coinvolgesse gli *stakeholder* mirato a porre in evidenza una buona pratica FSE e uno o più interventi attuati con i fondi FSE, riprogrammati in chiave anti Covid.

Dopo aver vagliato alcune proposte di argomenti avanzate dall'Amministrazione, d'intesa con la DG EMPL, è stato individuato per coerenza un settore unico, l'istruzione. In particolare, "ITS" è stata presentata quale buona pratica mentre la disamina dei cinque interventi realizzati dal Servizio "Istruzione" a partire dall'inizio della pandemia ha avuto il compito di toccare l'argomento della riprogrammazione dei fondi FSE.



Hanno partecipato all'iniziativa:

- Donatella Tesei, Presidente della Regione Umbria;
- Carlo Cipiciani, Direttore regionale alle Risorse, Programmazione, Cultura, Turismo;
- Giuseppe Merli, Dirigente del Servizio Istruzione, Università, Diritto allo Studio e Ricerca;
- Nicola Modugno, Direttore Generale ITS Umbria Academy;
- Silvia Pagliacci, Presidente Federfarma Perugia;
- Anna Pascoletti, Ufficio Scolastico Regionale per l'Umbria;
- Ludovico Conzimu, Desk Officer Direzione Generale per l'Occupazione, gli Affari sociali e l'Inclusione (EMPL.E.4), Commissione Europea;
- Brian Cavallucci, ex studente del corso Marketing-ITS;

- Andrea Volpi, studente del corso Meccatronica-ITS;
- Mariangela Rossi, direzione regionale Salute;
- Valentina Bendini, Servizio regionale Istruzione, Università, Diritto allo Studio e Ricerca;
- Chair: M. Rosaria Fraticelli, Responsabile Comunicazione FSE, Regione Umbria.

L'evento si è svolto online su piattaforma ZOOM professional ed è stato trasmesso anche in diretta *streaming* sul canale Youtube FSE della Regione Umbria. La registrazione è tuttora disponibile.

Sono stati acquistati servizi tecnici per un valore pari a € 6.555,00 oltre IVA.



La Regione Umbria ha realizzato una campagna di comunicazione multifondo denominata “EUROPA e UMBRIA PER TE” a valere sulla Strategia di Comunicazione Congiunta dei POR FSE e FESR, la strategia di comunicazione del PSR FEASR 2014-2020 e i fondi riferibili al Turismo e alla Comunicazione istituzionale.

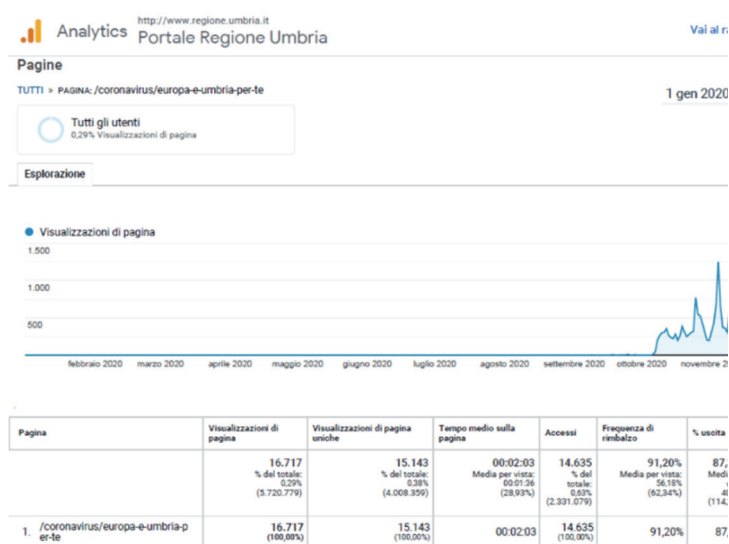
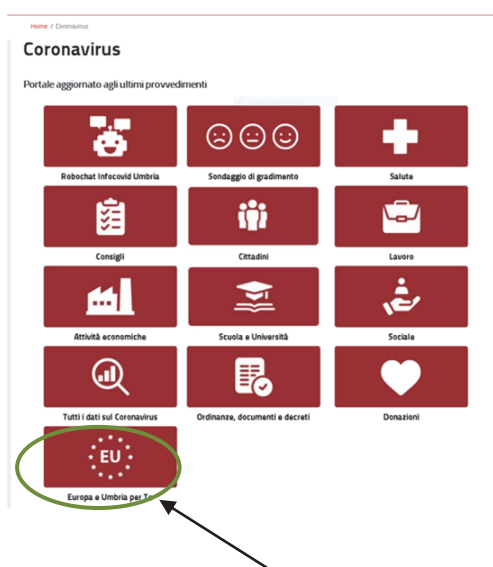
A latere delle misure che il governo nazionale stava portando avanti e di cui l’Ente Regionale ha sempre dato puntuale informazione nella pagina dedicata all’emergenza è apparso subito di fondamentale importanza dare testimonianza ai cittadini e alle imprese dell’impegno del Governo regionale nell’affrontare le circostanze avverse introdotte dalla pandemia da COVID-19. Era necessario che la popolazione, il sistema produttivo e, per certi versi la nazione intera, percepissero ancor più l’azione che l’Amministrazione regionale stava progettando per fornire un sostegno specifico alla popolazione e al sistema-regione in generale con ogni mezzo a sua disposizione fra cui i fondi europei e le risorse dedicate al turismo. La campagna doveva altresì impattare su un nucleo allargato di pubblici di riferimento, pertanto, si è fatto leva sui mezzi di informazione televisivi, sui quotidiani a stampa e online. L’acquisto dei prodotti grafici è stato realizzato con fondi propri della comunicazione istituzionale.

La campagna è stata progettata dalle sezioni regionali in tema di comunicazione FSE e comunicazione e marketing istituzionale.

Sono state acquistate, a valere sui fondi FSE e FESR, inserzioni su 5 testate cartacee e 26 pubblicazioni on line.

La campagna è stata così strutturata:

- Scrittura di un redazionale riguardante lo spettro delle politiche riprogrammate in chiave covid dai tre fondi europei. Il documento è stato redatto facendo ricorso ad una narrazione non tecnica, collazionando gli interventi in corso di programmazione da parte del Governo regionale, con finanziamento a valere su ciascuno dei tre fondi citati e sui fondi del turismo;
- Creazione concept e adattamenti grafici;
- Realizzazione di un video promozionale;
- Creazione di un apposito tema all'interno del canale <http://www.regione.umbria.it/coronavirus> , canale già conosciuto dal pubblico;
- Acquisto di spazi pubblicitari sul circuito televisivo locale (banner 2 mesi x 8 passaggi al giorno) , sui quotidiani cartacei locali, sui quotidiani nazionali cartacei con edizione locale, sui quotidiani online (dai 2000 ad oltre 100.000 follower, pubblicizzazione di banner per un mese), collegati da link interattivi o QR code con la sezione dedicata <https://www.regione.umbria.it/coronavirus/europa-e-umbria-per-te> , raggiungibile dalla home page (di seguito un'immagine) :



Per quanto riguarda i risultati, la dashboard disponibile evidenzia il picco di visualizzazioni e la numerosità totale delle stesse (n. **16.717**- dati rilevati a dicembre 2020 in occasione del Comitato di Sorveglianza) nonché il tempo di lettura compatibile con quello necessario alla lettura dell'articolo.

In particolare, l'impegno finanziario del FSE è stato pari a € 27.780,00 euro.

Le specificità e le “complicazioni” tipiche del FSE purtroppo si applicano anche alla pubblicizzazione delle iniziative finanziate. Gli obblighi che i regolamenti europei fanno sorgere in capo all'AdG in relazione all'azione di informare il pubblico in merito ai risultati raggiunti dai Fondi e di dare conto ai cittadini di come sono investite le risorse finanziarie dell'Unione danno adito a notevoli problematiche di realizzazione.

Se per altri fondi europei che finanziano iniziative strutturali (pochi progetti con alto importo) è sufficiente apporre sempre lo stesso tipo di targa/poster, per quanto riguarda gli interventi finanziati con il FSE si ha a che fare con una pletora programmi sia nazionali sia regionali attuata da una molteplicità di attori. Inoltre, per l'intangibilità delle realizzazioni l'UE impone l'obbligo di apporre correttamente i segni grafici corrispondenti su ogni documento, perfino quelli gestionali, e sulle attestazioni spendibili in tutta Europa.

Le “Linee Guida per la comunicazione FSE” (All. 3) vengono proposte nella presente pubblicazione in anteprima ai fini della loro valutazione in vista della proposizione alla Giunta.

Le linee guida sono un prodotto ibrido fra un brand-book, disposizioni di regolamentazione per la comunicazione, percorso organizzativo di conferimento delle informazioni, format di documenti ed esempi grafici. Uno degli obiettivi più importanti è quello di implementare una pagina del sito FSE regionale tale da costituire un HUB per la conoscenza di tutte le opportunità a disposizione dei beneficiari e dei destinatari dell'azione FSE, in adempienza alle disposizioni UE.

La conoscenza da parte dei pubblici di riferimento del canale tematico del POR FSE rappresenta uno degli obiettivi sensibili della comunicazione FSE UMBRIA stessa.

Le linee guida saranno oggetto di illustrazione e spiegazione nel corso di giornate formative sulla comunicazione FSE destinati e a tutti i soggetti pubblici che gestiscono e attuano gli interventi finanziati presso la Scuola di Pubblica Amministrazione di Villa Umbra.

La realizzazione in forma grafica delle “Linee Guida” implicherà un costo pari a € 3.200 oltre IVA.

HELP DESK – COMUNICAZIONE FSE

Dato quanto scritto in precedenza va da sé che la sezione deputata alla comunicazione FSE è il punto di riferimento per le numerose richieste di chiarimento sulle modalità di pubblicizzazione degli interventi finanziari e sul controllo di tali aspetti. L'attività non comporta costi per acquisto di servizi esterni.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

È abitudine dell'unità organizzativa preposta alla comunicazione FSE aggiornarsi sulle tendenze socio-economiche territoriali e analizzare i risultati dei maggiori interventi finanziati nei vari Assi al fine di identificare gli interventi di comunicazione con ricadute positive sul territorio.

La spinta per realizzare una campagna sulla creazione di imprese è sorta dall'analisi dei dati a disposizione dell'Amministrazione, fra cui quelli relativi al monitoraggio del Programma "Garanzia Giovani", che hanno evidenziato la scarsa propensione dei giovani umbri all'autoimprenditorialità.

Al fine di indagare più a fondo le cause di tale fenomeno, anche per trarre informazioni utili all'indirizzo delle politiche, si è messo a punto un questionario volto a rilevare le maggiori criticità soggettive che ostano alla creazione di impresa.

Il questionario sarà diffuso tramite tutti i mezzi disponibili, in primis tramite il sito web della Regione e di altre istituzioni (per formulare correttamente alcune domande del questionario è stata posta in essere una collaborazione con Sviluppumbria) e rappresenta il fulcro centrale della campagna (All. 1).

Esso è pensato per raccogliere informazioni da un pubblico generalista, dislocato su tutto il territorio nazionale, considerando qualsiasi condizione sociale, economica, lavorativa, livello di istruzione. Il questionario restituirà dati variegati, utili a comprendere le leve su cui si potrà agire nella consapevolezza che gli ambienti sociali condizionano le nostre scelte di vita e di lavoro. Ad esempio, i dati potrebbero indicarci che potrebbe essere utile progettare azioni mirate a sostegno dell'imprenditorialità coinvolgendo culturalmente anche le famiglie oppure indagare le motivazioni che hanno portato persone ormai adulte ad abbandonare un sogno imprenditoriale abdicando a favore di un lavoro dipendente.

Pertanto, maggiore e variegato sarà il contributo delle persone, più preciso sarà il quadro dell'indagine che ne scaturirà. Inoltre eventuali risposte fornite da persone domiciliate in altre regioni possono fornire informazioni utili alla comparazione dell'Umbria con altri territori.

Inizialmente si era pensato di diffondere subito il questionario presso la popolazione ma la crisi economica conseguente alla pandemia ne ha sconsigliato la diffusione immediata, ritenendo più cauto attendere segnali di ripresa dal punto di vista economico. Allo scopo vi sono già contatti con Sviluppumbria e con la Dott.ssa Mangialardo del Centro per l'Impiego di Terni, che si occupa di orientamento e che ha dato il proprio appoggio all'iniziativa e attende la partenza a pieno regime della medesima. Sicuramente anche le associazioni datoriali e sindacali non mancheranno di sostenere l'iniziativa.

Il link del questionario, data la criticità del periodo, è stato da poco inviato al Rettore dell'Università degli studi di Perugia, con preghiera di diffusione presso gli studenti universitari che, essendo ancora in formazione, rappresentano un target significativo per l'indagine senza rischi di inopportunità per il periodo. Il questionario è ottimizzato anche per la compilazione tramite smartphone. La pagina del sito web dove risiede il questionario per i motivi descritti in precedenza non è pubblicamente raggiungibile ma risiede all'indirizzo <https://www.regione.umbria.it/por-fse/comunicazione-e-pubblicizzazione-fse/imprenditori-si-nasce-o-si-diventa> , raggiungibile anche inquadrando il QR CODE



La diffusione del questionario avverrà di pari passo con lo spot BUSINESS GAME di cui si è parlato in precedenza che verrà utilizzato a guisa di traino, per aumentare l'*engagement*.



IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA? La parola ai cittadini

COMPILA IL QUESTIONARIO

Cosa è l'autoimprenditorialità?

In sintesi: trasformare un'idea in qualcosa di concreto, capace di produrre business, con soddisfazione personale.

Cos'è "Imprenditori si nasce o si diventa?"

E' un sondaggio in 15 domande che fa parte di una più ampia iniziativa di comunicazione con cui la Regione Umbria intende interpretare gli atteggiamenti, le propensioni e le sensazioni dell'opinione pubblica riguardo al tema dell'autoimprenditorialità.

Perché la Regione Umbria ha deciso di proporre questo sondaggio?

La Regione Umbria finanzia con il Fondo Sociale Europeo progetti e programmi sul lavoro, la formazione, l'istruzione e l'inclusione sociale.

Alcuni di essi, fra cui il Programma Garanzia Giovani, e altri dati economici hanno mostrato che i cittadini umbri (i giovani in particolare) sono poco propensi all'autoimprenditorialità.

Capire il perché di tale fenomeno è fondamentale per il progresso del territorio, per il suo futuro e per quello delle giovani generazioni in particolare.

Io non sono più giovane/sono già imprenditore/vivo in un'altra regione/sono un lavoratore dipendente, perché dovrei rispondere al questionario?

L'ambiente sociale in cui si vive ha sempre condizionato, condiziona e condiziona le nostre scelte di vita e di lavoro, pertanto maggiore e variegato sarà il contributo delle persone, più preciso sarà il quadro dell'indagine che ne scaturirà.

Inoltre, le risposte fornite da persone domiciliate in altre regioni possono fornire informazioni utili alla comparazione dell'Umbria con altri territori.

