



UNA REGIONE + GRANDE

REGIONE DEL VENETO
POR FESR 2014-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE 2020

RTI:
Mandataria: Heads Collective
Mandante: Digical Consulting

HEADS®

digical



SERVIZIO INTEGRATO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE
DEGLI INTERVENTI DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE
E PUBBLICITÀ PREVISTI NELLA STRATEGIA
DI COMUNICAZIONE DEL PROGRAMMA OPERATIVO
REGIONALE DEL VENETO DEL FONDO EUROPEO
DI SVILUPPO REGIONALE 2014-2020
CUP: H11F18000190009 - CIG: 76217746DF



SOMMARIO

DESCRIZIONE CONTENUTI “PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ - ANNO 2020	7
Premessa	7
Obiettivi per l'anno 2020	7
Definizione dei gruppi target	8
Il concept	8
AZIONI PREVISTE DURANTE IL PERIODO DI RIFERIMENTO	10
WBS 1 PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO	10
WBS 1.1 Coordinamento e rapporti con l'AdG	10
WBS 1.2 PIANO DI COMUNICAZIONE Anno 2020	15
WBS 1.3 Rapporti di monitoraggio.....	15
WBS 2 COMUNICAZIONE ON LINE	16
WBS 2.1 WEB E NEWSLETTER.....	16
WBS 2.2 SOCIAL NETWORK	16
WBS 3 BROCHURE INFORMATIVE E GADGET	18
WBS 3.1 Brochure informative.....	18
WBS 3.2 Gadget	19
WBS 4 EVENTI.....	20
WBS 4.1 Convegni e seminari	20
WBS 4.2 Iniziativa Informativa principale annuale - ciclo di numero 6 Webinar con workshop finale.....	20
WBS 4.3 COMITATO DI SORVEGLIANZA.....	21
WBS 5 MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO	23
WBS 5.1 Proposta grafica da declinare su format comprensivi di testo per la diffusione a mezzo stampa	23
WBS 5.2 Spot video	23
WBS 5.3 Spot Audio	24
WBS 6 CAMPAGNA MEDIA.....	25
Valore economico oltre IVA	31
Cronoprogramma	32
Allegato A1 Proposta creativa	33



DESCRIZIONE CONTENUTI “PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ - ANNO 2020

PREMESSA

Il documento rappresenta analiticamente la pianificazione delle attività che saranno realizzate durante l'annualità 2020. Le stesse sono rappresentate in WBS e organizzate in azioni. Per ognuna delle azioni sono sinteticamente ripresentati i contenuti già ampiamente ripresi dai documenti approvati in precedenza (OT, prescrizioni del contratto, indicazioni recepite durante gli incontri con la committenza), oltre ad individuare per ognuna gli output puntuali, la pianificazione temporale e il loro valore economico a corpo, in linea con la tipologia del contratto.

OBIETTIVI PER L'ANNO 2020

Il Piano descrive le azioni programmate nel periodo di riferimento, che, in linea con gli obiettivi generali della strategia di comunicazione approvata dal Comitato di Sorveglianza nella riunione tenutasi a Venezia il 03/02/2016 e modificata nella riunione del 19/04/2018, concorrono al raggiungimento dei seguenti obiettivi generali, pun-

tualmente rappresentati nella strategia della comunicazione al paragrafo 4.3 in obiettivi specifici differenziati con i differenti target/pubblico di riferimento:

- piena conoscenza delle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020;
- costante ed adeguata informazione e comunicazione con i cittadini sul ruolo dell'Unione Europea e del POR FESR 2014-2010;
- migliorare la conoscenza da parte dei cittadini sui risultati delle politiche comunitarie e in particolare dei progetti e delle buone pratiche realizzate con il fondo FESR;
- incentivare e diffondere la conoscenza del POR FESR 2014-2020 e del ruolo che esso gioca nella valorizzazione e nello sviluppo del territorio del Veneto nel suo complesso;
- garantire trasparenza, accessibilità e imparzialità nell'accesso alle informazioni ed alle opportunità offerte dal POR FESR 2014-2020.

L'approccio è sistematico ed integrato, solo il dialogo tra

tutti gli attori può garantire risultati accettabili.

I beneficiari protagonisti della comunicazione sono l'interlocutore del grande pubblico e di quelli che possono da potenziali beneficiari essere percettori delle somme stanziolate dal POR FESR 2014-2020.

I beneficiari identificano e rappresentano la Regione del Veneto in quanto territorio e anche istituzione vicina al tessuto produttivo e sociale.

DEFINIZIONE DEI GRUPPI TARGET

In coerenza con gli obiettivi e con la Strategia di Comunicazione del POR FESR 2014-2020 i destinatari delle azioni di informazione e pubblicità definite nel presente piano, e coincidenti con quello della precedente annualità, sono:

- **beneficiari potenziali del programma:** nello specifico si tratterà dei target a cui sono rivolti i bandi e gli avvisi in pubblicazione nell'anno;
- **grande pubblico,** da sensibilizzare e informare sul ciclo di programmazione e sulle nuove opportunità. Il pubblico è sostanzialmente rappresentato dalla popolazione regionale nel suo complesso, verso la quale è necessario assicurare la massima copertura mediatica;
- **partenariato economico e sociale e mass media,** da

coinvolgere nelle principali iniziative affinché possano svolgere la loro funzione di moltiplicatori di informazioni;

- **beneficiari effettivi,** da informare su regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti.

IL CONCEPT

Le proposte creative (si veda allegato "A1 Proposta Creativa") rappresentano la sintesi grafica della strategia di comunicazione applicata agli strumenti di comunicazione operativa in linea con quanto realizzato nel 2019. Tenendo presente la traccia della comunicazione istituzionale del FESR e della Regione Veneto realizzata, il brief sviluppato ha previsto un percorso comunicativo mediante le immagini ed il testo, per avere un focus di facile lettura visiva, chiaro e distinto, migliorativo rispetto alla soluzione presentata in fase di candidatura, ed in linea con quanto già realizzato prima dell'affidamento. Un processo che consentirà un posizionamento dell'intera campagna di comunicazione con un taglio di tipo istituzionale ma, al tempo stesso, moderno e dal look friendly. Il concept generale della Campagna intende dare voce concreta a quanti hanno potuto usufruire delle risorse erogate dalla Regione del Veneto e stanziolate dal FESR. Sempre nell'ottica di facilitare il raggiungimento degli

obiettivi fissati nella Strategia della comunicazione, la Campagna si configura come una “comunicazione tra pari” e non “diretta dall’alto”, e quindi più credibile e reale. Il target si identifica con i testimonial, beneficiari e grande pubblico allo stesso tempo.

Le storie dei protagonisti sono funzionali tanto a informare quindi sugli strumenti a disposizione, quanto a raccontarne le potenzialità e i risultati ottenuti.

Lo storytelling attraverso gli strumenti diversi – campagna pubblicitaria, pubblicazioni, contenuti editoriali, interviste e video interviste, web, social media ecc – contribuirà a “sostanziare” di vita il programma. Del resto, la stessa comunicazione della Commissione Europea sul FESR appare orientata in questo senso.

Un concept generale che stabilisce quelli che sono gli elementi portanti : il territorio e la sua crescita.

Elementi che vengono interpretati in un visual generale che identifica il territorio di riferimento, attraverso la linea grafica dei confini geografici della regione del Veneto ritagliati in un maestoso albero, simbolo della crescita del tessuto produttivo e sociale. Nello stesso visual è presente una scala Multicolor, elemento positivo che eredita lo spirito di quello che è il claim definito e fino a questo momento di attuazione del programma utilizzato

“ un moltiplicatore di opportunità.....” e si propone non di superare ma di sintetizzare con il binomio: immagine positiva rappresentata dalla scala ed il key message: Una Regione + Grande.

Un Key Message che rafforza il concetto di crescita, con una comunicazione differenziata per meglio informare quello che rappresenta il programma, i suoi Assi, e le sue priorità.

Non solo una comunicazione generale del Programma ma una comunicazione declinata per Asse, nel Visual e nel Key Message rappresentata graficamente nel documento inerente le proposte grafiche di comunicazione (A1 Proposta Creativa, introduzione pag 3 - Elementi grafici pagg 4-6).

