



LINEE GUIDA RELATIVE ALLE AZIONI E ALLE MODALITÀ DI COMUNICAZIONE PER LA STRATEGIA DI SPECIALIZZAZIONE INTELLIGENTE (S3)

Anno 2023

Area Politiche Economiche, Capitale umano e Programmazione comunitaria

Direzione Ricerca Innovazione e Competitività Energetica

U.O. Ricerca, Distretti e Reti



Sommario

1. Il contesto S3 e il ruolo della comunicazione	3
2. Gli Obiettivi di Comunicazione	4
3. Il target delle azioni di comunicazione	6
4. Il panel degli strumenti	7
5. Azioni e modalità di comunicazione sul sistema regionale dell'innovazione per l'anno 2023	9
6. Risorse	14
7. APPENDICI	15
Appendice A - Logo InnovatiVE e le sue declinazioni	16
Appendice B - Immagine di copertina social media	32
Appendice C - Esempi di immagine coordinata a supporto degli eventi	36

1. Il contesto S3 e il ruolo della comunicazione

La Regione del Veneto, in vista dell'avvio della programmazione comunitaria per il periodo 2021 – 2027, ha aggiornato la propria Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) regionale per un duplice scopo: da un lato per renderla maggiormente coerente con le richieste di adempimento della condizione abilitante “buona *governance*” il cui soddisfacimento risultava propedeutico all'approvazione ed avvio del nuovo PR FESR, dall'altro per meglio assecondare il naturale evolversi delle necessità del sistema regionale della ricerca e dell'innovazione.

A tal proposito, il complesso percorso di revisione della S3 ha portato:

- a una sua positiva valutazione da parte della Commissione europea che ha dichiarato l'assolvimento della condizione abilitante di “Buona *governance della Strategia di Specializzazione Intelligente*” prevista sulla base di 7 criteri di cui all'allegato IV al Regolamento (UE) 2021/1060;
- all'attivazione e alla realizzazione del cosiddetto processo di scoperta imprenditoriale (EDP) fondato - per la maggior parte - sull'ascolto ed il confronto con i portatori d'interesse del mondo dell'impresa, della ricerca, della società civile e delle istituzioni, secondo il modello della cosiddetta “Quadrupla elica”, con l'obiettivo di favorire l'evoluzione del sistema regionale dell'innovazione attraverso la collaborazione tra questi soggetti.

In questo contesto le **azioni informative e di diffusione** delle attività connesse alla S3 rivestono un ruolo fondamentale per capitalizzare lo sforzo profuso in termini di attività e di competenze messe a sistema. Infatti proprio la mancanza di una comunicazione efficace rientra tra il novero dei fattori cd. *killer* di una *policy* la quale, se sconosciuta ai propri destinatari o non correttamente indirizzata, potrebbe risultare influente in termini di ricadute se non addirittura dannosa.

In tal senso, le analisi sul sistema economico e della ricerca regionale svolte dalle Università venete¹ tra il 2021 e l'inizio del 2022, hanno evidenziato la **necessità in Veneto di aumentare il coinvolgimento degli stakeholder nei processi di definizione delle *policies***. In particolare, nell'ambito della S3 regionale, gli spazi di miglioramento nelle diverse fasi previste dal processo EDP sono risultati essere piuttosto ampi considerato il valore aggiunto derivante dalle indicazioni che possono essere suggerite dalle PMI, dai governi locali e dalle associazioni della società civile. Tuttavia, il raggiungimento di questo obiettivo richiede il superamento di alcune criticità che tendono ad ostacolare il pieno coinvolgimento degli *stakeholder*:

- asimmetria informativa tra gli attori della quadrupla elica (imprese, mondo della ricerca, società civile e istituzioni) che comporta un minor coinvolgimento dei gruppi meno informati;
- asimmetria nel coinvolgimento di diversi settori economici alcuni dei quali sono tendenzialmente meno attivi e/o coordinati al loro interno nel presentare le proprie istanze e priorità nel contesto della definizione della S3;
- asimmetria percettiva presso alcuni *stakeholder* che comporta l'aspettativa che il coinvolgimento nel processo di scoperta imprenditoriale sia direttamente riconducibile alla definizione degli interventi operativi (bandi) e/o volto al sicuro accoglimento anche di specifiche istanze da loro presentate;
- difficoltà nel far comprendere agli *stakeholder* i benefici del processo.

Risulta quindi evidente come una migliore comunicazione e informazione condotta sul territorio potrebbe senz'altro accrescere l'interesse partecipativo finalizzato all'implementazione della S3 da parte dei portatori d'interesse.