Imprenditori si nasce o si diventa?

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?
La parola ai cittadini

Qualsiasi sia la tua età, condizione di studio o di lavoro, compila il questionario anonimo che intende approfondire il legame fra i cittadini e lo spirito di impresa. Ci vogliono solo 5 minuti. La tua opinione ci interessa!

Unione europea Fondo sociale europeo Regione Umbria

Iniziativa finanziata dal Fondo Sociale Europeo, che finanzia progetti gratuiti per lavoro, formazione, inclusione sociale e lotta alla povertà.

Questa indagine è anonima.

La registrazione delle risposte fornite all'indagine non è relativa a informazioni che consentano l'identificazione del partecipante.

Sono installati dei cookie tecnici come meglio illustrato nell'allegata informativa. Prendo visione e accetto.

Avanti

LA RETE EUROPEA DELLA COMUNICAZIONE

La responsabile della comunicazione FSE partecipa direttamente a tutte le iniziative organizzate dalla Commissione Europea in lingua dedicate ai comunicatori fra le quali si elencano:

18/19 giugno 2020, 25th "virtual" meeting of the INFORM and INIO

19 giugno 2020 Workshop: "10 Storytelling Tips for Powerful Messages".

28 gennaio 2021 "CPR 2021-2027: Communication provisions explained article-by-article"

23 febbraio 2021 "Testing matters! The importance of pre- and post-tests to assess relevance and impact of communication campaigns"

9 marzo 2021 "REGIOSTARS Awards 2021: all you need to know about the application process"

13 aprile 2021 "YES!" Training session on the Youth Employment Support

22 aprile 2021 "Facebook - Tips and tricks" (DG Employment)

Si evidenzia che la Comunicazione FSE rappresenta costantemente l'Italia a Bruxelles grazie alle sue iniziative innovative.

L'IMPLEMENTAZIONE DELLA SEZIONE COMUNICAZIONE DEL SITO WEB DEDICATA AGLI EVENTI ANNUALI

Si è pensato di popolare una sezione del canale web FSE con le informazioni relative agli eventi annuali al fine di riportare tutti i format ideati, alcuni dei quali risultano ancora attuali e originano richieste conoscitive da parte di altre Amministrazioni e dalla Commissione Europea.

Ecco la sezione del sito dedicato al FSE che è stata implementata: <https://www.regione.umbria.it/por-fse/comunicazione-e-pubblicizzazione-fse/eventi-e-iniziative>

LA COLLABORAZIONE CON LE STRUTTURE DELLA REGIONE UMBRIA, CON L'UNIVERSITÀ DI PERUGIA E ALTRE ISTITUZIONI

La sezione preposta alla Comunicazione FSE intraprende costanti rapporti con tutti i soggetti dell'Amministrazione regionale che si occupano di Fondo Sociale Europeo. Ad esempio vi sono state proficue collaborazioni per l'evento annuale diffuso (Giovani Giornalisti per l'Europa 2), dove sono state portate ai giovani le testimonianze dai vari settori.

Inoltre, l'Università di Perugia ha aperto un canale di collaborazione con la responsabile della Comunicazione FSE che ha tenuto presso l'ateneo lezioni sulla comunicazione, contestualizzandole nell'ambito del Fondo Sociale Europeo. Recentemente la comunicazione FSE ha partecipato in qualità di *stakeholder* ad uno dei 3 incontri sulla Politica di Coesione organizzati dall'Università di Perugia nell'ambito del progetto "European funds, a Sustainable Future for Umbria - ESFU", che è un progetto di 12 mesi co-finanziato dalla Commissione europea (DG REGIO) nell'ambito del Programma "Support for information measures relating to the EU Cohesion policy".

Il progetto è ideato e realizzato dalla cattedra di Diritto dell'Unione europea del Dipartimento di Scienze politiche dell'Università di Perugia. Il suo obiettivo è quello di promuovere la circolazione, la disseminazione e la qualità delle informazioni e dei contenuti legati alla Politica europea di Coesione, sottolineando gli effetti della stessa politica per la Regione Umbria.

Si evidenziano, fra le tante, le fattive collaborazioni con Sviluppumbria, con l'Ufficio della Regione Umbria a Bruxelles e le interazioni con ITS Umbria Academy, avvenute in molteplici occasioni.

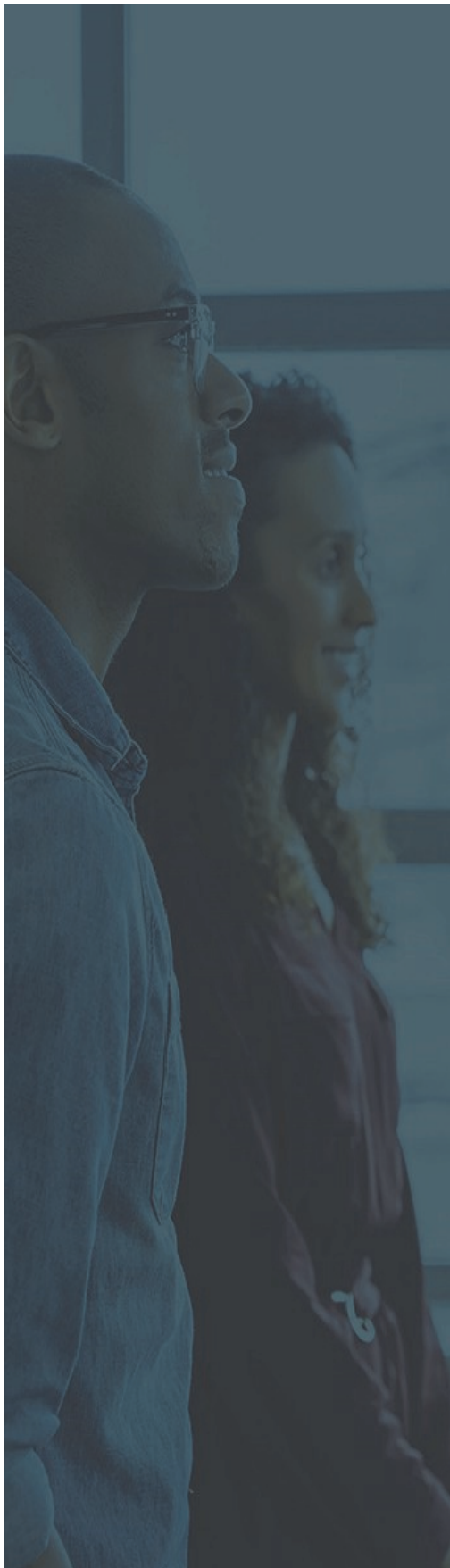
ALTRI ACQUISTI DI SERVIZI ALL'ESTERNO

É in corso di realizzazione un fondale bifacciale che potrà essere utilizzato per videoconferenze, interviste, riunioni, ecc. Il costo previsto è pari a € 900,00 oltre IVA.

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

LA PAROLA AI CITTADINI

*Campagna di
Comunicazione
FSE*



SOMMARIO

PERCHÈ UNA CAMPAGNA SULL'IMPRENDITORIALITÀ?	
IN PARTICOLARE	
L'ANALISI DEI DATI	
LA CAMPAGNA	
OBIETTIVO GENERALE	
OBIETTIVI SPECIFICI	
STRATEGIA	
GLI ELEMENTI DELLA CAMPAGNA	
IL QUESTIONARIO	
IL FEED-BACK	
BREVI VIDEO SULL'IMPRENDITORIALITÀ (PILLOLE)	
L'INDIRIZZAMENTO DELLE POLITICHE REGIONALI ...	
LA FIDELIZZAZIONE DELL'UTENZA	
ANALISI PPOM (SWAT)	

Comunicare il Fondo Sociale Europeo significa far conoscere al pubblico quanto realizzato dalla Regione Umbria grazie ai fondi europei.

Con l'ausilio dei nuovi media e del web è possibile progettare campagne che possono costituire un valido supporto per orientare meglio le politiche finanziate dal governo regionale e facilitarne la loro realizzazione.

La campagna "IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA? La Parola ai Cittadini" si compone di varie azioni ed è realizzabile a **costo zero**.



PERCHÈ UNA CAMPAGNA SULL'IMPRENDITORIALITÀ?

Da una analisi dei dati statistici disponibili, sia pur da intendersi come disamina che non ha pretese di analisi economica, bensì orientativa, l'Umbria risulta essere una regione con una bassa propensione all'autoimprenditorialità, che si concentra nei settori tradizionali, poco orientata all'export e ad investimenti in R&S, nei settori high-tech e ICT. Se si considera poi la fascia dei giovani fino a 29 anni, la propensione alla creazione di impresa si riduce drasticamente.

IN PARTICOLARE

- Gli studenti - Durante gli incontri tenutisi presso le scuole in relazione al progetto "Giovani Giornalisti per l'Europa", si è potuto notare che gli allievi non manifestavano grande interesse verso le tematiche della creazione di impresa.
 - Garanzia Giovani - Proseguendo nell'analisi del rapporto esistente fra giovani umbri e impresa, analizzando i dati del Programma Garanzia Giovani in Umbria, si conferma che la propensione alla creazione di impresa anche fra i giovani di maggior età è decisamente scarsa.
 - L'impresa in Umbria - Sono stati analizzati ulteriori dati per avere maggiori informazioni sulle imprese in Umbria in generale, in particolare: dati InfoCamere, i dati ISTAT sull'export e il "Rapporto di valutazione delle attività di internazionalizzazione a favore delle imprese".
 - Le cause - A latere della posizione geografica e dalle infrastrutture ancora poco sviluppate (collegamenti) nella nostra regione, ambito su cui il FSE non può agire, può essere utile indagare su aspetti legati alle singole persone (il FSE è l'unico fondo che si rivolge direttamente alle persone) per fare maggior luce sulle cause che ostano allo sviluppo dell'imprenditorialità.
-

L'ANALISI DEI DATI

- Movimprese - Dall'analisi statistica della nati-mortalità delle imprese condotta da InfoCamere, emerge che nel 2019, quindi in situazione pre-covid, si era riscontrato qualche segnale positivo nel tessuto imprenditoriale umbro rispetto al 2018:
 - Aumento di 120 unità rispetto al 2018 (4.871 le nuove imprese);
 - Diminuzione di 35 unità nelle cessazioni rispetto al 2018);
 - saldo a fine anno tra aperture e chiusure positivo per 284 unità;
 - tasso di crescita dello 0,3%, più del doppio rispetto al 2018 (0,1%), considerando che nel 2008, l'anno pre-crisi, il tasso di crescita era dello 0,4%.

Ad aumentare sono soltanto le ditte individuali (+252 unità) a fronte di un calo di quelle di capitali (-52 unità), stabili le società di persone a 370 unità e in calo le altre forme (-79 unità).

Per quanto riguarda i settori emerge che a crescere sono soprattutto l'agricoltura (509 unità), il manifatturiero (253 unità), le costruzioni (483), il commercio all'ingrosso e al dettaglio (875 unità), il turismo (190 le attività dei servizi alloggio e ristorazione) e le altre attività di servizi (143). Le imprese artigiane aumentano nel 2019 passando da 1.123 unità del 2018 a 1.218 nel 2019 seppur con un saldo negativo tra iscritte e cessate di 172 imprese ed un tasso di crescita sempre negativo per -0,83%.

- ISTAT - Analizzando i dati ISTAT relativi all'export, emerge che l'Umbria è rimasta una regione con una bassa propensione all'export con 4 milioni 217 mila € nel 2019. Il peso dell'export umbro sul totale Italia è pari allo 0,9% e dal 2008 al 2019 tale valore è rimasto sempre nel range tra 0,7% e 0,9% ad eccezione dell'anno 2010 che toccò lo 0,5%.
-

- Rapporto di valutazione delle attività di internazionalizzazione a favore delle imprese - Realizzato dal "Servizio di valutazione e verifica degli investimenti pubblici della Regione Umbria", da esso emerge che il 90% dell'export umbro è concentrato in 7 settori:
 - prodotti alimentari,
 - bevande e tabacco;
 - prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori;
 - sostanze e prodotti chimici;
 - articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi;
 - metalli di base e prodotti in metallo che rappresenta il 21% dell'export regionale (grazie alle acciaierie di Terni);
 - macchinari e apparecchi non classificati altrove;
 - mezzi di trasporto.

Per la provincia di Terni emerge un andamento dell'export fortemente influenzato dall'altissimo grado di specializzazione nel settore della siderurgia; per questo motivo cresce il peso dell'export verso il Messico.

Le imprese umbre presentano un basso livello di spesa in R&S, un limitato numero di laureati in discipline scientifiche; uno scarso livello di occupabilità delle risorse umane nel settore manifatturiero e dei servizi ad alta concentrazione tecnologica; bassa capacità brevettuale nei settori high-tech e ICT; basso grado di qualificazione del capitale umano e basso numero di addetti occupati nell'attività di R&S.

LA CAMPAGNA

OBIETTIVO GENERALE

Accreditare l'azione regionale nei riguardi della pubblica opinione come complesso di interventi mirati a guidare il territorio, interpretandone le sollecitazioni. Tale azione, lungi da essere meramente trainata dalle informazioni provenienti dai cittadini, esprime la sua funzione guida partendo da una maggior conoscenza delle esigenze del territorio e dimostrando ai cittadini stessi una sempre maggior consapevolezza di percorso.

OBIETTIVI SPECIFICI

- a) Rendere più efficace l'azione del FSE riguardo l'autoimprenditorialità anche grazie al contenuto delle risposte ottenute tramite il questionario;
- b) Aumentare il consenso dei cittadini circa l'azione europea e regionale;
- c) Stabilire un contatto durevole con i cittadini che hanno partecipato all'iniziativa.

STRATEGIA

- In relazione all'obiettivo specifico a):

Concepire una campagna di comunicazione che indaghi sulle ragioni che mantengono bassa la propensione all'autoimprenditorialità dei cittadini umbri e che possa ottenere una forte risposta da parte degli stessi;
- In relazione all'obiettivo specifico b):
 - Diffondere i risultati della campagna presso i cittadini e i media;
 - Realizzare prodotti promoeducativi sull'autoimprenditorialità;
 - Fornire dati utili alla programmazione regionale in tema di autoimprenditorialità;
 - Inviare un feed-back alla popolazione, rendendo noto che le opinioni e le informazioni raccolte nel corso della campagna sono state effettivamente (e fattivamente) prese in considerazione nella programmazione delle politiche;

- In relazione all'obiettivo specifico c):

acquisire i riferimenti di contatto dei soggetti che hanno partecipato alla campagna in ottica di fidelizzazione, al fine di poterli informare in futuro circa le opportunità messe a disposizione dalla Regione Umbria grazie al Fondo Sociale Europeo, e ai risultati ottenuti dalle iniziative finanziate, così come previsto dalla regolamentazione europea.

