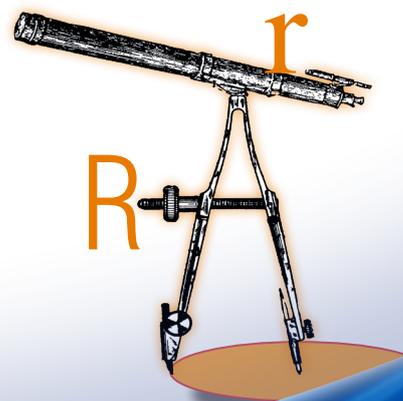
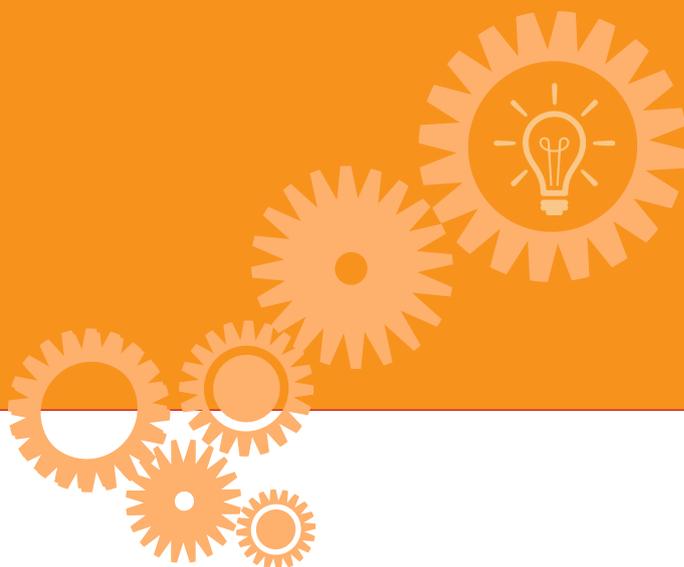


REALIZZA IL TUO FUTURO
RÉALISE TON AVENIR



PROGETTO COFINANZIATO DAL FONDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE

Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014/20 (FESR)

PROJET COFINANCÉ PAR LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Programme Investissement pour la croissance et l'emploi 2014/2020 (FEDER)

Servizio di valutazione del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014/20 (FESR) e della relativa Strategia di comunicazione, oltreché dei progetti cooperazione territoriale europea (FESR) 2014/20 interessanti il territorio regionale
ICO.06003.18XX.0.0001.PSR - CIG: 76816970E7 - CUP: B61F18000290009

INDICE

EXECUTIVE SUMMARY	3
FINALITÀ E METODOLOGIA DELLA VALUTAZIONE	4
1 LA VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	6
1.1 La struttura e i contenuti	6
1.2 L'organizzazione e la gestione	10
1.3 Il monitoraggio e la valutazione	10
1.4 Sintesi degli elementi della strategia di comunicazione	12
2 LA VALUTAZIONE DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE	13
2.1 Attività Obbligatorie	13
2.1.1 <i>Evento di lancio</i>	13
2.1.2 <i>Evento annuale</i>	14
2.1.3 <i>Emblema dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione</i>	16
2.1.4 <i>Elenco delle operazioni</i>	16
2.2 Comunicazioni sui media.....	16
2.3 Convegni/seminari ed eventi	17
2.4 Le pubblicazioni (materiale, loghi, depliant...).....	18
2.5 Comunicazione on line	20
2.5.1 <i>Sito web</i>	20
2.5.2 <i>Social network</i>	26
2.6 L'Antenna Regionale Europe Direct.....	26
2.7 Sintesi delle azioni di comunicazione FESR	28
3 INDAGINE SULL'EFFICACIA DELL'ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	29
3.1 I risultati dell'indagine sulle imprese	29
3.1.1 <i>I canali informativi utilizzati e il giudizio sull'adeguatezza delle informazioni ricevute</i>	30
3.1.2 <i>Approfondimenti su alcuni strumenti di comunicazione</i>	34
3.1.3 <i>Efficacia percepita degli incontri /eventi</i>	34
3.1.4 <i>Efficacia delle linee guida e conoscenza degli obblighi di esposizione di targhe e cartelli</i>	35
3.1.5 <i>Elementi di forza, criticità e suggerimenti delle imprese intervistate</i>	37
3.2 Efficacia della comunicazione secondo i referenti del sistema dell'istruzione formazione e del terzo settore/parti sociali.....	39
4 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE	41
ALLEGATO	44
Nota metodologica.....	44
Questionario per la valutazione delle attività di comunicazione per il Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione	45

EXECUTIVE SUMMARY

Previsto nell'ambito del "Servizio di valutazione del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 (FESR) e della relativa Strategia di comunicazione, oltreché dei progetti cooperazione territoriale europea (FESR) 2014-2020 interessanti il territorio regionale", questo primo rapporto tematico indaga l'azione messa in campo dall'Amministrazione, ed in particolare dall'AdG FESR responsabile dell'attività di informazione e comunicazione, che per tale scopo si è dotata di una Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 9 giugno 2015, finalizzata ad *"assicurare che la strategia del PO "Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020" FESR, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal sostegno congiunto dell'Unione europea, dello Stato e della Regione autonoma Valle d'Aosta nei diversi settori e ambiti d'intervento vengano ampiamente divulgati"* (Strategia di Comunicazione FESR pag. 12).

Il documento è stato esaminato per verificarne la **struttura** e i **contenuti**, l'**organizzazione**, la **gestione**, il **monitoraggio** e la sezione **valutazione**, come previsto dall' Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013. La Strategia presenta una struttura chiara e contenuti ben definiti, con finalità inerenti con le azioni di comunicazione previste dal documento e con i target in esso individuati.

Per quanto concerne il processo di attuazione della Strategia, sono stati verificate le realizzazioni delle attività obbligatorie, previste dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013, e sono stati analizzati i principali interventi messi in campo, con attenzione particolare al sistema di **indicatori di realizzazione e di risultato**, dall'avvio della nuova programmazione, sulla base della documentazione fornita dalla struttura regionale e dall'analisi delle informazioni e della documentazione presente, invece, sul sito web FESR (presente all'interno del Canale Tematico Europa).

Alla luce dell'approvazione del progetto di modifica del sito web è stato analizzato il progetto di "Revisione sezione Europa sito istituzionale RAVDA" e, alla luce della recente messa online del sito web, è stata realizzata una integrazione finalizzata a fornire eventuali altri elementi utili per sostenere l'amministrazione nella realizzazione di una comunicazione web pienamente rispondente agli obblighi regolamentari.

Un focus specifico, è stato, inoltre, dedicato al Centro Europe Direct Vallée d'Aoste *"strumento e partner della Politica regionale di sviluppo, incaricato di assicurare sinergia tra le diverse Azioni e di favorire il contatto diretto con il grande pubblico"* (pag. 19 della Strategia di Comunicazione unitaria 2014-2020), per il suo ruolo chiave nell'azione di informazione e di comunicazione.

Infine, un'attività di **indagine rivolta ai beneficiari** (imprese, parti sociali, università e scuole) che hanno partecipato, negli anni 2017-2019, agli incontri di promozione del POR FESR ha verificato l'adeguatezza del livello di informazione circa le possibilità di investimento offerte dal POR FESR, la conoscenza degli strumenti comunicativi specifici e quali sono i principali canali informativi utilizzati dai beneficiari per conoscere le opportunità in corso. punti di forza e di debolezza della comunicazione regionale.

L'attività di analisi, che ha avuto un buon tasso di risposta per la tipologia di indagine, ha consentito anche la messa in evidenza dei punti di forza e di debolezza dell'azione comunicativa che risultano in linea con quanto espresso a seguito dell'analisi del processo di attuazione della Strategia di Comunicazione FESR 2014-2020.

FINALITÀ E METODOLOGIA DELLA VALUTAZIONE

Il tema della comunicazione ha assunto un ruolo sempre più rilevante nella programmazione 2014-2020 e risulta essere centrale nel processo di attuazione del Programma Operativo, sia per quanto riguarda la promozione delle opportunità offerte dal programma ai beneficiari potenziali, sia per assicurare un'ampia diffusione delle informazioni sul ruolo dell'Unione europea a favore della riduzione delle disuguaglianze territoriali. Per sostenere una più efficace azione comunicativa, il servizio valutazione è impegnato nella realizzazione di due Rapporti tematici di valutazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020, un primo rapporto intermedio a circa metà programmazione e un secondo rapporto che coinciderà con la fine della programmazione.

A tal fine, a partire da quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303, l'attività di valutazione intende rispondere alle seguenti domande:

- 1) La strategia di comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità?
- 2) Quali sono le finalità della strategia e quali gli obiettivi specifici?
- 3) I target individuati dalla strategia sono coerenti con i beneficiari/destinatari previsti dalle priorità di investimento del POR FESR?
- 4) L'attuazione della strategia di comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti, anche in relazione ai target group individuati dalla Strategia di comunicazione del PO FESR (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, grande pubblico e moltiplicatori dell'informazione quali stakeholder e mass media)?
- 5) Sono state messe in campo sinergie tra le attività di comunicazione del FESR e degli altri fondi strutturali?
- 6) La Strategia di comunicazione si è rivelata adeguata ed efficace nel far conoscere ai beneficiari (in primis le aziende) le opportunità offerte dai diversi bandi pubblicati?
- 7) L'informazione rivolta ai beneficiari effettivi sui loro obblighi in tema di comunicazione si è rivelata adeguata?

Per rispondere alle domande valutative poste, il servizio esamina attraverso una **analisi desk la Strategia di Comunicazione** nel suo complesso e fornisce feedback puntuali rispetto agli obiettivi e agli strumenti previsti, evidenziando punti di forza e di eventuale debolezza al fine di sostenere l'AdG nel processo di attuazione.

Particolare attenzione è posta, inoltre, al sistema degli indicatori, sia nella fase di analisi della Strategia, sia **nell'analisi desk del suo stato di attuazione** che ha verificato se la realizzazione dell'azione comunicativa sta raggiungendo gli obiettivi previsti in relazione ai target group individuati. L'analisi ha indagato anche il livello di connessione dell'attività di comunicazione con gli altri fondi e, in particolare, nell'ambito della Strategia di Comunicazione Unitaria del Programma Regionale di Sviluppo 2014-2020, ha esaminato le attività di informazione e di comunicazione svolte in sinergia con l'antenna regionale Europe Direct sulle opportunità di finanziamento, sulla promozione degli eventi e delle progettualità in corso del POR FESR.

Infine, per verificare l'efficacia dell'attività di comunicazione e di informazione prevista dalla Strategia rispetto al target beneficiari è stata realizzata una **indagine su un campione di imprese che hanno partecipato agli incontri per la promozione delle opportunità offerte dal Programma**. L'indagine sulla percezione degli enti potenziali beneficiari degli interventi FESR delle attività di comunicazione e diffusione delle opportunità offerte dal POR FESR della Valle d'Aosta è stata condotta attraverso una rilevazione online.

L'universo di riferimento della rilevazione era rappresentato dai referenti di imprese, parti sociali e università e scuole, che hanno partecipato, negli anni 2017-2019, agli incontri di promozione del POR FESR.

L'indagine ha coinvolto complessivamente 98 referenti¹ di 68 enti privati e pubblici, tra cui 57 imprese, 5 enti del sistema dell'istruzione e formazione (università e scuole) e 6 enti del terzo settore e parti sociali. Il tasso di risposta è stato complessivamente buono per questo tipo di indagine, pari al 38,8% dei referenti contattati e al 50% degli enti rappresentati.

La tabella che segue sintetizza la partecipazione all'indagine per ciascuno dei referenti contattati, classificati in base all'ente di appartenenza.

Tab. 3.1 – Riepilogo esiti dell'indagine

	Imprese	Università e Scuole	Terzo Settore e Parti Sociali	Totale
Questionari completati e validi	28	5	5	38
<i>Enti rappresentati</i>	27	4	3	34
Questionari non completati	6	1	1	8
Nessuna risposta	39	3	4	46
Email respinte	6	0	0	6
Totale	79	9	10	98
Response rate ²	35,4%	55,6%	50,0%	38,8%

Fonte: indagine Irs

Il dettaglio delle modalità di indagine e il questionario sono presentati nell'allegato metodologico.

¹ L'elenco dei *nominativi* dei referenti dei diversi enti messo a disposizione comprendeva per alcuni enti anche più di un referente. In totale i nominativi erano 93, di cui 74 contatti provenienti da imprese, 9 della categoria "università e scuole", e 10 della categoria "terzo settore e parti sociali". A seguito delle telefonate di recall sono stati inseriti 5 nuovi indirizzi della categoria imprese, che hanno portato a 98 l'universo dei contatti, tuttavia 6 indirizzi si sono rivelati errati.

² Il tasso di risposta è stato calcolato con la formula AAPOR (Response Rate Calculator) Version 4.0 (web).

1 LA VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

L'AdG del FESR si è dotata di una Strategia di comunicazione, approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 9 giugno 2015 così come previsto dall'art. 116 del Regolamento UE n. 1303/2013 *“Lo Stato membro o le autorità di gestione elaborano una strategia di comunicazione per ciascun programma operativo. È possibile definire una strategia di comunicazione comune per diversi programmi operativi. La strategia di comunicazione tiene conto dell'entità del programma o dei programmi operativi pertinenti conformemente al principio di proporzionalità”*.

La Strategia di Comunicazione del FESR è realizzata nell'ambito di una più ampia Strategia unitaria di comunicazione, predisposta dalla Regione e approvata dalla Giunta regionale nel mese di dicembre del 2015, che ha la finalità di ricondurre ad un quadro d'insieme le azioni di comunicazione a livello di Politica regionale di sviluppo e dei relativi Programmi.

L'obiettivo prioritario del documento è quello di *“migliorare la percezione dell'Unione europea e delle sue istituzioni nonché del valore aggiunto comunitario, facendone conoscere e comprendere le realizzazioni”* (Strategia di Comunicazione per il Programma Operativo FESR 2014-2020 della Regione Valle D'Aosta, p.20).

Al fine di verificare se la Strategia di Comunicazione adottata possieda le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità, il presente capitolo intende valutare:

- la **struttura** e i **contenuti** della strategia di comunicazione, al fine di verificare che rispondano a quanto richiesto dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013;
- l'**organizzazione** e la **gestione** della strategia di comunicazione, al fine di appurare che siano indicate le risorse disponibili per le attività di comunicazione e i referenti responsabili della realizzazione delle misure di informazione e comunicazione previste;
- il **monitoraggio** e la **sezione valutazione**, al fine di accertare che siano stati previsti gli strumenti utili alla raccolta delle informazioni per realizzare un monitoraggio periodico e la valutazione delle azioni previste dalla Strategia.

1.1 La struttura e i contenuti

La struttura della Strategia di Comunicazione analizzata presenta una buona organizzazione dei contenuti, con una articolazione che, richiamato il quadro normativo, il contesto territoriale e a partire da quanto realizzato nel corso della programmazione 2007-2013, pone particolare attenzione agli obiettivi e ai destinatari.

La strategia ha precisato, infatti, nel dettaglio gli **obiettivi specifici perseguiti**, vale a dire promuovere una informazione completa e dettagliata sul POR FESR, pubblicizzare i bandi aperti sul web e attraverso i mass media, diffondere una immagine coordinata e valorizzare i risultati raggiunti, promuovere la trasparenza con la pubblicazione online della lista delle operazioni, sostenere i beneficiari nell'accesso ai fondi fornendo informazioni e documentazione dettagliate, promuovere la collaborazione tra soggetti pubblici e privati (imprese in articolare), promuovere interventi riguardanti il patrimonio storico-culturale della Regione, rendere disponibili le informazioni relative ai progetti.

Rispetto ai destinatari sono 4 le tipologie individuate per le quali mettere in campo le attività di informazione e comunicazione:

Beneficiari potenziali: è il gruppo a cui ci si rivolge per promuovere le opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020, soprattutto all'avvio della programmazione, con azioni più mirate rispetto al grande pubblico. In particolare, per fornire informazioni sui benefici del programma, si prevedono azioni di "aggancio" volte a valorizzare i risultati della precedente programmazione, attraverso testimonianze video, pubblicazioni ed eventi, ed azioni più costanti e mirate, come ad esempio l'invio delle newsletter per la diffusione delle opportunità in corso.

Esempi: operatori del settore economico (piccole, medie e grandi imprese); università, organismi di ricerca e innovazione; amministrazioni pubbliche e organismi di diritto pubblico.

Beneficiari effettivi: vale a dire coloro ai quali saranno erogati i finanziamenti offerti dal programma rispetto ai quali si prevede di definire azioni mirate e costanti per favorire il rispetto degli obblighi in capo al beneficiario in materia di comunicazione, sia azioni che valorizzino il loro ruolo di testimoni diretti delle opportunità offerte dal FESR, come ad esempio interviste, video, incontri, che potranno essere diffuse anche presso il grande pubblico.

Esempi: operatori del settore economico (piccole, medie e grandi imprese); università, istituzioni e centri di ricerca; attuatori di progetti presso l'Amministrazione regionale.

Grande pubblico: ossia i cittadini valdostani, verso cui sarà indirizzata un'azione di comunicazione istituzionale generale e divulgativa, finalizzata a migliorare la conoscenza più puntuale dei Fondi attraverso due principali canali: i media, ed in particolare la carta stampata e la comunicazione online. Tra le azioni di comunicazione, come richiesto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, si prevede di realizzare azioni specifiche per le persone disabili (principalmente per le disabilità visive ed uditive).

Moltiplicatori di informazione: in questo target la Strategia individua sia gli stakeholder, quali istituzioni pubbliche, associazioni quali parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, sia i mass media in grado di veicolare le informazioni e di diffonderle ampiamente agendo verso nuovi potenziali beneficiari.

Per questi target la Strategia ha identificato in modo chiaro e puntuale una serie di tipologie di attività e di strumenti che abbiamo sintetizzato nella tabella successiva, evidenziandone il collegamento agli obiettivi e alle tipologie di target, anche a partire da quanto indicato nel quadro di riepilogativo di sintesi presente nella Strategia (si veda pag.26 della Strategia di Comunicazione FESR).