AZIONI PREVISTE DURANTE IL PERIODO DI RIFERIMENTO

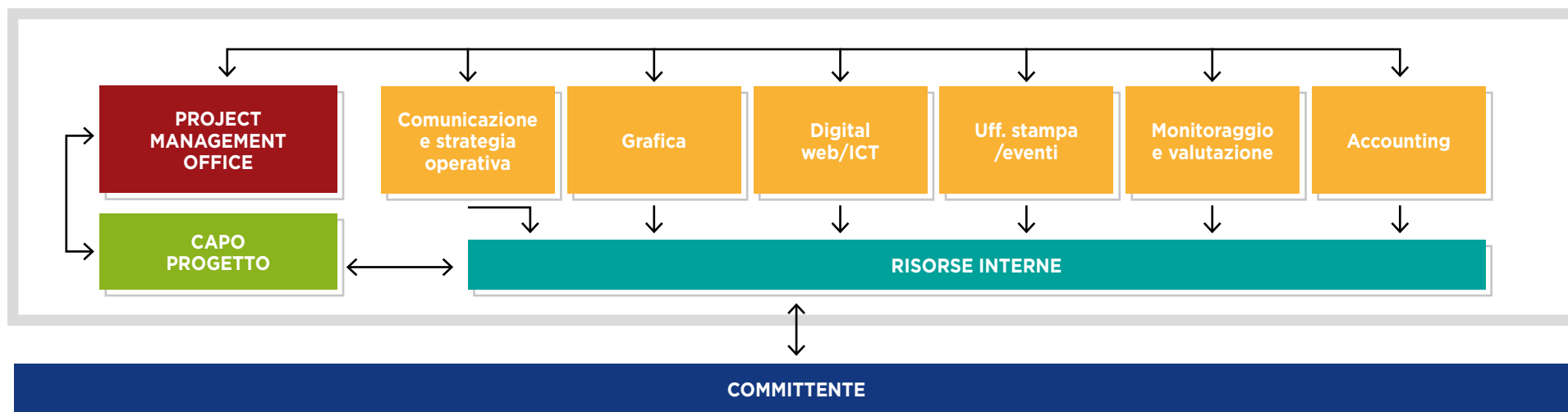
WBS 1. PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO

WBS 1.1 COORDINAMENTO E RAPPORTI CON L'ADG

Da un punto di vista funzionale è stata predisposta una matrice **compiti-responsabilità** quale strumento di programmazione e controllo delle attività, che associa le azioni da compiere alle risorse che le eseguono (unità operative interessate) sulla base delle effettive competenze e capacità.

Nel dettaglio, il **Capo Progetto** costituisce l'interfaccia con l'Amministrazione nel controllo di gestione,

nella gestione dei rischi, per la qualità del Servizio e per assicurare la fornitura dei dati necessari al sistema di monitoraggio e valutazione della comunicazione. Il **gruppo di lavoro** esplicitato è assegnato alle diverse aree funzionali presenti nello schema: comunicazione strategica e operativa, Grafica ed operatività, digital web/ ICT, Ufficio Stampa /eventi, monitoraggio e valutazione, accounting



WBS	RISORSA – (ID)	FUNZIONE
1.1 Coordinamento e rapporti con l'AdG	Sandro Turano – 01	Capo progetto
1.2 Piano di comunicazione Anno 2019	Sandro Turano – 01	Capo progetto
1.3 Rapporti di Monitoraggio	Sandro Turano – 01	Capo progetto
2.1 Web e Newsletter	Erica Visentin – 08	Area Web e Social
	Fabio Miotti – 09	Area Web e Social
	Stefano Falcone – 10	Area Web e Social
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
	Giuseppe Catterin – 11	Supporto nella redazione e verifica dei contenuti WEB
2.2 Social Network	Erica Visentin – 08	Area Web e Social
	Fabio Miotti – 09	Area Web e Social
	Stefano Falcone – 10	Area Web e Social
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
3.1 Brochure Informative	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Giuseppe Catterin – 11	Supporto nella redazione dei contenuti
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
3.2 Gadget	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto

4.1 Convegni e Seminari	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
4.2 Iniziativa Principale Annuale	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
4.3 Comitato di Soveglianza	Silvia Basso – 07	Area Eventi
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.1 Proposta grafica da declinare	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.2 Spot Video	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
5.3 Spot Audio	Laura Bolzan – 05	Area Grafica
	Carlo Alberto Della Siega – 06	Area Grafica
	Federico Vanin – 02	Direzione artistica
	Renzo Di Renzo – 03	Direzione creativa
	Sandro Turano – 01	Capo progetto
6. Campagna Media	Faustino Fabiano – 04	Acquisto spazio media
	Sandro Turano – 01	Capo progetto

Inoltre, al fine di poter monitorare l'andamento delle attività vengono identificati anche:

1) un indicatore finale quale traduzione quantitativa de-

gli obiettivi del servizio;

2) un indicatore di risultato intermedio a supporto del monitoraggio in itinere di commessa.

WBS	INDICATORI DI RISULTATO INTERMEDI	VALORE TARGET
1.1	• Matrice responsabilità	1
	• Definizione di Work Package	1
1.2	• Breafing	1
	• Analisi preliminare (target, obiettivi)	1
	• Elaborazione Concept	1
1.3	• Raccolta dati	1
	• Analisi dei dati	1
	• Indagini con i social e le news letter	1
2.1	• Swot analysis sito web	1
	• Swot analysis newsletter	1
2.2	• Analisi social attivati	1
	• Piano interventi migliorativi	1
	• Piano editoriale	1
	• Pianificazione campagne adv	1
3.1	• Progettazione Layout grafico	6
	• Definizione contenuti	6
3.2	• Elaborazione Layout grafico	3
	• Predisposizione prodotti promo	3
4.1	• Piano evento	6
	• Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.)	6
	• Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, diretta streaming	6
	• Attività post-evento: relazione fotografica, relazione video, atti del convegno, registro ospiti	6

4.2	• Piano evento informativo annuale	7
	• Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.) nei luoghi dove si svolgeranno i webinar ed il workshop finale	7
	• Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, diretta streaming, gestione piattaforma webinar	7
	• Attività post-evento: relazione fotografica, relazione video, registro partecipanti	7
4.3	• Piano evento comitato sorveglianza	1
	• Attività pre-evento: sopralluoghi, selezione fornitori, definizione relatori, predisposizione materiale di comunicazione a supporto (registro ospiti, cavalieri da tavolo, kit partecipanti, etc.)	1
	• Attività durante evento: assistenza tecnica ed organizzativa, servizio video e fotografico, welcome coffee e brunch, registrazione audio	1
	• Attività post-evento: relazione fotografica, relazione video, sbobinatura audio registrato, registro ospiti	1
5.1	• Declinazioni delle proposte grafiche per tutti i format necessari per ogni asse del programma	6
5.2	• Storyboard per ciascun video	5
	• Realizzazione riprese ed interviste eventuali o selezione scene o costruzione scene motion graphics	5
	• Montaggio e post produzione	5
5.3	• Storyboard per ciascun spot audio	6
	• Speakeraggio	6
6	• Pianificazione uscite annunci su quotidiani	56
	• Pianificazione uscite annunci su periodici	36
	• Pianificazione uscite annunci su testate online (numero)	72
	• Pianificazione spot su emittenti televisive (numero)	861
	• Pianificazione spot su emittenti radio (numero)	714

WBS	INDICATORI DI REALIZZAZIONE FISICO	TARGET
1.1	Relazioni mensili – Report semestrale	13
1.2	Redazione Piano di comunicazione	1
1.3	Produzione Rapporto di monitoraggio	1
2.1	Azioni di miglioramento del sito e della newsletter	1
2.2	• Mesi Implementazione/Gestione social media	12
	• Pianificazione Campagne di advertising mensile sui canali social con relativi report risultati	12
3.1	Realizzazione di brochure e relativa stampa	6
3.2	Realizzazione di di gadget (Tazze, calendari da tavolo quota parte 2020, agendine) con relativa stampa	3
4.1	Organizzazione di convegni	6
4.2	Organizzazione di evento annuale “6 webinar con workshop finale”	1
4.3	Organizzazione riunione Comitato di Sorveglianza	1
5.1	File esecutivi relativi ai media per ogni asse	6
5.2	Produzione n. spot video	5
5.3	Produzione n. spot audio di cui due pianificati nel 2019 e non realizzati	6
6	• N. uscite su quotidiani;	56
	• N. uscite di una settimana ciascuna su testate periodiche;	36
	• N. uscite di una settimana ciascuna su testate online;	72
	• N. spot su televisioni;	861
	• N. spot su radio.	714

In relazione agli incontri e allo stato di avanzamento dei lavori, saranno realizzati dei report. Più nello specifico

il concorrente presenterà un report al mese; gli stessi saranno inviati al Committente entro n.5 giorni lavorativi. Al termine di ogni trimestre, il concorrente, produrrà un report trimestrale sullo stato di avanzamento dei lavori, utilizzabile anche a supporto di tutte le verifiche di natura amministrativa e contabile, e per i Sal semestrale relativo al periodo gennaio/giugno 2021. Entro il 15/02/2021, sarà elaborato un report annuale delle attività realizzate entro il 31/12/2020 rappresentato dal Rapporto di Monitoraggio, sottoposto preliminarmente e concordato con il committente e successivamente presentato al primo Comitato di sorveglianza del programma. Il Rapporto di Monitoraggio descriverà le attività realizzate, le modalità e le scelte organizzative adottate, riporterà i relativi indicatori di realizzazione e di risultato. Il Rapporto di Monitoraggio sarà supportato anche da una apposita presentazione elaborata secondo un format condiviso con il committente, da utilizzare nell'ambito di incontri, riunioni e gruppi di lavoro. Comunque sia, tutti i Report e le attività saranno redatti in stretta collaborazione con il committente e sempre sottoposti a validazione dallo stesso. I documenti richiameranno puntualmente gli obiettivi previsti dalla Strategia di comunicazione, anche nell'ottica del

monitoraggio e della valutazione delle attività. I report e i relativi allegati, saranno distribuiti sia in formato cartaceo che digitale (file pdf).