GLI ELEMENTI DELLA CAMPAGNA

Gli elementi su cui si fonda la campagna sono:

1. Il questionario e la sua analisi;
2. La restituzione al pubblico dei risultati dell'analisi;
3. La produzione di brevi video (pillole) sull'autoimprenditorialità (linea promoeducativa e linea *inspirational*);
4. La diffusione e promozione di tali video;
5. L'azione di fidelizzazione dell'utenza ai fini della successiva comunicazione di ulteriori iniziative.
6. L'azione di comunicazione rivolta ai cittadini finalizzata a descrivere come le informazioni da loro fornite sono state proficuamente utilizzate ai fini della rivalutazione degli strumenti e delle politiche regionali sull'autoimprenditorialità;
7. Verifica del feed-back del cittadino in relazione alla comunicazione di cui al punto precedente.

IL QUESTIONARIO

- Il questionario rappresenta uno degli elementi-chiave dell'iniziativa e rappresenta il punto di partenza per approfondire la conoscenza del rapporto esistente fra popolazione e imprenditorialità.
- È realizzato con un modulo di "Lime Survey" è posto su pagina del sito istituzionale <https://www.regione.umbria.it/por-fse/comunicazione-e-pubblicizzazione-fse/imprenditori-si-nasce-o-si-diventa> ed il link diretto è il seguente <https://sondaggi.regione.umbria.it/index.php/315511?newtest=Y> ;
- Il progetto prevede che la diffusione del link avvenga:
 - a) Presso le scuole superiori, attraverso l'ufficio scolastico regionale, i contatti acquisiti grazie ad altre campagne FSE, gli uffici della rete Europe Direct, il passaparola tramite social media.

b) Presso le Università, tramite l'ufficio di Presidenza delle facoltà, il passaparola tramite i social media e rapporti di collaborazione, anche accademica, intercorrente fra la sezione che cura la Comunicazione FSE e l'Università;

c) Grazie al supporto dell'ufficio stampa della Giunta regionale, tramite volantini con QR code che rimandano al link del questionario, stampati dal Centro Stampa Regionale e resi disponibili presso associazioni datoriali e sindacali, Camera di Commercio, Sviluppo Umbria, la rete pubblica (Centri per l'impiego, SAL, Comuni, Informagiovani) e privata (es. agenzie interinali), tramite link ospitato sui siti web delle medesime strutture.

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

La parola ai cittadini

Diventare imprenditore significa creare la propria occupazione. Con questo sondaggio la Regione Umbria intende approfondire il legame fra i cittadini e l'impresa, anche al fine di migliorare la comunicazione delle opportunità offerte dal Fondo Sociale Europeo (FSE) con cui la Regione Umbria finanzia progetti sul lavoro, la formazione, l'inclusione sociale e la lotta alla povertà.

Tutti i dati saranno trattati in forma anonima e solo per fini conoscitivi utili al miglioramento dell'azione pubblica. Nessun dato sensibile sarà raccolto in riferimento a chi compila il questionario.

1. Genere

- 1. Donna
- 2. Uomo

2. Età

- 1. 14-19
- 2. 20-25
- 3. 26-35
- 4. 36-60
- 5. oltre 60

3. Titolo di studio

- 1. Licenza elementare
 - 2. Licenza media
 - 3. Diploma
 - 4. Laurea in
 - 5. Altro
-

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

La parola ai cittadini

4. Sono

- 1. Studente/studentessa scuola superiore
- 2. Studente/studentessa università
- 3. Studente/studentessa altro percorso formativo
- 4. Disoccupato/a
- 5. Occupato/a
- 6. Pensionato/a
- 7. Imprenditore/imprenditrice

5. Nazionalità

- 1. Cittadino italiano
- 2. Cittadino UE
- 3. Cittadino extra UE

6. Domicilio

Scegliere la Provincia di domicilio

7. Secondo te, imprenditori si nasce o si diventa?

- 1. Si nasce
 - 2. Si diventa
 - 3. Altro.....
-

8. Quale pensi siano le caratteristiche che “fanno” l'imprenditore?

- 1. La capacità di avere un'ottima idea imprenditoriale
- 2. La determinazione personale
- 3. L'ambizione
- 4. La propensione al rischio
- 5. Avere un genitore o un parente imprenditore
- 6. La capacità di lavorare oltre le otto ore giornaliere
- 7. La voglia di essere il capo di sé stessi
- 8. L'autonomia nelle decisioni
- 9. Il saper lavorare in gruppo
- 10. Altro

9. Ti piacerebbe creare una tua impresa?

- Sì (vai direttamente alla domanda n. 11)
 - Mi piacerebbe ma ... (vai direttamente alla domanda n. 10)
 - Sono già imprenditore/imprenditrice (vai direttamente alla domanda n. 14)
 - No (il sistema proporrà solo le domande n. 10, 12 e 15)
-

10. Se alla domanda precedente hai risposto no oppure “mi piacerebbe ma...” puoi descrivere brevemente i motivi per cui non lo farai/non lo faresti?

Per facilitarti ti proponiamo delle risposte. Puoi sceglierne massimo tre, compresa la compilazione del campo aperto.

- 1. Non penso di avere la stoffa dell'imprenditore
- 2. Non saprei da dove cominciare
- 3. Non ho denaro per avviare un'impresa
- 4. Mi spaventa la burocrazia
- 5. Non ho un'idea imprenditoriale
- 6. Ho un'idea imprenditoriale ma non so se funzionerebbe
- 7. Ho un'idea imprenditoriale ma non saprei come tradurla in impresa
- 8. Ho un'idea che vorrei brevettare ma non ho i soldi per il brevetto
- 9. Per la mia idea imprenditoriale avrei bisogno di collaboratori ma non potrei pagarli
- 10. Non so se riuscirei a ripagare un prestito per l'avvio di un'impresa
- 11. Avrei bisogno di qualcuno che mi aiutasse, almeno all'inizio
- 12. Altro, in particolare

11. Se alla domanda n. 9 hai risposto sì a chi ti rivolgeresti se decidessi di metterti in proprio o se avessi bisogno di aiuto per sviluppare la tua idea?

- 1. Farei una ricerca su internet
 - 2. Chiederei ad amici e parenti
 - 3. Farei una ricerca su eventuali bandi pubblici disponibili per reperire finanziamenti
 - 4. Mi informerei su eventuali corsi disponibili
 - 5. Chiederei di fare la “gavetta” in un'impresa di qualcuno che conosco
 - 6. Mi rivolgerei ai soggetti istituzionali (Regione, Comune, Centri per l'impiego, CCIAA)
 - 7. Mi rivolgerei a Società Regionali/Nazionali per lo Sviluppo Economico e Finanziario (Sviluppumbria, Gepafin, Parco 3°, Invitalia, Ente Nazionale Microcredito)
 - 8. Mi rivolgerei alle Associazioni di Categoria o ai sindacati
-

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

La parola ai cittadini

- 9. Non saprei
- 10. Altro

12. Per diventare imprenditore riterresti utile

- 1. Frequentare un corso di formazione
- 2. Partecipare ad un percorso di accompagnamento alla creazione d'impresa
- 3. Non frequentare nessun corso/percorso
- 4. Non saprei

13. Nella tua potenziale impresa immagini

- 1. Una forte componente tecnologica per la gestione dei processi produttivi/organizzativi (ICT, digitalizzazione, internet of things, ecc.)
- 2. Una forte componente tecnologica per la gestione della comunicazione e delle vendite (social media marketing, e-commerce, ecc.)
- 3. Una impresa tradizionale poco legata alla tecnologia
- 4. Non saprei

14. Se alla domanda n. 9 hai risposto “Sono già imprenditore” puoi dire da chi hai avuto il maggior supporto per creare la tua attività?

Scegliere solo una delle seguenti voci

- Ho fatto tutto da solo/a
 - La mia famiglia/amici
 - Consulente/commercialista
 - Banche/finanziarie
 - Associazioni di categoria
 - Scuola/Università
 - Soggetti Istituzionali (Regione, Comune, Camera di Commercio)
 - Società Regionali/Nazionali per lo Sviluppo Economico e Finanziario (Sviluppumbria, Gepafin, Parco 3A, Invitalia, Ente Nazionale Microcredito)
 - Altro
-

IMPRENDITORI SI NASCE O SI DIVENTA?

La parola ai cittadini

15. Conosci il Fondo Sociale Europeo?

Sai che il Fondo Sociale Europeo è quell'insieme di risorse europee con cui la Regione Umbria finanzia progetti gratuiti per le persone in tema di istruzione, formazione, lavoro, inclusione sociale e lotta alla povertà?

- 1. Sì
 - 2. No
 - 3. So che si tratta di qualcosa che ha che fare con l'Europa ma non ne sono sicuro/a
-

ALLEGATO N.2

LINEE GUIDA E MANUALE D'USO PER LA COMUNICAZIONE E
PUBBLICIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ FINANZIATE DAI PROGRAMMI
OPERATIVI NAZIONALI E REGIONALI TRAMITE IL FONDO SOCIALE EUROPEO
2014-2020.

Sommario

LINEE GUIDA E MANUALE D’USO PER LA COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ FINANZIATE DAI PROGRAMMI OPERATIVI NAZIONALI E REGIONALI TRAMITE IL FONDO SOCIALE EUROPEO 2014-2020.....	
TRASPARENZA, CONSAPEVOLEZZA, VICINANZA, QUALITÀ	
ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE FSE.....	
OBBLIGHI E DIVIETI GENERALI IN MATERIA DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE.....	
ADEMPIMENTI OBBLIGATORI PER LA RICONOSCIBILITÀ DELLE OPERAZIONI FINANZIATE.....	
I SEGNI GRAFICI	
LA PUBBLICIZZAZIONE TRAMITE NEWSLETTER, WEB, SOCIAL MEDIA.....	
I siti web	
<i>Newsletter e social media</i>	
LA REGIONE UMBRIA COME HUB INFORMATIVO.....	
<i>Il canale www.regione.umbria.it/fse</i>	
<i>Il referente per la comunicazione e la pubblicità all’interno degli Enti pubblici e privati</i>	
Compilazione e invio della tabella funzionale all’alimentazione del <i>template</i> presente nel canale web: www.regione.umbria.it/fse	
Chi deve compilare la tabella	
Compilazione della tabella	
Invio della tabella	
ATTESTAZIONI.....	
DESCRIZIONE DEGLI EMBLEMI ISTITUZIONALI E COMBINAZIONI DI UTILIZZO DEI LOGHI.....	
LOGO DELL’UNIONE EUROPEA, INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO	
LOGO DELLA REPUBBLICA ITALIANA.....	
INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO	
IL LOGO DELLA REGIONE UMBRIA	
INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO	
Logo della Regione Umbria e sua rappresentatività	
LOGO DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE (POR) FSE: INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO	
SLOGAN	
INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO	
COME INDIVIDUARE I SEGNI GRAFICI DA APPORRE	
A - Pubblicizzazione degli interventi finanziati esclusivamente dal POR UMBRIA FSE 2014-2020	
B - Pubblicizzazione degli interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal Programma “Garanzia Giovani” (PON IOG)	

- C - Pubblicizzazione di interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal PON SPAO.....**
 - D - Pubblicizzazione di interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal PON INCLUSIONE.....**
 - E - Pubblicizzazione degli interventi finanziati esclusivamente dal PROGRAMMA “GARANZIA GIOVANI” (PON IOG) senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE**
 - F - Pubblicizzazione di interventi finanziati esclusivamente tramite il PON SPAO senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE.....**
 - G - Pubblicizzazione di interventi finanziati esclusivamente tramite il PON INCLUSIONE senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE.....**
 - H - Pubblicizzazione degli interventi EURES nell’ambito del territoriale regionale.....**
- LA PUBBLICIZZAZIONE DI INTERVENTI FINANZIATI TRAMITE PIÙ FONDI EUROPEI.....
- LA PUBBLICIZZAZIONE DI INTERVENTI FINANZIATI TRAMITE RISORSE DI ALTRI FONDI CHE PREVEDONO IL FINANZIAMENTO IN MISURA MINORITARIA RICONDUCIBILE A PON A QUOTA DI FINANZIAMENTO FSE O AL FONDO SOCIALE EUROPEO.
- PUBBLICIZZAZIONE DI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE: INSERIMENTO DI LOGHI DI RANGO SUBREGIONALE.PRECISAZIONI.....

TRASPARENZA, CONSAPEVOLEZZA, VICINANZA, QUALITÀ

L'Unione Europea attribuisce un ruolo primario alla comunicazione in quanto, secondo il Regolamento (UE) 1303/2013, è indispensabile informare il pubblico in merito ai risultati raggiunti dai Fondi e soprattutto riconoscere il diritto dei cittadini a sapere come sono investite le risorse finanziarie dell'Unione. Gli Stati membri e le Autorità di Gestione sono responsabili oltreché della elaborazione delle strategie di comunicazione anche della creazione di **un sito web unico** o di un portale web unico che fornisca informazioni sui Programmi Operativi, sull'accesso agli stessi e sulle informazioni in merito alle opportunità di finanziamento nei riguardi dei potenziali beneficiari e destinatari. Il ruolo della comunicazione è dunque quello di:

- garantire visibilità e trasparenza alle operazioni finanziate e ai risultati conseguiti dai Programmi;
- aumentare la platea dei beneficiari/destinatari;
- dare risalto al ruolo dell'Europa nel progresso dei territori.

Conseguentemente queste Linee Guida hanno l'obiettivo di:

- garantire la riconoscibilità di tutti gli interventi finanziati da risorse europee, tramite il Fondo Sociale Europeo a livello territoriale, grazie all'uso corretto dei loghi e delle prescrizioni per armonizzare l'identità visiva delle iniziative, garantendone in tal modo l'applicazione omogenea da parte di tutti i soggetti coinvolti;
- fornire le indicazioni per rendere l'AdG e i suoi servizi di comunicazione, il terminale di tutte le informazioni di importanza per i pubblici di riferimento e restituire loro un quadro generale delle opportunità offerte dal FSE e dall'Europa in generale.

Le Linee guida si applicano a tutti gli interventi e a tutte le attività finanziate dal Programma Operativo Regionale Umbria Fondo Sociale Europeo 2014-2020 e alle azioni di comunicazione di competenza territoriale, già previste o future, con riferimento ai Programmi Nazionali con cofinanziamento del Fondo Sociale Europeo quali ad esempio: PON IOG (Iniziativa a favore dell'occupazione Giovanile), PON SPAO (Programma Operativo Nazionale Sistemi di Politiche Attive per l'occupazione), PON Inclusione oltreché alle azioni riferibili alla rete EURES.

I destinatari delle Linee guida sono tutti gli Organismi pubblici e privati che programmano, che attuano le attività finanziate dal POR FSE Umbria 2014-2020 e che curano l'attuazione a livello regionale dei PON con quota di finanziamento FSE, pertanto sono coinvolte anche le aziende, le associazioni, le parti sociali; d'ora in avanti tutti questi soggetti saranno denominati per brevità "soggetti che programmano/gestiscono/attuano gli interventi".