Tab. 1.1 - Mappa degli obiettivi per target e azioni e strumenti

Finalità e Obiettivi generali	Obiettivi specifici	Target	Strumenti
Diffondere la conoscenza del Programma Operativo FESR 2014-2020 dei suoi obiettivi e risultati attesi evidenziando il ruolo strategico dell'Unione europea.	Promuovere un'informazione completa e dettagliata sulla strategia e sui contenuti del Programma Operativo, sull'andamento della sua attuazione e sui risultati raggiunti.	Grande pubblico	Eventi Campagne pubblicitarie Sito Internet Conferenze stampa Social networks Newsletter Centro Europe Direct Vallée d'Aoste Materiale cartaceo Televisione (eventuale) Esposizione della bandiera Logo di identificazione e slogan
Garantire una puntuale accessibilità ai Fondi da parte dei beneficiari e, più in generale, degli attori, rendendo disponibili le informazioni ed i documenti relativi alle opportunità di finanziamento offerte dal Programma.	Fornire ai potenziali beneficiari informazioni chiare e dettagliate riguardanti condizioni di ammissibilità, procedure d'esame delle domande di finanziamento, criteri di selezione delle operazioni da finanziare, persone di riferimento che possono fornire informazioni.	Beneficiari potenziali	Sito internet Direct mail E-mail alert su bandi e avvisi Newsletter Centro Europe Direct Vallée d'Aoste Conferenze stampa e comunicati stampa
	Pubblicizzare presso i destinatari finali i bandi aperti da realizzare con il sostegno del FESR mediante azioni di informazione e comunicazione tramite il web ed i mass media.	Beneficiari/attuatori	Sito internet (sezione documentale) Materiale informativo specifico Comunicazioni istituzionali Direct mail
Sostenere i beneficiari nelle loro attività di comunicazione attraverso incontri mirati e la realizzazione di kit informativi e format standard scaricabili dal web.	Diffondere un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la facile riconoscibilità delle informazioni relative al POR e l'immediata consapevolezza nei beneficiari/attuatori dei progetti e partecipanti/destinatari dei relativi finanziamenti.	Beneficiari/attuatori	Logo di identificazione e slogan Modello per la cartellonistica e per le targhe
Valorizzare il ruolo della rete dei partner istituzionali e dei beneficiari nel sostegno alle azioni di comunicazione.	Diffondere e valorizzare i risultati del Programma Operativo, attraverso l'utilizzo dei mass media e dei siti internet, nonché coinvolgendo il Comitato di Sorveglianza, il partenariato e il Centro Europe Direct Vallée d'Aoste, per divulgare le buone prassi e i progetti realizzati o in corso di realizzazione.	Grande pubblico Beneficiari potenziali Beneficiari/attuatori Moltiplicatori di informazione	Sito internet Conferenze stampa Social networks Newsletter Centro Europe Direct Vallée d'Aoste
	Promuovere la collaborazione tra i soggetti pubblici e privati, in particolare le imprese, nonché la costruzione di reti tra le imprese stesse, al fine favorire gli investimenti e lo sviluppo del sistema produttivo.	Beneficiari potenziali Beneficiari/attuatori Moltiplicatori di informazione	Eventi Campagne pubblicitarie Sito Internet Conferenze stampa

Finalità e Obiettivi generali	Obiettivi specifici	Target	Strumenti
			Social networks Newsletter Centro Europe Direct Vallée d'Aoste
	Promuovere maggiormente, anche attraverso le nuove tecnologie, le iniziative e gli interventi riguardanti il patrimonio storico-culturale della Regione, al fine di incrementare la domanda culturale e lo sviluppo turistico.	Grande pubblico Beneficiari potenziali Beneficiari/attuatori Moltiplicatori di informazione	Eventi Campagne pubblicitarie Sito Internet Conferenze stampa Social networks Newsletter Centro Europe Direct Vallée d'Aoste
Incrementare le opportunità nell'ottica della trasparenza e dell'accessibilità	Promuovere la trasparenza nell'utilizzo delle risorse del Programma attraverso la pubblicazione on line della lista delle operazioni, sia sul portale unico nazionale OPEN COESIONE, sia sul sito web regionale.	Beneficiari potenziali Beneficiari/attuatori	Pubblicazione degli elenchi

Fonte: ns. elaborazione su Strategia di comunicazione (pag. 15-26)

Una programmazione di dettaglio dell'attività di informazione e di comunicazione prevista per gli anni 2015/2016 è presente nell'Allegato 1 alla Strategia di Comunicazione del Programma FESR.

Si evidenzia, a tale proposito, che non sono stati successivamente realizzati altri aggiornamenti annuali (Piani annuali) in cui riportare le attività di informazione e comunicazione per l'anno successivo. Questi strumenti, richiesti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n.1303/2013, rappresentano una opportunità per realizzare una programmazione annuale di dettaglio e, eventualmente, ridefinire alcune attività, al fine di migliorare l'efficacia dell'azione di informazione e di comunicazione del POR FESR.

1.2 L'organizzazione e la gestione

Per l'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 della Regione Valle d'Aosta, l'Autorità di Gestione ha ipotizzato un budget pari a 235.000 €, prevedendo un utilizzo di strumenti a basso costo, ed in particolare di quelli che si sono rivelati più efficaci e maggiormente graditi dalla popolazione valdostana.

Non è stata definita una articolazione puntuale delle voci di spesa, ma è stata anticipata una flessibilità ampia tra le voci e, qualora si rendesse necessario, anche un possibile aumento o una diminuzione delle risorse, in funzione dei fabbisogni che emergeranno nel corso della programmazione.

Per quanto riguarda, invece, l'organizzazione e la governance della comunicazione è stata individuata l'AdG FESR quale responsabile dell'attuazione della Strategia che si avvale della collaborazione di due referenti della Struttura programmi per lo sviluppo regionale e del Centro Europe Direct Vallée d'Aoste.

Al fine di coordinare azioni di comunicazione nell'ambito della Strategia Unitaria di comunicazione regionale è anche previsto un gruppo di comunicazione inter-dipartimenti in cui è inserita anche l'antenna regionale Europe Direct.

Intervengono a supporto dell'attuazione della Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 anche l'Ufficio Stampa Regionale ed il Sistema informativo SISPREG e il portale Open Coesione che raccolgono i progetti presentati nel corso dell'attuale programmazione. Infine, nel documento, è stato esplicitato ai fini dell'attuazione della Strategia anche il coinvolgimento del partenariato (soggetti che già partecipano al Comitato di Sorveglianza).

1.3 Il monitoraggio e la valutazione

La Strategia di Comunicazione dedica una sezione finale all'attività di valutazione che consente all'AdG, grazie ad un monitoraggio periodico, di ritardare, se necessario, gli interventi programmati. In particolare, l'azione del monitoraggio è finalizzata a raccogliere dati sugli articoli, conferenze stampa, prodotti realizzati, campagne pubblicitarie, eventi, accessi al sito web.

A tale proposito è stata definita una lista di indicatori di realizzazione finalizzati a monitorare l'attuazione delle azioni di informazione e di comunicazione nel periodo di programmazione 2014-2020. Come è possibile evidenziare dalla figura seguente, per ciascuno degli indicatori individuati è stato definito un target annuo da raggiungere che, da una prima analisi, appare adeguato alle differenti tipologie di indicatori.

Fig. 1.1 - Indicatori di realizzazione

AZIONI DI COMUNICAZIONE	TARGET ANNUO
N° Eventi-Fiera (Compreso evento di lancio)	1
N° Convegni/seminari	2
N° Conferenze stampa tematiche (comprese quelle della Giunta regionale)	3
N° Comunicati stampa regionali	5
N° Articoli ANSA	10
N° Articoli giornali locali	10
Internet – aggiornamenti sito	10
Post su Facebook	20
Email Alert inviti e bandi	5
Newsletter Europe Direct Vallée d’Aoste	6
Campagne pubblicitarie	1
Trasmissioni Radio-Tv RAI3 Regione (o video da caricare su internet)	3
Brochure informative - Depliant e Opuscoli	500
TOTALE Azioni di comunicazioni realizzate	577

Fonte: Strategia di comunicazione (pag. 31).

Nella tabella successiva, sono, invece, presentati i 3 indicatori di risultato (senza indicazione della baseline, né del target annuo) attraverso i quali si intende misurare il livello di conoscenza dei cittadini circa il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e del FESR, nonché i risultati del Programma Operativo e delle operazioni da esso finanziate. Si prevede di rilevare i dati attraverso questionari effettuati nel corso di eventi, convegni o somministrati tramite internet.

Tab. 1.2 - Indicatori di risultato

Denominazione	Baseline	Target
Tasso conoscenza nella popolazione circa l'esistenza del Programma Operativo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione 2014-2020" FESR		
Tasso di conoscenza dei cittadini circa i risultati del Programma		
Il tasso di conoscenza dei cittadini circa il ruolo svolto dalla Unione europea, Stato e Regione nelle realizzazioni cofinanziate dal FESR		

Fonte: ns rielaborazione da Strategia di comunicazione (pag. 31).

Rispetto a quest'ultimi indicatori, sarebbe utile prevedere un'altra modalità di raccolta dei dati. Il rischio di somministrare questionari in occasione di eventi e convegni è quello di intercettare una quota di popolazione che già beneficia delle opportunità FESR o, pur non beneficiandone, partecipando ad iniziative sul tema, risulta essere già "selezionata". Inoltre, l'indicazione di una somministrazione tramite internet, andrebbe ulteriormente specificata, chiarendo modalità di realizzazione, ma soprattutto il target di riferimento. Per misurare il livello di conoscenza

dei cittadini circa il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e del FESR, nonché i risultati del Programma Operativo e delle operazioni da esso finanziate, si ritiene utile suggerire una modalità di raccolta dei dati più efficace, come ad esempio una survey sui cittadini attraverso la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), che garantisce accuratezza nella somministrazione e nella compilazione del questionario.

1.4 Sintesi degli elementi della strategia di comunicazione

Nella tabella si evidenzia come la strategia risponda complessivamente a quanto previsto dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013.

La Strategia definisce chiaramente, a partire dall'esperienza e dai risultati raggiunti nella programmazione 2007-2013, l'approccio adottato, individua i destinatari e specifica le azioni e gli strumenti per la sua attuazione. Il documento, inoltre, definisce in modo puntuale la struttura organizzativa e di governance, evidenzia il budget disponibile per l'attuazione, individua le attività di monitoraggio da realizzare e le modalità di valutazione dei risultati. Si evidenzia solo l'assenza di Piani annuali che, come anticipato nel paragrafo 1.1, sono previsti come aggiornamento annuale finalizzato ad indicare le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.

Inoltre, sebbene la Strategia, preveda di realizzare azioni specifiche per le persone disabili, non sono stati indicati, come richiesto dall'Allegato XII al Regolamento UE n. 1303/2013 i materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità.

Tabella 1.3 - Check list degli elementi della strategia di comunicazione ai sensi dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013

	SI	IN PARTE	NO
a) Descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'Autorità di gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori e al grande pubblico	✓		
b) Descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità		✓	
c) Descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione	✓		
d) Bilancio indicativo per l'attuazione della strategia	✓		
e) Descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione	✓		
f) Modalità per le misure di informazione e comunicazione per il grande pubblico	✓		
g) Indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti	✓		
h) Descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo	✓		
i) Aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo.			✓

2 LA VALUTAZIONE DELLE AZIONI DI COMUNICAZIONE

Al fine di verificare l'efficacia delle azioni di comunicazione il valutatore ha concentrato l'attenzione sugli strumenti e prodotti realizzati sulla base delle tipologie individuate dalla Strategia di Comunicazione, dalla sua approvazione (Comitato di sorveglianza del 9 giugno 2015) ad oggi.

In particolare, sono stati esaminati i seguenti documenti:

- la Strategia di comunicazione del POR FESR;
- l'Allegato alla Strategia di Comunicazione;
- le Relazioni Annuali di Attuazione (RAA) anni 2016, 2017 (nel RAA 2017 non è compilata la sezione sui progressi annuali della strategia di comunicazione)³, 2018;
- i documenti presentati ai Comitati di Sorveglianza;
- Il sito web (Canale tematico Europa – FESR);
- altro materiale fornito dall'Autorità di Gestione (materiale su specifiche campagne, newsletter ecc.).

Le azioni di comunicazione analizzate vengono presentate per macro-tipologie di azione, a partire da quelle obbligatorie, previste dall'art. 2.1. *Responsabilità dello Stato membro e dell'autorità di gestione* dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 in modo da evidenziare i progressi realizzati nell'attuazione della Strategia di Comunicazione. Al fine di fornire utili feedback sul processo di attuazione in corso, a partire indicatori di realizzazione e di risultato, è stata predisposta una tabella di sintesi (si veda pag. 24) delle azioni realizzate.

2.1 Attività Obbligatorie

2.1.1 Evento di lancio



Al fine di pubblicizzare l'avvio dei programmi operativi, così come previsto dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013, è stato organizzato in data 8 giugno 2015 presso l'area espositiva della Pépinière d'entrepris l'evento di lancio '**La montagna che cresce**'. Si è trattato di un evento organizzato nell'ambito della Strategia di Comunicazione Unitaria, volta alla promozione dell'avvio dei nuovi Programmi della Politica regionale di sviluppo della Regione Valle d'Aosta.

La finalità è stata quella di informare, in primis, i potenziali beneficiari, ma più in generale il grande pubblico (i cittadini valdostani) sulle opportunità offerte dalla nuova programmazione. Tuttavia "La montagna che cresce" ha rappresentato anche l'occasione di presentare i risultati della precedente programmazione 2007-2013, proprio nell'ottica di "*migliorare la percezione dell'Unione europea e delle sue istituzioni nonché del valore aggiunto comunitario, facendone conoscere e*

comprendere le realizzazioni" Strategia di Comunicazione per il Programma Operativo FESR 2014-2020 della Regione Valle D'Aosta, p.20).

L'evento si è, infatti, articolato in:

- una conferenza regionale sullo Sviluppo Regionale 2014-2015;

³ Nella Relazione Annuale di Attuazione 2017 non è stata compilata la sezione relativa ai progressi annuali della Strategia di Comunicazione (si veda pag.56).

- la Sottoscrizione del Protocollo d'Intesa 2014-2020 tra Amministrazione regionale e partenariato per la politica regionale di sviluppo;
- la presentazione di Best Practices 2007/2013;
- la presentazione di alcune esperienze 2007/2013.

Ampio spazio è stato riservato alle opportunità specifiche del FESR, con un intervento, tra le altre AdG e Responsabili di programmi, dell' Autorità di gestione del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione (FESR) e alla presentazione, grazie alla predisposizione di corner tematici allestiti nell'area espositiva della Pépinière, di alcuni progetti significativi della programmazione passata negli ambiti tematici "Competitività, ricerca, innovazione e ICT", "Ambiente, energia e mobilità sostenibile" e "Turismo, natura e cultura", oltre che ad un ciclo di conferenze, "A tu per tu", su alcune esperienze realizzate illustrate dagli stessi beneficiari. All'evento hanno partecipato numerosi rappresentanti degli enti locali, delle associazioni e delle organizzazioni operanti sul territorio regionale.

2.1.2 Evento annuale

Oltre la realizzazione dell'evento di lancio - nel rispetto delle disposizioni contenute nell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 che assegnano all'AdG la responsabilità dell' "organizzazione di un'attività informativa principale all'anno che promuova le opportunità di finanziamento e le strategie perseguite e presenti i risultati del programma operativo o dei programmi operativi, compresi, se del caso, grandi progetti, piani d'azione comuni e altri esempi di progetti" – sono stati organizzati i seguenti eventi annuali:

La Valle d'Aosta e l'Europa. Un sito, un progetto – 2019

Al fine di rendere la comunicazione sui programmi europei più chiara ed efficace, è stato



organizzato il 18 novembre, presso la Sala Maria Ida Vigliano del Palazzo regionale, l'evento di presentazione del nuovo Canale tematico "Europa", rinnovato nella grafica e nei contenuti. Durante l'incontro, dopo i saluti istituzionali, sono intervenuti i Coordinatori del Dipartimento Politiche strutturali e affari europei e del Dipartimento Innovazione e agenda digitale, l'Assessore agli Affari europei, politiche del lavoro, inclusione sociale e trasporti.

L'evento è stato occasione per approfondire la tematica della comunicazione digitale quale strumento centrale per favorire la conoscenza da parte della cittadinanza sull'azione della Pubblica Amministrazione e diffondere una informativa sullo stato di avanzamento del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 (FESR).

Giornata internazionale della montagna - 2018

Giornata internazionale della montagna 2018

La bicicletta come stile di vita in montagna



2014-2020 (FESR) che ha visto l'intervento anche di un Funzionario regionale della Struttura edilizia, patrimonio immobiliare e infrastrutture sportive finalizzato a informare i cittadini valdostani sui progetti in corso nell'ambito dell'asse 4 del Programma volti a sostenere la transizione verso un'economia a bassa emissione di carbonio in tutti i settori.

Gli incubatori di impresa per lo sviluppo del territorio: esperienze a confronto – 2017



L'evento che si è tenuto in data 21 febbraio 2017, è stato occasione per un confronto sui temi dell'innovazione finalizzato, anche grazie ad uno scambio tra incubatori di impresa e start up innovative, locali e di altri territori regionali (Piemonte, Liguria, Lombardia, Lazio, Toscana, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia), ad individuare e sviluppare le potenzialità di sviluppo delle imprese del territorio valdostano. Tra gli interventi, anche quello dell'Assessore alle attività produttive, energie e politiche del lavoro della Regione Autonoma Valle d'Aosta, del Presidente di Struttura Valle d'Aosta, società della Regione Valle d'Aosta che si occupa della gestione dei due incubatori di impresa regionali, denominati "Pépinières d'Entreprises" e il Presidente della Camera valdostana delle imprese e delle professioni. Un evento, dunque, rivolto ai beneficiari potenziali e a quelli effettivi, ma anche ai moltiplicatori di informazione che possono veicolare e diffondere le informazioni sulle opportunità sul tema dell'innovazione e dello sviluppo del tessuto imprenditoriale.

Notte Europea dei ricercatori – 2016



La Notte Europea dei Ricercatori ti invita a incontrare gli eroi della scienza: i ricercatori che grazie al loro affascinante lavoro possono cambiare concretamente le nostre vite.