Tempi di realizzazione: (gennaio/dicembre 2020)

Output: Report (mensili, trimestrali e annuale)

Valore economico indicativo attività 2020: € 7.500,00

WBS 1.2 PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2020

Sarà realizzato il piano di comunicazione 2020, in ottemperanza a quanto previsto dal Contratto e dagli atti di gara.

Tempi di realizzazione: (ottobre 2019/dicembre 2019)

Output: Piano di Comunicazione (PdC) per l'anno 2020

Valore economico indicativo attività 2020: € 3.000,00

WBS 1.3 RAPPORTI DI MONITORAGGIO

L'attività di monitoraggio e valutazione è innanzitutto finalizzata a rispondere a quanto previsto dal Reg. (UE) n. 1303/2013 che prevede che il rapporto di monitoraggio annuale da presentare illustri e valuti "i risultati delle misure di informazione e pubblicità dei fondi promosse nell'ambito della Strategia di Comunicazione. Quest'ultima, nel rispetto di quanto stabilito dall'allegato XII del citato Regolamento, punto 4, lettera g), stabilisce che le at-

tività di informazione e comunicazione siano valutate "in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione in termini di sensibilizzazione nei loro confronti".

Saranno realizzate le attività di monitoraggio mensili per agevolare la redazione del rapporto di monitoraggio annuale). Le attività che saranno realizzate saranno propedeutiche per la presentazione del rapporto stesso previsto entro il 15/02/2021.

Le attività di monitoraggio sono descritte al paragrafo 1.1.

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output: 12 Report mensili , 1 report semestrale e Rapporto di monitoraggio.

Valore economico indicativo attività 2020: € 3.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1

PROGRAMMAZIONE E COORDINAMENTO: € 15.500,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.1

Coordinamento e rapporti con l'AdG: € 7.500,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.2

PIANO DI COMUNICAZIONE anno 2021: €3.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 1.3

Rapporti di monitoraggio: €3.000,00

WBS 2 COMUNICAZIONE ON LINE

WBS 2.1 WEB E NEWSLETTER

L'attività continuerà seguendo la linea definita nel 2019, saranno proposte eventuali modifiche funzionali e dei contenuti; garantendo assistenza continua per migliorare il layout grafico e definire i contenuti dei messaggi da comunicare.

Il RTI garantirà lo stesso livello dei servizi sia del sito che della newsletter realizzato nel 2019. Sarà inoltre realizzato un sondaggio per verificare l'efficacia dei cambiamenti realizzati e da realizzare, attività prevista anche nel 2019 ma che ha interessato solo la newsletter a seguito del ritardo nella migrazione al nuovo layout grafico del portale dedicato.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- documenti redatti durante le fasi di realizzazione delle attività.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;

- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2020: € 5.000,00

WBS 2.2 SOCIAL NETWORK

2.2.1 Sarà verificato lo stato dell'arte e la funzionalità degli strumenti attualmente attivi, sarà garantito un supporto puntuale all'Adg.

L'approccio seguirà le seguenti fasi: definizione delle specifiche; sviluppo e redazione ; testing e rilascio. Ciclo di attività che verrà applicato ad ogni output prodotto (A1 Proposta Creativa, Post social media pag 20).

2.2.2 Inoltre sarà realizzata una campagna di Adv sulle pagine/Account: Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter Ads, Youtube, Google Search, Vimeo.

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- documenti redatti durante le fasi di realizzazione delle attività;
- campagna di adv sui social in base a quanto stabilito in offerta tecnica o definito con la stazione appaltante e documentato con report comprovanti le

campagne realizzate.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2020: € 15.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 2

COMUNICAZIONE ON LINE : **€20.000,00**

(WBS 2.1) WEB E NEWSLETTER

Valore economico indicativo: € 5.000,00

(WBS 2.2) SOCIAL NETWORK

Valore economico indicativo: € 15.000,00

WBS 3 BROCHURE INFORMATIVE E GADGET

WBS 3.1 BROCHURE INFORMATIVE

N° 6 tutti parte della collana progettata nel 2019, con le prime tre che manterranno la stessa linea di quelle realizzate l'anno precedente, e riguarderanno gli assi del programma non trattati, e le ulteriori tre, concepite come un approfondimento del programma e dei risultati conseguiti. Per ognuna si realizzerà un layout semplice e chiaro, caratterizzato da elementi grafici e testuali, la cui articolazione e struttura sarà dettata sulla base delle informazioni da comunicare (si veda allegato (A1 Proposta Creativa, Brochure pagg 7-15).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- n. 6 Progetti grafici, e definizione contenuti, impaginazione;
- brochure formato 14,8x21cm (A5 vert.) chiuso, 16 facciate, su carta patinata opaca da 150 g, copertina carta patinata opaca 150 g, stampa a 4 colori, rilegatura a punto metallico;
- stampa e definizione e realizzazione di un piano di dif-

fusione (n.2.000 copie per ogni prodotto editoriale).

In riferimento alla diffusione, i destinatari dei tre prodotti sono rappresentati da:

- **beneficiari potenziali del programma** a cui sono rivolti i bandi e gli avvisi in pubblicazione nell'anno;
- **grande pubblico**, ovvero la popolazione regionale nel suo complesso, verso la quale è necessario assicurare la massima copertura mediatica, da sensibilizzare e informare sul ciclo di programmazione e sulle nuove opportunità;
- **beneficiari effettivi**, da informare su regole e adempimenti per il corretto utilizzo dei finanziamenti ottenuti.

Il materiale realizzato nel numero di copie previste (2.000 per tipo) sarà recapitato con consegna e diffusione concordata con il Committente.

La diffusione delle brochure avverrà attraverso due canali:

- in occasione di eventi (nel numero di 500 per prodotto);
- presso centri informativi (nel numero complessivo di 1.500).

Valore economico indicativo attività 2020: € 10.000,00

WBS 3.2 GADGET

Durante il 2020 si provvederà alla realizzazione delle quantità di gadget previste (A1 Proposta Creativa, Gadget pagg 27-29):

- n. 700 calendari da tavolo anno 2021 (rimanenza di quanto concordato con la committenza e previsto nel 2019);
- n. 2.000 tazze;
- n. 2.000 agendine.

In riferimento alla diffusione, i destinatari delle 3 tipologie di gadget sono rappresentati da:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Il materiale realizzato nel numero previsto sarà recapitato con consegna e diffusione concordata con il Committente.

I gadget saranno distribuiti:

- in occasione di eventi (nel numero di 500 per prodotto);
- presso centri informativi (nel numero di 1.000);
- presso la sede del Committente (nel numero di 500).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- realizzazione e consegna gadgets nelle quantità previste;
- verbale di consegna gadget;
- relazione fotografica.

Valore economico indicativo attività 2020 GADGET:

€ 6.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 3

BROCHURE INFORMATIVE E GADGET:	€16.000,00
---------------------------------------	-------------------

(WBS 3.1) BROCHURE	
--------------------	--

Valore economico indicativo:	€ 10.000,00
------------------------------	-------------

(WBS 3.2) GADGET	
------------------	--

Valore economico indicativo:	€ 6.000,00
------------------------------	------------

WBS 4 EVENTI

WBS 4.1 CONVEGNI E SEMINARI

Saranno realizzati nel periodo gennaio-dicembre 2020 n° 6 dei nove convegni, di cui due già previsti nel 2019 ma non realizzati.

Gli stessi saranno realizzati secondo le modalità previste e prescritte dal contratto.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- piano evento;
- elenco relatori;
- registro presenze;
- atti del convegno;
- relazione fotografica.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- beneficiari effettivi;
- partenariato sociale.

Valore economico attività 2020: € 11.000,00

WBS 4.2 INIZIATIVA INFORMATIVA PRINCIPALE ANNUALE - CICLO DI NUMERO 6 WEBINAR CON WORKSHOP FINALE

L'Evento "iniziativa informativa principale annuale" riguarderà l'organizzazione di numero 6 webinar con un workshop finale. I temi ed i tempi dei webinar saranno concordati con la committenza, in generale i contenuti riguarderanno la nuova programmazione e bandi e avvisi pubblicati.

Saranno realizzati seminari interattivi sul web, in forma remota, un utile supporto agli utenti per la presentazione dei bandi e degli avvisi relativi al FESR.

Per definizione, un webinar è un evento pubblico che avviene online, un'occasione in cui più persone, mediante una piattaforma web, si ritrovano per discutere di un certo argomento. Sarà prevista la presenza di uno o più relatori che presenteranno uno specifico argomento o bando/avviso.

Il/i relatore/i che presenteranno l'evento potranno usare diversi strumenti online, mostrando slide, filmati, confrontandosi in diretta con gli altri partecipanti, sia in

forma scritta che a voce.

I webinar saranno a numero chiuso, abbastanza ampio da coinvolgere un buon numero di partecipanti interessati ma comunque limitato, fissato a un massimo di 400 partecipanti, al fine di garantire assistenza, confronto e collaborazione di gruppo e individuale. Gli utenti dovranno registrarsi nei tempi previsti. Successivamente alla registrazione, l'utente riceverà un codice attraverso cui collegarsi il giorno e l'ora dell'evento. Il webinar sarà comunque registrato e reso fruibile, attraverso i canali web di progetto, per tutti gli utenti e senza limitazioni di tempo, se richiesto dal commitente.