¹ Accordo di Programma Quadro tra Regione del Veneto e Università del Veneto giusta DGR n. 697 del 21 maggio 2018

2. Gli Obiettivi di Comunicazione

L'azione comunicativa deve essere indirizzata al raggiungimento di obiettivi volti al coinvolgimento attivo del territorio, alla risoluzione delle criticità emerse e deve, al contempo, essere in grado di manifestare alla Commissione europea la volontà e l'interesse della Regione nell'attuare un costante miglioramento della propria strategia comunicativa.

In quest'ottica è fondamentale per la Regione dotarsi di un'immagine unica e coordinata in grado di rappresentare l'ecosistema dell'innovazione regionale e in cui siano ricompresi e si identifichino tutti gli attori che ne fanno parte.

In particolare, l'azione comunicativa deve puntare a:

- dare maggior visibilità alla Strategia di Specializzazione Intelligente della Regione del Veneto sia nel proprio territorio, sia in ambito extra regionale ed internazionale;
- incentivare la conoscenza, la consapevolezza e l'interesse della collettività rispetto al ruolo che il processo di EDP e la S3 rivestono nella definizione delle politiche di sostegno regionali e dell'Unione Europea, anche con particolare riferimento alle ricadute che essa avrà nel finanziamento delle attività regionali della Programmazione Comunitaria 2021-2027;
- aumentare la partecipazione dei soggetti potenzialmente interessati al percorso di EDP assicurando, al contempo, la piena rappresentanza della quadrupla elica nel modello partecipativo (equilibrio rappresentativo dei soggetti coinvolti);
- aumentare l'informazione sulle modalità e sulle tempistiche della partecipazione;
- far comprendere al territorio l'importanza della partecipazione al processo EDP e dei contributi che lo stesso può fornire (cd. approccio *bottom-up*) nella futura definizione/aggiornamento delle policy in tema di:
 - o supporto al sistema della ricerca e alle strategie di sviluppo regionale;
 - o valorizzazione dei meccanismi di trasferimento tecnologico e di creazione dell'innovazione;
 - o identificazione delle competenze del futuro e di ulteriori fattori di competitività economico volti a favorire la transizione industriale;
- promuovere le Reti Innovative Regionali (RIR) e i Distretti Industriali quali principali attuatori della Strategia nel nostro territorio e importanti esempi di un modello collaborativo dell'innovazione;
- agevolare le modalità di restituzione delle risultanze al territorio, favorendo meccanismi di accessibilità agli elaborati derivati dai contributi raccolti e che motivano le scelte di selezione che l'Amministrazione regionale è chiamata a porre in essere.

Con riguardo al processo continuo di EDP, questo sarà ora realizzato attraverso attività di ascolto/confronto territoriale finalizzate a mantenere animata la Strategia. A seconda degli obiettivi che si intendono raggiungere, le attività di animazione si differenziano tra loro anche prevedendo una diversa cadenza temporale.

Le attività svolte su base **annuale** mirano prioritariamente a monitorare, arricchire e meglio declinare gli aspetti operativi al fine di mantenere efficace e antifragile lo strumento della S3 mediante:

- o l'approfondimento delle tematiche;
- o la raccolta di critiche/proposte di miglioramento;
- o la raccolta di proposte su possibili sinergie con altri strumenti di policies (regionali, nazionali e comunitari);
- o la restituzione dei dati raccolti e delle relative valutazioni;
- o la verifica dello stato di soddisfacimento con riferimento alle performance realizzate dalla Strategia.

Vengono invece realizzate su base **triennale**, quelle attività di animazione ed ascolto volte ad attuare il vero e proprio aggiornamento periodico della Strategia di specializzazione intelligente regionale al fine di accertarne il mantenimento della validità con il quadro di riferimento. Ambiti prioritari e traiettorie di sviluppo saranno quindi rimessi al giudizio di “gradimento” del territorio attraverso un nuovo percorso di verifica degli elementi di validità.

Nella logica di supporto al percorso continuo di scoperta imprenditoriale, con il presente documento si definiscono le attività e gli strumenti di comunicazione e animazione su temi di R&I ritenuti prioritari o di attualità (anche su proposta degli organismi di *governance* della S3) in grado di garantire il mantenimento interattivo e inclusivo della partecipazione degli *stakeholder* alla Strategia in un’ottica di continuo aggiornamento della S3 e di sempre maggiore coinvolgimento del territorio (*Figura 1*).

Per fare questo si rende necessario un programma di comunicazione, informazione e animazione, che ricomprenda:

- la realizzazione di attività informative e promozionali per l’animazione del territorio, tra cui anche attivazione, connessione e gestione profili social nelle principali piattaforme social network e pubblicazione delle informazioni utili;
- la produzione e diffusione video / infografiche / brochure per condividere la nuova S3 e il contenuto del sistema di monitoraggio e valutazione;
- il ricorso a diverse tipologie di media per garantire un’adeguata diffusione delle attività poste in essere dalla Regione a favore del proprio ecosistema dell’innovazione;
- la predisposizione di strumenti operativi connessi alla partecipazione/coinvolgimento territoriale, in particolare Tavoli di Confronto Tematici e Territoriali.