Le Linee guida sono redatte tenendo in considerazione i riferimenti riguardanti le attività di comunicazione e informazione dei Fondi SIE, contenute nelle seguenti fonti normative Europee:

- Artt. 110, 115, 116, 117 del Regolamento (UE) N. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, recante "disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio";
- ALLEGATO XII al Regolamento (UE) N. 1303/2013 recante "Informazioni e comunicazione sul sostegno fornito dai Fondi";

- Regolamento di Esecuzione (UE) N. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014 recante “modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le modalità dettagliate per il trasferimento e la gestione dei contributi dei programmi, le relazioni sugli strumenti finanziari, le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione per le operazioni e il sistema di registrazione e memorizzazione dei dati. In particolare, il CAPO II, recante “caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione relative alle operazioni e istruzioni per la creazione dell’emblema dell’unione e per la definizione dei colori standard [articolo 115, paragrafo 4, del regolamento (UE) n. 1303/2013]”;

Le indicazioni per il Programma Eures provenienti dall’Unione europea:

- Style Guide (edite dallo ‘Style guide’ Coordination Office dell’Unione Europea) datate novembre 2016
- Graphic Guidelines (EURES-Toolkit & Visuelle Identität)

Le indicazioni provenienti dal livello nazionale:

- Linee guida per le attività di comunicazione della Garanzia per i Giovani in collaborazione con le regioni (data di entrata in vigore: 1/1/2017)
- Linee guida per la comunicazione del PON SPAO. Sistemi di politiche attive per l’occupazione. Documento del 15 gennaio 2017.
- Linee guida per le azioni di comunicazione “Indicazioni operative per le azioni di informazione e pubblicità degli interventi finanziati con il Programma Operativo Nazionale (PON) Inclusione” 2014-2020. Maggio 2017
- Gli esiti della verifica di conformità condotta dall’AdG del PON IOG “Iniziativa Occupazione Giovani” nei giorni 6 e 7 dicembre 2018 – Comunicazione esito verifica di conformità del PAR Prot. ANPAL n. 13359 del 26.10.2018.
- La nota della Commissione Europea DG Occupazione, affari sociali e inclusione Ref. Ares(2020)585071 del 30/01/2020 ad oggetto “Fondo sociale europeo - Obblighi in materia di comunicazione e informazione”

e dalla:

- Legge Regionale 18 Maggio 2004, n. 5
- Strategia di comunicazione dei Programmi Operativi Regionali FESR e FSE 2014-2020
- Risposta del Ministero del Lavoro con e-mail datata 24 maggio 2017 all’interpello della Regione Umbria in merito a “Quesiti per la pubblicizzazione di Garanzia Giovani e PON SPAO”.

In aggiunta agli elementi elencati il presente documento tiene in considerazione gli indirizzi provenienti dalla AdG nazionale del Fondo Sociale Europeo, periodicamente comunicati in sede di riunione della rete nazionale di Comunicazione FSE.

ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE FSE

L'Autorità di Gestione dei Programmi Operativi FESR e FSE Umbria 2014-2020 è il soggetto responsabile dell'elaborazione e della revisione della Strategia di comunicazione, ai sensi degli artt. 115-116 del Reg. UE 1303/2013 nonché della sua attuazione.

Il par. 2.1.1. dell'Allegato XII del Regolamento sopra citato prevede infatti che l'Autorità di Gestione si assicuri *“che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando forme e metodi di comunicazione al livello appropriato.”*

Nel rispetto di quanto sopra, la responsabilità della attuazione della Strategia del POR Umbria FSE 2014-2020, tramite l'utilizzo dei fondi FSE previsti dalla *“Strategia di comunicazione dei Programmi Operativi Regionali FESR e FSE 2014-2020”*, è demandata al *“Communication Officer”* che è stato individuato ed indicato nel testo della Strategia medesima, nella persona della Dott.ssa Maria Rosaria Fraticelli, attualmente titolare della Sezione *“Comunicazione Fondo Sociale Europeo, inclusi progetti di comunicazione innovativi e a mezzo Social Media”*, posta funzionalmente all'interno del Servizio *“Affari Generali della Presidenza, Comunicazione, Riforme, Rapporti con i livelli di governo, Pari opportunità”* della Direzione regionale *“Risorse, Programmazione, Cultura, Turismo”*.

Per estensione è parimenti demandata al *“Communication Officer”* la responsabilità della programmazione delle azioni di comunicazione a livello territoriale, se del caso, e dell'attuazione delle stesse, quando previste, dai PON a quota di finanziamento FSE.

OBBLIGHI E DIVIETI GENERALI IN MATERIA DI COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

I soggetti che programmano/gestiscono/attuano gli interventi, e, in taluni casi anche i destinatari di un intervento FSE¹, in maniera totale o parziale, sono tenuti a rispettare quanto previsto all'interno di questo documento e ad informare i propri pubblici di riferimento, interni ed esterni, riguardo il finanziamento FSE di una operazione.

Non si possono pubblicizzare alla stregua di interventi finanziati quegli interventi ancora in corso di valutazione, quindi la pubblicizzazione non può precedere temporalmente il provvedimento del dirigente competente che assegna formalmente all'agenzia formativa o ad altro soggetto attuatore la realizzazione di un intervento.

E' indispensabile fare un uso proprio degli elementi grafici di cui all'Allegato A: la presenza dei loghi istituzionali riferibili al finanziamento tramite il Fondo Sociale Europeo o altro Programma è ammessa solo in stretta corrispondenza con la pubblicizzazione di bandi, corsi o altre operazioni effettivamente finanziate con tali strumenti. Pertanto, a titolo di esempio, è *fatto divieto di pubblicizzare l'offerta privata delle Agenzie formative con gli elementi grafici propri del Fondo Sociale Europeo o di qualsivoglia altro Programma.*

E' vietata, altresì, la pubblicità, anche cartellonistica che informi il pubblico contemporaneamente circa l'offerta privata e quella finanziata dal FSE, dal Programma Garanzia Giovani o altro programma attuato dall'agenzia formativa stessa: gli interventi collegati al FSE o ai Programmi finanziati, come è noto, non prevedono mai esborsi da parte dei cittadini partecipanti, anzi, in taluni casi essi possono comportare la percezione di una indennità e/o il godimento di altri

¹ A titolo di esempio si pensi al titolare di assegno di ricerca finanziato dal FSE che relazioni sulla sua ricerca in un convegno: è tenuto ad evidenziare il finanziamento europeo anche tramite l'apposizione dei loghi.

benefici a favore dei destinatari. E' proprio quest'ultimo aspetto che costituisce la *ratio* per la separazione dell'offerta privata dall'offerta finanziata.

I soggetti attuatori devono fornire sul proprio sito web, ove questo esista, una breve descrizione dell'operazione che ha ricevuto il sostegno finanziario dall'Unione.

ADEMPIMENTI OBBLIGATORI PER LA RICONOSCIBILITA' DELLE OPERAZIONI FINANZIATE

Nello specifico, al fine di assicurare la trasparenza, il riconoscimento e la visibilità del sostegno dei fondi UE è opportuno che:

- in ogni documento correlato a ciascuna operazione (inclusi i documenti gestionali), ovvero supporto, elemento grafico, video, vengano inseriti i **segni grafici** specificati nell'Allegato A, in corrispondenza dei supporti documentali e non;
- in fase di attuazione venga fornita nel sito web del beneficiario una breve descrizione dell'operazione evidenziando il sostegno ricevuto dall'UE;
- la dimensione di loghi di soggetti terzi, quindi non già ricompresi nella *label* definita nell'allegato A, non sia superiore a quella del logo UE come indicato nel Regolamento di esecuzione UE 821/20143;
- in caso di supporto unicamente in formato audio dovrà essere udibile una frase che specifichi che l'intervento/programma/convegno/corso ecc. "...è finanziato dal Programma Operativo Regionale Umbria del Fondo Sociale Europeo 2014-2020", ovvero da altro Programma Operativo;
- i soggetti attuatori forniscano una descrizione dell'intervento in lingua italiana e in lingua inglese (che non coincida meramente con il titolo dell'intervento) della lunghezza di massimo 400 caratteri, spazi inclusi, destinata ad essere inserita nel sistema gestionale SIRU 2014-2020 in quanto si tratta di elementi che dovranno apparire nella lista dei beneficiari delle operazioni FSE;
- i servizi preposti all'estrazione dei dati per comporre la lista dei beneficiari devono effettuare tale operazione almeno ogni quattro mesi per consentire il posizionamento della medesima all'interno del canale web dedicato al FSE.

Qualora nell'ambito dei controlli di primo livello previsti dai Sistemi di Gestione e Controllo si rilevasse la non osservanza di quanto contenuto nelle presenti Linee guida saranno applicate revoche al contributo, in conformità a quanto previsto dal Manuale Generale delle Operazioni GE.O adottato con Determinazione Dirigenziale 21 giugno 2018, n. 6457 e s.m.i.

ADEMPIMENTI IN MATERIA INFORMAZIONI E PUBBLICITÀ A CURA DEI BENEFICIARI E ORGANISMI INTERMEDI

Gli Organismi Intermedi sono delegati dalle Autorità di Gestione per l'attuazione di una parte del Programma e nel caso del POR FSE 2014-2020 della Regione Umbria sono costituiti da: ARPAL Umbria e Unione dei Comuni del Trasimeno.

Fra le responsabilità in capo ai beneficiari e agli Organismi intermedi vi è:

- a) la corretta applicazione della normativa in materia di informazione e pubblicità;
- b) una costante attività di informazione attraverso la pubblicazione periodica e aggiornata sul proprio sito web di dati relativi alle Opportunità di finanziamento e ai Bandi finanziati col POR FSE, ai progetti e informazioni sull'attuazione del Programma e sui risultati ottenuti;
- c) il rispetto di quanto previsto dall'Allegato XII del Reg. (UE) 1303/2013 riguardo all'utilizzo dell'emblema dell'Unione;
- d) assicurarsi che per le operazioni sostenute dal FSE i partecipanti siano stati informati in merito a tale finanziamento.

Nel rispetto di quanto sopra, la struttura responsabile della attuazione della Strategia è l'Autorità di Gestione del POR Umbria FSE 2014-2020.

L'Autorità di Gestione si raccorda con i Responsabili di Azione/Misura, in particolare per l'attuazione degli strumenti da utilizzare in modalità dedicata, a valere sugli Assi del Programma. Con i Responsabili verrà concordata una linea di gestione della strategia di comunicazione coordinata, atta a conferire ai momenti di pubblicità dei bandi/ avvisi pubblici, una strumentazione appropriata, efficace ed immediatamente identificabile.

I SEGNI GRAFICI

Per quanto già sopra esposto e al fine di garantire una visibilità unitaria a tutte le iniziative finanziate dal FSE è stata creata una *label* contenente gli elementi grafici indispensabili che dovrà apparire obbligatoriamente su tutta la documentazione o supporti informatici destinati al pubblico interno ed esterno e riguardante gli interventi finanziati tramite il POR FSE 2014-2020 e/o tramite PON con quota FSE, compresi i documenti gestionali interni, laddove non esistano già indicazioni precise per ciascun PON.

Al fine di non disperdere il patrimonio di riconoscibilità dei "segni grafici" utilizzati nel corso della Programmazione 2007-2013, ormai ben conosciuti dalla popolazione, si ritiene opportuno continuare a proporre la modalità grafica di rappresentazione raggruppata in cui sono rappresentati in solido sia i loghi, sia lo slogan, introducendo in tale modalità quelle variazioni che resesi necessarie perché derivanti da indicazioni vincolanti provenienti dal Ministero del Lavoro e delle politiche sociali prima e confermate da ANPAL in seguito, riferibili in particolare al Programma Garanzia Giovani.

L'emblema dell'Unione di cui all'allegato XII, sezione 2.2, punto 1, lettera a) del Regolamento (UE) n. 1303/2013 e le caratteristiche grafiche che lo stesso deve possedere, descritte nel Reg. (CE) n. 821/2014, ALLEGATO II, sono state inserite quale parte integrante nella *label* adottata dalla

Regione Umbria, pertanto tutta la *label*, per estensione, seguirà le medesime disposizioni previste per la corretta rappresentazione di tale emblema:

- a) la *label* contenente l'emblema della UE utilizzata dalla Regione Umbria è pubblicata a colori sui siti web;
- b) in tutti gli altri mezzi di comunicazione il colore è impiegato ogni qualvolta possibile; una versione monocromatica può essere utilizzata solo in casi giustificati;
- c) la posizione e la dimensione della *label* sono adeguate alla dimensione del materiale o del documento utilizzato;
- d) agli oggetti promozionali di dimensioni ridotte non si applica l'obbligo di fare riferimento alla *label* quindi è sufficiente utilizzare il solo emblema dell'UE e, se lo spazio è compatibile, anche il logo della Regione Umbria, ovvero logo dell'O.I., se diverso dalla Regione Umbria;
- e) nei casi in cui la *label* è pubblicata su un sito web, con le limitazioni evidenziate di seguito, nel paragrafo denominato "**Siti web**" la stessa e il riferimento all'Unione sono resi visibili all'interno dell'area di visualizzazione di un dispositivo digitale senza che l'utente debba scorrere la pagina verso il basso, pertanto deve essere inserita in intestazione;
- f) Il nome «Unione europea» è sempre scritto per esteso. Per il testo che accompagna l'emblema dell'Unione va utilizzato uno dei seguenti caratteri: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana, Ubuntu. Non sono ammessi corsivo, sottolineature o effetti speciali. Il colore dei caratteri è Reflex Blue, nero o bianco, secondo lo sfondo utilizzato;
- g) se in aggiunta all'emblema dell'Unione figurano altri logotipi, **l'emblema dell'Unione deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi**;
- h) l'emblema non deve essere allungato, schiacciato, spezzato o riprodotto con colori diversi da quelli elencati;
- i) l'emblema non deve essere riprodotto in un carattere diverso o essere ruotato;
- j) l'emblema non deve avere alcun'altra dicitura o illustrazione aggiunte ad esso e non deve usare un testo in corsivo o sottolineato né variazioni o effetti di carattere;
- k) la dicitura "Unione Europea" non deve discostarsi dai tipi di font dei caratteri elencati;
- l) Il posizionamento del testo nell'emblema non deve interferire con l'emblema dell'Unione europea in alcun modo;
- m) quando si ridimensiona l'emblema deve rimanere in proporzione e non deve diventare distorto. La *pixelatura* o sfocatura dell'emblema risultante dal l'uso di un formato non corretto e/o di una risoluzione insufficiente devono essere evitate.

La *label* inserita nella presente versione delle Linee guida è stata oggetto di restyling per mettere in maggior evidenza i loghi.

LA PUBBLICIZZAZIONE TRAMITE NEWSLETTER, WEB, SOCIAL MEDIA.