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- piano evento dei webinar e del workshop finale;
- relazione fotografica workshop finale;
- video integrale;
- scelta relatori;
- materiale informativo/formativo (slides, etc);
- registrazione partecipanti;
- registrazione evento webinar.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;

- beneficiari effettivi;
- partenariato sociale.

Valore economico indicativo attività 2020: € 9.000,00

WBS 4.3 COMITATO DI SORVEGLIANZA

La riunione del Comitato di Sorveglianza 2020 sarà realizzata nel periodo compreso tra aprile e maggio 2020, secondo le modalità previste.

L'evento si svolgerà nell'arco di due giornate. Tutti gli aspetti organizzativi e logistici verranno definiti di concerto con la Stazione Appaltante, ivi compresa l'individuazione della sede.

Conformemente a quanto previsto dagli atti di gara, le prestazioni programmate per la gestione dell'evento comprenderanno:

n.2 welcome coffee (uno per ogni giornata);

n. 2 brunch pomeridiani (uno per ogni giornata). L'allestimento, inoltre, prevedrà adeguamenti tecnici, amplificazione audio per le persone sedute al tavolo e registrazione audio dell'incontro con consegna del relativo file su supporto digitale non modificabile (A1 Proposta Creativa, Materiale evento pagg 21-26).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: marzo/giugno 2020

Output:

- piano evento;
- relazione forografica;
- video integrale;
- kit utenti accreditati;
- materiale informativo/formativo (slides, etc.);
- registrazione partecipanti;
- evento on line;
- sbobbinatura dell'audio registrato e sintesi.

Valore economico indicativo COMITATO DI**SORVEGLIANZA 2020:** € 16.000,00**VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 4****“EVENTI”:** **€ 36.000,00**

4.1 Valore economico indicativo

Convegni e seminari: € 11.000,00

4.2 Valore economico indicativo

Eventi informativi principali annuali

(Webinar): € 9.000,00

4.3 Valore economico indicativo

CdS 2020: € 16.000,00

WBS 5 MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO

WBS 5.1 PROPOSTA GRAFICA DA DECLINARE SU FORMAT COMPRENSIVI DI TESTO PER LA DIFFUSIONE A MEZZO STAMPA

Saranno declinate le proposte creative già realizzate durante l'anno 2019 (A1 Proposta Creativa, ADV pag 16-17).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- file esecutivi per mezzi e tutta la documentazione attestante la realizzazione delle attività.

Valore economico attività 2020: € 0

WBS 5.2 SPOT VIDEO

Durante il 2020 è prevista la realizzazione di numero 5 spot video dei 15 previsti da contratto.

In una preliminare fase, come concordato nella riunione del 28 11 2019 con la stazione appaltante, saranno successivamente definiti i contenuti con la committenza, la realizzazione di ognuno seguirà le seguenti fasi: Progettazione e realizzazione storyboard per ciascun video; Re-

alizzazione riprese e interviste o animazioni in graphics motion, Montaggio e post-produzione.

La durata sarà concordata in base all'utilizzo nella diffusione.

Inoltre il video emozionale di 30 sec. realizzato nel 2019, sarà sottotitolato in inglese, e tutti quelli da realizzare e realizzati saranno sottotitolati in italiano.

Si veda story board spot video proposto, contenuto nel documento relativo alle proposte creative (A1 Proposta Creativa, Spot radio pag 19).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output

- n. 5 story board;
- n. 5 spot video da 30".

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2020: € 8.000,00

WBS 5.3 SPOT AUDIO

Nell'annualità 2020 ne saranno realizzati numero 6 dei dodici previsti da contratto di cui due già realizzati nel 2019 ed altri due previsti nella stessa annualità ma non realizzati.

Nella base musicale sarà utilizzata quella già selezionata nel 2019, identitaria per tutta la campagna ed utilizzata anche nella realizzazione dei video, anche per la voce dello speaker di tipo "Nazionale", sarà confermata quella utilizzata per gli spot realizzati nel 2019.

La durata di ognuno sarà di 30"e per la realizzazione saranno seguite le seguenti fasi: Progettazione e realizzazione storyboard per ciascun spot; speakeraggio, Montaggio e post-produzione con base musicale. Si veda script relativo a spot audio proposto, contenuto nel documento relativo alle proposte creative (A1 Proposta Creativa, Spot TV pag 18).

OUTPUT E TEMPI DI REALIZZAZIONE:

Tempi di realizzazione: 12 mesi (gennaio/dicembre 2020).

Output:

- n. 6 script/testi spot audio;
- n. 6 spot audio 30" formato mp3.

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;

- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico indicativo attività 2020: € 2.000,00

VALORE ECONOMICO INDICATIVO WBS 5

"MATERIALE GRAFICO, VIDEO E AUDIO": € 10.000,00

5.1 Valore economico indicativo

Proposta grafica da declinare su format comprensivi di testo per la diffusione a mezzo stampa: € 0

5.2 Valore economico indicativo

Spot video: € 8.000,00

5.3 Valore economico indicativo

Spot radio 2019: € 2.000,00

WBS 6 CAMPAGNA MEDIA

La Campagna media, rispettando i tempi e gli obiettivi della Strategia di comunicazione partirà il mese di febbraio 2020 e si articolerà in 3 azioni che si svilupperanno nei mesi febbraio, giugno e ottobre.

Descrizione delle due azioni della Campagna media in termini di output, tempi di realizzazione e valore economico.

La **prima azione** 2020 (febbraio) si svilupperà secondo il seguente schema:

- n. 3 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 21 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 12 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 24 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna su Telenuovo (63 spot) e 7 Gold TelePadova (63 spot), N. 2 uscite di una settimana ciascuna su Antenna 3 (42 spot), TVA Vicenza (42 spot), TeleArena (42 spot), Rete Veneta (42 spot) e 7 Gold TeleRegione (42 spot),

per un totale di 336 spot;

- n. 1 uscita di una settimana ciascuna su radio Company (21 spot), radio Stella (21 spot), radio Vicenza (21 spot), radio Sportiva (21 spot), radio StereoCittà (21 spot), Radio Club 103 (21 spot) e radio Verona (21 spot), N. 1 uscita di quattro settimane per radio Cafè (84 spot), per un totale di 231 spot;

VALORE ECONOMICO I AZIONE

Carta	€ 34.314,00
Tv	€ 32.169,38
Radio	€ 3.574,38
Totale	€ 70.057,75

La **seconda azione** 2020 (giugno) si svilupperà secondo il seguente schema:

- n. 3 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 21 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 12 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testa-

ta online per un totale di 24 uscite;

- n. 3 uscite di una settimana ciascuna su Telenuovo (63 spot) e 7 Gold TelePadova (63 spot), N. 2 uscite di una settimana ciascuna su TVA Vicenza (42 spot), TeleArena (42 spot) e 7 Gold TeleRegione (42 spot), per un totale di 252 spot;
- n. 1 uscita di una settimana ciascuna su radio Company (21 spot), radio Stella (21 spot), radio Vicenza (21 spot), radio Sportiva (21 spot), radio StereoCittà (21 spot), Radio Club 103 (21 spot) e radio Verona (21 spot), N. 1 uscita di quattro settimane per radio Cafè (84 spot), per un totale di 231 spot.

VALORE ECONOMICO II AZIONE

Carta	€ 34.314,00
Tv	€ 32.169,38
Radio	€ 3.574,38
Totale	€ 70.057,75

La **terza azione** 2020 (ottobre) si svilupperà secondo il seguente schema:

- n. 2 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 14 uscite;
- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testa-

ta periodica per un totale di 12 uscite;

- n. 3 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 24 uscite;
- n. 4 uscite di una settimana ciascuna su 7 Gold TelePadova (84 spot) N. 3 uscite di una settimana ciascuna su TVA Vicenza (63 spot), N. 2 uscite di una settimana ciascuna su Telenuovo (42 spot) TeleArena (42 spot) e 7 Gold TeleRegione (42 spot), per un totale di 273 spot;
- n. 1 uscita di una settimana ciascuna su radio Company (21 spot), radio Stella (21 spot), radio Vicenza (21 spot), radio Sportiva (21 spot), radio StereoCittà (21 spot), Radio Club 103 (21 spot) e radio Verona (21 spot), N. 1 uscita di quattro settimane per radio Cafè (84 spot), per un totale di 231 spot.

VALORE ECONOMICO III AZIONE

Carta	€ 30.100,00
Tv	€ 25.735,50
Radio	€ 2.859,50
Totale	€ 58.695,00

Totali delle uscite programmate per le 3 azioni di campagna media complessivamente considerate.