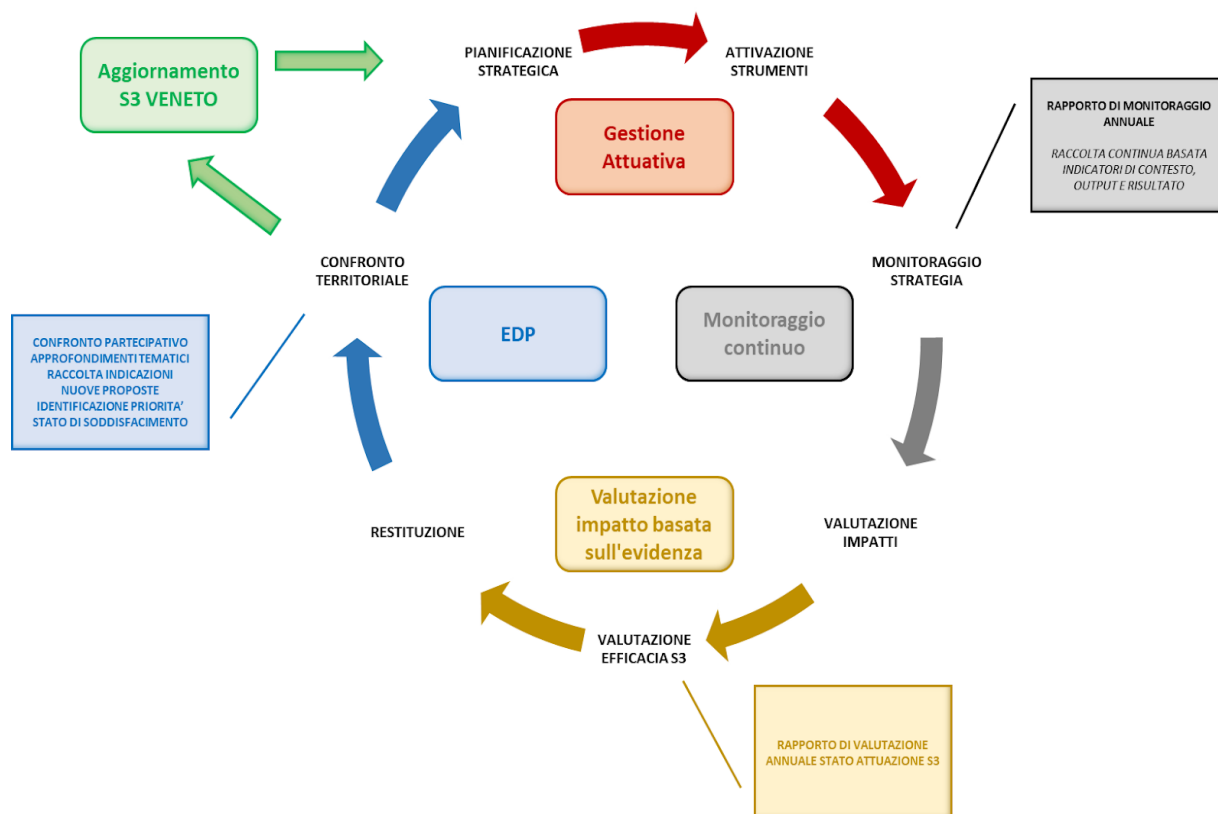


Figura 1

3. Il target delle azioni di comunicazione

Con riguardo ai “destinatari” della comunicazione, come già evidenziato, il target principale è rappresentato dai soggetti appartenenti ad **ognuna delle categorie previste dalla Quadrupla Elica (impresa, ricerca, società civile e istituzioni)**. In questo senso le azioni di comunicazione, pur privilegiando la massima diffusione possibile dell’informazione, dovranno essere declinate/modulate rispetto alle finalità specifiche e alla tipologia di soggetto che si intende raggiungere.

Tra i principali soggetti-target dell’informazione si possono preliminarmente individuare alcune esigenze comunicative:

- con riferimento alla società civile: la realizzazione di un’informazione di carattere generale per informare la cittadinanza veneta e sostenere un senso comune di interesse e di consapevolezza sull’importanza delle politiche e strategie regionali in tema di Ricerca e Innovazione. Questo rappresenta il primo e fondamentale livello per poter far emergere ulteriori interessi ed avvicinare la cittadinanza alla Strategia;
- con riferimento ai soggetti (RIR, Distretti industriali, imprese, Enti di ricerca, ...) in grado di contribuire al processo di creazione del valore attraverso la ricerca e l’innovazione, appare necessario rendere loro disponibile un quadro informativo più dettagliato pensato per interlocutori già informati sull’esistenza di una Strategia o che richiedono un approfondimento maggiore soprattutto in vista di una loro partecipazione attiva ai processi di consultazione;
- con riferimento ai soggetti che hanno partecipato direttamente al processo di EDP e che, si presume, essere già in possesso delle informazioni di base sulla Strategia, dovranno essere altresì fornite informazioni di carattere più operativo e comunque funzionali a mantenere una loro partecipazione continua al processo di EDP e/o di governance S3;
- con riferimento ai soggetti “esterni” alla regione dovranno essere fornite informazioni mirate a dare visibilità alla Strategia S3 regionale, sia con informazioni utili sulle attività riconducibili al mantenimento del criterio di buona governance (target: istituzioni europee e nazionali) sia per agevolare la lettura e la comprensione della strategia regionale in modo da renderla uno strumento funzionale ad attrarre potenziali collaborazioni o investitori.

4. Il panel degli strumenti

Maggiore è la specificità degli strumenti attuativi previsti dal percorso di scoperta imprenditoriale o l'importanza di avere un buon livello di coinvolgimento di un target selezionato e numericamente limitato, maggiore sarà la necessità di utilizzare un'attività di comunicazione più mirata e qualitativamente dettagliata.

A livello di strumentazione a disposizione si individua preliminarmente un **panel di possibili strumenti** identificati in considerazione delle **caratteristiche dei soggetti da raggiungere (target individuato)** e del **grado di dettaglio dell'informazione da comunicare (Figura 2)**.

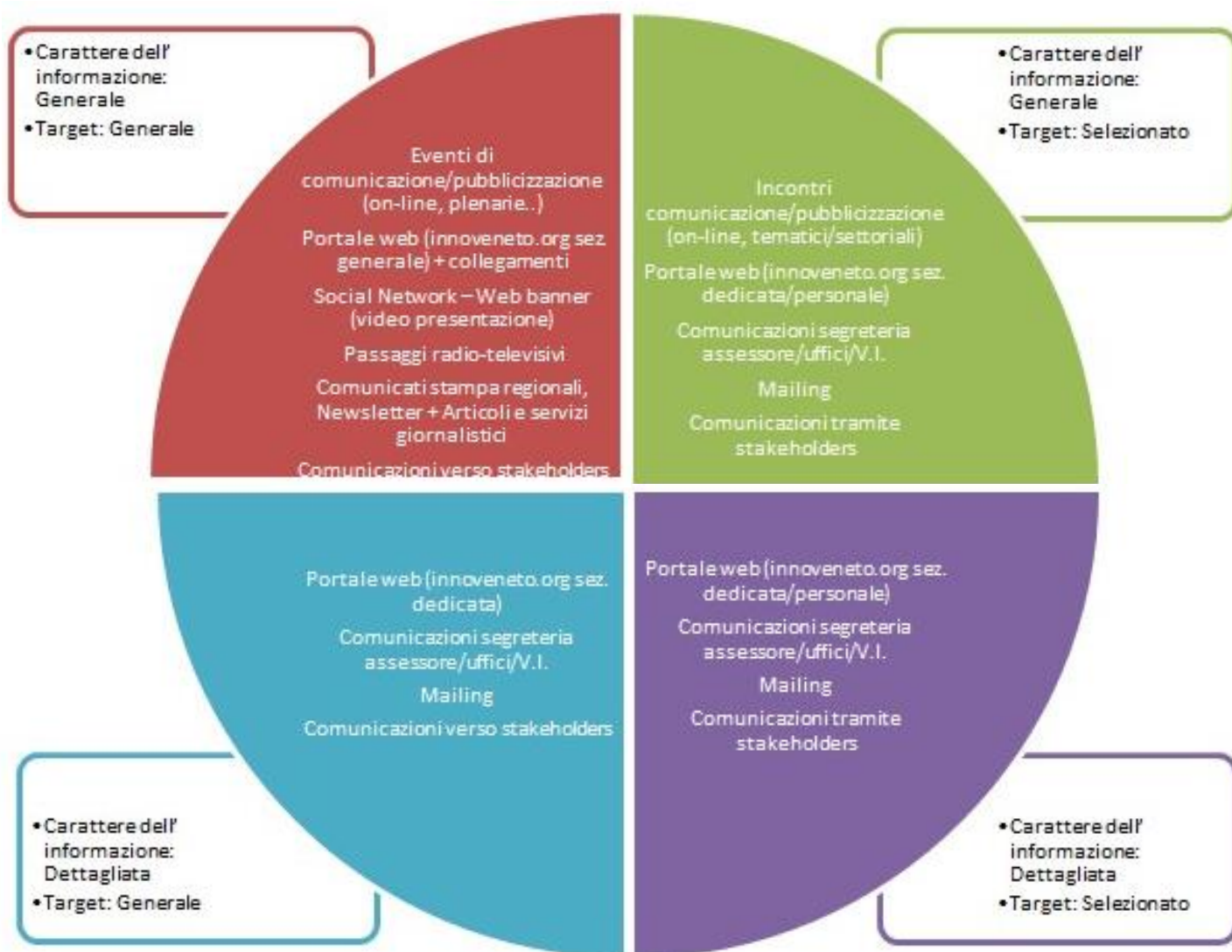


Figura 2

La **fattibilità dell'impiego dello strumento** è stata quindi valutata sulla base:

- delle tempistiche previste per l'attivazione;
- del periodo di mantenimento;
- dell'impegno che richiede in termini di risorse economiche (costi) ed umane da dedicare.