I siti web

Per quanto riguarda i siti web è opportuno operare una distinzione fra:

1. **un sito che è stato creato con il finanziamento del POR Fondo Sociale Europeo (o altro Programma).**

In questo caso la *label* contenente il logo UE è resa visibile in intestazione all'interno dell'area di visualizzazione di un dispositivo digitale senza che l'utente debba scorrere la pagina verso il basso. Il soggetto titolare del sito web accosta il suo logo alla *label*, indifferentemente alla sua sinistra o alla sua destra, allineandosi alla stessa e rispettando le dimensioni del logo UE (vedi paragrafo "SEGNI GRAFICI", lett. g).

2. **un sito che "ospita" operazioni finanziate dal POR FSE (o altro Programma).**

Tale caso si prospetta diametralmente opposto rispetto al precedente dato che in questo caso il sito non è stato creato grazie ai finanziamenti pubblici, non può recare in intestazione (*header*) la *label* e la frase relativa al finanziamento dell'operazione, nonché gli altri elementi obbligatori, dettagliati nell'allegato A, i quali trovano posizionamento unicamente nelle pagine che ospitano l'operazione finanziata.

E' opportuno ricordare che non possono apparire nell'*url* di un sito di un soggetto privato:

- le parole che costituiscono gli slogan della nuova e della vecchia programmazione e cioè, "Investiamo nel tuo futuro" e "Investiamo nel vostro Futuro", lo slogan del Programma EURES, "Il tuo Lavoro in Europa" e più in generale gli slogan dei programmi finanziati.
- le denominazione dei Programmi e degli Enti istituzionali coinvolti, quali "Garanzia Giovani", "Fondo Sociale Europeo", "Regione Umbria", "Ministero del Lavoro", "ANPAL", "ARPAL Umbria", "EURES", ecc.

Più generale, non sono consentite tutte quelle combinazioni di parole o frasi che possano associare in maniera arbitraria un soggetto privato alle Istituzioni pubbliche o ai Programmi, ovvero suscettibili di attribuire ad un ente piuttosto che un altro un indebito vantaggio.

I siti web (o almeno le singole pagine) che ospitano le informazioni riguardo gli interventi finanziati, in particolare i bandi, dovranno essere costruiti/e, rispettando quei requisiti tecnici atti a rendere accessibili i contenuti ai cittadini disabili. Nel caso tali condizioni non fossero ancora state raggiunte, i soggetti privati che hanno ricevuto un finanziamento dovranno presentare un piano che espliciti le misure e le attivazioni a livello informatico che consentano di porre su un piano di parità i cittadini disabili rispetto al resto della popolazione.

Newsletter e social media

Le medesime prescrizioni riferibili ai siti web valgono anche per le newsletter, cioè la *label* e gli altri elementi obbligatori devono essere posizionati unicamente in corrispondenza degli articoli o degli elenchi di progetti e corsi riguardanti gli interventi finanziati o negli articoli, anche web, e nei post che parlano di essi.

Nei post e nelle newsletter dei soggetti privati è fatto divieto di accostare alla propria attività a quella degli Enti pubblici in modo che si possa presupporre l'esistenza di un rapporto privilegiato di favore coi medesimi, minando l'immagine di imparzialità e terzietà proprie del soggetto pubblico.

LA REGIONE UMBRIA COME HUB INFORMATIVO

Il canale www.regione.umbria.it/fse

Per dare attuazione al dettato regolamentare e fornire al tempo stesso un punto di riferimento certo, riassuntivo delle opportunità di finanziamento territoriali, nazionali e transnazionali riferibili alla massima Istituzione regionale è necessario che la Regione Umbria, riceva tutte le notizie utili ad informare i pubblici di riferimento.

Tali notizie saranno pubblicate nel canale www.regione.umbria.it/fse, rendendo così il sito istituzionale regionale il punto virtuale di smistamento informativo (una sorta di "hub"), nonché la porta di accesso alle informazioni riferibili a: opportunità, politiche, Programmi, interventi riguardanti il POR FSE 2014-2020, nonché le azioni realizzate a livello territoriale collegate ai PON. Questo per dare conto ai vari target FSE di tutta la gamma delle opportunità offerte nell'ambito del territorio regionale, che è messa in atto da numerosi e differenti soggetti ma è conosciuta nella sua interezza solo dagli addetti ai lavori.

Tali informazioni sono altresì indispensabili per intraprendere le opportune azioni di comunicazione previste dalla "Strategia di comunicazione dei programmi operativi regionali FESR e FSE 2014-2020".

La presenza di siffatto canale costituisce altresì prova nei confronti della Commissione Europea dell'unità dell'azione FSE condotta sul territorio regionale.

Il canale www.regione.umbria.it/fse deve fornire ai propri pubblici di riferimento un livello informativo:

- generale, sulle principali attività finanziate dai POR/PON FSE;
- particolare, riguardo le operazioni per le quali è ancora possibile la partecipazione, operando il reindirizzamento alla specifica pagina web (n.b. non genericamente alla home page) del soggetto responsabile per l'attuazione del bando/avviso/corso.
Viceversa, tutti i soggetti che programmano/gestiscono/attuano interventi finanziati inseriranno in tutte le pagine in cui sono descritte politiche o progetti finanziati tramite il FSE, un link al canale FSE della Regione Umbria.

Pertanto è necessario che l'Autorità di Gestione, responsabile anche delle attività di comunicazione, acquisisca in tempo reale una serie di elementi che devono essere conferiti via e-mail all'indirizzo fse@regione.umbria.it, collegato ad una lista di distribuzione interna riferita a tutti i soggetti di supporto all'AdG. Gli elementi sono i seguenti:

- a. informazioni principali e aggiornamenti circa tutte le politiche e gli interventi in corso;
- b. gli atti amministrativi di rilievo (deliberazioni di Giunta o determinazioni riguardanti aspetti di nota), circolari, aggiornamenti, documenti tecnici, materiale informativo.
- c. in particolare, in caso di bandi, operazioni, ovvero altre opportunità che prevedano un comportamento attivo da parte degli aventi diritto per la partecipazione è necessario inviare in tempo utile le informazioni (di cui al successivo paragrafo) destinate ad apparire nel sito regionale, al fine di consentirne la conoscibilità da parte dell'utenza.

Il referente per la comunicazione e la pubblicità all'interno degli Enti pubblici e privati

Al fine di facilitare l'attuazione degli obblighi di comunicazione e pubblicità e favorire la circolazione delle informazioni di cui alle presenti linee guida, stabilendo un rapporto stabile fra l'AdG e tutti i soggetti pubblici e privati che programmano/gestiscono/attuano gli interventi finanziati, è necessario che ciascuno di tali soggetti individui al proprio interno un referente per la materia che sarà responsabile di comunicare tutte le informazioni.

Il nominativo e i contatti di tale responsabile devono essere inviati al seguente indirizzo email fse@regione.umbria.it. La comunicazione deve recare il seguente esatto oggetto: **Individuazione del referente per la comunicazione e pubblicità "Nome Ente X"**. All'interno dell'email devono essere presenti tutti i riferimenti della persona: Ente di appartenenza, Nome Cognome, n. di telefono, email.

Compilazione e invio della tabella funzionale all'alimentazione del template presente nel canale web: www.regione.umbria.it/fse

Chi deve compilare la tabella

Il referente per la comunicazione e la pubblicità individuato all'interno degli Enti pubblici e privati, il cui nominativo è stato comunicato all'AdG, invierà la tabella.

L'ente a dover fornire le informazioni di volta in volta è quello a cui l'avente diritto si deve rivolgere per poter partecipare all'intervento.

Alcuni esempi:

- un Comune, nel caso sia necessaria una domanda diretta dell'utente per ottenere un servizio finanziato (es. Family help);
- La Regione Umbria, in caso di pubblicazione di bando per l'accreditamento di Agenzie formative;
- Arpal Umbria nel caso di avviso destinato ad Agenzie formative;
- Arpal Umbria, nel caso di avviso, es. "SKILLS", allorquando si aprono le iscrizioni destinate al reclutamento allievi;
- Adisu, in caso di bandi rivolti agli studenti.

Compilazione della tabella

E' necessario compilare tante righe di tabella sottostante, quanti sono gli interventi.

In corrispondenza di un singolo intervento complesso, cioè che prevede azioni per più target, è necessario compilare una riga per ciascun target che deve attivarsi per ottenere un beneficio o un servizio. A titolo esemplificativo si riporta un avviso pubblicato da Arpal Umbria, O.I. del POR in quanto rappresentativo di intervento complesso.

TITOLO	DESCRIZIONE	SOGGETTO CHE PUO' FARE DOMANDA/PARTE CIPARE	DATA DI INIZIO	DATA DI SCADENZA	LINK ALLA PAGINA INFORMATIVA	FONDI DI FINANZIAMENTO	NOTE
AVVISO SKILLS (Avvisi di reclutamento allievi)	percorsi formativi integrati (formazione + tirocinio con indennità di frequenza) per favorire l'inserimento lavorativo delle persone in cerca di occupazione	Disoccupati, giovani e adulti, iscritti ai Centri per l'Impiego della regione Umbria, che abbiamo compiuto 18 anni o, comunque, assolto al diritto/dovere all'istruzione e formazione.	Intervento già aperto	Scadenze varie di presentazione delle domande. Prima scadenza 10 maggio 2021	Arpal Umbria	Programma Operativo FSE Regione Umbria 2014-2020	//

Di seguito alcune istruzioni per facilitare la corretta compilazione della tabella.

N.B. per la compilazione di ciascuna casella è possibile utilizzare max 300 caratteri, spazi inclusi.

Titolo

Inserire il titolo del bando/corso/programma/progetto/avviso/iniziativa.
Se il titolo prevede un acronimo o un titolo breve, inserire solo quello.

Descrizione

Inserire una sintesi dell'intervento, diversa dal titolo.

Soggetto che può fare domanda/partecipare

E' necessario inserire il target, cioè la categoria di soggetti che deve attivarsi per ottenere il beneficio/servizio o partecipare all'intervento; es.:

- disoccupati, (giovani o adulti)
- imprese,
- agenzie formative,
- studenti universitari,
- persone disabili,
- ecc.

(specificare la fascia di età, se rilevante per partecipare all'intervento)

Qualora i requisiti di accesso fossero molto complessi ed impossibili da ridurre a meno di 300 caratteri, è necessario scrivere il/i requisito/i primario/i dal generale al particolare. Di seguito un esempio di compilazione del campo riferito al soggetto che può candidarsi ad un intervento, applicato ad una operazione di pura fantasia:

“Giovani disoccupati, italiani e stranieri. Et : 18-29. Iscritti ai Centri per l’Impiego (CPI). Anzianit  di iscrizione ai CPI da almeno 6 mesi se residenti. Se non residenti, anzianit  di iscrizione ai CPI minima 24 mesi. Presenza di requisiti aggiuntivi per i cittadini extracomunitari”.

Data di inizio

Inserire la data a partire dalla quale l’avente diritto pu  mettere in atto il comportamento attivo per partecipare all’operazione.

Le possibilit  sono varie, di seguito le principali casistiche:

- In presenza di una data definita, inserire la data: “GG/MM/AAAA”;
- In caso di proroga, inserire la dizione “Presentazione domande prorogata al GG/MM/AAAA”;
- Se si tratta di un intervento con pi  date indicare, se possibile, la pi  prossima, come segue:
“Domande a partire dal GG/MM/AAAA” oppure, qualora questo non fosse possibile, Inserire semplicemente la dicitura “scadenze varie”.

Data di scadenza

- In presenza di una data definita, inserire la data: scadenza “GG/MM/AAAA”;
- In caso di proroga, inserire la dizione “Scadenza domande prorogata al GG/MM/AAAA”;
- Se si tratta di un intervento con pi  scadenze, indicare, se possibile, la pi  prossima, come segue:
 - “scadenze a partire dal GG/MM/AAAA” oppure, qualora questo non fosse possibile, Inserire semplicemente la dicitura “scadenze varie”.
 - Se si tratta di una operazione disponibile fino ad esaurimento delle risorse a disposizione, inserire una dicitura che segnali tale opportunit  “*Scadenza non prevista. Intervento aperto fino all’esaurimento dei fondi disponibili*”.

Link alla pagina informative

Inserire il link che indirizzer  l’utenza alla esatta pagina/sezione web (con un solo click) che dispone di tutte le informazioni utili a consentire la partecipazione all’intervento e a seguirne l’evolversi.

Se si tratta di un bando pubblicato da un Servizio regionale nella sezione bandi del sito della Regione Umbria si introdurr  nella casella il link al bando pubblicato nel *template* bandi della Regione. La denominazione del link interattivo con il nome del soggetto che realizza l’intervento, ad esempio, per l’intervento Microcredito baster  inserire il nome del Servizio competente [“Regione Umbria – Attivit  Produttive e Imprese”](#) cui   linkata la pagina che contiene il bando, presente nella sezione omonima del sito Regionale .

Lo stesso dicasi per tutti gli altri soggetti interessati, tenuti alla compilazione della tabella.

La pagina, di ogni soggetto pubblico o privato diverso dalla Regione Umbria che contiene le informazioni relative all’intervento, dovr  altres  contenere un link di rimando al sito www.regione.umbria.it/fse.

Fonti di finanziamento

Inserire la menzione al POR/PON FSE e/o ad eventuali, ulteriori, fonti di finanziamento.

Note

Questo campo sarà visibile sul sito solo se ci sarà del contenuto.

E' uno spazio in più per comunicazioni ulteriori di vario tipo, ad esempio: *“L'intervento è gestito direttamente dai Servizi Sociali dei Comuni, quindi l'utenza deve rivolgersi al proprio Comune di residenza”*.

Si evidenzia, inoltre, che tutti i soggetti dovranno racchiudere nello stesso luogo del proprio sito web (pagina) tutte le informazioni che riguardano l'intervento stesso, localizzabile direttamente tramite il link inserito nella tabella con un solo click, cosicché gli utenti possano seguire con facilità tutto l'evolversi dell'intervento.

Invio della tabella

La tabella va inviata all'indirizzo e-mail fse@regione.umbria.it con oggetto esattamente strutturato come di seguito: *“Pubblicazione template FSE [titolo del bando/corso/programma/progetto/iniziativa]”*.

Va da sé che tale processo deve essere dinamico e permanente, cioè deve tradursi in prassi.

I soggetti tenuti alla compilazione della tabella, devono tempestivamente segnalare l'evoluzione di ciascun intervento e le eventuali variazioni rispetto ai contenuti immessi inviati in precedenza, in particolare:

- ogni eventuale variazione del link comunicato;
- Comunicazione dell'avvenuto esaurimento delle risorse disponibili in un bando a sportello;
- ogni altra variazione rispetto alle informazioni inviate.

In questo caso, ciascun soggetto che programma/gestisce l'intervento già inserito nel template, reinverrà la tabella compilata solo nel campo da sostituire.

ATTESTAZIONI

Ai sensi dell'allegato XII, Reg (UE) n.1303/2013, paragrafo 3.2. par.2, l'Autorità di Gestione fornisce gli strumenti anche in formato elettronico per aiutare i beneficiari a rispettare gli obblighi in materia di informazione e pubblicità.