- n. 8 uscite sui sette quotidiani previsti per un totale di 56 uscite;
- n. 9 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata periodica per un totale di 36 uscite;
- n. 9 uscite di una settimana ciascuna per ogni testata online per un totale di 72 uscite;
- n. 10 uscite di una settimana ciascuna su 7 Gold TelePadova (210 spot) N. 7 uscite di una settimana ciascuna su TVA Vicenza (147 spot), N. 8 uscite di una settimana ciascuna su Telenuovo (168 spot), n. 6 uscite di una settimana ciascuna su TeleArena (126 spot), 7 Gold TeleRegione (126 spot), n. 2 uscite di una settimana ciascuna Antenna 3 (42 spot) Rete Veneta (42 spot) per un totale di 861 spot;
- n. 2 uscite di una settimana ciascuna su radio Company (42 spot) e radio Sportiva (42 spot), N. 3 uscite di una settimana ciascuna su radio Stella (63 spot), radio Vicenza (63 spot), N. 4 uscite di una settimana ciascuna su radio StereoCittà (84 spot), Radio Club 103 (84 spot) e radio Verona (84 spot), N. 12 uscite di una settimana ciascuna su radio Cafè (252 spot), per un totale di 714 spot.

PIANIFICAZIONE CAMPAGNA MEDIA

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO			
CARTA STAMPATA	UNITÀ MISURA GIORNI	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	2020 N USCITE
L'ARENA	8	8	8	8
IL MATTINO DI PADOVA	8	8	8	8
LA NUOVA VENEZIA	8	8	8	8
CORRIERE DELLE ALPI	8	8	8	8
IL GIORNALE DI VICENZA	8	8	8	8
TRIBUNA DI TREVISO	8	8	8	8
LA VOCE DI ROVIGO	8	8	8	8
TOTALE PARZIALE USCITE		56	56	56

PRODOTTO	SETTIMANE PER ANNO DI SERVIZIO			
CARTA STAMPATA PERIODICA	UNITÀ MISURA SETTIMANA	DURATA IN SETTIMANA	TOTALE SETTI-MANA ANNO	2020 N USCITE
LA VITA DEL POPOLO	9	9	9	9
LA DIFESA DEL POPOLO	9	9	9	9
NUOVA SCINTILLA	9	9	9	9
LA VOCE DEI BERICI	9	9	9	9
TOTALI IN SETTIMANE		36	36	36

PRODOTTO	SETTIMANE PER ANNO DI SERVIZIO			
	UNITÀ MISURA SETTIMANA	DURATA IN SETTIMANA	TOTALE SETTIMANE ANNO	2020 N USCITE
STAMPA ON LINE				
www.ilgiornale.it /gelocal.it/veneto	9	9	9	9
www.tempi. it /gelocal.it/Veneto	9	9	9	9
www.larena.it	9	9	9	9
www.mattinopadova.gelocal.it/padova	9	9	9	9
www.nuovavenezia.gelocal.it/venezia	9	9	9	9
www.tribunatreviso.gelocal.it/treviso	9	9	9	9
www.corierealpi.gelocal.it/belluno	9	9	9	9
www.ilgiornalevicenza.it	9	9	9	9
TOTALI IN SETTIMANE		72	72	72

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO					2020 N USCITE
	UNITÀ MISURA SPOT	TOTALE SPOT	SPOT AL GIORNO	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	
TELEVISIONI						
ANTENNA TRE	1	42	3	14	14	0
RETEVENETA	1	42	3	14	14	0
TVA VICENZA	1	147	3	49	49	49
TELENUOVO PADOVA	1	168	3	56	56	56
7 GOLD TELEPADOVA	1	210	3	70	70	70
TELE ARENA	1	126	3	42	42	42
7 GOLD TELEREGIONE	1	126	3	42	42	42
TOTALI IN SETTIMANE		861	3	287	287	287

PRODOTTO	GIORNO PER ANNO DI SERVIZIO					2020
	UNITÀ MISURA SPOT	TOTALE SPOT	SPOT AL GIORNO	DURATA IN GG	TOTALE GG 1 ANNO	
RADIO						
RADIO CAFÈ	1	252	3	84	84	84
RADIO VICENZA	1	63	3	21	21	21
RADIO STELLA	1	63	3	21	21	21
RADIO SPORTIVA	1	42	3	14	14	14
RADIO COMPANY	1	42	3	14	14	14
RADIO STEREOCITTA'	1	84	3	28	28	28
RADIO VERONA	1	84	3	28	28	28
RADIO CLUB 103	1	84	3	28	28	28
TOTALI IN SETTIMANE		294	3	238	238	98

Target di riferimento:

- beneficiari potenziali del programma;
- grande pubblico;
- beneficiari effettivi.

Valore economico complessivo Campagna media**2020:** 198.810,50

Carta	€ 98.728,00	49,66%
Tv	€ 90.074,25	45,31%
Radio	€ 10.008,25	5,03%
Totale	€ 198.810,50	

Inoltre si precisa che la **WBS 6. Acquisto di spazi sui media:**

- nel 2019 è il 62% dell'importo totale del piano di comunicazione;
- nel 2020 è previsto che sia il 67% dell'importo totale del piano di comunicazione.

VALORE ECONOMICO OLTRE IVA

% MACROCATEGORIE	WBS MACROCATEGORIE	ATTIVITA'	N. PRODOTTI TOTALI	N. PRODOTTI PREVISTI	N. PRODOTTI REALIZZATI	N. PRODOTTI PREVISTI	BUDGET 2019	BUDGET 2020	IMPORTO
			PER 3 ANNI	ANNO 2019	ANNO 2019	ANNO 2020			
30% dell'importo complessivamente offerto	1. Programmazione e coordinamento	1.1 Coordinamento e rapporti con l'AdG	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa	€ 111.892,00	€ 95.500,00	€ 294.120,00
		1.2 Piani di Comunicazione	3	1	1	1			
		1.3 Rapporti di Monitoraggio	3	1	1	1			
	2. Comunicazione on line	2.1 Web e Newsletter	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa			
		2.2 Social Network	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa	Attività continuativa			
		Supporto AdG							
		Campagna promozionale	1	1	1	1			
	3. Materiale divulgativo e promozionale	3.1 Brochure informative	12	3	3	6			
		3.2 Gadget	7	3	2	3			
	4. Eventi e manifestazioni	4.1 Convegni e Seminari	9	2	0	6			
		4.2 Eventi informativi principali annuali	3	1	1	1			
		4.3 Comitati di sorveglianza	3	1	1	1			
	5. Materiale grafico, video e audio	5.1 Proposta grafica da declinare per la diffusione a mezzo stampa	1	1	1	1			
		5.2 Spot video	15	5	5	5			
		5.3 Spot audio	12	4	2	6			
70% dell'importo complessivamente offerto	6. Acquisto di spazi sui media	6.1 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su quotidiani locali, periodici e riviste specializzate (edizioni cartacee e on line)	570	156	156	164	€ 93.912,00 (50,07 % di € 187.560,63 costo tot media 2019)	€ 98.728,00 (49,66 % di € 198.810,50 costo tot media 2020)	€ 343.140,00 (di cui max € 51.471,00 per spese generali di agenzia)
		6.2 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su emittenti televisive locali	2.520	546	546	861	€ 83.640,38 (44,59% di €187.560,63 costo tot media 2019)	€ 90.074,25 (45,31% di € 198.810,50 costo tot media 2020)	€ 308.826,00 (di cui max € 46.323,90 per spese generali di agenzia)
		6.3 Campagne promozionali tramite l'acquisto di spazi su emittenti radiofoniche locali	2.142	294	294	714	€ 10.008,25 (5,34% di € 187.560,63 costo tot media 2019)	€ 10.008,25 (5,03% di € 198.810,50 costo tot media 2020)	€ 34.314,00 (di cui max € 5.147,10 per spese generali di agenzia)
Tutte le attività saranno realizzate dall'RTI in misura del: 51% Heads srl - 49% Digical srl							€ 299.452,63	€ 294.310,50	€ 980.400,00

CRONOPROGRAMMA

WBS	Descrizione	Anno 2020											
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
1	Programmazione e Coordinamento												
2	Comunicazione On Line												
3	Brochure e Gadget												
4	Eventi												
5	Materiale Grafico, Video e Audio												
6	Acquisto di Spazi su Media												