Ciò premesso, nel corso del 2023, la Direzione Ricerca Innovazione e Competitività Energetica intende utilizzare principalmente i seguenti strumenti di comunicazione:

1. Attività di *Public relation* (P.R.) finalizzate a mantenere e sviluppare la credibilità della S3 sostenendone l'immagine e la reputazione presso i target di riferimento;
2. Newsletter prodotte nell'ambito di innoveneto.org;
3. Aggiornamento e miglioramento, in un'ottica di maggior accessibilità e fruibilità dei contenuti presenti, del sito innoveneto.org;
4. Creazione attivazione e mantenimento di profili Social network collegati a innoveneto.org (Instagram, Facebook, LinkedIn e Youtube);
5. Promozione delle iniziative regionali di R&S in fase di avvio, o finalizzate alla restituzione delle risultanze prodotte e alla creazione di comunità di utenti, anche attraverso il ricorso ai mass media;
6. Definizione e promozione dell'immagine integrata, coordinata e digitale del sistema veneto dell'innovazione, cui afferiscono la S3, le RIR, i Distretti industriali, anche veicolando video, infografiche, brochure e materiali pubbli-redazionali;
7. Incontri di promozione/formazione/sostegno di RIR e Distretti industriali, anche impiegando materiali formativi e informativi;
8. Incontri di diffusione della S3 e animazione della partecipazione attiva del territorio online e a partecipazione diretta.

5. Azioni e modalità di comunicazione sul sistema regionale dell'innovazione per l'anno 2023

Nella realizzazione delle diverse azioni di comunicazione sarà necessario utilizzare il più adeguato mix degli strumenti a disposizione in relazione agli obiettivi che ci si propone. Le azioni sono programmate in base agli strumenti definiti nel quadro della convenzione tra la Regione del Veneto e Veneto Innovazione e saranno utilizzati principalmente nell'annualità 2023.

Alcune delle azioni individuate, come quelle riferite al sito internet e alla relativa newsletter, verranno realizzate in continuità con interventi già posti in essere nel corso del 2022, concentrando lo sforzo maggiore sul loro aggiornamento in funzione di un loro adeguamento rispetto alla struttura della "nuova" S3 approvata ad aprile 2022. Con riguardo a questa tipologia di interventi, quindi, nel 2023 l'attività principale si focalizzerà nel mantenere vivi, animati ed aggiornati i relativi strumenti.

Se nel corso del 2022 l'azione regionale sugli aspetti di ideazione e realizzazione di una "immagine coordinata" che in tutte le sue declinazioni (dal logo, ai materiali, dai video alle infografiche, solo per citare alcuni prodotti) fosse capace di abbracciare l'insieme delle iniziative regionali a tema R&I, nel 2023 le attività si concentreranno principalmente nell'impiego presso il vasto pubblico di tale strumentazione al fine di diffondere la nuova *brand identity* del sistema dell'innovazione del Veneto.

Nella tabella seguente sono indicati gli strumenti che si intende attivare ed utilizzare nel 2023 per singole azioni.

Strumenti	Obiettivi operativi di comunicazione	Target di riferimento	Azioni	Tempistiche --- Frequenza
Attività di Public Relation (P.R.)	● Rafforzare il ruolo della Regione del Veneto nel mondo della R&I a livello nazionale e internazionale; ● Mantenere una relazione positiva e interattiva con stakeholders e mezzi di informazione; ● Rafforzare la comunicazione interna.	RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	● Contenuti e articoli da veicolare su tutti i canali (mass e social media) ● Relazioni pubbliche con gli stakeholder: contatti telefonici costanti, riunioni, eventi (anche on line), condivisione informazioni via mail e networking ● Rapporti stabili con le altre strutture regionali competenti per ambiti e traiettorie S3 ● Favorire e coordinare il contributo redazionale dello staff	Dal secondo trimestre --- Attività continuativa
Newsletter	● Potenziare le relazioni <i>one to one</i> con la mailing list degli iscritti al servizio; ● Valorizzare l'accesso ai servizi e la promozione dei servizi offerti, anche definendo ambiti diversi di accesso e comunicazione; ● Valorizzare la componente condivisa e mettere in rete le esperienze e le attività degli attori del territorio (contributi RIR).	Strutture regionali, RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	● Lavoro editoriale sui contenuti per il mantenimento della partecipazione, creazione di contenuti accattivanti e attuali e definiti sulla base del target di riferimento ● Progettazione possibili personalizzazioni/profilazioni a partire dalla mailing-list	Dal secondo trimestre --- Attività continuativa