Nella fattispecie, le attestazioni, costituiscono la riconoscibilità di un diritto acquisito tramite la partecipazione ad una operazione finanziata dall'Europa. I format grafici di attestazione sono elaborati sulla base dei contenuti rilasciati/approvati dall'Ente competente, sulla base delle normative vigenti e dei documenti tecnico-amministrativi, pertanto essi sono vincolanti nel loro uso. Per omogeneità di utilizzo, lo schema dei format degli attestati riferiti a corsi non finanziati ma riconosciuti dalla Regione Umbria è conforme a quello dei finanziati, differenziandosi solo nel treno dei loghi. Notizia di eventuali, avvenute modifiche non sostanziali nel contenuto delle attestazioni verrà resa pubblica nel canale FSE della Regione Umbria e comunicata via email al referente per la comunicazione e la pubblicità individuato all'interno degli Enti pubblici e privati, il cui nominativo è stato comunicato all'AdG.

Le attestazioni devono essere stampate su carta avorio 250 grammi, uso mano.

La Regione Umbria, come sperimentazione, ha previsto che venga apposto sul certificato di qualificazione rilasciato da ARPAL Umbria al termine dei percorsi di diritto-dovere all'istruzione (obbligo formativo), un ologramma con codice univoco attestante la veridicità e l'unicità di tali documenti.

In relazione ai corsi di formazione erogati per l'aggiornamento dei dipendenti della PA dalla Scuola di Pubblica Amministrazione "Villa Umbra", si precisa che non è necessario che la medesima produca attestazioni da consegnare ai corsisti; è sufficiente che le amministrazioni del personale che inviano in formazione i propri dipendenti tengano nota dei corsi da essi frequentati e degli, eventuali, esami relativamente ad essi sostenuti.

Sarà cura delle Amministrazioni produrre certificazione su carta propria dell'ente circa i corsi frequentati dal dipendente che ne facesse richiesta.

DESCRIZIONE DEGLI EMBLEMI ISTITUZIONALI E COMBINAZIONI DI UTILIZZO DEI LOGHI

LOGO DELL'UNIONE EUROPEA, INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO

Le regole di base per la creazione dell'emblema dell'Unione Europea e per la definizione dei colori standard sono riportate nell'Allegato II del Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 (Guida grafica dell'emblema europeo).

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.

L'emblema deve sempre essere corredato dal nome "Unione europea" scritto per esteso e deve essere completato con l'indicazione del Fondo pertinente ("Fondo Sociale Europeo"). L'emblema completo di dicitura deve avere dimensioni almeno equivalenti a quelle di qualsiasi altro logo presente.

LOGO DELLA REPUBBLICA ITALIANA

INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO

Il logo della Repubblica italiana è caratterizzato da una corona con stella a cinque punte, bordate di rosso, centrale, accollata agli assi di una ruota di acciaio dentata, tra due rami di olivo e di quercia, legati da un nastro rosso, con la scritta bianca in carattere capitale non meglio specificato «REPVBBLICA ITALIANA».

La stella è uno degli oggetti più antichi del nostro patrimonio iconografico ed è sempre stata associata alla personificazione dell'Italia, sul cui capo essa splende raggiante. Così fu rappresentata nell'iconografia del Risorgimento e così comparve, fino al 1890, nel grande stemma del Regno unitario, il famoso stellone, fino a caratterizzare la prima onorificenza repubblicana della ricostruzione.

La Stella della Solidarietà Italiana, ancora oggi, indica l'appartenenza alle Forze Armate del nostro Paese.

La ruota dentata d'acciaio, simbolo dell'attività lavorativa, traduce il primo articolo della Carta Costituzionale: "L'Italia è una Repubblica democratica fondata sul lavoro".

Il ramo di ulivo simboleggia la volontà di pace della nazione, sia nel senso della concordia interna che della fratellanza internazionale.

La quercia incarna la forza e la dignità del popolo italiano. Entrambi, poi, sono espressione delle specie più tipiche del nostro patrimonio arboreo.

IL LOGO DELLA REGIONE UMBRIA

INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO

Il marchio della Regione Umbria è un patrimonio della nostra comunità regionale. Un simbolo in cui gli umbri hanno imparato a riconoscersi attraverso anni di lavoro della Regione che ha interessato diverse generazioni.

In un'epoca in cui le immagini hanno un posto di primo piano, pur effimero, il modo di raffigurare un'istituzione non può essere solo un artificio grafico. D'altro canto il fatto di aver scelto come rappresentazione dell'identità generale della nostra terra il simbolo che richiama la Festa dei Ceri di Gubbio, è la testimonianza concreta che accanto ad un disegno si è voluto abbinare il senso d'appartenenza alla storia collettiva e popolare di tutta la comunità umbra. In altri termini non si è scelta l'astrazione fine a se stessa, ma, al contrario, la raffigurazione simbolica della vita, delle tradizioni di una terra ricca di storia e di valori comuni da trasmettere alle generazioni future.

Oggi la Regione Umbria ha pensato di tutelare il proprio segno distintivo come atto dovuto verso i contenuti che rappresenta. Per questo motivo a poco più di trenta anni dalla Legge d'adozione del proprio marchio si è attivato un processo amministrativo che ha come fine la protezione di un bene comune dei cittadini umbri. Sono stati definiti in termini tecnici i caratteri simbolici, cromatici e applicativi del nome della Regione Umbria e del Marchio.

Si è stabilito un regolamento per l'uso di questi strumenti istituzionali in modo da permetterne una applicazione corretta. L'obiettivo è quello di consentire ai cittadini una immediata riconoscibilità della azione amministrativa come componente della trasparenza dell'attività di governo...[omissis]

Logo della Regione Umbria e sua rappresentatività

Ai sensi della L.R. 18 Maggio 2004 n.5 e regolamentazione di attuazione, il logo della Regione Umbria rappresenta la totalità delle sue strutture e delle ripartizioni organizzative che realizzano le attività. La ulteriore specifica di Servizio/ambito di coordinamento/direzione, nonché l'utilizzo di ulteriori loghi caratterizzanti altri servizi regionali, cessano dall'uso all'interno in qualsiasi supporto o strumento: es. su canali web, profili social e qualsiasi tipo di materiale informativo.

Pertanto, in ottemperanza al dettato legislativo e, al fine di connotare nei riguardi dei pubblici di riferimento, anche a livello grafico, l'unicità della visione politica e attuativa che promana dall'attività dell'Ente Regione, si pone in evidenza che l'attività finanziata dal Programma Operativo Regionale FSE 2014-2020 è rappresentata graficamente dal simbolo della Regione Umbria, costituito dall'emblema regionale e dalla specifica "Regione Umbria", unitamente a quello del POR FSE, inseriti nella *label* "investiamo nel tuo futuro", che rappresenta in toto le realizzazioni finanziate tramite detto Programma da parte della Regione Umbria.

Eventuali, ulteriori, loghi rappresentanti soggetti distinti dall'Amministrazione Regionale quali Enti, Agenzie e Organismi, che concorrono alla programmazione/realizzazione delle attività del POR FSE o all'attuazione dei PON nel territorio Regionale, saranno posizionati secondo quanto disposto all'allegato A al presente documento. Le presenti linee guida dispongono delle gabbie grafiche già pronte all'uso che devono essere utilizzate per perseguire la necessaria unità di immagine.

LOGO DEL PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE (POR) FSE: INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO

Il marchio "POR FSE" nasce dall'esigenza di conferire un'identità visiva al complesso dei fondi comunitari europei destinati allo sviluppo professionale e formativo dei cittadini, migliorando qualità e quantità dei posti di lavoro e rendendo più competitivo il capitale umano nelle imprese. Il marchio è la sintesi degli elementi distintivi e caratteristici della Regione Umbria. Lo stendardo, la tipografia ispirata alle tavole eugubine ed i tre ceri simbolo della nostra Regione, sono gli elementi cardine che lo definiscono.

SLOGAN

INDICAZIONI GRAFICHE PER LA RIPRODUZIONE DEL LOGO

Per connotare in maniera inequivocabile le politiche cofinanziate in Umbria, l'Autorità di Gestione del Fondo Sociale Europeo ha scelto di fondere lo slogan proposto nella precedente programmazione 2007-2013, con i simboli istituzionali, in un'area grafica di rispetto ben definita e non modificabile a sfondo bianco.

Il segno grafico è caratterizzato da una figura stilizzata che mira a rappresentare lo slancio verso obiettivi ambiziosi e desiderati (raffigurato da una stella gialla, come quelle del drappo europeo). Questa figura, assieme allo slogan, sottolinea e abbraccia idealmente le istituzioni che insieme promuovono, finanziano e realizzano le politiche di settore.

La *label* deve essere sempre utilizzata nella composizione: slogan + loghi istituzionali; nella forma e nelle proporzioni stabilite che ne definiscono un unicum grafico-testuale.

COME INDIVIDUARE I SEGNI GRAFICI DA APPORRE

Il principio generale è quello di fare riferimento alla **fonte di finanziamento** dell'operazione. Di seguito sono proposte le possibili combinazioni:

A- Pubblicizzazione degli interventi finanziati esclusivamente dal POR UMBRIA FSE 2014-2020

Gli elementi obbligatori per la pubblicizzazione degli interventi finanziati dal FSE sono:

1. Label "investiamo nel tuo futuro" FSE. Incorpora lo slogan e:

- Il Logo dell'Unione Europea riportante la dicitura, "Fondo Sociale Europeo"
- Il logo della Repubblica italiana
- Il logo della Regione Umbria
- Il logo del POR FSE Umbria

2. Sotto la label (stringa) è riportato (carattere: calibri, in grigio) l'indirizzo del sito web regionale www.regione.umbria.it/fse;

3. Tutti gli altri loghi di Enti, Agenzie pubbliche o private, Organismi, anche intermedi, dovranno essere obbligatoriamente posizionati in fondo alla pagina, in posizione centrale, nell'apposito

spazio previsto nei format e non devono superare in grandezza il logo dell'Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni. Nel posizionamento nel margine basso hanno priorità di disposizione, da sinistra a destra, gli eventuali Organismi intermedi e soggetti pubblici.

Sotto al titolo di qualsiasi altro tipo di intervento (convegno, bando, libro, evento, ecc.) è necessario apporre la riga che esplicita la fonte di finanziamento cui fanno riferimento i fondi utilizzati: P.O.R. Programma Operativo Regionale F.S.E. (Fondo Sociale Europeo) Umbria 2014-2020;

B- Pubblicizzazione degli interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal Programma "Garanzia Giovani" (PON IOG)

1. Label (stringa) "investiamo nel tuo futuro". Incorpora lo slogan e:

- il Logo dell'Unione Europea riportante la dicitura, "Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile/Fondo Sociale Europeo"
- Il logo di Garanzia Giovani
- Il logo ANPAL
- Il logo ARPAL Umbria (O.I. nel PON IOG)
- Il logo del POR FSE Umbria
- L'indirizzo del sito web www.regione.umbria.it/fse;

2. Sotto al titolo del bando, o di qualsiasi altro tipo di intervento, è necessario indicare entrambe le fonti di finanziamento sotto indicate:

L'iniziativa/corso/bando... è finanziata tramite il POR Umbria del Fondo Sociale Europeo 2014-2020 e il PON IOG-Iniziativa per l'occupazione giovanile 2014-2020;

3. Tutti gli altri loghi (Enti, Agenzie pubbliche o private) dovranno essere obbligatoriamente posizionati in fondo alla pagina, in posizione centrale, nell'apposito spazio previsto nei format e non devono superare in grandezza il logo dell'Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni. Nel posizionamento nel margine basso hanno priorità di disposizione da sinistra a destra i soggetti pubblici.

C- Pubblicizzazione di interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal PON SPAO

1. Label (stringa) "investiamo nel tuo futuro". Incorpora lo slogan e:

- Il Logo dell'Unione Europea riportante la dicitura, "Fondo Sociale Europeo"
- Il logo SPAO
- Il logo ANPAL,
- Il logo della Regione Umbria
- Il logo del POR FSE Umbria
- L'indirizzo del sito web www.regione.umbria.it/fse;

2. Ulteriori, eventuali, loghi (Enti, Agenzie pubbliche o private, soggetti attuatori) dovranno essere obbligatoriamente posizionati in fondo alla pagina, al centro, nell'apposito spazio previsto nei format e non devono superare in grandezza il logo dell'Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni. Hanno priorità di disposizione, da sinistra a destra, i soggetti pubblici.

D- Pubblicizzazione di interventi finanziati con risorse provenienti dal POR UMBRIA FSE 2014-2020 e dal PON INCLUSIONE

1. Label (stringa) “investiamo nel tuo futuro”. Incorpora lo slogan e:

- Il logo dell’Unione Europea riportante la dicitura, “Fondo Sociale Europeo”
- Il logo del PON inclusione
- Il logo del Ministero del lavoro e delle politiche sociali
- Il logo della Regione Umbria (ovvero il logo di ARPAL Umbria, qualora O.I.)
- Il logo del POR FSE Umbria
- L’indirizzo del sito web www.regione.umbria.it/fse;

2. Sotto al titolo del bando o di qualsiasi altro tipo di intervento è necessario apporre la riga che esplicita la fonte di finanziamento cui fanno riferimento i fondi utilizzati.

La dicitura: “L’iniziativa/corso/bando... è finanziato dal POR Umbria del FSE- Fondo Sociale Europeo 2014-2020 e il PON INCLUSIONE 2014-2020”

3. Ulteriori loghi (Enti, Agenzie pubbliche o private, Enti pubblici o privati, soggetti attuatori) dovranno essere obbligatoriamente posizionati in fondo alla pagina, al centro, nell’apposito spazio previsto nei format e non devono superare in grandezza il logo dell’Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni. Hanno priorità di disposizione, da sinistra a destra, i soggetti pubblici.

E- Pubblicizzazione degli interventi finanziati esclusivamente dal PROGRAMMA “GARANZIA GIOVANI” (PON IOG) senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE

- il Logo dell’Unione Europea riportante la dicitura, “Iniziativa a favore dell’ occupazione giovanile - Fondo Sociale Europeo- Investiamo nel tuo futuro”
- Il Logo di “Garanzia Giovani”
- Il logo ANPAL
- Il logo ARPAL Umbria (in quanto O.I. del Programma)
- L’indirizzo del sito web www.regione.umbria.it/fse;

1. Sotto al titolo del bando o di qualsiasi altro tipo di intervento è necessario apporre la riga che esplicita la fonte di finanziamento cui fanno riferimento i fondi utilizzati: “L’iniziativa/corso/bando è finanziata tramite il PON IOG” (font: calibri).

2. Ulteriori loghi dovranno essere obbligatoriamente posizionati in fondo alla pagina, al centro, nell’apposito spazio previsto nei format e non devono superare in grandezza il logo dell’Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni. Hanno priorità di disposizione, da sinistra a destra, i soggetti pubblici.