CLoSER - Cementig Links between Science&society toward Engagement and Responsibility



La Notte europea dei ricercatori è un evento, promosso dall'Unione Europea dal 2005. Nel 2016 l'evento è stato organizzato presso la Pépinière d'entrepris dall'Assessorato alle attività produttive, energie e politiche del lavoro della Regione Autonoma Valle d'Aosta, in

collaborazione con la Camera valdostana delle imprese e delle professioni – Sportello SPIN2 (sportello di informazione e accesso alle politiche europee, ai programmi e alle opportunità di finanziamento), Struttura Valle d'Aosta, Centro Europe direct Vallée d'Aoste ed in sinergia con istituzioni piemontesi. I temi al centro dell'iniziativa sono la ricerca, l'innovazione e le nuove tecnologie per la connessione con le imprese del territorio ed il mondo del lavoro. L'iniziativa è inserita nelle attività di supporto all'implementazione, al monitoraggio e alla comunicazione della strategia di specializzazione intelligente, finanziate dalla Regione Autonoma Valle d'Aosta, nell'ambito del Programma "Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020" (FESR).

Tra i tanti appuntamenti in calendario, nell'ambito della sessione dei workshop e dei tavoli tematici rivolti al pubblico, uno specifico incontro dal titolo "*Il Programma "Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 (FESR)"*", a cura del Dipartimento Politiche strutturali e affari europei, Struttura Programmi per lo sviluppo regionale è stato volto a promuovere le opportunità di finanziamento dei programmi europei a gestione diretta nella programmazione 2014-2020 e a illustrare le progettualità avviate nell'ambito della POR FESR 2014-2020.

2.1.3 *Emblema dell'Unione nella sede dell'Autorità di Gestione*

Tra le responsabilità dello Stato membro e dell'Autorità di Gestione indicate nell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 (cfr. art. 2.1.,2c) è indicata anche l'esposizione dell'emblema dell'Unione Europea presso la sede di ogni Autorità di Gestione.

Da quanto indicato nella Relazione Annuale di Attuazione 2016 e 2018, tra le attività di comunicazione è stata anche realizzata quella relativa all' "*esposizione della bandiera dell'Unione europea, per una settimana, a partire dal 9 maggio presso la sede dell'Autorità di gestione*".

Sebbene nell'Allegato XII non venga esplicitata la durata dell'esposizione si ritiene utile suggerire una modalità di esposizione permanente per assolvere con maggiore trasparenza all'obbligo previsto.

2.1.4 *Elenco delle operazioni*

L'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 stabilisce ancora che l'Autorità di gestione è responsabile, nell'ottica di favorire l'accessibilità e la trasparenza delle informazioni sulle opportunità di finanziamento, della pubblicazione elettronica dell'elenco delle operazioni. L'art. 115 del Regolamento ne specifica chiaramente anche il formato e gli strumenti di accessibilità "*(...) nella forma di un foglio elettronico che consente di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati e di pubblicarli agevolmente su Internet, a esempio in formato CSV o XML. L'elenco delle operazioni è accessibile tramite un sito web unico o un portale web unico, che fornisce un elenco e una sintesi di tutti i programmi operativi dello Stato membro interessato*".

La scelta dell'Autorità di gestione, conformemente con le modalità individuate anche dal POR FSE, è stata quella di dedicare all'interno del canale tematico Europa – FESR una specifica sezione "**OpenCoesione**" in cui è presente il link di collegamento a Open Coesione, il sito nazionale che raccoglie, in formato aperto, dati e informazioni sugli interventi finanziati dalle politiche di coesione in Italia. Dal link è possibile, dunque, accedere all'elenco delle operazioni in formato CSV (*Comma Separated Values*).

I campi dati, dall'analisi realizzata del file, risultano contenenti con quanto disposto, così come l'elenco risulta aggiornato al 31 maggio 2019, dunque nei tempi previsti ("*almeno ogni sei mesi*") dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013.

Un'ulteriore raccomandazione dell'Allegato al Regolamento UE n. 1303/2013 è quella di fornire i campi dell'elenco delle operazioni in almeno un'altra lingua ufficiale dell'Unione.

In ragione del bilinguismo italiano-francese della Regione Valle d'Aosta, si suggerisce di prevedere almeno una traduzione della specifica sezione "Open Coesione" al fine di favorire l'accessibilità e la trasparenza delle informazioni.

2.2 **Comunicazioni sui media**

Come previsto dalla Strategia di Comunicazione POR FESR 2014-2020, al fine di promuovere le opportunità offerte dal programma e di accrescere la consapevolezza dei

cittadini valdostani sul ruolo svolto dall'Unione europea nel sostenere la ricerca, lo sviluppo tecnologico, l'accesso, l'utilizzo e la qualità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, la competitività delle piccole e medie imprese del territorio e ridurre le emissioni di carbonio, sono state previste diverse tipologie di comunicazione sui media, quali articoli su giornali (cartacei e online) e sull'agenzia di stampa ANSA, video online/servizi televisivi, preceduti anche da comunicati stampa regionali. Si tratta prioritariamente di articoli inerenti gli interventi cofinanziati dal programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 FESR, rivolti al grande pubblico e ai beneficiari potenziali che evidenziano sia le opportunità offerte, i progetti strategici approvati, sia difendono i primi risultati degli interventi cofinanziati dal FESR.

A titolo esemplificativo, si evidenzia uno degli interventi che risulta essere stato fortemente promosso attraverso la comunicazione sui media: il Piano di marketing del prodotto turistico "**Bassa Via della Valle d'Aosta**", chiamato "**Cammino Balteo**", tracciato pedonale ad anello di circa 360 km, suddivisi in 24 tappe, che attraversa il territorio di 48 Comuni valdostani e si sviluppa in una quota altimetrica compresa tra i 500 e i 1900 metri s.l.m, attualmente poco turistico.

Numerosi gli articoli relativi ai vari step del progetto:

- approvazione del progetto strategico (6 articoli sui quotidiani su carta e online e 1 sull'ANSA);
- evento "*Bassa Valle Insieme. Tra musica e sapori*" di avvio della Strategia dell'area interna Bassa Valle e presentazione dei Programmi della Politica regionale di sviluppo 2014-2020 della Valle d'Aosta del gennaio 2018;
- pubblicazione avvisi: 1° avviso (aprile 2018) e 2° avviso (agosto 2019 con 7 articoli su giornali, 2 su ANSA, 2 comunicati stampa regionali);
- inaugurazione del 25 ottobre 2019 (1 conferenza stampa di presentazione, 3 articoli su giornali e 3 su ANSA).

Agli articoli e comunicati stampa si aggiungono anche video-interviste ai referenti regionali pubblicate online.

A rafforzare, inoltre, l'azione comunicativa, si segnala anche l'invio da parte del Dipartimento competente (Turismo, Sport e Commercio) di comunicazioni ad hoc, indirizzate ad associazioni di categoria e ordini professionali per la pubblicizzazione delle opportunità di finanziamento.

Si tratta di un esempio di azione comunicativa che risulta essere particolarmente efficace nel raggiungimento dei vari target di riferimento: dal grande pubblico con la promozione dell'iniziativa, degli eventi e dei risultati, ai beneficiari potenziali (PMI del settore turistico-ricettivo, commerciale e dei relativi servizi) con la pubblicizzazione delle opportunità di finanziamento.

2.3 Convegni/seminari ed eventi

Oltre l'organizzazione degli eventi di lancio ed annuali, la Strategia di Comunicazione del POR FESR ha previsto anche alcune iniziative di approfondimento di tematiche, ad esempio il Convegno "**Esperienze in digitale**" che si è tenuto il 27 aprile 2017 presso Pépinière d'Entreprises Espace Aosta, che si colloca all'interno dell'iniziativa Eccellenze in Digitale realizzata in collaborazione tra Unioncamere e Google a sostegno del Made in Italy. L'iniziativa si inserisce nelle attività di supporto all'implementazione, al monitoraggio e alla comunicazione della strategia di specializzazione intelligente, finanziate dalla Regione Autonoma Valle d'Aosta nell'ambito del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 FESR ed è stata rivolta a beneficiari potenziali (piccole e medie imprese del territorio) su tema dei vantaggi della digitalizzazione.

Un'altra iniziativa di tipo formativo rivolta ai beneficiari effettivi è **"SISPREG2014"** che si è tenuta nel 2017, realizzata in collaborazione con lo Sportello SPIN della Camera valdostana delle imprese e delle professioni. Nel corso dell'evento, oltre alla formazione per l'utilizzo del sistema informativo, sessioni specifiche sono state riservate alla illustrazione dei formulari di due opportunità di finanziamento: "Promozione dello sviluppo di start-up innovative - Legge regionale n. 14/2011" e "Bando a favore di imprese industriali per la realizzazione di progetti di ricerca e sviluppo negli ambiti della Smart Specialisation Strategy (S3) della Valle d'Aosta (l.r. 84/1993)".

Ulteriori iniziative, invece, sono state volte alla promozione di progetti e rivolte al grande pubblico, ai moltiplicatori di informazione, beneficiari potenziali come, ad esempio:

- **"Il Cantiere evento al castello di Aymavilles"** che si è tenuta dal 4 al 26 agosto 2018, nell'ambito dell'iniziativa Châteaux ouverts, al fine di mostrare al pubblico i risultati degli importanti interventi realizzati finanziati, per una parte nell'ambito dell'asse 5 del Programma FESR.
- **"Evento Bassa Valle"** che si è tenuto il 12 gennaio 2018 a Donnas, iniziativa di avvio della Strategia dell'area interna che prevede la realizzazione di una serie di interventi riguardanti il settore dei servizi essenziali di cittadinanza (istruzione, salute e mobilità) e dello sviluppo locale finanziati dai Programmi regionali a cofinanziamento europeo e statale 2014-2020 (FESR, FSE e FEASR) e da risorse statali.

2.4 Le pubblicazioni (materiale, loghi, depliant...)

La Strategia di Comunicazione ha previsto di utilizzare l'immagine grafica ed il concept in continuità con la precedente programmazione 2007-2013 per consolidare la notorietà già acquisita. La grafica è coordinata nell'ambito della Strategia di Comunicazione Unitaria della Politica regionale di sviluppo 2014-20 e mantiene i precedenti loghi e slogan, opportunamente aggiornati.

Fig. 2.1 - Esempi di elementi grafici (logo e immagine grafica)



Al fine di sostenere anche i beneficiari nell'azione di comunicazione, è stata approvata dalla Giunta regionale con delibera n. 1905 del 18 dicembre 2015 la *Guida all'utilizzo*

degli emblemi da utilizzare nell'arco della programmazione 2014-2020. Sul sito del FESR sono stati inoltre pubblicati i **loghi ed i file dell'immagine grafica coordinata** (Locandine, opuscoli e manifesti). Come indicato nel Comitato di Sorveglianza del 14 giugno 2018, è stato inoltre realizzato il layout dei poster informativi, di cui una prima parte è stata stampata e distribuita ai beneficiari dei progetti.

Fig. 2.2 - Poster informativo per beneficiari dei progetti



Poiché tra le responsabilità dei beneficiari previste dall'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013 vi è l'obbligo di esposizione, a conclusione (entro 3 mesi) di operazione sostenuta dal FESR di importo superiore ai 500.000 euro, di una targa permanente o un cartellone pubblicitario di notevoli dimensioni in un luogo visibile al pubblico, una specifica sezione del sito FESR è stata proprio dedicata alle **"Targhe e cartelli"** al fine di fornire ai beneficiari finali tutte le indicazioni necessarie affinché rispondano correttamente agli obblighi regolamentari.

Sono state, inoltre, realizzate le **"Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione"**, realizzate a livello integrato tra i Programmi della Politica regionale di sviluppo 2014-2020 e destinate ai beneficiari effettivi al fine di un concreto supporto per l'assolvimento degli obblighi previsti dai regolamenti europei e al fine di migliorare la visibilità di quanto realizzato.

A tale proposito, si segnala, a titolo esemplificativo quanto realizzato dalla Camera valdostana delle imprese e delle professioni per la promozione del **progetto VDA-Passport** che ha l'obiettivo di rafforzare la competitività del sistema economico regionale, mediante lo sviluppo e la realizzazione di attività rivolte alle PMI, in particolare per l'internazionalizzazione e che prevede una serie di attività tra cui anche fiere e manifestazioni internazionali, iniziative che possono intercettare un pubblico molto vasto (le altre attività previste sono: Sensibilizzazione e promozione dell'internazionalizzazione, Assistenza specialistica in materia di internazionalizzazione, Comunicazione rivolta ai mercati esteri e limitrofi). Si tratta, in particolare, di manifesti di varie dimensioni (33x48 e 70x100, roll-up 80x205) che riportano non solo i loghi ma anche una sezione testuale di informazione sul programma di finanziamento.

Fig. 2.3 - Esempi manifesto di progetto finanziato dal FESR 2014-2020



2.5 Comunicazione on line

2.5.1 Sito web

L'art.115 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 assegna all'AdG la responsabilità di "garantire la creazione di un sito web unico o di un portale web unico che fornisca informazioni su tutti i programmi operativi di uno Stato membro e sull'accesso agli stessi, comprese informazioni sulle tempistiche di attuazione del programma e qualsiasi processo di consultazione pubblica collegato".

La Regione Valle d'Aosta si è pertanto dotata di un sito web unico (Canale tematico Europa: <http://www.regione.vda.it/europa/>) che fornisce informazioni su tutti i programmi e che consenta l'accesso agli stessi.

Alla luce della decisione dell'AdG del Programma di avviare un progetto di revisione del Canale tematico Europa, l'attività di valutazione si è concentrata dapprima sull'analisi del precedente sito web, al fine di fornire suggerimenti utili per l'implementazione del nuovo Canale, nel rispetto del Regolamento (UE) n. 1303/2013 e sull'analisi del programma di riprogettazione, al fine di verificare (per quanto possibile solo visionando l'architettura di massima del nuovo sito web e non gli effettivi contenuti) il rispetto degli obblighi regolamentari.

Con la messa online del nuovo Canale Europa in data 18 novembre, è stata realizzata un'analisi integrativa volta a verificare la validità dei suggerimenti dati sulla base della sola analisi del programma di riprogettazione.

Versione precedente del sito

La precedente pagina web del FESR era articolata per livelli in cui era possibile reperire la documentazione e tutte le informazioni relative al programma, (compresi i contatti dei Soggetti responsabili dell'attuazione del programma), alla gestione ed al controllo rivolte ai beneficiari, alle attività del Comitato di Sorveglianza, al partenariato, alla normativa

vigente (documenti normativi e metodologici), alla valutazione dei programmi, agli avvisi ad evidenza pubblica e all'elenco dei beneficiari (attraverso il link ad Open Coesione).

Una delle maggiori difficoltà che presentava la precedente struttura era il non completo aggiornamento di alcuni contenuti che avrebbero potuto dare maggiore visibilità a quanto realizzato dal programma. Ad esempio, nella sezione Comunicazione della pagina FESR, molti contenuti non risultavano aggiornati (Convegni e seminari, Eventi, Rassegna Stampa aggiornamenti al 2016/2017).

Sempre in relazione all'attività di informazione e di comunicazione sui progetti, nella sezione dedicata agli "interventi in corso", i contenuti inseriti davano informazioni circa l'approvazione del progetto e la sua descrizione, ma in pochissimi casi (si veda l'esempio nella figura successiva) presentavano anche i collegamenti agli avvisi e le indicazioni delle relative date di scadenza, o informazioni (anche attraverso collegamenti) su eventuali primi risultati raggiunti.

Fig. 2.4 - Esempio descrizione sul precedente sito web di un intervento in corso

Homepage ► Europa ► Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014/20 (FESR) ► Programma ► Interventi in corso ► Human Technopole VDA

Human Technopole VDA

Unione europea, Regione Valle d'Aosta, FESR

Con deliberazione n. 594 del 14 maggio 2018, la Giunta regionale ha approvato l'avviso per la creazione e lo sviluppo, nel territorio regionale, di un centro di ricerca dedicato alla medicina personalizzata, preventiva e predittiva, denominato **Human Technopole Valle d'Aosta (HTVDA)**.

Tale centro di ricerca, di dimensioni adeguate al territorio valdostano, intende qualificare in senso innovativo il settore regionale della ricerca e della sanità, dando attuazione agli ambiti di specializzazione e al modello di trasferimento tecnologico previsti dalla Strategia regionale di ricerca e innovazione per la specializzazione intelligente della Valle d'Aosta per il periodo 2014/2020 (S3).

La creazione dello HTVDA costituirà un'importante opportunità per la crescita dei ricercatori valdostani, per offrire loro una prospettiva occupazionale e limitare il fenomeno della "fuga dei talenti" e la conseguente perdita di valore intellettuale utile per lo sviluppo della regione, favorendone, al contrario, il rientro.

Lo HTVDA intende essere fonte di attrazione per ricercatori senior e per il personale sanitario regionale, che potranno fornire importanti contributi scientifici e sviluppare ambiziosi progetti di ricerca.

Il link qui per visualizzare l'avviso, le domande di contributo possono essere presentate online entro al 28 agosto 2018.

DGR n. 594 del 14 maggio 2018 - Approvazione avviso HTVDA (1084 Kb)

Una ulteriore criticità del precedente sito web era rappresentato dalla difficoltà di navigazione tra gli avvisi ad evidenza pubblica. Non era immediato comprendere quali erano le opportunità attive, anche per il rimando, a seconda delle tipologie di avvisi, alle differenti pagine web del "Portale imprese industriali, artigiane e società cooperative" o del "portale Turismo".

Nel progetto di revisione del sito è stato previsto di mantenere la sezione "Avvisi ad evidenza pubblica", il suggerimento era quello di centralizzare gli avvisi nella pagina FESR, evidenziando chiaramente le opportunità aperte e quelle scadute, così come era già previsto dal programma di riprogettazione del sito, come è possibile vedere nella figura seguente.

Fig. 2.5 – Esempio in “Documento di riprogettazione del sito web” della sezione **Avvisi e Bandi**

The screenshot shows a web interface for 'Bandi e avvisi'. On the left, there are four announcement cards. Each card has a red box highlighting 'SCADE IL 15/08/2018' and a yellow box highlighting 'Pubblicato il 22/05/2018'. The text of the announcements is in Latin: 'Nemo enim ipsam voluptatem voluptas sit aspernatur exercitation ullamco laboris nisi' and 'Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur'. Below each card are tags for 'FESR', 'Istruzione e formazione', 'Cittadini', and 'Programmazione 2014/2020'. On the right, there is a search bar with the text 'Cerca nei bandi e negli avvisi' and a search icon. Below the search bar is a 'Filtra' section with three filters: 'Anno' (2016, 2017, 2018), 'Ambiti' (Agriculture, Culture, Energy, Education, Social inclusion, Transport), and 'Tipologia utenti' (Citizens, Companies, Public and private entities). The 'Ambiti' and 'Fondi e programmi' sections are highlighted with yellow boxes. The 'Fondi e programmi' section has a checked box for 'Crescita e occupazione FESR'.