Strumenti	Obiettivi operativi di comunicazione	Target di riferimento	Azioni	Tempistiche --- Frequenza
Sito innoveneto.org	- Diffondere la nuova <i>brand identity</i> del sistema dell'innovazione del Veneto; - Aumentare visibilità, autorevolezza e riconoscibilità del sito e del sistema veneto dell'innovazione; - Potenziare l'immagine del sistema veneto verso l'esterno; - Attrarre e fidelizzare utenti creando una relazione stabile.	RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	<i>Restyling</i> e lancio della nuova veste grafica del sito "InnovativeVE - Portale dell'Innovazione INNOVENETO" con revisione di struttura, contenuti e grafica che ora includerà la nuova immagine sviluppata con il brand InnovatiVE - Manutenzione del portale "Innoveneto" e della relativa strumentazione presente ("Catalogo dei Fornitori", "Elenco dei Manager", database dei soggetti aderenti alle Reti Innovative Regionali e sezione interattiva funzionale all'incontro e all'interazione tra gli stakeholder e il policy maker regionale) - Traduzione in inglese dei contenuti integrativi e pubblicazione online sul portale dei contenuti tradotti	Dal secondo trimestre --- Attività di gestione ordinaria continuativa. Nella sezione "news" pubblicazione di almeno 4 notizie - informative mensili in materia
Profili Social Innoveneto e campagna Social	- Animare il territorio tramite approfondimenti sui bandi, temi ed eventi legati al sistema dell'Innovazione; - Coinvolgere nuovi partecipanti nel processo EDP; - Dare diffusione dei progetti e successi realizzati; - Aumentare conoscenza e coinvolgimento della società civile.	RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	- Lancio canali social <i>Facebook</i>, <i>LinkedIn</i>, <i>Instagram</i> e <i>YouTube</i> con grafica in linea con il brand InnovatiVE. I contenuti verteranno su quattro assi principali: → S3 Veneto; → I protagonisti dell'innovazione (RIR e Distretti Industriali); → Storie di Innovazione; → Bandi e iniziative regionali per l'innovazione. - Per l'avvio verranno realizzate tre differenti campagne che saranno alternate per permettere all'audience di acquisire familiarità con le tematiche, inserendo contenuti diversi (alcuni più informativi altri più di ispirazione). Verranno utilizzati i contenuti multimediali già prodotti nella fase di preparazione della campagna InnovatiVE (video S3, video interviste, infografiche) su cui è in corso un lavoro di suddivisione dei macro contenuti di interesse (ad es. la matrice S3 verrà focalizzata nelle diverse componenti) in "pillole" più facilmente comunicabili e le stesse video interviste in brevi frame veicolabili via social. - Saranno creati <i>hashtag</i> coerenti con la campagna che verranno condivisi anche con RIR e Distretti industriali	Dal secondo trimestre --- Attività continuativa. Sono previsti due post a settimana per Facebook, LinkedIn e Instagram e una storia ogni 15 giorni per Instagram. Il canale YouTube sarà aggiornato al bisogno con i video via via prodotti. --- Nel mese di giugno è previsto un evento pubblico (con invito rivolto anche alla stampa) per la presentazione ufficiale del brand InnovatiVE e



Strumenti	Obiettivi operativi di comunicazione	Target di riferimento	Azioni	Tempistiche --- Frequenza
			a cui sarà richiesto il supporto nel <i>reposting</i> delle campagne • Lancio dei canali social con materiale utile ad illustrare applicazioni concrete di tematiche difficili da raccontare a un pubblico non esperto • Integrazione delle campagne con i post di lancio dell'evento pubblico (vedi nel seguito Tavoli di Confronto/ Pilot Tematici S3). • A supporto della campagna di lancio dei social è previsto un incontro tecnico con RIR e Distretti industriali per condividere regole di utilizzo del nuovo brand e dei relativi strumenti, obiettivi della comunicazione e target di riferimento, contenuti e strumenti disponibili, pianificazione a breve-medio periodo.	dei social ad esso dedicati
Campagna media Ideazione e pianificazione spazi	• Promozione dell'immagine coordinata dei soggetti dell'ecosistema dell'innovazione del Veneto; • Promozione al di fuori del territorio regionale del sistema dell'innovazione del Veneto.	RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	• Diffusione, anche attraverso spazi a pagamento, del nuovo logo e dell'immagine coordinata della S3 2021-2027, delle brochure illustrativa delle RIR nella nuova S3 (lingua italiana ed inglese) ivi compresa l'attività di comunicazione e informazione attraverso diverse tipologie di media per garantire una adeguata diffusione delle attività dell'ecosistema veneto dell'innovazione • Analisi del mercato e valutazione per pianificazione di una campagna pubblicitaria • Attivazione e, gestione di strumenti operativi connessi alla partecipazione/coinvolgimento/comunicazione territoriale (compresi social media e mass media) finalizzati alla creazione di comunità di utenti, anche con campagna promozionale a pagamento	Dal secondo trimestre --- Attività prestabilita