F- Pubblicizzazione di interventi finanziati esclusivamente tramite il PON SPAO senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE

- il Logo dell’Unione Europea riportante la dicitura, “Fondo Sociale Europeo- Investiamo nel tuo futuro”
- Il logo SPAO
- Il logo ANPAL
- Il logo della Regione Umbria;

- l'indirizzo del sito web www.regione.umbria.it/fse;

Il logo del beneficiario, se presente, va collocato in fondo alla pagina, in posizione centrale.

G- Pubblicizzazione di interventi finanziati esclusivamente tramite il PON INCLUSIONE senza il ricorso a fondi regionali o fondi del POR UMBRIA FSE

- il Logo dell'Unione Europea riportante la dicitura, "Fondo Sociale Europeo"
- il logo PON inclusione
- Il logo del Ministero del lavoro e delle politiche sociali
- Il logo della Regione Umbria (ovvero il logo di ARPAL Umbria, qualora O.I.)
La dicitura: "L'iniziativa/corso/bando... è finanziato nell'ambito del PON INCLUSIONE con il contributo del Fondo Sociale Europeo 2014-2020"

Il logo del beneficiario, se presente, va collocato in fondo alla pagina, in posizione centrale.

H- Pubblicizzazione degli interventi EURES nell'ambito del territoriale regionale

- Il Logo dell'Unione Europea riportante la dicitura, "Fondo Sociale Europeo"
- Il logo EURES (in caso di supporti ampi, come manifesti e locandine, si richiede l'utilizzo del logo completo dello slogan "Il tuo Lavoro in Europa", scelto dalla Regione Umbria fra quelli obbligatori)
- Il logo della Regione Umbria
- Il logo del soggetto attuatore, se il soggetto attuatore non è la Regione Umbria, deve essere obbligatoriamente posizionato al centro, in fondo alla pagina, in posizione centrale nell'apposito spazio previsto nei format e non deve superare in grandezza il logo dell'Unione Europea. Non sono ammesse altre posizioni.

Essendo EURES un Programma europeo, parimenti a quanto previsto per gli altri programmi di questa tipologia, è necessario attenersi scrupolosamente alle indicazioni fornite a livello comunitario e di coordinamento nazionale. Non è quindi possibile coniare nuovi slogan, utilizzare altri loghi, denominare altrimenti l'attività di consulenza EURES, anche se inserita nel contesto complessivo di altre procedure volte a assicurare il *matching* domanda-offerta, in quanto si tratta di aspetti che minano e frazionano l'unicità del Programma.

Gli operatori della rete EURES sono altresì tenuti a personalizzare le proprie email con il timbro EURES, secondo i format forniti dalla guida grafica EURES.

La localizzazione del consigliere/consulente EURES sarà facilmente desumibile dall'indirizzo posto al di sotto del timbro, che segue, di norma le generalità e i riferimenti telefonici di contatto.

In caso di inserimento di EURES all'interno di altre iniziative è necessario comunicare tale eventualità al coordinamento nazionale, nonché al *line manager* e al responsabile della Comunicazione FSE. Per ulteriori, specifiche necessità in ambito di comunicazione è sempre competente il coordinamento nazionale.

Inoltre, la mandatorietà dell'utilizzo di simboli grafici specifici risulta essere estesa anche alle iniziative "Your first EURES job" e "European Solidarity Corps" i cui format, unitamente ai format del servizio EURES, già pronti all'uso, sono messi a disposizione dello staff EURES in via esclusiva.

Si evidenzia che la corretta grafia della parola EURES prevede l'utilizzo di tutte le lettere in stampato maiuscolo.

LA PUBBLICIZZAZIONE DI INTERVENTI FINANZIATI TRAMITE PIÙ FONDI EUROPEI

Al fine di non appesantire con numerosi riferimenti grafici le iniziative che prevedono il finanziamento tramite più Fondi europei, si prevede l'utilizzo dei seguenti elementi, svincolato dalla *label*:

1. logo dell'Unione Europea, non tematizzato;
2. logo della Repubblica italiana (che rappresenta i Ministeri o Enti di livello nazionale coinvolti);
3. logo della Regione Umbria;
4. logo dei POR, anche nella versione congiunta;
5. logo/loghi di Programma/i europei a finanziamento diretto, qualora vi fosse un contributo finanziario proveniente dagli stessi.

Previo accordo con i Servizi coinvolti, è possibile inserire al di sotto dei loghi l'indirizzo istituzionale www.regione.umbria.it

Tale fattispecie potrà essere utilizzata anche per gli interventi finanziati tramite risorse nazionali connesse all'emergenza COVID-19.

LA PUBBLICIZZAZIONE DI INTERVENTI FINANZIATI TRAMITE RISORSE DI ALTRI FONDI CHE PREVEDONO IL FINANZIAMENTO IN MISURA MINORITARIA RICONDUCIBILE A PON A QUOTA DI FINANZIAMENTO FSE O AL FONDO SOCIALE EUROPEO.

Parimenti al paragrafo precedente è previsto il solo utilizzo dei loghi obbligatori, non organizzati all'interno della *label*.

- Logo dell'Unione Europea, non tematizzato;
- Logo della Repubblica italiana (che rappresenta i Ministeri coinvolti) oppure il logo del soggetto finanziatore;
- Logo della Regione Umbria;
- Logo del POR FSE.

Previo accordo con i Servizi/Enti coinvolti, è possibile inserire al di sotto dei loghi l'indirizzo istituzionale www.regione.umbria.it

PUBBLICIZZAZIONE DI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE EUROPEO-ISTITUZIONALE: INSERIMENTO DI LOGHI DI RANGO SUBREGIONALE.PRECISAZIONI.

Laddove vi sia la necessità, è possibile inserire loghi di Agenzie, enti pubblici o privati a condizione che tali Enti contribuiscano a livello finanziario o con forniture all'evento/iniziativa di comunicazione (cioè: acquistano beni e servizi, oppure, ad esempio, forniscono la sede dell'evento).

Laddove sia possibile inserire ulteriori loghi di Agenzie, Organismi intermedi (diversi dalla Regione Umbria), enti pubblici o privati, al fine di evitare l'affollamento sulla medesima riga di molti simboli, e, a puro scopo di chiarimento per i non addetti ai lavori, si evidenzia che quelli di rango europeo (e quindi nel caso di FSE e PON a finanziamento FSE, l'intero treno dei loghi previsti acquisisce questa qualità) sono posizionati in alto rispetto agli altri e sono posti:

- in intestazione nella prima pagina di una brochure;
- nella fascia di rispetto creata sul lato superiore di un manifesto,
- nell'header di un sito web

Gli altri loghi, appartenenti ad enti di livello subregionale, cioè appartenenti ad Agenzie, Organismi intermedi (diversi dalla Regione Umbria), enti pubblici o privati, sono posti:

- nella parte bassa nella prima pagina di una brochure;
- nella fascia di rispetto creata sul lato inferiore di un manifesto,
- nel footer di un sito web.

Come sempre, la dimensione di ognuno dei loghi, non deve superare in grandezza il logo dell'Unione Europea.

Si specifica, inoltre, che, in caso di iniziativa di comunicazione di tale fattispecie, la sola partecipazione di un Ente tramite l'invio di un relatore non rappresenta condizione sufficiente per l'apposizione del simbolo dell'ente di appartenenza del relatore medesimo in un programma o manifesto, locandina ecc.

MISURE A SOSTEGNO DELLA RIPRESA
ECONOMICA, OCCUPAZIONALE E SOCIALE
IN RISPOSTA AL COVID-19



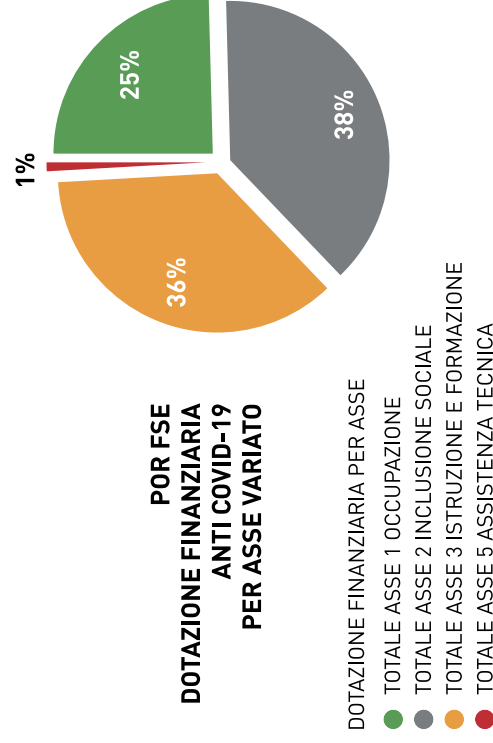


INTERVENTI ANTICOID-19 E RIMODULAZIONE FINANZIARIA DEL POR FSE 2014-2020

L'intervenuta emergenza COVID-19 ha imposto di agire sui diversi campi di intervento del FSE interessati dai suoi effetti, per agevolare la ripresa economica e occupazionale, sostenere le categorie di cittadini maggiormente colpite e garantire al contempo la prosecuzione dei positivi trend di sviluppo che hanno riguardato il sistema dell'istruzione e formazione.

La Regione Umbria ha tempestivamente riprogrammato i propri fondi FSE 2014-2020 approvando un Piano regionale di contrasto all'emergenza COVID_19 (D.G.R. del 08.05.2020 n. 348 e s.m.i.) per complessivi **€ 52.879.882,46**, riorientando le risorse non ancora oggetto di impegni giuridicamente vincolanti. La proposta di riprogrammazione di contrasto agli effetti sui sistemi regionali del lavoro, istruzione, formazione e politiche sociali è stata approvata dalla Commissione Europea con Decisione di esecuzione C(2020) 7422 final del 22.10.2020 (D.G.R. del 11/11/2020 n.1059).

A questi interventi si aggiunge anche l'aumento della dotazione dell'Asse Assistenza tecnica, dal 3,8% al 4% dello stanziamento totale del POR, percentuale massima consentita dai Regolamenti. Successivamente, la Regione ha deciso di destinare l'intervento specifico denominato "Sostegno una tantum a lavoratori autonomi senza tutele", che prevede uno stanziamento di 8,5 milioni di euro, a favore di persone che non hanno cessato l'attività ma che rientrano in settori economici che hanno sperimentato periodi di chiusura a seguito di ordinanze e altre norme adottate per il contrasto della pandemia (D.G.R. del 18/11/2020 n. 1112 e D.G.R. del 02/12/2020 n. 1169). Ciò ha comportato l'esigenza di spostare l'azione dalla priorità di investimento 9.1 alla 9.4, e ha quindi determinato una ulteriore riprogrammazione del POR FSE, che per le recenti regole adottate dalla Commissione Europea ha richiesto solo l'approvazione del Comitato di Sorveglianza del POR.



Di seguito sono proposte due tabelle finanziarie.

Tabella 1 - POR FSE UMBRIA 2014-2020
INTERVENTI E DOTAZIONI FINANZIARIE ANTI COVID-19 PER PRIORITÀ DI INVESTIMENTO E ASSE

INTERVENTI DI CONTRASTO ALL'EMERGENZA COVID-19	DOTAZIONE FINANZIARIA €
Potenziamento della dotazione dell'avviso "Reimpiego" quale strumento di inserimento e reinserimento occupazionale post-emergenza	10.000.000,00
TOTALE 8.1	10.000.000,00
Sostegno per centri estivi (socioeducativi, educazione motoria e sportiva) per età prescolare e ragazzi in obbligo di istruzione	3.000.000,00
TOTALE 8.4	3.000.000,00
TOTALE ASSE OCCUPAZIONE	13.000.000,00
Sostegno una tantum a lavoratori autonomi senza tutele	8.500.000,00
Noinsieme	2.932.333,69
Attività sociali, socio-educative, ludico-ricreative a distanza	500.000,00
Attività sociali in modalità a distanza e/o a domicilio anche in luoghi aperti per le persone con disabilità	300.000,00
Spese per il personale sanitario impegnato nel contrasto all'emergenza	1.500.000,00
Sostegno ai servizi socio-educativi 0-6 anni	3.500.000,00
Interventi di sanificazione delle scuole e delle strutture del diritto allo studio universitario	3.000.000,00
TOTALE 9.4	20.232.333,69
TOTALE ASSE INCLUSIONE SOCIALE	20.232.333,69
Sostegno all'istruzione	4.000.000,00
TOTALE 10.1	4.000.000,00
Borse di studio ADISU	8.125.218,38
Sostegno al diritto allo studio universitario	4.500.000,00
TOTALE 10.2	12.625.218,38
Upgrade delle competenze tecnologiche della popolazione	1.000.000,00
Tirocini e interventi formativi nei settori cultura e turismo	1.547.272,39
TOTALE 10.3	2.547.272,39
ASSE ISTRUZIONE E FORMAZIONE	19.172.490,77
ASSE ASSISTENZA TECNICA (al 4% del POR)	475.058,00
TOTALE COMPLESSIVO POR	52.879.882,46

La **tabella n.1** riporta l'elenco delle azioni che fanno parte del Piano di contrasto all'emergenza COVID-19 adottato dalla Regione Umbria con D.G.R. del 08.05.2020 n. 348 e s.m.i.

La **tabella n.2** illustra l'evoluzione del piano finanziario per priorità di investimento a seguito delle due riprogrammazioni afferenti al Piano regionale, e quindi le variazioni finanziarie intervenute dopo la decisione della CE del 12 marzo 2020.