Utile era apparso nel progetto di revisione del sito anche l'utilizzo dei filtri per selezionare i differenti ambiti dei bandi e avvisi in corso.

Un utilizzo diffuso delle date di aggiornamento delle pagine, risulta essere utile ai fini dell'attività di monitoraggio dell'attività di comunicazione per l'aggiornamento dell'indicatore di realizzazione “Internet – aggiornamento sito”.

Come anticipato, la sezione “Interventi in corso” del precedente sito dedicava una specifica sezione alle progettualità finanziate dal POR FESR, ma le descrizioni inserite non davano, però, la misura dello stato di avanzamento del progetto. L'architettura del nuovo sito così come presentata nel progetto di revisione, oltre ad una nuova e più attuale configurazione grafica ed una più chiara ed efficace articolazione dei contenuti, prevedeva una buona visibilità dei progetti finanziati, in particolare con la predisposizione di una sezione “le storie dei progetti”, in cui inserire i risultati e le buone pratiche da diffondere, attraverso l'utilizzo di strumenti più accattivanti quali video con testimonianze dirette.

Per nuova definizione del sito, si suggeriva di dare ampia visibilità alla Documentazione FESR 2014-2020, con attenzione alla pubblicazione sia delle Relazioni Annuali di Attuazione che dei Rapporti di valutazione, così come previsto dall'art.54 del Regolamento 1303/2013.

Si suggeriva, anche di prevedere sempre una funzione di archivio di quanto realizzato e pubblicato sul sito web (eventi, campagne, seminari, ecc.) anche al fine di sostenere il monitoraggio e la valutazione della Strategia di Comunicazione. Rispetto a quanto previsto nel progetto di revisione del sito, si prevedeva di accorpere la sezione “Convegni e seminari” con quella “Eventi”. Il suggerimento era quello di realizzare un tale accorpamento distinguendo chiaramente gli eventi annuali (previsti dall'Allegato XII del Regolamento 1303/2013) dalle altre iniziative realizzate nel corso dell'anno.

Per riprogettazione del sito, si raccomandava anche di associare ai vari fondi, per quanto possibile, i relativi loghi, per rafforzare ancora di più la notorietà visiva già raggiunta.

Infine, si raccomandava un periodico monitoraggio delle visualizzazioni, degli accessi, delle frequenze di rimbalzo, ecc. affinché il sito potesse assurgere effettivamente a strumento chiave della strategia di comunicazione del POR FESR.

Nuova versione del sito

Alla luce della messa online del nuovo Canale Europa in data 18 novembre, con la presente integrazione si intende verificare la validità dei suggerimenti qui sopra enunciati sulla base della sola analisi del programma di riprogettazione, e fornire eventuali altri elementi utili che sostengano l'amministrazione nella realizzazione di una comunicazione web pienamente rispondente agli obblighi regolamentari.

Uno dei problemi principali rilevati nella precedente sezione web dedicata al FESR, ed in particolare nella sezione "Comunicazione" era il non completo aggiornamento dei contenuti, che oggi, al contrario, risulta essere puntuale, in particolare per ciò che riguarda gli interventi in corso, anche alla luce della differente architettura del sito che mette in risalto, nell'home page del Canale Tematico Europa, le sezioni "notizie" e "appuntamenti". Al loro interno, grazie all'utilizzo di "tag" specifici rispetto ai temi e ai fondi, sono evidenziate chiaramente le iniziative ed i progetti finanziati dal FESR. Sebbene, essendo stato messo online da sole poche settimane, le sezioni "notizie" e "appuntamenti" del Canale Europa, riportino ad oggi un numero contenuto di articoli relativi al FESR, si ritiene che nel tempo, con l'aumentare delle informazioni presenti, particolarmente utile si rileverà lo strumento "filtra" la cui finalità è proprio quella di sostenere l'utente nella selezione dei contenuti di interesse per fondo o per tematica.

Fig. 2.6 - Esempio dell'utilizzo dello strumento "filtra" nella sezione "notizie"

The screenshot shows a news article titled "5000 genomi per la Valle d'Aosta" dated 10 dicembre 2019. Below it is another article titled "Fai entrare la tua impresa nella rete del Cammino Balteo" dated 28 novembre 2019. On the right side, there is a "Filtra" sidebar with the following sections:

- Cerca nel testo**: A search input field.
- Anno**: A dropdown menu.
- Aree tematiche**: A list of checkboxes for various thematic areas:
 - Agricoltura, territorio e ambiente
 - Cultura, turismo e sviluppo territoriale
 - Imprese, ricerca, energia e innovazione
 - Istruzione e formazione
 - Occupazione e inclusione sociale
 - Trasporti
- Destinatari**: A dropdown menu.
- Fondi e programmi**: A list of checkboxes for funding sources:
 - Politica regionale di sviluppo
 - Fondo europeo di sviluppo regionale - FESR
 - Fondo sociale europeo - FSE
 - Cooperazione territoriale - FESR

La nuova architettura del Canale da una buona visibilità ai progetti finanziati con risorse del Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione 2014-2020 (FESR), alla cui sezione si può accedere dal menù laterale.

Si evidenzia, che permangono le impostazioni del precedente sito web, con l'elenco dei progetti suddivisi per Asse, che presentano la descrizione ed i riferimenti alle delibere di approvazione, senza prevedere, almeno al momento, collegamenti ad eventuali avvisi e indicazione relative alle date di scadenza o altre informazioni su eventuali primi risultati raggiunti. Si suggerisce di arricchire le informazioni sui progetti al fine di comunicarne lo stato di avanzamento affinché possa essere visibile, in itinere, quanto realizzato grazie al finanziamento FESR,

come previsto dall'Allegato XII del Regolamento 1303/2013 tra le misure di informazione e comunicazione per il pubblico.

Al fine di rafforzare la comunicazione sui progetti finanziati e realizzati particolarmente efficace risulta essere la pagina del Canale Europa dedicata alle “Storie dei progetti”. Al momento, sono presenti, in tale sezione, due contributi⁴, uno dei quali è dedicato ad un approfondimento sul progetto di recupero delle antiche miniere di Sant-Marcel, finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale nell'ambito della programmazione 2007-2013. Questa pagina consente di dare grande visibilità alle iniziative realizzate grazie al contributo dei diversi fondi comunitari, configurandosi come una vera e propria “vetrina” dei risultati conseguiti, che permetterà di valorizzare e far conoscere, non solo ai beneficiari effettivi e potenziali, ma anche al grande pubblico, quanto realizzato con il contributo del POR FESR 2014-2020.

Fig. 2.6 - Esempio di “Storie di progetti” - di recupero delle antiche miniere di Sant-Marcel

La valorizzazione grazie al contributo FESR

L'individuazione del sito minerario di Saint-Marcel, insieme a quelli di Brusson e Cogne, rientra nell'ambito di un progetto strutturale integrato di largo respiro finalizzato alla costituzione del Parco minerario regionale.

Dal 2015 è in attività il **Parco minerario di Servette**, vero museo a cielo aperto, dove il percorso di visita segue l'antica via delle slitte usate per il trasporto del minerale, i resti dell'antica fonderia di Trèves, vecchi edifici e gallerie minerarie che documentano anche la particolare modalità di **produzione delle macine**.

Il **recupero**, finanziato con **fondi europei** nell'ambito della **programmazione 2007/13**, ha consentito la messa in sicurezza del sito e il restauro nel massimo rispetto della conservazione dell'esistente.

L'intervento valorizza la storia dell'attività mineraria e la sua importanza per la realtà economica del territorio attraverso la promozione dei ricchi ambienti naturali e le testimonianze della vita passata. Si tratta quindi di un'importante opportunità per favorire il processo di **transizione da un'economia fondata sulla produzione a un'economia fondata sul turismo culturale**.

D'altra parte, le miniere non sono l'unica risorsa presente sul territorio di Saint-Marcel: si pensi al **Santuario di Plout**, alle **acque verdi**, alla **riserva naturale di Les Iles**, ai numerosi percorsi storici che collegano forni, latterie, mulini e rus, al Castello di cui si sta studiando il recupero funzionale, al **centro agricolo dimostrativo regionale** che ha sede in località Lillaz.

La messa in rete di tali risorse, unitamente a quelle dei comuni limitrofi (**castelli di Fénis** e di **Quart**, **Osservatorio astronomico di Saint-Barthelemy**), costituisce un **pacchetto turistico culturale** – didattico rivolto sia alle famiglie che alle scolaresche.



Fondo europeo di sviluppo regionale

Fondo europeo di sviluppo regionale

Beneficiari

Cosa offre il Programma

Come funziona il Programma

Progetti

Significativamente migliorata è, oggi, inoltre, la sezione relativa ai bandi e avvisi che evidenzia chiaramente, a differenza della precedente versione del sito web, quali sono le opportunità aperte e quelle scadute. Alla sezione si può accedere dalla home page del Canale Tematico Europa, dalla pagina “progetti”. Seguendo questo percorso, che consente di visualizzare i bandi e avvisi relativi a tutti i fondi, utilizzando lo strumento “filtra” è possibile tutte le opportunità attive offerte FESR. Da questo punto di accesso è possibile anche visualizzare l'archivio delle opportunità non più attive che dà l'opportunità di informare gli utenti su quanto finora realizzato attraverso il fondo. Un ulteriore punto di accesso è dalla sezione FESR, pagina “beneficiari”, in cui è esplicitato chi può accedere ai finanziamenti, come accedere, quali sono le procedure di selezione e quali

⁴ Il secondo approfondimento presente, ad oggi, nella pagina “Storie di progetti” è dedicato ad un progetto finanziato dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale – FEASR.

sono gli obblighi di comunicazione del beneficiario. Da questo percorso si può accedere direttamente a tutti i bandi e avvisi attivi finanziati esclusivamente dal FESR.

Questa centralizzazione delle opportunità offerte ai beneficiari del fondo, nella nuova architettura del canale, consente anche di superare la difficoltà di navigazione individuata nel precedente portale web, causate dal rimando alle differenti pagine web del “Portale imprese industriali, artigiane e società cooperative” o del “portale Turismo.

Ampia visibilità è data alla Documentazione FESR 2014-2020 che risulta essere facilmente reperibile navigando all’interno della pagina web FESR. Nella pagina “Sistema di gestione e controllo” del FESR, una apposita sezione è dedicata alla valutazione (ex ante, in itinere, ex post), con la pubblicazione dei Report di valutazione ad oggi disponibili, come previsto dall’art.54 del Regolamento 1303/2013. Nella pagina “Comitato di Sorveglianza” del FESR, invece, sono state pubblicate tutte le Relazioni di attuazione annuali finora redatte.

La sezione “Comunicazione e informazione”, presente nella pagina “Sistema di gestione e controllo”, evidenzia l’azione messa in campo attraverso la Strategia di Comunicazione di diffusione delle informazioni su obiettivi, opportunità di finanziamento e risultati dei Programmi operativi e dei Progetti della Politica di coesione cofinanziata dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR).

Si suggerisce di rendere disponibile in questa sezione il documento “Strategia di Comunicazione FESR 2014-2020”, consentendone il download come era previsto nel precedente sito web, e di rendere disponibile anche il documento “Strategia Unitaria di Comunicazione 2014-2020” all’interno del Canale Europa.

Il nuovo canale web, nella pagina dedicata al FESR, prevede anche la pubblicazione dell’elenco di tutti gli eventi (di lancio della programmazione, annuali, altri eventi) realizzati dall’inizio della programmazione, con una breve descrizione per ciascuna delle iniziative realizzate.

Si raccomanda, come già indicato in fase di analisi del documento di riprogettazione del sito, di verificare, infine, la possibilità di inserire nelle pagine dei diversi fondi i relativi loghi, al fine di rafforzare ancora di più la notorietà visiva già raggiunta. Infine, si rinnova il suggerimento di realizzare un periodico monitoraggio delle visualizzazioni, degli accessi, delle frequenze di rimbalzo, ecc. del nuovo portale, utile per misurare l’efficacia della comunicazione web.

2.5.2 Social network

Per raggiungere con le attività di comunicazione un pubblico sempre più ampio, come previsto dalla Strategia di Comunicazione del POR FESR, l'AdG ha scelto di avvalersi anche dei social network, ed in particolare della pagina Facebook di Europe Direct quale strumento privilegiato per informare la cittadinanza sui progetti avviati⁵. Lo strumento, pubblica informazioni e contenuti relativi ai diversi fondi e fornisce un servizio di informazione sulle attività svolte da Europe Direct e sull'Unione europea.

Se da un lato la scelta di utilizzare un canale non dedicato esclusivamente al FESR è in linea con l'approccio unitario adottato che informa e comunica sulle diverse opportunità offerte dal Programma regionale di sviluppo 2014-2020, dall'altro una comunicazione sui social network più mirata alla promozione delle opportunità in corso, dello stato di avanzamento dei progetti e dei risultati conseguiti, consentirebbe una visibilità complessivamente più ampia dei Programmi.

2.6 L'Antenna Regionale Europe Direct

Il Centro Europe Direct Vallée d'Aoste è stato individuato dalla Strategia di Comunicazione unitaria della Politica regionale di sviluppo 2014-2020 quale *"strumento e partner della Politica regionale di sviluppo, incaricato di assicurare sinergia tra le diverse Azioni e di favorire il contatto diretto con il grande pubblico"* (pag. 19 della Strategia di Comunicazione unitaria 2014-2020).

Come evidenziato nel precedente paragrafo, la sua pagina Facebook è utilizzata dai diversi programmi per informare la cittadinanza sulle iniziative e progetti avviati.

Inoltre, il Centro Europe Direct Vallée d'Aoste si occupa della redazione della **Newsletter VdAEuropeInfo** bimestrale (pubblica 6 numeri all'anno). È disponibile online sul Canale Europa > Europe Direct > Newsletter, oppure, previa iscrizione, è possibile riceverla via mail. Un collegamento alla Newsletter, seppure non in primo piano, era previsto all'interno della pagina web FESR del precedente sito (nella sezione Comunicazione > Rassegna Stampa > VdAEuropeInfo), ma non in quella attuale.

Nella precedente versione del sito era presente un archivio attivo dal 2014 che si suggerisce di ripristinare per mettere a disposizione del grande pubblico e dei beneficiari potenziali e effettivi tutti gli articoli fino ad oggi pubblicati.

La sua strutturazione della newsletter risulta essere particolarmente efficace nel garantire un'ampia diffusione delle informazioni relative ai programmi, in quanto offre una sezione di approfondimento tematico, una sezione di informazione sullo Sviluppo regionale (ad esempio sui progetti/iniziative in corso), una terza sezione di informazione sull'Europa e una ultima aggiornata sezione dedicata alla pubblicizzazione delle opportunità di finanziamento, con chiara identificazione (anche attraverso l'utilizzo dei loghi) del programma di riferimento. Numerosi gli articoli dedicati al FESR, come è possibile evidenziare dalla seguente tabella. Rispetto alle tipologie, la prima fa riferimento ad articoli più generali relativi alla Politica regionale di sviluppo 2014-2020, la seconda invece ha visto la realizzazione di un approfondimento tematico specifico sul programma FESR. Rilevante gli articoli di restituzione sui risultati della precedente programmazione FESR, così come quella dedicata all'informazione sulle progettualità approvate. Alcuni articoli, invece, sono stati proprio finalizzati alla promozione di bandi e avvisi, ma si ricorda che la pubblicizzazione dei bandi/avvisi è una attività costante, prevista dalla newsletter nella sezione finale di ogni numero.

⁵ Si evidenzia che la pagina è seguita da un numero di follower contenuto (376 follower), tuttavia, per un'analisi più puntuale andrebbero analizzate le statistiche relative della pagina (n. di visualizzazioni della pagina, interazioni con il post ecc.).

Tab. 2.1 - Classificazione articoli Newsletter Europe Direct Vallée d'Aoste relativi al FESR

Tipologia articoli	N. articoli pubblicati						TOT
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Informazioni sui vari Fondi	1	1		1	1	1	5
Informazioni sul programma FESR		1					1
Risultati precedente programmazione	3	2	1	1	1		8
Approvazione progetti strategici/integrati		1	3	2	2		8
Pubblicizzazione Bandi/Avvisi finanziamenti		1		1	1		3
Esiti bandi			2				2
Comunicazioni su progetti in corso				1	3	2	6
Eventi				1	2		3
Comitati di Sorveglianza		1	1	1	1		4
Totali	4	7	7	8	11	3	40

Costante, annualmente, è l'informazione dedicata ai Comitati di Sorveglianza, mentre negli ultimi anni, con l'avanzamento dello stato di attuazione del POR FESR, sempre più spazio è stato dedicato alle comunicazioni sullo stato di avanzamento delle progettualità in corso.

Attraverso la sua pagina web, Europe Direct Vallée d'Aoste si occupa, inoltre, anche della promozione di eventi. Dall'analisi dell'archivio web della sezione "eventi e appuntamenti" sono stati individuati articoli per la promozione dei seguenti eventi FESR:

ANNO 2018:

- Bassa Valle Insieme
http://www.regione.vda.it/europa/europe_direct/iniziative/Archivio_eventi/Archivio_2018/evento_bassa_valle_i.aspx
- Cantiere evento al castello di castello Aymavilles
http://www.regione.vda.it/europa/europe_direct/iniziative/Archivio_eventi/Archivio_2018/castello_aymavilles_i.aspx
- Giornata internazionale della montagna 2018
http://www.regione.vda.it/europa/europe_direct/iniziative/Archivio_eventi/Archivio_2018/giornata_montagna_2018_i.aspx

ANNO 2017:

- Gli incubatori d'impresa
http://www.regione.vda.it/europa/europe_direct/iniziative/Archivio_eventi/Archivio_2017/evento_pepinieres_i.aspx

ANNO 2016:

- Notte europea dei ricercatori
http://www.regione.vda.it/europa/europe_direct/iniziative/Archivio_eventi/Archivio_2016/notte_ricercatori_i.aspx

In conclusione, l'azione complessiva di Europe Direct nel veicolare le informazioni relative ai vari fondi presso la cittadinanza appare efficace, tuttavia una maggiore visibilità sul web della newsletter aiuterebbe a rendere ancora più incisiva l'azione comunicativa sui vari programmi.