Strumenti	Obiettivi operativi di comunicazione	Target di riferimento	Azioni	Tempistiche --- Frequenza
Incontri di Promozione e/ Formazione / Sostegno di RIR e Distretti, impiego di materiali formativi e informativi	• Animare dialogo con RIR; • Presentare le RIR in ambito nazionale e internazionale; • Valorizzare le progettualità realizzate; • Definire una comunicazione integrata uniforme per tutti i soggetti aderenti.	RIR e Distretti e destinatari loro comunicazione	• Supporto per l'utilizzo dei materiali creati nel corso del 2022; • Training online a cura di Veneto Innovazione; • Organizzazione e gestione attività di coinvolgimento di RIR e distretti: incontri, seminari informativi, formativi e divulgativi in presenza e/o con modalità telematica (numero min. di 2) • Supporto operativo all'organizzazione di eventi di presentazione di bandi attuativi di programmazione comunitaria o nazionale destinati a imprese venete (numero min. di 2)	Dal terzo trimestre --- Attività prestabilita
Organizzazione e gestione attività di animazione partecipativa attiva del territorio per la diffusione della S3	• Animare in modo continuo il territorio attraverso definizione di attività continue durante tutto il periodo 21-27; • Garantire una partecipazione attiva del territorio online e a partecipazione diretta; • Verificare l'efficacia della Strategia e garantire l'interesse del territorio sulle tematiche di sviluppo regionali; • Definire la metodologia di conduzione degli strumenti.	RIR, Distretti, Stakeholder, Università, Media, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, Leader d'opinione a livello nazionale e internazionale, Cittadini	• Attività di consultazione tramite incontri, questionari, raccolte informazioni coerenti con il sistema di EDP (definizione del format di coinvolgimento per il periodo di programmazione 21-27) • Attività di animazione continua del territorio e del sistema di governance S3 tramite l'organizzazione di forum tematici e momenti partecipativi sincroni e asincroni per favorire una partecipazione attiva degli stakeholder del territorio alla governance e al monitoraggio della S3 (2/3 Tavoli di Confronto/ Pilot Tematici S3) • Pianificazione, creazione e sviluppo di contenuti creativi da veicolare attraverso social media (grafici, video e testuali) finalizzati alla promozione dei contenuti della strategia S3 e di supporto alle attività di confronto territoriale realizzate • Mantenimento relazioni pubbliche con gli stakeholder, condivisione informazioni via mail e networking, scrittura di contenuti e articoli da veicolare su tutti i canali, newsletter • Attivazione e gestione di strumenti operativi connessi alla partecipazione/ coinvolgimento/comunicazione territoriale (zoom, slido, teams) finalizzati alla creazione di comunità di utenti	Dal terzo trimestre --- Attività continuativa



Strumenti	Obiettivi operativi di comunicazione	Target di riferimento	Azioni	Tempistiche --- Frequenza
			• Partecipazione alle attività europee/internazionali (almeno 1) e ai relativi eventi (almeno 2, anche on line) comprensivo di costi di partecipazione • Presentazione opportunità e investimenti europei /internazionali anche attraverso la pubblicazione delle notizie relative alle iniziative nazionali e europee nell'apposita sezione del portale Innoveneto - almeno 1 news al mese • Creazione di un cruscotto interattivo per la consultazione dei dati relativi agli indicatori del sistema di Monitoraggio e Valutazione S3	

6. Risorse

Per l'anno 2023, le attività di comunicazione e di promozione così come previste al paragrafo 5, sono ricomprese nell'ambito di una convenzione stipulata con la società *in house* regionale Veneto Innovazione Spa in data 20 aprile giusta deliberazione della Giunta regionale n. 385 del 7 aprile 2023 "Affidamento a Veneto Innovazione Spa, ai sensi della legge regionale 24 dicembre 2013, n. 39, di attività di promozione e informazione, previste dall'art. 10 della legge regionale 30 maggio 2014, n. 13".

Si precisa altresì che la stessa Veneto Innovazione Spa concorre alla realizzazione della Strategia di Specializzazione Intelligente regionale con funzioni di supporto tecnico-operativo alla Direzione Ricerca Innovazione e Competitività Energetica, giusta deliberazioni della Giunta regionale n. 1377 del 12 ottobre 2021 che approva la Struttura di governance della Strategia di Specializzazione Intelligente del Veneto, n. 474 del 29 aprile 2022 che approva la Strategia di specializzazione intelligente 2021 - 2027 e n. 1684 del 30 dicembre 2022 che ne approva il relativo Modello di Monitoraggio e Valutazione.