Tabella 2 - POR FSE UMBRIA 2014-2020
VARIAZIONE DEL PIANO FINANZIARIO PER LE RIPROGRAMMAZIONI PIANO COVID-19

ASSE	PRIORITÀ DI INVEST.	POR Decisione di esecuzione CI(2020) 1662 final del 12.03.2020		POR Decisione di esecuzione CI(2020) 7422 final del 22.10.2020		Riprogrammazione approvata dal CMS (consultazione avviata il 20.11.2020)		Differenza (c) - (a)
		Dotazioni finanziarie € (a)	Dotazioni finanziarie € (b)	Dotazioni finanziarie € (c)	Dotazioni finanziarie € (c)			
1 Occupazione	8.1	70.579.688,00	50.708.200,00	50.708.200,00	50.708.200,00	-19.871.488,00		
	8.2	21.459.578,00	16.154.768,00	16.154.768,00	16.154.768,00	-5.304.810,00		
	8.4	4.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	-1.000.000,00		
	8.5	1.649.110,00	1.648.576,00	1.648.576,00	1.648.576,00	-534,00		
	8.7	6.597.114,00	5.645.540,00	5.645.540,00	5.645.540,00	-951.574,00		
TOTALE ASSE 1		104.285.490,00	77.157.084,00	77.157.084,00	77.157.084,00	-27.128.406,00		
2 Inclusione sociale e lotta alla povertà	9.1	42.964.990,00	44.992.940,00	44.992.940,00	36.492.940,00	-6.472.050,00		
	9.4	10.985.000,00	22.716.322,00	22.716.322,00	31.216.322,00	20.231.322,00		
TOTALE ASSE 2		53.949.990,00	67.709.262,00	67.709.262,00	67.709.262,00	13.759.272,00		
3 Istruzione e formazione	10.1	30.256.314,00	33.860.126,00	33.860.126,00	33.860.126,00	3.603.812,00		
	10.2	18.491.042,00	31.098.666,00	31.098.666,00	31.098.666,00	12.607.624,00		
	10.3	12.379.764,00	10.611.768,00	10.611.768,00	10.611.768,00	-1.767.996,00		
TOTALE ASSE 3		61.127.120,00	75.570.560,00	75.570.560,00	75.570.560,00	14.443.440,00		
4 Capacità istituzionale e amministrativa	11.1	9.140.108,00	7.590.744,00	7.590.744,00	7.590.744,00	-1.549.364,00		
TOTALE ASSE 4		9.140.108,00	7.590.744,00	7.590.744,00	7.590.744,00	-1.549.364,00		
TOTALE ASSE 5 Assistenza tecnica		9.026.094,00	9.501.152,00	9.501.152,00	9.501.152,00	475.058,00		
TOTALE PO		237.528.802,00	237.528.802,00	237.528.802,00	237.528.802,00	0,00		



LE AZIONI PREVISTE DAL PIANO DI CONTRASTO ALL'EMERGENZA COVID-19 FINANZIATE CON IL POR FSE

Le azioni previste dal Piano di contrasto all'emergenza COVID-19 finanziate con le due riprogrammazioni illustrate hanno dunque riguardato:



Asse 1 occupazione: sono stati riprogrammati **€13.000.000,00** su:

- **€ 10.000.000,00 Priorità di investimento 8.1** attraverso il finanziamento dell'**Avviso Reimpiego** azione integrata (orientamento, formazione, tirocini, incentivi all'assunzione). Gli di accompagnamento e inserimento lavorativo di persone disoccupate ai sensi del Dlgs 150/15 (inclusi i percettori di NASPI), Cassa integrati COVID19 oltre a quelli già previsti (lavoratori in CISG e lavoratori oggetto di licenziamento collettivo) e giovani NEET fino a 29 anni. Attuato da parte di ARPAL Umbria il cui avviso uscirà a gennaio;
- **€ 3.000.000,00 Priorità di investimento 8.4** con strumenti di conciliazione tra vita e lavoro come il sostegno per **centri estivi** a copertura parziale/totale dei costi sostenuti dalle famiglie per la partecipazione di bambini in età prescolare e ragazzi in obbligo di istruzione ai Centri estivi 2020. Attuazione: sono pervenute n. 262 domande di partecipazione al bando da parte dei Centri estivi con sede in Umbria. Le deleghe presentate dalle famiglie sono 3.842 per un numero di bambini/ragazzi pari a 4.727.

Nuova dotazione 8.1+8.4= € 53.708.200,00 (- € 20.871.488,00 rispetto al POR pre Covid)



Asse 2 Inclusione sociale: sono stati riprogrammati **€ 20.232.333,69 su Priorità di investimento 9.4:**

- **€ 8.500.000,00 Una tantum** ossia erogazione di un contributo economico pari a € 1.500,00 destinato a lavoratori autonomi residenti in Umbria non coperti da schemi standard di assicurazione contro fasi temporanee di riduzione o sospensione del lavoro la cui attività di lavoro autonomo sia stata sospesa temporaneamente o ridotta a seguito di provvedimenti nazionali o regionali, ma che risultano ancora in attività. Attuato da parte di ARPAL Umbria.
- **€ 2.932.333,69 NOINSIEME** intervento di assistenza alla popolazione attraverso contributi economici per medicinali e utenze domestiche e l'erogazione di "buoni spesa" destinati all'acquisto di beni di prima necessità. Previsto anche un servizio di informazione, ascolto attivo, sostegno sociale e orientamento, eseguito da professionisti qualificati alla gestione delle situazioni di emergenza. Attuazione attraverso accordo di collaborazione con le zone sociali ex art. 15. l.



241. Nuclei raggiungibili 910, 3.000 euro per ogni destinatario, di cui € 2.700 per beni di prima necessità, medicinali ed utenze (400 euro mensili x6 mesi e 300 euro per servizio di accompagnamento). Tutte le zone sociali hanno firmato l'accordo. Stanno per uscire gli avvisi su tutto il territorio regionale.

- **€ 500.000,00 Attività sociali, socio-educative, ludico-ricreative a distanza.** Bando **FAMILY TECH** Risorse già assegnate ai Comuni capofila di Zona sociale/Unione dei Comuni del Trasimeno. L'intervento prevede l'erogazione al destinatario finale (componente del nucleo familiare) di un contributo del valore massimo di 600,00 a copertura dei costi che le famiglie sostengono per il noleggio o l'acquisto di strumenti tecnologici utili allo svolgimento di attività sociali, socio-educative, ludico-ricreative a distanza, e comunque funzionali all'erogazione dei relativi servizi socio assistenziali, socio educativi e socio ricreativi. Gli avvisi sono già stati pubblicati in diverse Zone sociali. Nelle restanti, la pubblicazione avverrà al massimo nei prossimi 10 giorni.
- **€ 300.000,00 Attività sociali in modalità a distanza e/o a domicilio, anche in luoghi aperti per le persone con disabilità.** Le risorse sono già assegnate ai Comuni capofila di Zona sociale/Unione dei Comuni del Trasimeno. L'intervento prevede la realizzazione e la ripresa di tutte quelle attività socio-educative e socio-ricreative finalizzate a favorire e potenziare l'inclusione sociale, anche scolastica, delle persone con disabilità (minori e adulti), in modo tale da alleviare il carico di cura delle famiglie e contrastare eventuali rischi di isolamento e di esclusione sociale delle persone con disabilità, ancora più elevati in questo periodo di emergenza sanitaria. Per quanto riguarda lo stato di attuazione, se ne prevede l'avvio nel mese di gennaio, anche se in alcune Zone esso avverrà nel primo semestre 2021, in quanto trattasi di servizio comunque attualmente garantito.
- **€ 1.500.000,00 Attività del personale sanitario impiegato nella gestione dell'emergenza.** L'intervento sarà finanziato attraverso la copertura delle spese sostenute dalla Regione e dagli enti pubblici economici competenti per le assunzioni di personale medico supplementare, per gli straordinari del personale già in forza, per le indennità aggiuntive che vengono riconosciute a tutto il personale per il loro impiego specifico a contrasto dell'emergenza.
- **€ 3.500.000,00 Sostegno ai servizi socio-educativi da 0 a 6 anni.** L'intervento prevede l'erogazione di contributi a copertura delle spese per la frequenza dei servizi socio-educativi per l'infanzia (nidi) e delle scuole dell'infanzia - anno educativo 2020/2021. Attualmente è in fase di sviluppo la piattaforma informatica che sarà presumibilmente lanciata entro il mese di dicembre in corrispondenza della pubblicazione del bando.
- **€ 3.000.000,00 Interventi di sanificazione delle scuole e delle strutture del diritto allo studio universitario.** Hanno l'obiettivo di consentire l'adozione dei protocolli ufficiali di sicurezza per le scuole pubbliche e paritarie di ogni ordine e grado, per le strutture di Istruzione e Formazione Professionale, per l'Istruzione Tecnica Superiore e per le strutture che erogano servizi per il diritto allo studio universitario, in modo da garantire un accesso sicuro ai servizi scolastici e formativi.

Nuova dotazione 9.4= 31.216.322,00 (+ € 20.231.322,00 rispetto al POR pre Covid)



Asse 3 Istruzione e formazione sono stati riprogrammati € 19.172.490,77 sulle priorità **10.1, 10.2 e 10.3**:

- € 4.000.000,00 su **Priorità di investimento 10.1** L'intervento consiste nell'erogazione di borse di studio destinate agli studenti del I e II grado di istruzione - anno scolastico 2020/2021. Attualmente è in fase di sviluppo la piattaforma informatica che sarà presumibilmente lanciata entro il mese di dicembre in corrispondenza della pubblicazione del bando.
- € 12.625.218,38 su **Priorità di investimento 10.2** di cui:
 - € 8.125.218,38 per finanziare **borse di studio e azioni di sostegno a favore di studenti meritevoli privi di mezzi e di promozione del merito tra gli studenti, inclusi gli studenti con disabilità** iscritti ad anni successivi al primo presso i Dipartimenti dell'Università degli Studi di Perugia complessivamente individuati tra quelli di maggior impatto potenziale sulla strategia regionale per la specializzazione intelligente (RIS3), ma anche ricompresi nel panorama dell'offerta formativa delle scienze, che impattano sulla situazione socioeconomica creatasi per effetto della pandemia da COVID-19. Gli studenti devono essere in possesso dei requisiti di reddito e di merito richiesti dal Bando di concorso per l'assegnazione di borse di studio e servizi per il diritto allo studio universitario per l'Anno Accademico 2020-2021 emanato da ADISU e Azione 10.5.2. Misure straordinarie di sostegno per gli studenti universitari emergenza COVID-19.
 - € 4.500.000,00 per ulteriori sussidi in contanti a favore di studenti iscritti ad anni successivi al primo, ai corsi di studio di livello universitario presso l'Università degli Studi di Perugia, l'Università per Stranieri di Perugia, il Conservatorio di Musica di Perugia, il Conservatorio di Musica di Terni, l'Accademia delle Belle Arti di Perugia, l'Istituto di Mediazione Linguistica di Perugia. Gli studenti devono essere in possesso dei requisiti di reddito e di merito richiesti dal Bando di concorso per l'assegnazione di borse di studio e servizi per il diritto allo studio universitario per l'Anno Accademico 2020-2021 emanato da ADISU.
- € 2.547.272,39 su **Priorità di investimento 10.3** di cui:
 - € 1.000.000,00 per **Upgrade delle competenze tecnologiche della popolazione** a finanziamento di piani progettuali, articolati in una pluralità di azioni formative di breve durata e diversificate per contenuti e livelli, per l'acquisizione delle competenze tecnologiche digitali con riferimento a due ambiti di intervento: da un lato le competenze per la cittadinanza digitale, riferite anche alla specifica competenza chiave per l'apprendimento permanente della Raccomandazione del Consiglio d'Europa del 2018; dall'altro le competenze digitali per il lavoro, tecniche e specifiche per i diversi settori professionali (digital hard skill) o trasversali ai diversi contesti lavorativi (digital soft skills).
 - € 1.547.272,39,00 per **Tirocini nei Settori della Cultura del Turismo**. Si prevede l'attivazione di tirocini all'interno di istituzioni pubbliche e private operanti in Umbria nel campo della promozione turistica e della valorizzazione turistica dei beni culturali e ambientali, al fine di rilanciare l'attività nel settore e la vocazione regionale nell'ambito



dell'ospitalità turistico-culturale-ambientale, anche attraverso la formazione e specializzazione di professionalità specifiche. I destinatari degli interventi sono disoccupati iscritti ai CPI in possesso di diploma o laurea, a compensazione per il rafforzamento del capitale umano di maggior qualificazione (percorsi terziari e post terziari; formazione continua legata all'innovazione dell'impresa).

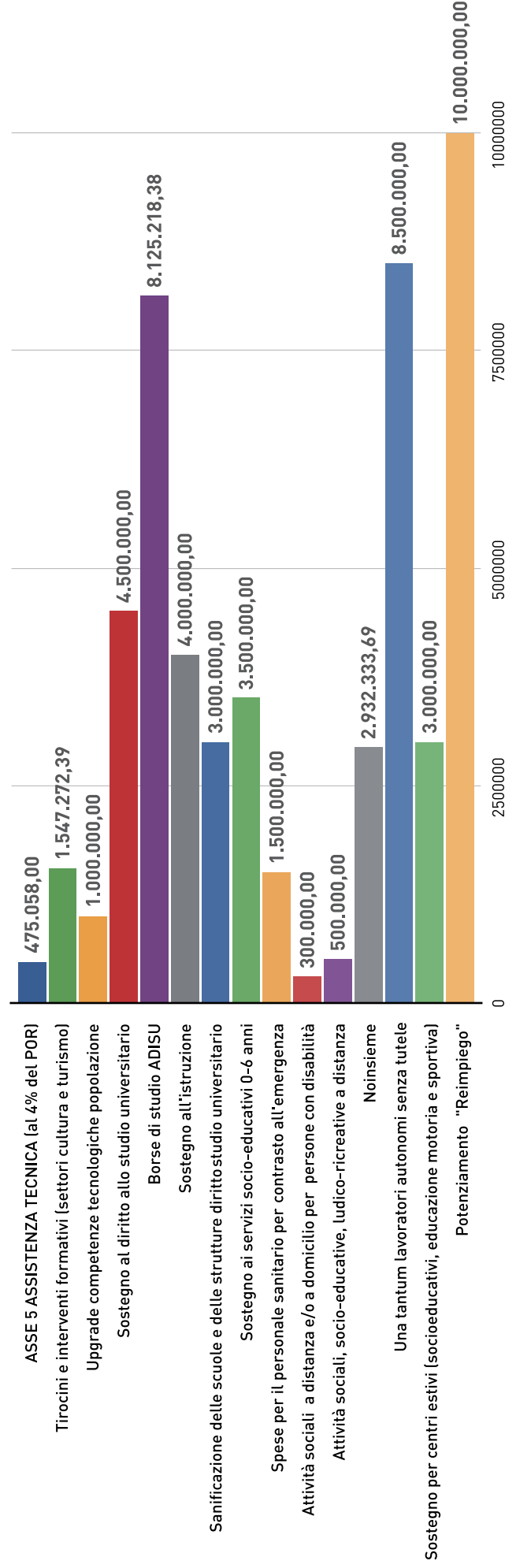
Nuova dotazione 10.1+10.2+10.3= € 75.570.560,00 (+14.443.440,00 rispetto al POR pre Covid)

A questi interventi si aggiunge anche l'aumento della dotazione dell'Asse Assistenza tecnica dal **3,8%** al **4%** dello stanziamento totale del POR, percentuale massima consentita dai Regolamenti.

Nuova dotazione = € 9.501.152,00 (+475.058,00 rispetto al POR pre Covid)

Tabella 3 - POR FSE UMBRIA 2014-2020
DOTAZIONE FINANZIARIA ANTI COVID-19 (POR FSE) PER ASSE

DOTAZIONE FINANZIARIA DEI SINGOLI INTERVENTI DI CONTRASTO ALL'EMERGENZA COVID-19 (POR FSE)





Direzione regionale risorse, programmazione, cultura, turismo

Servizio "Affari generali della Presidenza, Comunicazione, Riforme, Rapporti coi livelli di Governo, Pari Opportunità"

Strategia di Comunicazione POR FSE - Regione Umbria



INVESTIAMO NEL TUO FUTURO

www.regione.umbria.it/fse