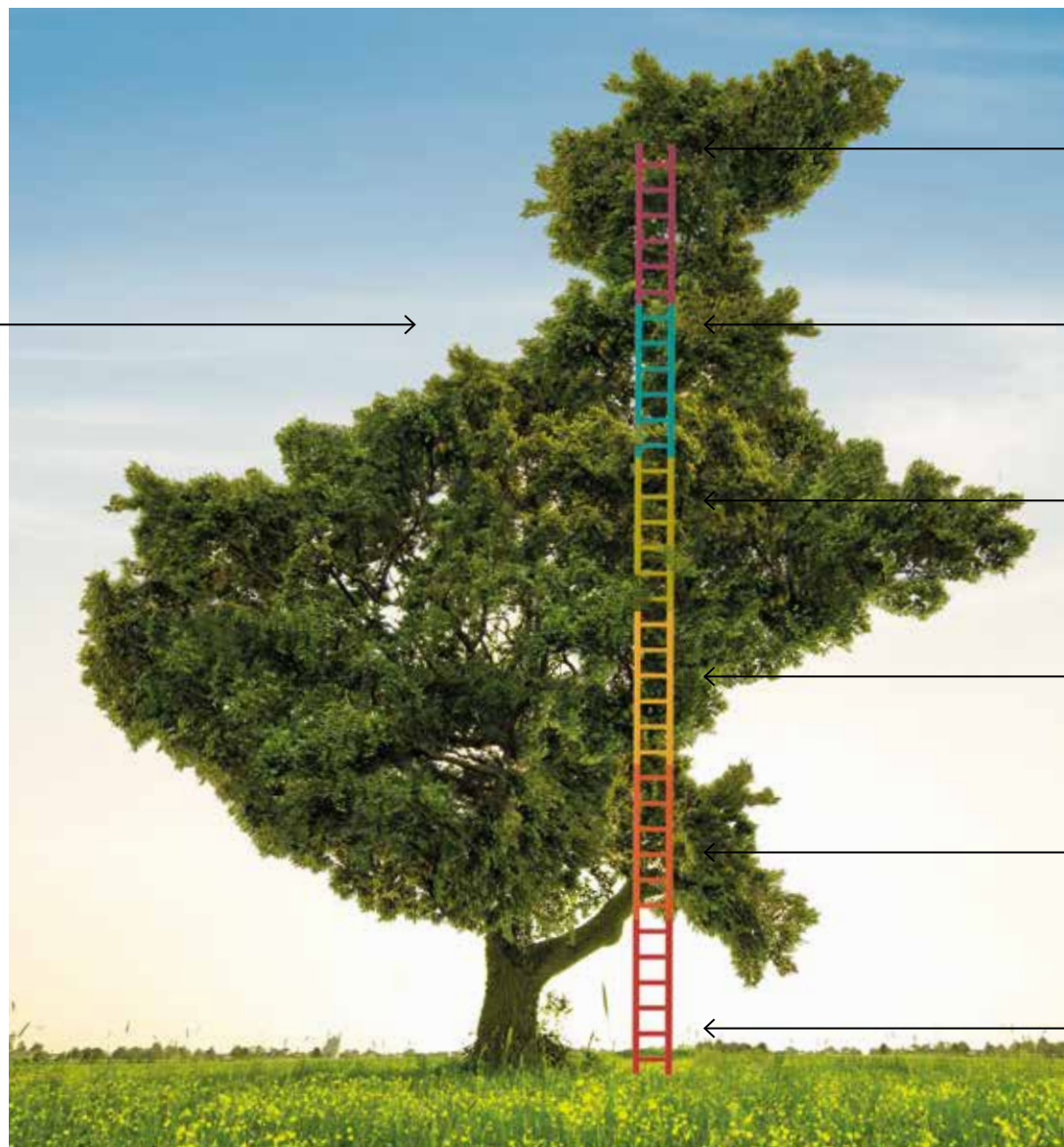
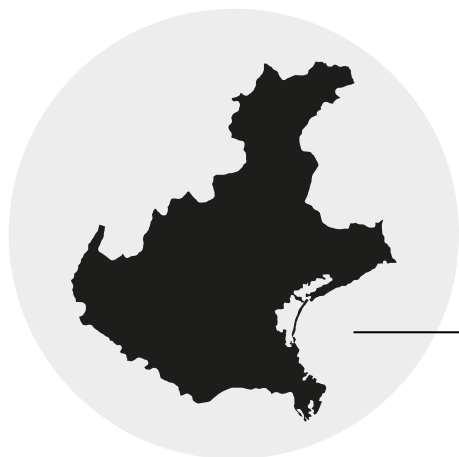
**UNA
REGIONE
+ GRANDE**

Allegato A1
Proposta creativa

Introduzione	pag. 3
Elementi grafici	pag. 4
Brochure	pag. 7
Adv	pag. 16
Spot TV	pag. 18
Spot radio	pag. 19
Post social media	pag. 20
Materiali evento	pag. 21
Gadget	pag. 27

Le radici, le diramazioni, la crescita, il legame con il territorio, i valori che convergono in questo concept dove la Regione e la sua forza sono rappresentate da un grande albero le cui fronde disegnano la sagoma del Veneto.

L'albero diventa metafora della crescita e dell'interazione tra imprese.



Asse 6
Sviluppo urbano
sostenibile



Asse 5
Rischio sismico
e idraulico



Asse 4
Sostenibilità
energetica
e qualità ambientale



Asse 3
Competitività
dei sistemi
produttivi



Asse 2
Agenda digitale



Asse 1
Ricerca,
sviluppo tecnologico
e innovazione

Scala verticale

Colorata in base all'asse di riferimento, è una componente identificativa ricorrente nei materiali informativi. Nel caso di comunicazione generica, la scala presenta i colori di tutti gli assi, che si susseguono dal basso verso l'alto in porzioni di uguale dimensione.

Asterisco

Rimanda agli approfondimenti, e viene collocato ad apertura testi di specifica.

Barra

È posta lungo il margine destro del piede, nelle tabellari, inserzioni e impaginati relativi a un singolo asse.

	Generale	Asse 1	Asse 2	Asse 3	Asse 4	Asse 5	Asse 6
Scala verticale							
Asterisco							
Barra							

Utilizzo claim

Quando si fa riferimento diretto a uno dei 6 assi, o quando si ha a che fare con materiali di comunicazione o informativi relativi a uno specifico asse, il claim varia, utilizzando una keyword inerente l'ambito di azione dell'asse di appartenenza.

Asse di riferimento

Claim

Colore associato

Asse 1
Ricerca,
sviluppo tecnologico
e innovazione

**UNA
REGIONE
+INNOVATIVA**



Asse 2
Agenda digitale

**UNA
REGIONE
+DIGITALE**



Asse 3
Competitività
dei sistemi
produttivi

**UNA
REGIONE
+COMPETITIVA**



Asse 4
Sostenibilità
energetica
e qualità ambientale

**UNA
REGIONE
+SOSTENIBILE**



Asse 5
Rischio sismico
e idraulico

**UNA
REGIONE
+SICURA**



Asse 6
Sviluppo urbano
sostenibile

**UNA
REGIONE
+SMART**



Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Prima di copertina



**UNA
REGIONE
+INNOVATIVA**

Asse 1
**Ricerca, sviluppo
tecnologico
e innovazione**

Programma,
azioni e
best practice


UNIONE EUROPEA


REGIONE DEL VENETO


2014 / 2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Seconda di copertina
e interno

Una collana, molteplici occasioni

Un prodotto editoriale destinato al grande pubblico per presentare il **POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto**. La collana è rivolta ai beneficiari, potenziali e non, del Programma.

Una guida tascabile

Uno strumento informativo che, nella sua prima parte, presenta il **POR FESR 2014-2020**, illustrandone i numeri ed enunciandone le principali priorità. Nella seconda parte del documento saranno focalizzate le azioni proprie dell'**Asse 1 — Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione**, e una best practice, utile a illustrare, in termini concreti e tangibili, i risultati realizzati grazie agli investimenti resi possibili dagli stanziamenti del POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto.

Un moltiplicatore di opportunità per altrettanti beneficiari

Un utile strumento informativo che le Unità organizzative della Direzione Programmazione unitaria della Regione del Veneto offrono al mondo imprenditoriale, della ricerca e alle Pubbliche Amministrazioni locali.



POR FESR 2014-2020

Un Programma operativo, molteplici occasioni di sviluppo.

Una crescita che riguarda l'innovazione, l'aggiornamento dei processi industriali, le tematiche ambientali, la tutela del territorio e l'agenda digitale.

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

UNA REGIONE +GRANDE

POR FESR 2014-2020

La Regione del Veneto, con l'attuazione del POR FESR 2014-2020, promuove un **piano di crescita socio-economica** in linea con gli obiettivi delineati dall'agenda comunitaria EUROPA 2020. La sua dotazione finanziaria ammonta a complessivi **600.310.716 Euro**.

Strategia d'attuazione

Il Programma POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto, si rivolge al territorio regionale. La collettività, sebbene non figuri come beneficiaria delle risorse stanziate del Programma, otterrà ricadute positive. Il singolo cittadino avrà l'occasione di toccare con mano i risultati del proficuo confronto tra le **realità imprenditoriali** e gli **Atenei veneti** o i traguardi conseguiti dalle **imprese** che migliorano la qualità e il valore aggiunto del prodotto finale o dei servizi offerti al mercato.

Obiettivi

La Regione del Veneto si renderà protagonista di una **crescita intelligente** destinando, entro il 2020, almeno il 3% del suo PIL in progetti di sostegno alla Ricerca e Sviluppo (R&S). Saranno attuate iniziative rivolte alla riduzione del tasso di abbandono scolastico prematuro nella fascia d'età 18-24 anni e all'incremento della popolazione di giovani laureati. Sarà incentivata la rimodulazione tecnologica del tessuto produttivo regionale, promuovendo, presso le imprese venete, processi d'innovazione. Uno sviluppo, dunque, capace di realizzare una **crescita sostenibile**, che mira alla riduzione di emissioni climateranti grazie anche all'efficientamento del patrimonio energetico delle PP.AA e all'incremento delle fonti rinnovabili. Una Regione che incentiva una **crescita inclusiva** promuovendo un paradigma economico che garantisca un alto tasso di occupazione e favorisca la coesione sociale e territoriale.