7. APPENDICI

Appendice A - Logo InnovatiVE e le sue declinazioni

Appendice B - Immagine di copertina social media

Appendice C - Esempi di immagine coordinata a supporto degli eventi



Appendice A - Logo InnovatiVE e le sue declinazioni

COSTRUZIONE

Pittogramma



InnovatiVE
SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO

Naming

Payoff



InnovatiVE
SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO



InnovatiVE
SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO



InnovatiVE
SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO



InnovatiVE

SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO



InnovatiVE

SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO



InnovatiVE
RETI INNOVATIVE REGIONALI
VENETO



InnovatiVE
RETI INNOVATIVE REGIONALI
VENETO



InnovatiVE
RETI INNOVATIVE REGIONALI
VENETO



InnovatiVE
DISTRETTI INDUSTRIALI
VENETO



InnovatiVE
DISTRETTI INDUSTRIALI
VENETO



InnovatiVE
DISTRETTI INDUSTRIALI
VENETO



InnovatiVE
VENETO



InnovatiVE
VENETO



InnovatiVE
VENETO



InnovatiVE
CENTRI DI RICERCA PER L'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
CENTRI DI RICERCA PER L'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
CENTRI DI RICERCA PER L'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO



InnovatiVE
STORIE DI INNOVAZIONE
VENETO



InnovatiVE
STORIE DI INNOVAZIONE
VENETO



InnovatiVE
STORIE DI INNOVAZIONE
VENETO



InnovatiVE
SMART AGRIFOOD
VENETO



InnovatiVE
SMART AGRIFOOD
VENETO



InnovatiVE
SMART AGRIFOOD
VENETO



InnovatiVE
SMART MANUFACTURING
VENETO



InnovatiVE
SMART MANUFACTURING
VENETO



InnovatiVE
SMART MANUFACTURING
VENETO



InnovatiVE
SMART HEALTH
VENETO



InnovatiVE
SMART HEALTH
VENETO



InnovatiVE
SMART HEALTH
VENETO



InnovatiVE
SMART LIVING & ENERGY
VENETO



InnovatiVE
SMART LIVING & ENERGY
VENETO



InnovatiVE
SMART LIVING & ENERGY
VENETO



InnovatiVE
CULTURA E CREATIVITÀ
VENETO



InnovatiVE
CULTURA E CREATIVITÀ
VENETO



InnovatiVE
CULTURA E CREATIVITÀ
VENETO



InnovatiVE
DESTINAZIONE INTELLIGENTE
VENETO



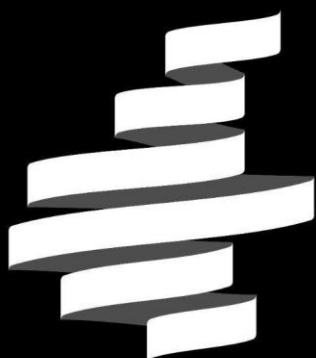
InnovatiVE
DESTINAZIONE INTELLIGENTE
VENETO



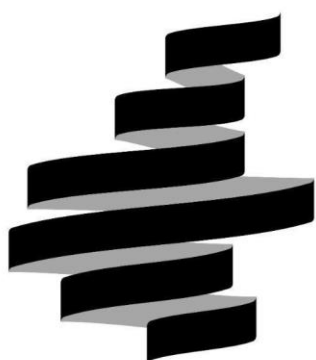
InnovatiVE
DESTINAZIONE INTELLIGENTE
VENETO



InnovatiVE
VENETO



InnovatiVE
VENETO



InnovatiVE
VENETO



Appendice B - Immagine di copertina social media

LINKEDIN



Portale dell'innovazione
INNOVENETO





TWITTER



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO

Portale dell'innovazione
INNOVENETO





FACEBOOK



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO

Portale dell'innovazione
INNOVENETO



YOUTUBE



InnovatiVE
PORTALE DELL'INNOVAZIONE
INNOVENETO

Portale dell'innovazione
INNOVENETO



Appendice C - Esempi di immagine coordinata a supporto degli eventi

ROLL UP





LOCANDINE





PRESENTAZIONI



REGIONE DEL VENETO



InnovatiVE
SMART SPECIALISATION STRATEGY
VENETO

Inserire
titolo
**Inserire
sottotitolo**





Reti Innovative Regionali e Distretti Industriali

Smart | Specialisation | Strategy
VENETO





Smart | Specialisation | Strategy

VENETO

innoveneto.org





MATERIALI DI CONSUMO PER CONVEGNI