2.7 Sintesi delle azioni di comunicazione FESR

Nella tabella che segue è rappresentato il sistema degli indicatori di realizzazione e di risultato della Strategia di Comunicazione aggiornato con i dati acquisiti dal servizio di valutazione ad oggi. La tabella può rappresentare uno strumento per raccogliere ulteriori informazioni ad oggi non ancora pervenute

Tab. 2.2 - Il sistema di indicatori di realizzazione della strategia di comunicazione del POR FESR 2014-2020

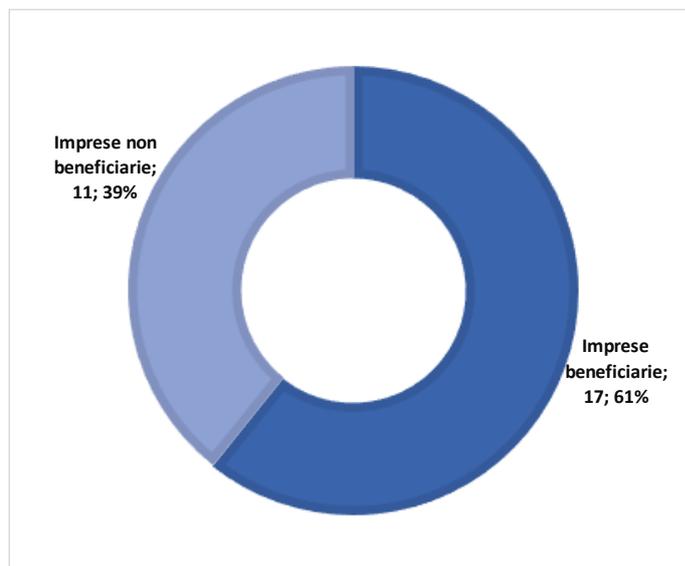
Denominazione indicatore Realizzazione	Unità di misura	Frequenza di rilevazione	Target annuo	Valore al 31/12/2015	Valore al 31/12/2016	Valore al 31/12/2017	Valore al 31/12/2018	Valore al 31/10/2019
N° Eventi-Fiera (Compreso evento di lancio)	Numero	Annuale	1	1	1	1	1	
N° Convegni/seminari	Numero	Annuale	2	<i>nd</i>	<i>nd</i>	2	2	<i>nd</i>
N° Conferenze Stampa tematiche	Numero	Annuale	3	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>
N° Comunicati Stampa Regionali	Numero	Annuale	5	1	5	<i>nd</i>	<i>nd</i>	2
N° Articoli Ansa	Numero	Annuale	10	1	1	<i>nd</i>	<i>nd</i>	5
N° Articoli Giornali Locali	Numero	Annuale	10	15	17	<i>nd</i>	<i>nd</i>	10
Internet – aggiornamento sito	Numero	Annuale	10					
Post su Facebook	Numero	Annuale	20					
Email Allert inviti e bandi	Numero	Annuale	5					
Newsletter Europe Direct Vallée d’Aoste	Numero	Annuale	6	5	6	6	6	4
Campagne Pubblicitarie	Numero	Annuale	1					
Trasmissioni Radio-Tv RAI3 Regione (o video da caricare su internet)	Numero	Annuale	3				1	1
Brochure Informative Depliant e Opuscoli	Numero	Annuale	500					
Risultato								
Tasso conoscenza nella popolazione circa l’esistenza del Programma Operativo “Investimenti a favore della crescita e dell’occupazione 2014-2020” FESR								
Tasso di conoscenza dei cittadini circa i risultati del Programma								
Il tasso di conoscenza dei cittadini circa il ruolo svolto dalla Unione europea, Stato e Regione nelle realizzazioni cofinanziate dal FESR								

3 INDAGINE SULL'EFFICACIA DELL'ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

3.1 I risultati dell'indagine sulle imprese

Come anticipato, gli intervistati avevano partecipato agli incontri di promozione del POR FESR della Val d'Aosta, ma non tutti hanno poi partecipato a avvisi o bandi FESR e beneficiato dei finanziamenti del POR. Tra i referenti delle imprese che hanno risposto al questionario, poco meno dei due terzi (17 pari al 61%) hanno dichiarato di aver beneficiato di finanziamenti del POR FESR nell'attuale periodo di programmazione (7 anche nella programmazione 2007-2013), a fronte di 11 imprese che, al contrario, dichiarano di non avere aver beneficiato di alcun finanziamento (Fig. 3.1).

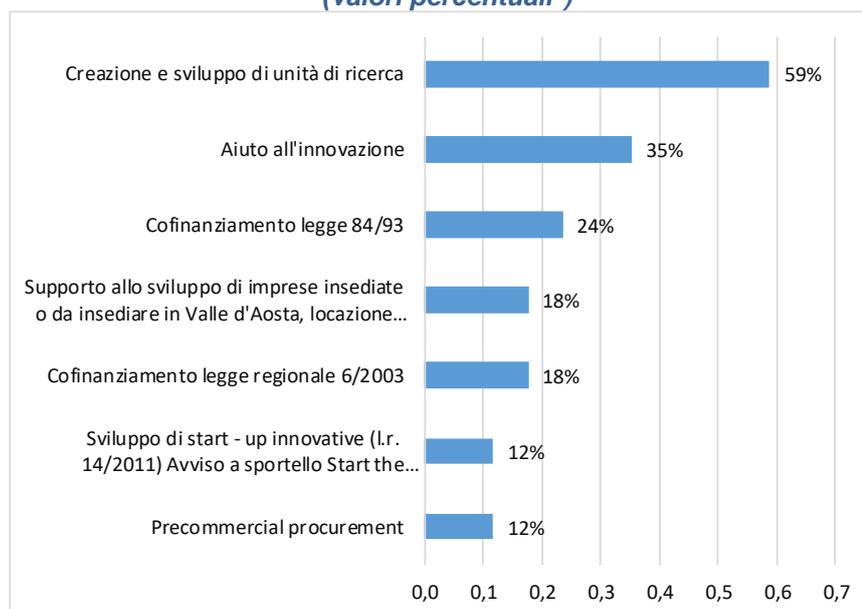
Fig. 3.1 – Imprese intervistate che hanno beneficiato di finanziamenti del POR FESR della Regione Valle d'Aosta nel periodo di programmazione 2014-2020



Fonte: indagine Irs

Le imprese beneficiarie hanno ricevuto prevalentemente finanziamenti in risposta a bandi o avvisi aventi come oggetto la creazione e lo sviluppo di unità di ricerca (59%), l'aiuto all'innovazione (35%), e il cofinanziamento ai sensi della Legge 84/93 (24%) (Fig. 3.2). In quasi la metà dei casi (8 casi su 17) si è trattato di finanziamenti "multipli" a valere su più bandi.

Fig. 3.2 – A quali avvisi o bandi hanno risposto le imprese beneficiarie intervistate (valori percentuali*)



*Erano possibili risposte multiple

Fonte: indagine Irs

3.1.1 I canali informativi utilizzati e il giudizio sull'adeguatezza delle informazioni ricevute

Quasi tutti i referenti intervistati hanno adottato una strategia multicanale di acquisizione delle informazioni, utilizzando almeno due canali diversi.

La figura 3.3 che segue mostra come i **canali informativi maggiormente utilizzati** sono stati, oltre agli incontri di promozione, il sito web della regione, i canali diretti istituzionali (newsletter, mailing list, sms, ...) e il confronto con i referenti regionali. Meno utilizzati nel complesso gli strumenti indiretti o non istituzionali.

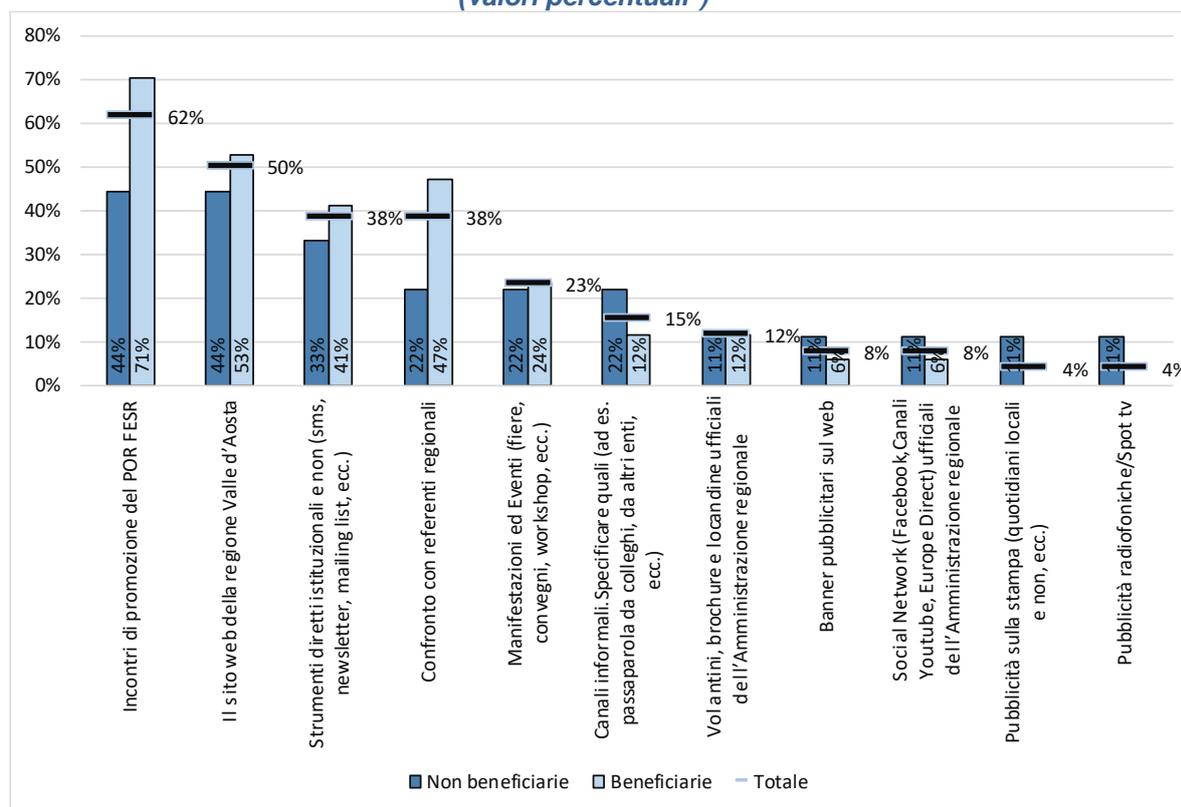
Gli incontri di promozione del POR FESR sono stati utilizzati complessivamente dal 62% delle imprese intervistate, e soprattutto dalle imprese beneficiarie (71% vs il 44% delle non beneficiarie).

Il **sito web della regione** è stato utilizzato complessivamente dalla metà delle imprese considerate, e tra le imprese non beneficiarie assume un ruolo altrettanto rilevante degli incontri promozionali.

Per reperire le informazioni, il 38% delle imprese intervistate ha poi utilizzato **gli strumenti diretti istituzionali** e ancora il 38% ha utilizzato il **confronto con i referenti regionali**, quest'ultimo canale utilizzato soprattutto dalle imprese beneficiarie di finanziamenti FESR (47% delle imprese beneficiarie rispetto al 22% delle non beneficiarie).

Pur rimanendo tra i canali meno utilizzati, i **canali informativi meno istituzionali, social network, stampa, TV e radio**, sono generalmente più utilizzati da chi non ha beneficiato del finanziamento. Si tratta di canali che generalmente vengono utilizzati in modo sporadico.

Fig. 3.3 – I canali di acquisizione delle informazioni (valori percentuali*)

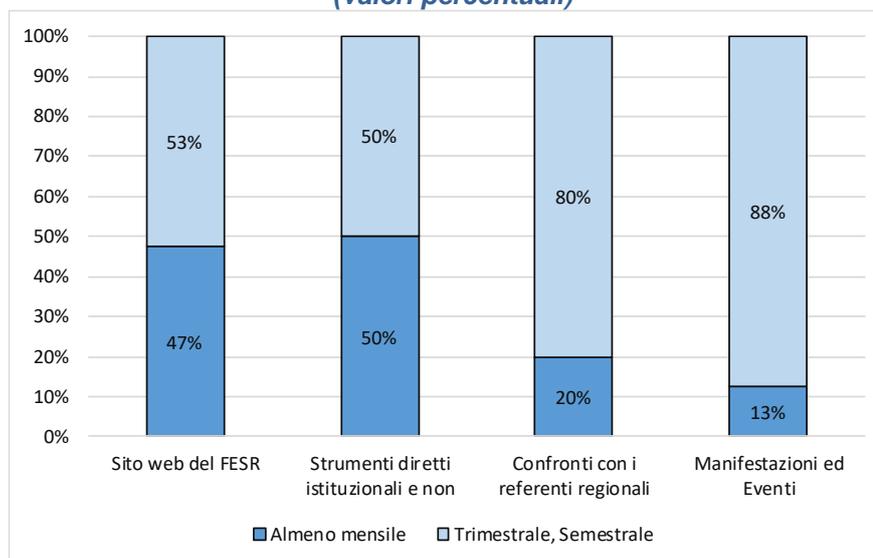


*Erano possibili risposte multiple; 2 imprese non hanno indicato alcun canale

Fonte: indagine Irs

La frequenza di fruizione dei principali canali informativi utilizzati è illustrata nella figura 3.4. I canali usati con più frequenza sono gli strumenti diretti (come ad esempio sms, newsletter, mailing list), utilizzati almeno ogni mese dalla metà dei referenti, soprattutto tra i non beneficiari del POR FESR (71%), e il sito web del FESR, utilizzato mensilmente dal 47% dei referenti, soprattutto tra i beneficiari (54%).

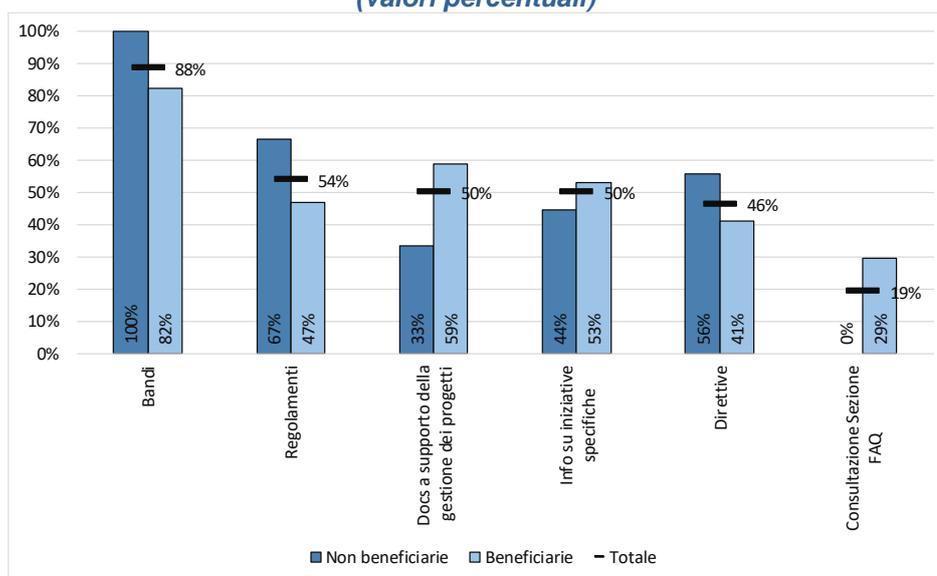
Fig. 3.4 – La frequenza di fruizione dei principali canali di acquisizione delle informazioni (valori percentuali)



Fonte: indagine Irs

Il **tipo di informazioni ricercate** ha riguardato soprattutto informazioni in merito ai bandi (88% degli intervistati, percentuale che sale al 100% tra chi non è stato finanziato). Come prevedibile, tra i non finanziati è più elevata che tra i finanziati la percentuale di chi ha cercato informazioni sui regolamenti (67% vs 47% dei finanziati) e le direttive (56%) comunitarie, mentre i beneficiari FESR hanno soprattutto cercato informazioni e documentazione a supporto della gestione dei progetti (59%) e le informazioni su specifiche iniziative (53%).

Fig. 3.5 – I contenuti ricercati attraverso i canali informativi della Regione Valle d’Asta (valori percentuali)*

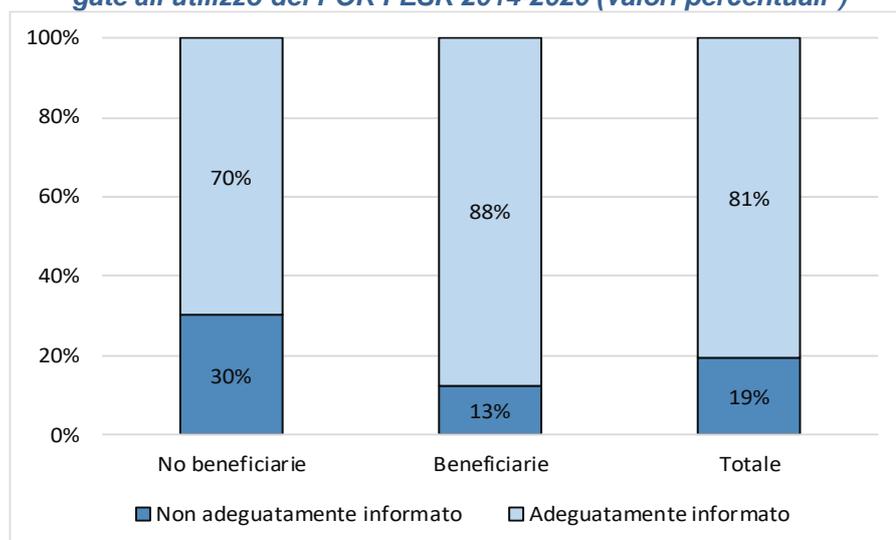


*Possibili più risposte; 2 imprese non rispondono

Fonte: indagine Irs

Complessivamente, il livello di informazione ottenuto è considerato adeguato dalla grande maggioranza degli intervistati (Fig. 3.6): ben l’81% delle imprese rispondenti ritengono adeguato il proprio livello di informazione, percentuale che raggiunge l’88% nel caso delle imprese che hanno beneficiato di un finanziamento nella attuale programmazione. Solo 5 imprese ritengono inadeguato il livello di informazione fornito sulle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020 sia in fase di avvio della programmazione che in seguito, principalmente per le difficoltà di reperimento delle informazioni, la mancanza di alcune informazioni e la difficile navigazione del sito internet, carenze informative poi colmate rivolgendosi direttamente ai referenti regionali.