4 — 5

I 6 Assi di riferimento

Il POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto è articolato in 6 Assi di intervento espressamente rivolti al territorio. Ciascuno di essi conta una propria dotazione finanziaria ed è inoltre ulteriormente suddiviso in **Azioni specifiche** che ne definiscono gli interventi ammissibili.



Asse 1
Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione
Sostegno aggiornamento tecnologico imprese, incentivi attività di ricerca e innovazione azienda o poli di R&I.



Asse 2
Agenda digitale
Estensione banda larga e reti ad alta velocità in zone di scarso interesse per il mercato. Sostegno adozione tecnologie emergenti in materia di economia digitale.



Asse 3
Competitività dei sistemi produttivi
Sostegno nascita o supporto di aziende, operanti nella manifattura tradizionale o nell'ambito turistico.



Asse 4
Sostenibilità energetica e qualità ambientale
Efficientamento energetico, promozione di fonti rinnovabili, riduzione consumi energetici illuminazione pubblica.



Asse 5
Rischio sismico e idraulico
Messa in sicurezza edifici pubblici e territori a maggior rischio.



Asse 6
Sviluppo urbano sostenibile
Miglioramento servizi per la cittadinanza, (trasporto pubblico locale, e-Government) e recupero alloggi ATER.

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

**II POR FESR
in numeri**

**Allocazione
finanziaria**

Asse 1
114.000.000
Euro

20 %

Asse 2
77.000.000
Euro

13 %

Asse 3
175.739.776
Euro

30 %

Overbooking
+22.593.997,39
Euro
Azione 3.1.1,
3.6.1, 3.3.4 C

Asse 4
92.558.512
Euro

16 %

Asse 5
45.000.000
Euro

8 %

Overbooking
+5.000.000
Euro
Azione 5.1.1

Asse 6
77.000.000
Euro

13 %

Asse 1
**Ricerca,
sviluppo tecnologico
e innovazione**
L'Asse dell'Innovazione

L'ammodernamento
tecnologico dei processi
produttivi e dell'attività
di R&I passa attraverso
le Azioni dell'Asse 1.

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

UNA REGIONE +INNOVATIVA

Asse 1 Ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione

Il tessuto produttivo veneto si distingue per la sua vocazione all'**ampia diffusione di PMI**, che ne costituiscono il **patrimonio industriale**. La Regione del Veneto, per valorizzarlo ulteriormente, tramite il seguente Asse delinea una strategia di sviluppo che avvicini il **mondo della R&I** alle **realità imprenditoriali operanti sul territorio**. L'obiettivo ultimo è favorire un modello innovativo di crescita, che incoraggi la nascita di **forme aggregative** tra imprese e che faciliti il trasferimento del know-how tra mondo della ricerca e azienda, così da stimolare l'**innovazione tecnologica** di queste ultime.

Beneficiari

- **PMI** che svolgeranno progettualità di ricerca e innovazione negli ambiti definiti dalla **RIS3 del Veneto**.
- **PMI**, solo se partecipanti ad una delle forme aggregative di cui alla **L.R. n.13/2014**.
- **Grandi imprese** in riferimento allo sviluppo di progetti di ricerca e innovazione industriale e alla sperimentazione dell'industrializzazione dei risultati da essi derivanti.
- Soggetto gestore del **Fondo di rotazione** e del **Fondo di capitale di rischio**.
- **Soggetti di ricerca regionale pubblici e privati** (Università, Parchi Scientifici, Poli tecnologici e della conoscenza, KIBS, Centri di ricerca e di trasferimento tecnologico), che dimostrino di essere:
 1. partecipanti di un Distretto industriale (ai sensi **All. A DGR n. 582/2015**);
 2. partecipanti di una Rete Innovativa Regionale (ai sensi **All. A DGR n. 583/2015**);
 3. soggetti che sviluppano progetti strategici comuni di particolare interesse per elevati livelli di specificità o eccellenza con Aggregazioni di imprese (come definite dagli **artt. 2 e 5 della L.R. n.13/2014**).

8 – 9

Innovazione e globalizzazione

Il processo di **internazionalizzazione dei mercati** ha messo in relazione il tessuto produttivo locale con i principali competitor globali. La Regione del Veneto, consapevole di queste nuove sfide, assicura quindi al mondo dell'imprenditoria locale un valido **supporto** per sostenere e favorire il processo di innovazione. Gli stanziamenti concederanno, infatti, nuove possibilità di investimento, incentivando così un **generale processo di crescita** lungo traiettorie di sviluppo che garantiscano una maggiore **competitività**.

Obiettivi specifici

Gli obiettivi che la Regione del Veneto si propone continuano lungo la scia della **Strategia di Specializzazione Intelligente regionale (RIS3)** che individua gli ambiti ove intervenire: **Smart Agrifood; Sustainable Living; Smart manufacturing; Creative Industries**. Le Azioni dell'Asse 1 del POR FESR riguardano dunque l'incremento dell'attività di innovazione delle imprese operanti in Veneto, mediante la nascita di **reti innovative**, il consolidamento delle **filieri dell'innovazione**, l'aumento dell'incidenza di **specializzazioni innovative** nei perimetri applicativi ad alta intensità di conoscenza mediante il sostegno agli spin-off e alle start-up innovative.

- Sostegno alle imprese che prevedono l'**impiego di ricercatori** (dottori di ricerca o laureati magistrali con profili tecnico-scientifici) in azienda.
- Sostegno per l'**acquisto di servizi per l'innovazione** tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle imprese.
- Sostegno alle **attività collaborative di R&S** in ogni loro forma (Atenei, centri di ricerca, etc.) per lo sviluppo di tecnologie sostenibili, prodotti e servizi nuovi da destinare al mercato.
- Sostegno alla **creazione** e al **consolidamento di start-up innovative** ad alta intensità di applicazione di conoscenza e alle iniziative di spin-off della ricerca.

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

Asse 1 114.000.000 di Euro per Azioni e interventi



Azione 1.1.1

L'innovazione diventa un vero e proprio fattore di crescita, grazie al sostegno a **progetti di ricerca** che prevedano l'impiego, presso le imprese, di **ricercatori**, quali dottori di ricerca e laureati magistrali con profili tecnico-scientifici. La Regione del Veneto valorizza il suo "Capitale umano" tramite:

- progetti di ricerca che prevedono il sostegno di attività di R&I mediante l'inserimento in azienda di ricercatori con assunzione diretta o attraverso una convenzione tra imprese e strutture qualificate di ricerca per un periodo non inferiore a 12 mesi;
- progetti di ricerca che prevedono il consolidamento di attività di R&I mediante il riconoscimento delle premialità alle imprese che, al termine delle attività progettuali, assumeranno a tempo indeterminato i ricercatori già impiegati.



Azione 1.1.2

La Regione del Veneto sostiene le aziende del territorio nell'acquisto di **servizi per l'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale** delle imprese grazie a interventi mirati, che prevedono:

- adozione di strumenti necessari alla valorizzazione della "proprietà intellettuale";
- supporto al trasferimento tecnologico tra R&I e PMI, così da incoraggiare queste ultime all'adozione di servizi di tipo tecnico-giuridico, per la prototipazione o utili al processo di brevettazione;
- sostegno nell'assunzione, anche temporanea, di figure professionali altamente qualificate;
- innovazione strategica, capace d'aumentare il valore aggiunto finale dei prodotti o dei servizi erogati dall'azienda beneficiaria.



Azione 1.1.4

La Regione del Veneto promuove il sostegno alle **attività collaborative di R&S** per lo sviluppo di nuove **tecnologie sostenibili** e di nuovi prodotti e servizi. Progetti che prevedano la collaborazione tra imprese e mondo della ricerca secondo le forme aggregative di cui alla L.R. n. 13/2014 per:

- sviluppo di nuovi prodotti e servizi;
- sviluppo di tecnologie innovative sostenibili, efficienti e inclusive per introdurre nei sistemi produttivi prodotti e impianti "intelligenti", dispositivi avanzati, di virtual prototyping e servizi ad alta intensità di conoscenza (KIBS).



Azione 1.4.1.

La Regione del Veneto è orientata all'aumento, numerico e qualitativo, delle specializzazioni innovative in perimetri applicativi ad alta densità di conoscenza. Il sostegno si concretizza nella creazione e nel consolidamento di **start-up** e nel supporto alle **iniziative di spin-off** della ricerca. Gli interventi specifici riguarderanno:

- imprenditorialità e incubazione, negli ambiti di specializzazione a forte contenuto innovativo, in particolare ICT, high tech (es. nanotech, biotech) e a forte contenuto creativo (es. design, comunicazione);
- trasformazione del settore manifatturiero verso nuovi processi e tecnologie produttive;
- processi di commercializzazione dei risultati della R&S;
- definizione del modello di business, organizzativo e di gestione finanziaria.

L'Azione potrà anche essere indirizzata, in via sperimentale, alla creazione di nuove imprese che si sviluppino però in continuità a competenze imprenditoriali e/o accademiche già esistenti al fine di creare imprese leader di "ecosistemi di business" potenzialmente in grado di assumere, a loro volta, un ruolo di "incubatore".