Fig. 3.6 – L'adeguatezza delle informazioni sulle opportunità di investimento/crescita legate all'utilizzo del POR FESR 2014-2020 (valori percentuali*)



*2 imprese non rispondono

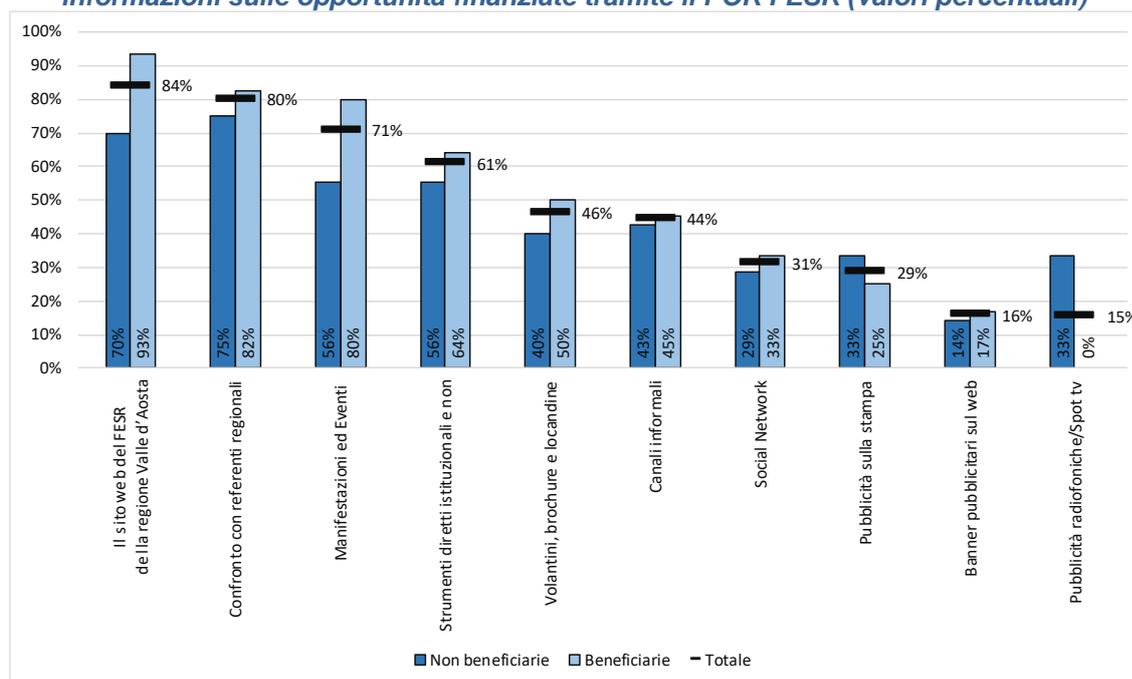
Fonte: indagine Irs

I canali più utilizzati sono ovviamente anche quelli ritenuti più utili, con alcune differenze nella percezione di utilità tra chi ha beneficiato dei finanziamenti FESR e chi non ne ha beneficiato.

Tra i beneficiari la percentuale di chi ritiene ciascuno strumento utile o molto utile è generalmente superiore rispetto a coloro che non hanno ricevuto un finanziamento. La differenza è particolarmente significativa in riferimento al sito web della Regione Valle d'Aosta (93% vs 70% rispettivamente) e alle manifestazioni ed eventi (80% vs 50%). Il reperimento di informazioni attraverso il confronto con i referenti regionali è invece considerato molto utile in misura simile sia da chi è stato finanziato e da chi non lo è stato.

Da segnalare, invece, che un terzo di chi non ha beneficiato degli incentivi previsti dal POR FESR ritiene utili le forme di promozione radiofonica o televisiva.

Fig. 3.7 – Grado di utilità dei canali informativi della Regione Valle d’Aosta nel reperire informazioni sulle opportunità finanziate tramite il POR FESR (valori percentuali)*



*Possibili più risposte; 3 imprese non rispondono

Fonte: indagine Irs

3.1.2 Approfondimenti su alcuni strumenti di comunicazione

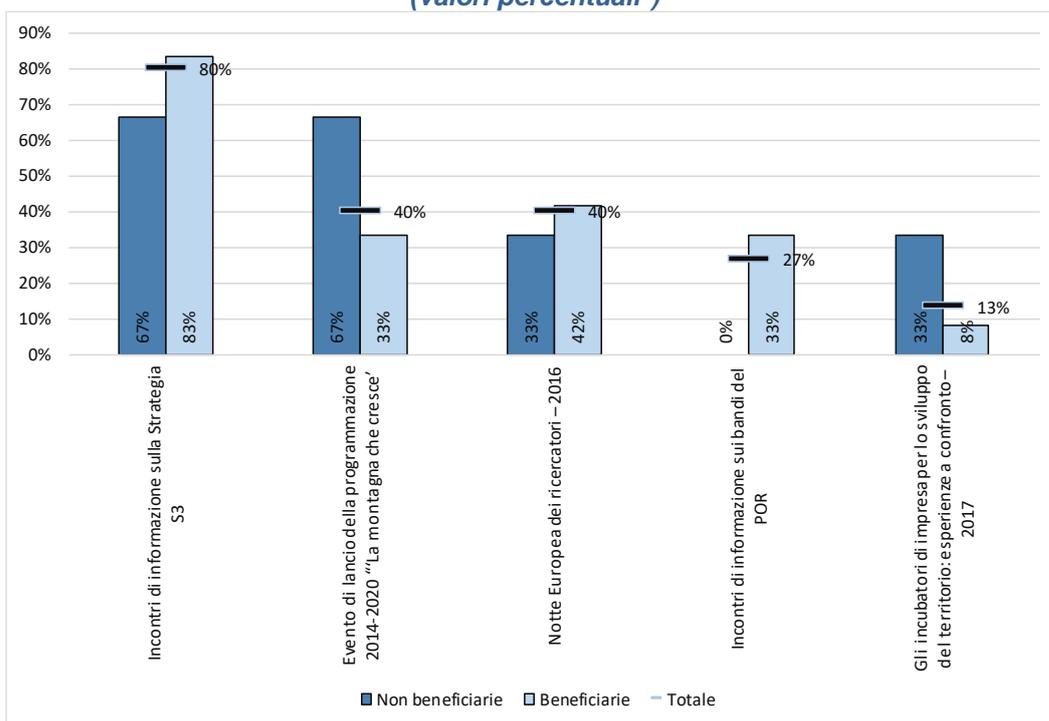
Tra le azioni di comunicazione implementate nel corso del 2014-2019, l’indagine si è focalizzata sull’efficacia degli incontri e degli eventi, e sulle linee guida prodotte dalla Regione per una corretta ed efficace comunicazione e l’Obbligo di esposizione di targhe e cartelli per i beneficiari dei finanziamenti. Per ciascuna di queste azioni/strumenti è stata indagata la conoscenza e il relativo canale, la chiarezza delle informazioni, e l’eventuale necessità di reperire ulteriori informazioni.

3.1.3 Efficacia percepita degli incontri /eventi

Gli **incontri ed eventi**, potenziali fonti di informazione in riferimento alle possibilità offerte dal POR FESR, a cui le imprese hanno dichiarato di aver partecipato sono stati soprattutto quelli di **informazione sulla strategia S3** per l’80% delle imprese rispondenti (ben l’83% se si guarda alle finanziate), l’evento di **lancio della programmazione 2014-2020** "La montagna che cresce"(40%), soprattutto tra le non beneficiarie (67%) e la **Notte Europea dei Ricercatori** del 2016 (40%) (Fig.3.8).

Il giudizio sull’adeguatezza delle informazioni ricevute in tali occasioni è complessivamente positivo: delle 15 imprese che hanno indicato di aver partecipato ad almeno un incontro, tutte reputano adeguate le informazioni erogate in quella occasione, sia in riferimento all’adeguatezza dei relatori (73%), che alla ricchezza e chiarezza delle informazioni stesse (67%), che anche come occasione di incontro/confronto e scambio con altri potenziali beneficiari (47%) (Fig. 3.9).

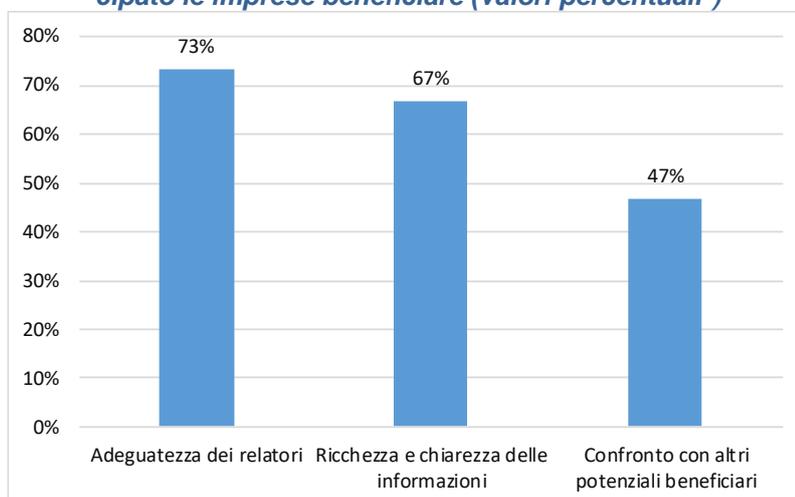
Fig. 3.8 - Gli incontri a cui hanno partecipato le imprese intervistate (valori percentuali*)



*Erano possibili risposte multiple; 13 imprese non ricordano o non hanno indicato nessun incontro

Fonte: indagine Irs

Fig. 3.9 - L'adeguatezza delle informazioni ricevute durante gli incontri a cui hanno partecipato le imprese beneficiarie (valori percentuali*)



*Erano possibili risposte multiple; 13 imprese non ricordano o non hanno indicato nessun incontro

Fonte: indagine Irs

3.1.4 Efficacia delle linee guida e conoscenza degli obblighi di esposizione di targhe e cartelli

Tra le azioni di comunicazione implementate nel corso del 2014-2019, l'indagine si è focalizzata anche su altri 3 strumenti: la Guida Emblemi e Loghi, le Linee Guida per una corretta ed efficace comunicazione, e l'Obbligo di esposizione di targhe e cartelli sulle iniziative finanziate con il contributo del FESR. Per ciascuno di questi è stato indagato il grado e il canale di conoscenza (Fig. 3.10), la chiarezza delle informazioni contenute nei

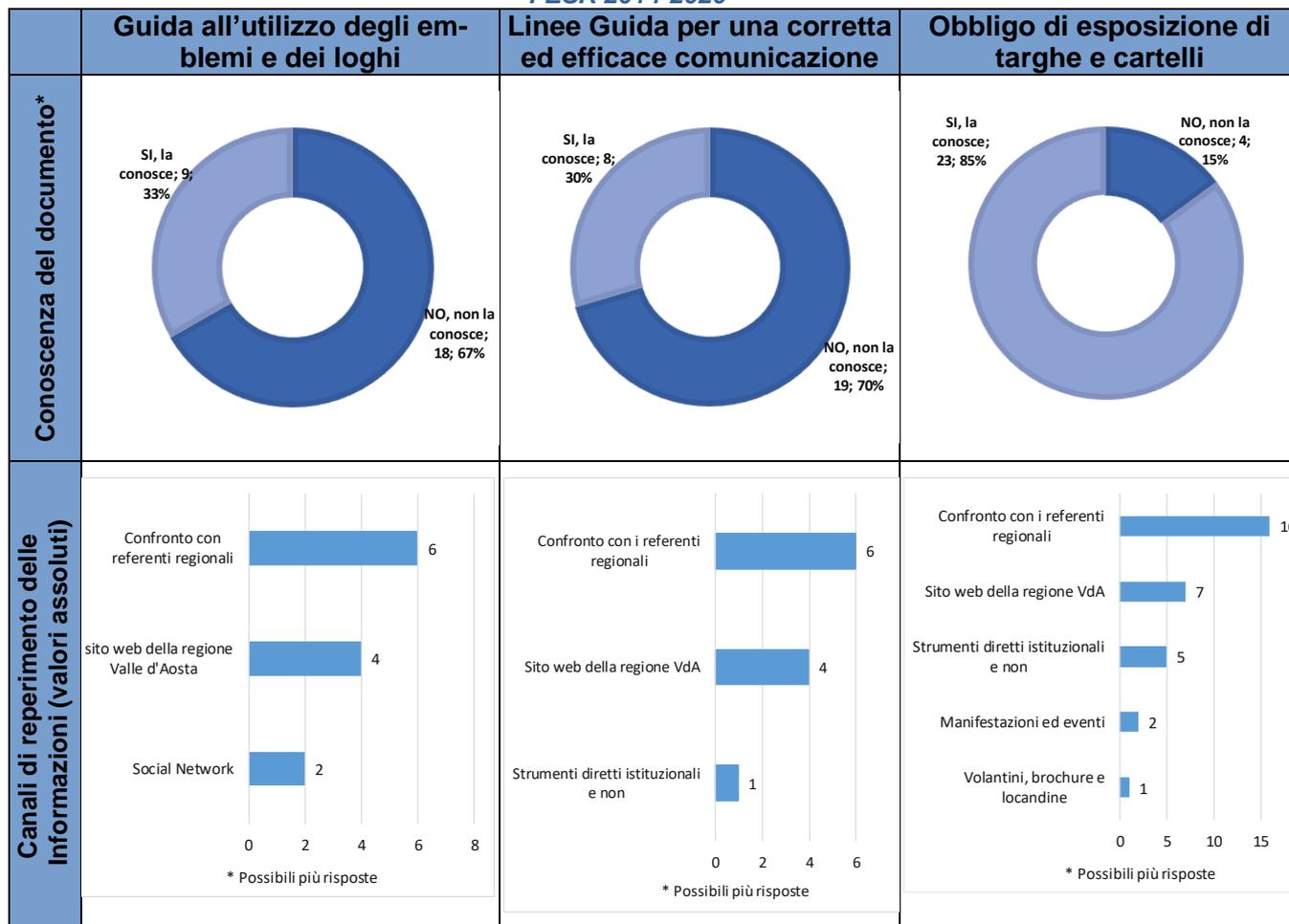
singoli documenti e l'eventuale necessità di reperire maggiori informazioni sull'utilizzo dei loghi, sulle linee guida o sull'obbligo di esposizione (Fig. 3.11).

Tra i tre strumenti indagati, quello **maggiormente conosciuto è l'obbligo di esposizione di targhe e cartelli** per le iniziative finanziate con il POR FESR: 23 imprese sulle 27 rispondenti dichiarano infatti di conoscere l'obbligo grazie al confronto diretto con i referenti della regione (16 imprese), il sito web della regione Valle d'Aosta (7 imprese) o altri strumenti diretti di comunicazione istituzionali come SMS, mail, newsletter (5 imprese). Non emerge quindi la necessità di reperire informazioni aggiuntive: solo una impresa ha dichiarato di aver contattato i referenti regionali per avere maggiori ragguagli.

Al contrario, **molto meno conosciute sono la Guida all'utilizzo di Emblemi e Loghi e le Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione**: solo 9 imprese, tutte finanziate dal POR FESR in questa programmazione, dichiarano di conoscere la "Guida", e solo 8 conoscono le "Linee Guida per una corretta ed efficace comunicazione". I due canali principali attraverso cui le imprese sono venute a conoscenza di questi due strumenti sono, anche in questo caso, il confronto con i referenti regionali e il sito web. Meno importanti gli altri canali: solo due imprese dichiarano di aver appreso dell'esistenza della Guida tramite i social network, mentre una sola impresa dichiara di aver saputo delle Linee guida tramite gli strumenti diretti (istituzionali e non).

Le poche imprese che conoscono questi strumenti danno una **buona valutazione della chiarezza dei documenti e della loro esaustività**.

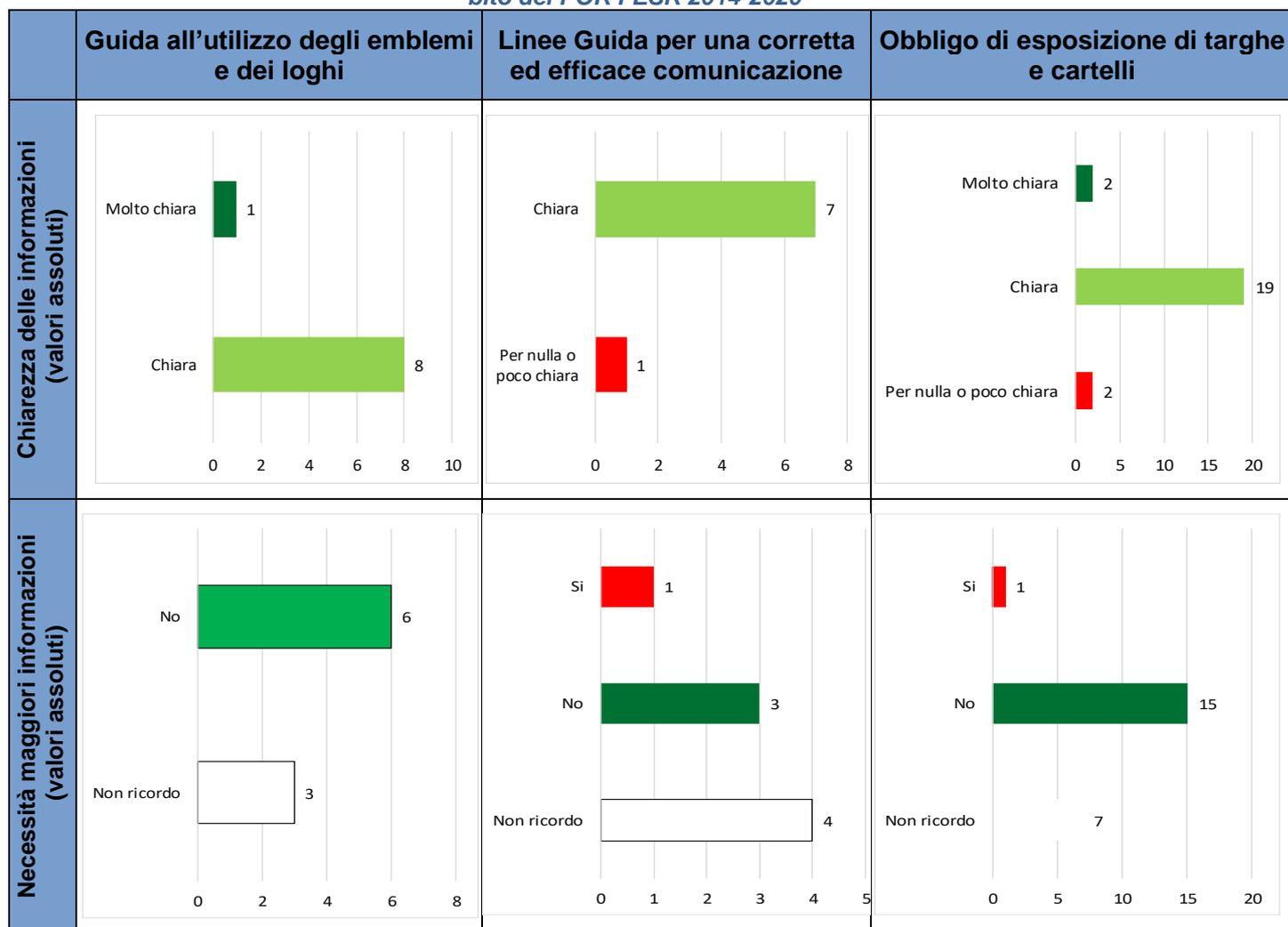
Fig. 3.10 – Conoscenza degli strumenti di comunicazione realizzati nell'ambito del POR FESR 2014-2020



*1 impresa non risponde

Fonte: indagine Irs

Fig. 3.11 – Chiarezza ed esaustività degli strumenti di comunicazione realizzati nell'ambito del POR FESR 2014-2020



Fonte: indagine Irs

3.1.5 Elementi di forza, criticità e suggerimenti delle imprese intervistate

Il questionario chiedeva nella parte conclusiva un'indicazione (con domande aperte) dei principali punti di forza e di debolezza della comunicazione regionale sul POR FESR in base all'esperienza e percezione dei rispondenti. A queste domande hanno risposto 21 referenti di imprese, di cui 5 non beneficiarie dei finanziamenti del POR FESR.

La tabella che segue riporta i principali aspetti indicati dai rispondenti in base alla numerosità delle risposte (tra parentesi). I risultati sono coerenti con l'analisi dei canali informativi svolta nei capitoli precedenti.

Emerge chiaramente **un forte apprezzamento della possibilità di contatto diretto con i referenti regionali**, facilitato dalle ridotte dimensioni della regione. Seguono apprezzamenti sulla **molteplicità dei canali informativi utilizzati**, in particolare gli incontri di presentazione dei bandi e degli avvisi sulle nuove opportunità di finanziamento, e il sito. Si apprezza anche la **precisione, chiarezza e tempestività delle informazioni veicolate**.

Tuttavia alcuni di questi canali informativi, e soprattutto il **sito web, dovrebbero essere più accessibili alle imprese e più tempestivi**, e alcuni chiedono la **creazione di uno sportello informativo dedicato**. Alcuni lamentano una **comunicazione ancora poco**

orientata alle diverse tipologie di imprese (piccole imprese, imprese innovative, imprese con progetti multi-fondo o multi-attore, ecc.). Alcuni, infine, sottolineano la **scarsa informazione sulle modalità di rendicontazione e la scarsa chiarezza di alcuni bandi**.

Tab. 3.2 – Elementi di forza e di debolezza della comunicazione regionale

Elementi di forza	Elementi di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e contatto diretto tra referenti regionali e potenziali beneficiari; capacità di raggiungere imprese di diverse dimensioni e tipologie; rapporto rapido e diretto con i referenti regionali (8) • Presenza di tutte le informazioni sul sito della regione/TG regionali/newsletter molto chiara ed efficace. Avere un sito dove reperire le informazioni sui nuovi Bandi o forme di finanziamento per la Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione. (6) • Organizzazione di eventi dedicati con referenti regionali per illustrare le singole iniziative/Presentazione al pubblico di nuovi bandi. (5) • Precisione, tempestività e capillarità della comunicazione /chiarezza e completezza informazione/ Coinvolgimento di altri facilitatori come SPIN2 (4) • Linee guida e guide di supporto (1) • Avvisi via email, organizzazione di incontri, disponibilità del personale della struttura Ricerca, Innovazione e Qualità nel fornire informazioni e chiarimenti relative ai bandi e alle opportunità di finanziamento (1). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web di difficile utilizzo: difficile accedere all'informazione, non sempre è aggiornato e non si capisce quali misure siano attive oppure no e quali riservate alla grande industria e quali alle PMI o centri di ricerca; menu talvolta troppo annidati nel sito web.(3) • Scarso utilizzo canali di stampa, scarso utilizzo di altri strumenti di contatto oltre al Sito; carenza di comunicazione sui programmi, bandi, finanziamenti etc. magari mediante news-letter agli interessati (con possibilità di iscriversi o cancellarsi).(3) • Servirebbe una persona o uno sportello dedicato/ manca un punto di riferimento istituzionale cui fare riferimento per avere risposte certe e sollecite su richieste di chiarimenti (2) • Bandi con contenuti/passaggi talvolta poco chiari/intuitivi (2) • Comunicazione debole come tutto il sistema di gestione e principalmente demandata ai referenti regionali/finaosta (2) • Orientamento alle istituzioni e anche se spesso troppo orientata alle istituzioni e poco ai privati e alle associazioni di imprenditori (2) • I regolamenti sull'adeguatezza della pubblicità e sull'utilizzo dei loghi non sono abbastanza chiari (soprattutto per i progetti cofinanziati da più fondi es. FSE o da più enti) (1) • scarsa attrattività degli argomenti presentati per il coinvolgimento delle imprese innovative presenti sul territorio regionale (1) • bisognerebbe rivolgersi di più alle piccole aziende (1) • carenza informativa sulle rendicontazioni (1) • Frammentarietà (1)

Fonte: indagine Irs

Le principali criticità indicate nei punti di debolezza vengono riprese nei **suggerimenti** dei referenti delle imprese intervistati per migliorare la comunicazione con i (potenziali) beneficiari del FESR. Tra questi:

- Creare un help desk/sportello dedicato per risolvere dubbi interpretativi ed avere ulteriori chiarimenti;
- Migliorare la fruibilità e l'aggiornamento del sito web, rendendo più semplice e user friendly l'accesso alle informazioni;
- Migliorare la chiarezza espositiva dei bandi (bandi snelli con poche regole ed inequivocabili, frasi brevi e facilmente comprensibili), delle modalità di rendicontazione e delle linee guida sulla pubblicità (che dovrebbero essere più dettagliate e specifiche);

- Attivare e rendere sistematica la comunicazione diretta con le imprese attraverso e-mail e invio di newsletter (con possibilità di iscriversi/cancellarsi) su nuovi bandi/avvisi, sull'aggiornamento delle procedure e sugli esiti dei bandi;
- Prevedere canali informativi dedicati per le piccole imprese e le imprese già consolidate sul territorio regionale, anche coinvolgendo nella comunicazione le associazioni di categoria.

3.2 Efficacia della comunicazione secondo i referenti del sistema dell'istruzione formazione e del terzo settore/parti sociali

Come precedentemente indicato, oltre ai 28 referenti di imprese, hanno risposto al questionario 5 referenti di 3 enti appartenenti al terzo settore o alle parti sociali e altri 5 referenti di 4 istituzioni scolastiche università⁶. Data la limitata numerosità di seguito si riassumono qualitativamente i principali elementi emersi dalle risposte al questionario di questi referenti.

In complesso, le tendenze evidenziate per le imprese trovano conferma anche in riferimento a parti sociali/terzo settore e scuole e università.

In particolare, **gli incontri di promozione del POR FESR si confermano i canali più utilizzati per il reperimento delle informazioni** sia per le parti sociali/terzo settore che per le istituzioni scolastiche e formative (9 referenti su 10 rispondenti), seguiti dalla consultazione **del sito web e dalla partecipazione alle manifestazioni e agli eventi** (8 referenti), e dal **confronto con i referenti regionali** soprattutto per quanto riguarda enti di istruzione e formazione (6 referenti).

Tutti i referenti, sia delle parti sociali/terzo settore che delle istituzioni scolastico-formative, **si ritengono adeguatamente informati sulle opportunità di investimento del POR FESR, e particolarmente incisivo risulta essere il confronto con i referenti regionali ritenuto utile o molto utile da tutti i referenti intervistati**. La ricerca di informazioni riguarda soprattutto i bandi e la documentazione specifica sui singoli progetti, e in alcuni casi la consultazione della Sezione FAQ.

Oltre agli incontri di promozione del POR FESR, i referenti del terzo settore/parti sociali e istituzioni scolastiche e formative hanno preso parte alla Notte Europea dei ricercatori – 2016 e agli incontri di informazione sulla Strategia S3. In **9 casi su 10 valutano adeguate le informazioni reperite durante questi incontri**, per la ricchezza delle informazioni reperite (7 referenti), per il confronto con gli altri potenziali beneficiari (7 referenti) e con i relatori (6 referenti). Solo un referente di un ente del terzo settore ha valutato le informazioni reperite durante l'incontro a cui ha partecipato (Giornata della Montagna, 2018) poco chiare ed esaustive.

Tra le parti sociali e le istituzioni scolastiche-formative sembra emergere una maggiore conoscenza, rispetto alle imprese, **degli strumenti di comunicazione del POR FESR** considerati, intercettati soprattutto grazie al confronto con i referenti regionali. Questi strumenti sono ritenuti **chiari ed esaustivi da tutti i referenti che dichiarano di conoscerli**.

Gli **elementi di forza e di debolezza** degli strumenti di comunicazione regionale indicati dai referenti delle scuole e università e delle parti sociali/terzo settore che hanno risposto al questionario sono in linea con quanto indicato dai referenti delle imprese.

⁶ Tutte le scuole/università rispondenti hanno ricevuto un contributo dal POR FESR 2014-2020 in risposta ad un bando/avviso per la creazione e lo sviluppo di unità di ricerca; solo un ente tra le parti sociali-terzo settore non ha beneficiato di contributi nell'ambito del POR FESR.

Come mostra la tabella riassuntiva che segue, anche questi referenti sottolineano, tra i punti di forza, **la possibilità di contatto diretto con i referenti regionali, la completezza e chiarezza delle informazioni, il sito regionale, e gli eventi di presentazione** delle opportunità di finanziamento. Un elemento di apprezzamento specifico è la **puntualità nella presentazione dei bandi** segnalato da un referente del sistema scolastico e universitario.

Anche gli elementi di debolezza e i conseguenti suggerimenti sono in linea con quanto emerso dai referenti delle imprese. In particolare **la forma e il linguaggio troppo istituzionali utilizzati nella comunicazione e l'ambiguità di alcuni passaggi dei bandi**.

Emergono inoltre da parte dei referenti del sistema scolastico e universitario due criticità aggiuntive che richiedono un'attenzione specifica: **la diffusione non sempre efficace delle informazioni sull'intero territorio regionale e le poche occasioni di diffusione dei risultati dei progetti co-finanziati a livello regionale**.

Tab. 3.3 – Elementi di forza e di debolezza della comunicazione regionale

Elementi di forza	Elementi di debolezza
Scuole e università	
<ul style="list-style-type: none"> • Completezza informazione, chiarezza informativa sulle diverse agevolazioni proposte • Eventi pubblici e contatto diretto con amministrazione • Puntualità nella presentazione dei bandi • Newsletter & incontri dedicati 	<ul style="list-style-type: none"> • Forma e linguaggio molto istituzionali. • Poche occasioni per diffondere i risultati dei progetti a livello regionale • Diffusione sul territorio non sempre efficace
Terzo settore e parti sociali	
<ul style="list-style-type: none"> • Sito regionale • Possibilità di confronto diretto e disponibilità con i responsabili regionali • Eventi di presentazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Per alcuni bandi si ha informazione molto a ridosso della pubblicazione • Pochi eventi formativi • Un linguaggio in certi casi troppo burocratico. • Ambiguità di interpretazione di alcuni passaggi dei bandi e indicazioni che possono mutare nel tempo

Fonte: indagine Irs

Tra i **suggerimenti** si segnala la necessità di **rafforzare e rendere più efficace l'utilizzo dei social network e del web** per una più ampia diffusione delle informazioni e dei risultati dei progetti finanziati che affianchi alla comunicazione più tecnica e istituzionale, con 'lanci' di carattere divulgativo. Si suggerisce inoltre di **aumentare e rafforzare gli eventi formativi sulle opportunità e le modalità di utilizzo delle misure del POR FESR**.

4 CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

La Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 risulta rispondere complessivamente a quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dal suo Allegato XII, definendo in modo chiaro le finalità, gli elementi caratteristici, gli obiettivi generali e quelli specifici (domanda di valutazione “*Quali sono le finalità della strategia e quali gli obiettivi specifici?*”), e definendo in modo puntuale le tipologie e gli strumenti specifici per ciascuna delle azioni di informazione e comunicazione individuate (domanda di valutazione “*La strategia di comunicazione possiede le caratteristiche fondamentali per realizzare delle efficaci azioni di informazione e pubblicità?*”), in relazione ai differenti target group indicati: grande pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, moltiplicatori di informazione, coerenti con i beneficiari/destinatari previsti dalle priorità di investimento del POR FESR, quali operatori del settore economico (piccole, medie e grandi imprese); università, organismi di ricerca e innovazione; amministrazioni pubbliche e organismi di diritto pubblico (domanda di valutazione “*I target individuati dalla strategia sono coerenti con i beneficiari/destinatari previsti dalle priorità di investimento del POR FESR?*”). L'unico elemento che appare utile sottolineare, per una puntuale rispondenza ai dettami regolamentari, è quello di attivare anche un'azione di programmazione annuale attraverso la redazione di Piani di comunicazione, previsti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (si veda il punto 4 del documento “Elementi della Strategia di comunicazione”, ad oggi non presenti tra la documentazione prodotta. I Piani di comunicazione annuali, a nostro avviso, al di là degli obblighi regolamentari, rappresentano (come indicato nel paragrafo 1.1) una rilevante **opportunità per realizzare una programmazione annuale di dettaglio e, eventualmente, ridefinire alcune attività, al fine di migliorare l'efficacia dell'azione di informazione e di comunicazione del POR FESR.** Una programmazione annuale che può essere attivata anche grazie al supporto di un sistema di indicatori di realizzazione ben definito e che appare adeguato alle azioni di comunicazione e di informazione individuate dalla Strategia. Rispetto **agli indicatori di risultato, invece, si suggerisce di verificare l'appropriatezza delle modalità di raccolta dei dati** previste dalla Strategia, raccomandando, invece, la realizzazione di una survey sulla popolazione per misurare il livello di conoscenza dei cittadini circa il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione e del FESR, nonché i risultati del Programma Operativo e delle operazioni da esso finanziate.

Rispetto, invece, al processo di attuazione della Strategia di Comunicazione POR FESR 2014-2020, l'attività di valutazione evidenzia, innanzitutto, **la corretta attivazione di tutte le attività obbligatorie** previste dall'art. 2.1. *Responsabilità dello Stato membro e dell'autorità di gestione* dell'Allegato XII del Regolamento UE n. 1303/2013. Le azioni messe in campo risultano essere molteplici e diversificate, così come previsto dalla Strategia di Comunicazione, consentendo di raggiungere i differenti target group individuati (domanda di valutazione “*L'attuazione della strategia di comunicazione sta raggiungendo gli obiettivi previsti, anche in relazione ai target group individuati dalla Strategia di comunicazione del PO FESR?*”).

Tra gli strumenti particolarmente efficaci, in particolare per i **beneficiari potenziali**, è la **Newsletter VdAEuropeInfo**, redatta dal Centro Europe Direct Vallée d'Aoste, con cadenza bimestrale, che oltre ad informare, anche grazie ad approfondimenti tematici, sulle iniziative attivate nell'ambito dei diversi programmi, presenta una sezione esclusivamente dedicata alla pubblicizzazione delle opportunità di finanziamento in corso.

Sul sito sono presenti tutte le risorse per supportare coloro che usufruiscono dei finanziamenti FESR (**beneficiari effettivi**), nel rispettare gli obblighi in capo ai beneficiari in materia di comunicazione previsti dall'Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (si veda sezione beneficiari della pagina web FESR). Complessivamente, **la nuova architettura del Canale Europa ha migliorato sensibilmente la fruibilità del sito web**, semplificando, in particolare, l'accesso alla sezione dedicata ai bandi e agli avvisi pubblici che nella precedente versione del sito non risultava essere chiara e presentava

significative difficoltà di navigazione. Inoltre, l'attivazione di due nuove sezioni "notizie" e "appuntamento", presenti nella home page del Canale Europa, consentono di dare grande visibilità alle opportunità, incontri, iniziative e progetti finanziati dal FESR e dagli altri fondi comunitari, consentendo di aggiornare costantemente gli utenti del web (**grande pubblico, beneficiari potenziali ed effettivi**) sullo stato di avanzamento del programma e sui risultati conseguiti.

La Comunicazione del FESR è realizzata nell'ambito di una più ampia Strategia unitaria di comunicazione che ha la finalità di ricondurre ad un quadro d'insieme le azioni di comunicazione a livello di Politica regionale di sviluppo e dei relativi Programmi. Oltre alla predisposizione di un portale unico web (Canale Europa), la redazione di documentazione per supportare i beneficiari nel rispetto degli obblighi regolamentari (*Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione e Guida all'utilizzo degli emblemi e dei loghi*) comuni a tutti i programmi, diverse sono state le attività di comunicazione realizzate congiuntamente tra i fondi (domanda di valutazione "Sono state messe in campo sinergie tra le attività di comunicazione del FESR e degli altri fondi strutturali?"), tra cui si ricordano, a titolo esemplificativo, l'evento di lancio dei programmi operativi 2014-2020, l'organizzazione di eventi specifici come l'"Evento Bassa Valle" volto ad informare la popolazione valdostana sulla realizzazione di una serie di interventi riguardanti il settore dei servizi essenziali di cittadinanza (istruzione, salute e mobilità) e dello sviluppo locale finanziati dai Programmi regionali a cofinanziamento europeo e statale 2014-2020 (FESR, FSE e FEASR) e da risorse statali. Come anticipato, di particolare rilievo è l'azione, in questo senso, svolta dall'Antenna Regionale Europe Direct, in particolare grazie alla redazione della Newsletter VdAEuropelInfo.

Infine, **i risultati dell'indagine on-line**, a cui hanno risposto 38 referenti di impresa, enti del terzo settore, parti sociali, scuole e università, dichiarano da un lato un adeguato livello di informazione circa le possibilità di investimento offerte dal POR FESR, ma dall'altro, soprattutto per le imprese, una minor conoscenza degli strumenti comunicativi specifici (domanda di valutazione "La Strategia di comunicazione si è rivelata adeguata ed efficace nel far conoscere ai beneficiari (in primis le aziende) le opportunità offerte dai diversi bandi pubblicati?")

Quasi tutti i referenti intervistati hanno adottato una strategia multicanale, utilizzando almeno due canali diversi: **i canali informativi maggiormente utilizzati** sono stati, oltre agli incontri di promozione, il sito web della regione, i canali diretti istituzionali e il confronto diretto con i referenti regionali.

Complessivamente, il livello di informazione ottenuto è considerato adeguato dalla grande maggioranza degli intervistati: ben l'81% delle imprese rispondenti ritengono adeguato il proprio livello di informazione, percentuale che raggiunge l'88% nel caso delle imprese che hanno beneficiato di un finanziamento nella attuale programmazione.

Tra gli strumenti di comunicazione approfonditi, il giudizio sull'adeguatezza delle informazioni ricevute durante gli eventi, potenziali fonti di informazione in riferimento alle possibilità offerte dal POR FESR, è complessivamente positivo, sia in riferimento all'adeguatezza dei relatori, che alla ricchezza e chiarezza delle informazioni stesse, che come occasione di incontro/confronto e scambio con altri potenziali beneficiari. Gli incontri a cui gli intervistati hanno dichiarato di aver partecipato sono stati soprattutto quelli di informazione sulla strategia S3, l'evento di lancio della programmazione 2014-2020 "La montagna che cresce" e la Notte Europea dei Ricercatori del 2016.

La grande maggioranza degli intervistati dichiara di conoscere l'obbligo di esposizione di targhe e cartelli, mentre è minore il livello di conoscenza della Guida all'utilizzo di Emblemi e Loghi e le Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione, soprattutto tra le imprese (domanda di valutazione "L'informazione rivolta ai beneficiari effettivi sui loro obblighi in tema di comunicazione si è rivelata adeguata?").

Chi conosce questi strumenti danno una **buona valutazione della chiarezza dei documenti e della loro esaustività mentre risulta cruciale il confronto con i referenti regionali** nel reperimento delle informazioni mancanti o non ritenute adeguate, che trova riscontro anche tra i punti di forza dichiarati dagli intervistati.

Emerge infatti **un forte apprezzamento della possibilità di contatto diretto con i referenti regionali** insieme alla **molteplicità dei canali informativi utilizzati**, in particolare gli incontri di presentazione dei bandi e degli avvisi sulle nuove opportunità di finanziamento, e il sito che tuttavia, **dovrebbero essere più accessibili alle imprese e più tempestivi nell'aggiornamento.**

Tra i **suggerimenti** dei referenti per migliorare la comunicazione con i (potenziali) beneficiari del FESR la creazione di un help desk/sportello dedicato per risolvere dubbi interpretativi ed avere ulteriori chiarimenti, migliorare la fruibilità e l'aggiornamento del sito web, migliorare la chiarezza espositiva dei bandi e delle modalità di rendicontazione e delle linee guida sulla pubblicità, attivare e rendere sistematica la comunicazione email e invio di newsletter su nuovi bandi/avvisi, sull'aggiornamento delle procedure e gli esiti.

ALLEGATO

Nota metodologica

L'indagine sulla percezione degli enti potenziali beneficiari degli interventi FESR delle attività di comunicazione e diffusione delle opportunità offerte dal POR FESR della Valle d'Aosta è stata condotta attraverso una rilevazione online. L'universo di riferimento della rilevazione era rappresentato dai referenti di imprese, parti sociali e università e scuole, che hanno partecipato, negli anni 2017-2019, agli incontri di promozione del POR FESR:

- 25 ottobre 2019 (Castello Gamba Chatillon) - Conferenza stampa lancio cammino Balteo
- 25 maggio 2017 (Brissogne) Il nuovo sistema informativo a supporto della politica regionale di sviluppo sispreg2014
- 21 febbraio 2018 (Pont Saint Martin) Appalto Pre commerciale acquisizione di servizi di ricerca industriale e sviluppo sperimentale
- 7 febbraio 2019 CMP3 VDA Presentazione
- 6 aprile 2017 Dalla strategia di specializzazione intelligente RIS3 all'industria 4.0: misure e incentivi per la crescita delle imprese
- 27 giugno 2017 Consultazione di Mercato per appalto pre commerciale
- 7 novembre 2017-Riunione dei gruppi di lavoro tematici previsti dalla strategia di specializzazione intelligente

L'invito alla web-survey è stato preceduto dall'invio ai partecipanti di una lettera di presentazione del Dipartimento Politiche strutturali e affari europei –programmi per lo sviluppo regionale della Regione Autonoma Valle D'Aosta, dove venivano esplicitate le finalità e i soggetti coinvolti. Dopo la prima settimana di lancio dell'indagine sono stati effettuati dei recall, inizialmente attraverso due mail di promemoria e in seguito attraverso un recall telefonico.

L'indagine ha coinvolto complessivamente 98 referenti⁷ di 68 enti privati e pubblici, tra cui 57 imprese, 5 enti del sistema dell'istruzione e formazione (università e scuole) e 6 enti del terzo settore e parti sociali. Il tasso di risposta è stato complessivamente buono per questo tipo di indagine, pari al 38,8% dei referenti contattati e al 50% degli enti rappresentati.

La tabella che segue sintetizza la partecipazione all'indagine per ciascuno dei referenti contattati di appartenenza degli enti coinvolti.

Riepilogo esiti dell'indagine				
	Imprese	Università e Scuole	Terzo Settore e Parti Sociali	Totale
Questionari completati e validi	28	5	5	38
<i>Enti rappresentati</i>	27	4	3	34
Questionari non completati	6	1	1	8
Nessuna risposta	39	3	4	46
Email respinte	6	0	0	6
Totale	79	9	10	98
Response rate ⁸	35,4%	55,6%	50,0%	38,8%

⁷ L'elenco dei *nominativi* dei referenti dei diversi enti messo a disposizione comprendeva per alcuni enti anche più di un referente. In totale i nominativi erano 93, di cui 74 contatti provenienti da imprese, 9 della categoria "università e scuole", e 10 della categoria "terzo settore e parti sociali". A seguito delle telefonate di recall sono stati inseriti 5 nuovi indirizzi della categoria imprese, che hanno portato a 98 l'universo dei contatti, tuttavia 6 indirizzi si sono rivelati errati.

⁸ Il tasso di risposta è stato calcolato con la formula AAPOR (Response Rate Calculator) Version 4.0 (web).

Questionario per la valutazione delle attività di comunicazione per il Programma Investimenti per la crescita e l'occupazione

Cliccando su OK, dichiara di aver preso visione dell'Informativa Privacy ed esprime il suo consenso al trattamento dei dati per le finalità di ricerca precedentemente descritte. Senza il consenso al trattamento dei dati non è possibile partecipare.

1. Il suo Ente beneficia/ha beneficiato di finanziamenti del POR FESR della Regione Valle d'Aosta nel periodo di programmazione 2014-2020.

- Sì
- No ->va a d4

2. In risposta a quali avvisi/bandi? (Sono possibili più risposte)

- cofinanziamento legge regionale 6/2003
- cofinanziamento legge 84/93
- creazione e sviluppo di unità di ricerca
- precommercial procurement
- supporto allo sviluppo di imprese insediate o da insediare in Valle d'Aosta, locazione di spazi ed erogazione di servizi di base aiuto all'innovazione
- sviluppo di start - up innovative (l.r. 14/2011) Avviso a sportello Start the Valley UP

3. Ha beneficiato di finanziamenti del POR FESR anche nel precedente periodo di programmazione 2007- 2013?

- Sì
- No

SEZIONE: Canali informativi utilizzati dal beneficiario per acquisire informazioni

4. Ci può indicare quali sono i canali informativi con i quali ha acquisito/acquisisce le informazioni? (sono possibili più risposte)

- Incontri di promozione del POR FESR ->va a d5
- Volantini, brochure e locandine ufficiali dell'Amministrazione regionale ->va a d9
- Pubblicità sulla stampa (quotidiani locali e non, ecc.) ->va a d9
- Pubblicità radiofoniche/Spot tv ->va a d9
- Banner pubblicitari sul web->va a d9
- Il sito web della regione Valle d'Aosta ->va a d9
- Social Network (Facebook,Canali Youtube, Europe Direct) ufficiali dell'Amministrazione regionale ->va a d9
- Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.) ->va a d9
- Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.) ->va a d9
- Confronto con referenti regionali->va a d9
- Canali informali.- Specificare quali (ad es. passaparola da colleghi, da altri enti, ecc.) -

>va a d9

Se 3=1

5. A quali incontri ha partecipato? (sono possibili più risposte)

- Evento di lancio della programmazione 2014-2020 “La montagna che cresce’
- Notte Europea dei ricercatori – 2016
- Gli incubatori di impresa per lo sviluppo del territorio: esperienze a confronto – 2017
- Cantiere evento al castello di Aymavilles - 2018
- Giornata internazionale della montagna – 2018
- Incontri di informazione sui bandi del POR
- Incontri di informazione sulla Strategia S3
- Altro (specificare) _____
- Non ricordo a quale incontro

6. Ritiene che le informazioni erogate durante questi incontri siano state adeguate rispetto alle sue esigenze?

- Sì->va a d7
- No->va a d8

Se sì

7. In caso di risposta positiva, può indicare quali sono i motivi? (sono possibili più risposte)

- ricchezza e chiarezza delle informazioni, ->va a d9
- adeguatezza dei relatori->va a d9
- confronto con altri potenziali beneficiari->va a d9
- Altro (specificare) ->va a d9

Se no

8. In caso di risposta negativa, può indicare quali sono i motivi? (sono possibili più risposte)

- informazioni non esaustive e poco chiare
- inadeguatezza dei relatori
- Altro (specificare)

9. Complessivamente, ritiene che il suo Ente sia stato adeguatamente informato sulle opportunità di investimento/crescita legate all'utilizzo del POR FESR 2014-2020?

- Sì->va a d13
- No ->va a d10

10. Quali sono le principali difficoltà incontrate nel reperire le informazioni? (sono possibili più risposte)

- Difficoltà a capire dove si possono trovare le informazioni necessarie
- Sito internet poco intuitivo
- Sito internet non sempre aggiornato
- Scarsa chiarezza delle informazioni disponibili Mancanza di alcune informazioni
- Altro (specificare)

11. Ha riscontrato tali difficoltà

- solo nella fase di avvio della programmazione
- successivamente alla fase di avvio della programmazione
- sempre

12. Come ha cercato di superare queste difficoltà? (sono possibili più risposte)

- Si è rivolto ai referenti regionali
- Si è rivolto ad altri canali di informazione, specificare quali?

SEZIONE: Guida all'utilizzo degli emblemi e dei loghi

13. Conosce la “Guida all'utilizzo degli emblemi e dei loghi” per fornire ai beneficiari delle iniziative cofinanziate dal FESR un supporto operativo pratico.

- Sì *va a d14*
- No *va a d17*

14. Come è venuto a conoscenza della Guida all'utilizzo degli emblemi e dei loghi? (sono possibili più risposte)

- Il sito web della regione Valle d'Aosta
- Social Network (Facebook, Canali Youtube, Europe Direct)
- Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.)
- Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.)
- Confronto con referenti regionali
- Altro (specificare)

15. Come valuta la chiarezza delle informazioni contenute nella Guida all'utilizzo degli emblemi e dei loghi?

- Per nulla o poco chiara
- Chiara
- Molto chiara

16. Ha avuto necessità di reperire maggiori indicazioni per l'utilizzo dei loghi?

- Non ricordo
- No
- Sì, attraverso quali canali le ha reperite?

SEZIONE: Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione

17. La Regione Valle d'Aosta ha redatto anche le "Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione", destinate a tutti coloro che beneficiano di finanziamenti a valere sui Programmi europei e statali. Conosce queste Linee Guida per la comunicazione?

- Sì va a d18
- No va a d21

18. Come è venuto a conoscenza delle Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione? (sono possibili più risposte)

- Volantini, brochure e locandine
- Pubblicità sulla stampa (quotidiani locali e non, ecc.)
- Pubblicità radiofoniche/Spot tv
- Banner pubblicitari sul web
- Il sito web della regione Valle d'Aosta
- Social Network (Facebook, Canali Youtube, Europe Direct)
- Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.)
- Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.)
- Confronto con referenti regionali
- Canali informali, quali?

19. Come valuta la chiarezza delle informazioni contenute nelle Linee guida per una corretta ed efficace comunicazione?

- Per nulla o poco chiara
- Chiara
- Molto chiara

20. Ha avuto necessità di reperire maggiori indicazioni "per una corretta ed efficace comunicazione"?

- Non ricordo
- No
- Sì, attraverso quali canali le ha reperite?

SEZIONE: Esposizione di targhe e cartelli

21. E' a conoscenza dell'obbligo di esposizione di targhe e cartelli da parte dei beneficiari dei finanziamenti FESR?

- Sì va a d22
- No va a d25

22. Come è venuto a conoscenza di tale obbligo? (sono possibili più risposte)

- Volantini, brochure e locandine
- Pubblicità sulla stampa (quotidiani locali e non, ecc.)
- Pubblicità radiofoniche/Spot tv
- Banner pubblicitari sul web
- Il sito web della regione Valle d'Aosta
- Social Network (Facebook, Canali Youtube, Europe Direct)
- Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.)
- Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.)
- Confronto con referenti regionali
- Canali informali, quali?

23. Come valuta la chiarezza di informazioni relative all'esposizione di targhe e cartelli?

- Per nulla o poco chiara
- Chiara
- Molto chiara

24. Ha avuto necessità di reperire maggiori indicazioni riguardo l'obbligo di esposizione di targhe e cartelli?

- Non ricordo
- No
- Sì, attraverso quali canali le ha reperite?

SEZIONE: Fruizione dei canali informativi della Regione Valle d'Aosta

25. Per ciascuno dei canali informativi indichi, per favore, quanto le è stato utile per conoscere le opportunità finanziate dalla Regione attraverso il FESR?

	Poco o per nulla utile	Utile	Molto Utile	Non utilizzato
Volantini, brochure e locandine				
Pubblicità sulla stampa (quotidiani locali e non, ecc.)				
Pubblicità radiofoniche/Spot tv				
Banner pubblicitari sul web				
Il sito web della regione Valle d'Aosta				
Social Network (Facebook, Canali Youtube, Europe Direct)				

Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.)				
Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.)				
Confronto con referenti regionali				
Canali informali, quali?(precedentemente inseriti)				

26. Ora invece, indichi con quale frequenza ha fruito di questi canali informativi

	Mai	Giornaliera	Settimanale	Mensile	Trimestrale	Semestrale
Volantini, brochure e locandine						
Pubblicità sulla stampa (quotidiani locali e non, ecc.)						
Pubblicità radiofoniche/Spot tv						
Banner pubblicitari sul web						
Il sito web della regione Valle d'Aosta						
Social Network (Facebook, Canali Youtube, Europe Direct)						
Manifestazioni ed Eventi (fiere, convegni, workshop, ecc.)						
Strumenti diretti istituzionali e non (sms, newsletter, mailing list, ecc.)						
Confronto con referenti regionali						
Canali informali, quali?(precedentemente inseriti)						

Domande obbligatorie

27. Quali sono i principali contenuti che cerca?:

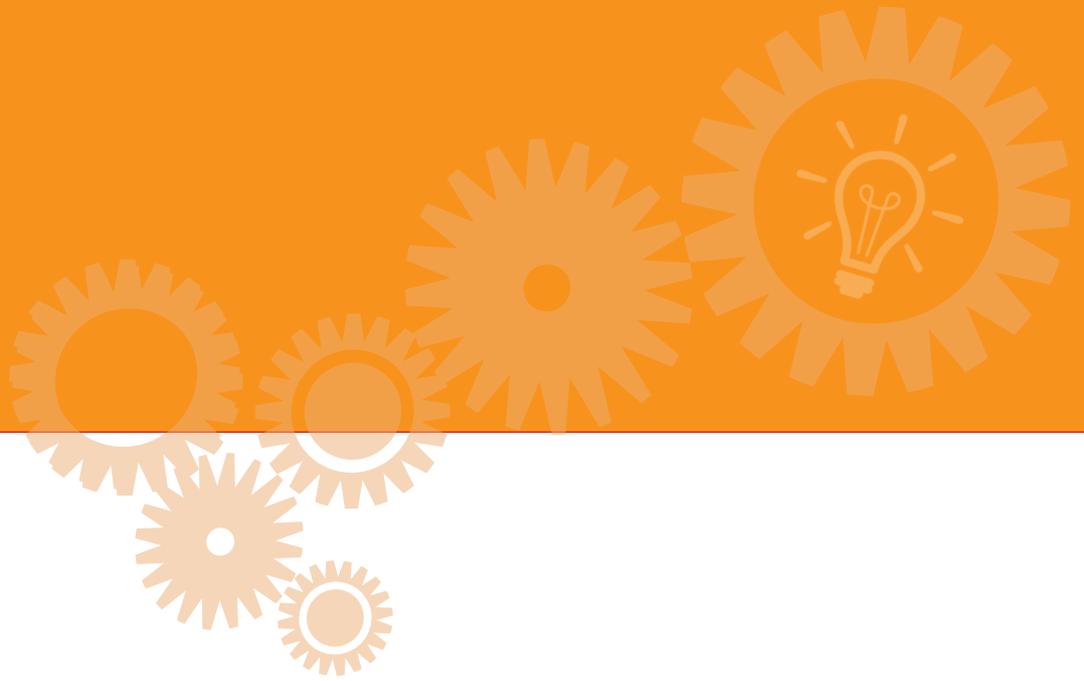
- direttive
- regolamenti
- bandi
- documenti a supporto della gestione dei progetti (linee guida, ecc.)
- sezione FAQ
- informazioni su iniziative specifiche
- altro, specificare:

28. Quali sono secondo lei i maggiori punti di forza e di debolezza della comunicazione regionale sul POR FESR?

Punti di forza

Punti di debolezza

29. Per concludere ha dei suggerimenti per migliorare i canali informativi della regione a disposizione dei beneficiari del POR FESR?



Unione europea



Région Autonome
Vallée d'Aoste
Regione Autonoma
Valle d'Aosta



ISTITUTO
PER LA
RICERCA
SOCIALE **irs**