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

Best practices: Il mosaico nel XXI secolo



Sostegno all'acquisto di macchinari innovativi da destinare ai processi produttivi interni.

Azienda manifatturiera operante nella decorazione del metallo.

Start-up innovativa che ha consolidato la sua posizione sul mercato.

Ambito di riferimento

Nella Città metropolitana di Venezia l'antico si fonde con il contemporaneo grazie alle progettualità sviluppate dalla realtà imprenditoriale testimonial, in quanto beneficiaria degli stanziamenti previsti dall'Asse 1 del POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto. Sfruttando l'esperienza pluridecennale maturata nel settore metallurgico, l'attuale CEO decise di fondare, nel marzo 2013, una **start-up innovativa**. Fin da subito, l'azienda si è specializzata nell'ambito della **progettazione e della produzione di superfici ornamentali metalliche**, focalizzandosi prevalentemente sull'alluminio. Le realizzazioni decorative, caratterizzate da una particolare cura profusa tanto nel **mantenimento di alti standard qualitativi** quanto nella ricerca delle soluzioni da destinare al cliente finale, trovano un ampio impiego negli ambiti più disparati, quali il settore industriale, del contract, dell'architettura, dell'interior design e navale.

Accesso ai fondi

L'accesso materiale ai fondi è merito dell'**attività informativa** svolta dal mandamento di San Donà dell'Associazione Confartigianato. La realtà beneficiaria ha trovato nell'Associazione un valido supporto, fondamentale nell'attuare correttamente tutte le fasi di esecuzione del progetto. Il sostegno si è inoltre rivelato vitale per rispondere al meglio alle specifiche burocratiche, grazie a consulenze di carattere tecnico utili a recepire e concretizzare tutte le peculiarità previste dal bando regionale.

Effetti

Il POR FESR è stato un'importante occasione di crescita: ha contribuito all'attuazione degli investimenti pianificati, rendendo possibile la **riduzione dei tempi di concretizzazione del progetto imprenditoriale**. La velocizzazione dei processi produttivi e il mantenimento degli standard qualitativi hanno inoltre permesso l'accesso a progetti di business in precedenza difficilmente attuabili. Il bando ha aperto alla realtà beneficiaria **nuove possibilità imprenditoriali**, aiutandola ad affrontare le sfide di un mercato in costante evoluzione.

Interventi

L'erogazione dei fondi ha interessato tutti i **processi realizzativi aziendali**. Oltre a estenderne il complessivo potenziale produttivo, reso possibile anche tramite l'adozione di **nuovi software e hardware**, gli interventi hanno perfezionato la **capacità di deposito**, tanto in entrata quanto in uscita. Lo stanziamento del POR FESR 2014-2020 ha inoltre garantito l'accesso a **consulenze esterne**, che si sono perfezionate nella creazione di un **sito internet** e all'apertura di un **portale e-commerce** per la vendita online di prodotti a brand, a pieno beneficio del volume d'affari. Nello specifico, l'azienda si è dotata di una **nuova stampante digitale ad alto formato** per la decorazione metallica, ha efficientato gli **apparecchi utensili** già operativi, si è dotata di **nuovi piani di lavoro**, così da implementare sensibilmente il **comfort lavorativo dei dipendenti**.

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Interno

e terza di copertina

Informazioni per i futuri beneficiari

Dove trovare le specifiche sui bandi di gara

Per accedere ai finanziamenti del FESR è necessario aderire ai **bandi emanati dalla Regione del Veneto**. In essi è indicata l'**apertura dei termini** per la **presentazione delle domande**. Ogni bando definisce, inoltre, i **criteri** e le **modalità di ammissione** ai finanziamenti relativi alle singole Azioni. Tutte le informazioni sono visionabili e scaricabili collegandosi alle seguenti pagine web:

regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/fesr-2014-2020

Dal sito del Tavolo di Partenariato, inoltre, è possibile registrarsi alla **newsletter** appositamente dedicata al POR FESR 2014-2020 della Regione del Veneto. L'iscrizione garantisce la ricezione di tali informazioni direttamente e comodamente alla propria casella di posta elettronica:

partenariato.regione.veneto.it

Come accedere ai finanziamenti

La domanda di sostegno deve essere compilata e presentata esclusivamente per **via telematica**, attraverso il **Sistema Informativo Unificato della Programmazione Unitaria (SIU)** della Regione, la cui pagina dedicata è raggiungibile al seguente link:

regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/siu

Dalla medesima pagina è possibile procedere al **modulo di accreditamento** per la richiesta delle credenziali d'accesso al Sistema. È possibile visionare i bandi aperti del POR FESR 2014-2020 alla seguente pagina web:

bandi.regione.veneto.it

In questa sezione dedicata alla pubblicazione di tutti i bandi, avvisi e concorsi della Regione del Veneto, è possibile rintracciare quelli relativi al POR FESR 2014-2020 tramite lo strumento "**ricerca**".

Contatti utili

Direzione Programmazione Unitaria

Indirizzo

Rio dei Tre Ponti
Dorsoduro, 3494/A
Venezia

Telefono

041 279 2249
041 279 1469
041 279 1728

Fax

041 279 1477
041 279 1626

Email

Programmazione-Unitaria@regione.veneto.it
autoritagestioneFESR@regione.veneto.it

PEC

programmazione-unitaria@pec.regione.veneto.it

Progetto grafico
e contenuti curati
dalla RTI

HEADS group Srl
Digital Srl

Brochure informativa asse

15x21 cm

16 pagine

Stampa 4 colori

Quarta di copertina



Inserzione stampa
Formato verticale



**UNA
REGIONE
+INNOVATIVA**

❁ Il POR FESR stanZIA XXX milioni di Euro per promuovere il settore xxxxxxxx.

Asse 1 — Azione X.X.X sub X
Il bando sostiene lorem ipsum feconsul videri intiam movem superio verum, quem porunte ricoena turnihina, scem, conena vivervidemum am, comnemne con dius. Rae fatus, simprei publia cupercessi facerestra, consultore mantelum.

Puoi presentare la tua candidatura fino al XX mese 2020
Scopri come diventare beneficiario su regione.veneto.it/porfesr
Segui la Regione del Veneto su [f](#) [t](#) [@](#) [v](#)

2014/2020
POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA   REGIONE DEL VENETO

Banner
300x250 px
gif 4 frame in loop

Frame 1



Frame 2

Asse 1 Azione X.X.X sub X

Bando rivolto a:
**lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipisci elit.**

Frame 3

Finanziamento per:
**Epe voluptat officabo
ut eostes si untem
lictis acimus que pore
sum rera que dolum
et acia nulp a eici tem
ex est earum volorest
omnihitaquas acienihil.**

Frame 4



regione.veneto.it/porfesr

Storyboard video spot TV 30 secondi



Apertura con scala e claim



Sviluppo video con voce speaker:
La Regione del Veneto con il Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale sostiene..



Sviluppo video con voce speaker:
... la ricerca tecnologica e l'innovazione, ...



Sviluppo video con voce speaker:
... l'agenda digitale, ...



Sviluppo video con voce speaker:
... la competitività dei sistemi produttivi, ...



Sviluppo video con voce speaker:
... la sostenibilità energetica e la qualità ambientale, ...



Sviluppo video con voce speaker:
... la tutela del territorio, ...



Sviluppo video con voce speaker:
... lo sviluppo urbano sostenibile. ...



Chiusura con marchio, sito web e voce speaker:
... Scopri di più su regione.veneto.it/porfesr.

Testo spot radio
30 secondi

La Regione del Veneto
con il Fondo Europeo
per lo Sviluppo Regionale
sostiene la ricerca
tecnologica e l'innovazione,
l'agenda digitale,
la competitività
dei sistemi produttivi,
la sostenibilità energetica
e la qualità ambientale,
la tutela del territorio,
lo sviluppo urbano sostenibile.

Scopri di più
su regione.veneto.it/porfesr

Post

Facebook
1200x1200 px

Twitter
1024x512 px

Linkedin
1200x628 px

Facebook



Twitter



Linkedin



Roll-up evento
85x200 cm



Programma evento 21x29,7 cm





POR
FESR / REGIONE DEL VENETO

UNIONE EUROPEA

UNA REGIONE +GRANDE

TITOLO EVENTO
EVENTUALE
SOTTOTITOLO

EVENTUALE ALTRO TESTO
DI SPECIFICA O ALTRE
INFORMAZIONI PRINCIPALI

Giorno settimanale
XX mese 2020
ore XX.XX

Location evento
Indirizzo
Città (Provincia)

Programma	09.00	Registrazione partecipanti e welcome coffee
	09.30	Inizio lavori Modera: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i> — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i>
	10.00	Tipologia intervento Titolo intervento Modera: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore
	11.00	Coffee break e conferenza stampa
	11.30	Tavola rotonda Titolo intervento Modera: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore
	12.00	Conclusioni — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i> — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i>
	12.30	Termine lavori
	13.00	Soft lunch

regione.veneto.it/porfesr
Segui la Regione del Veneto
su    

Programma evento
29,7x42 cm

UNA REGIONE +GRANDE



TITOLO EVENTO
EVENTUALE SOTTOTITOLO

EVENTUALE ALTRO TESTO
DI SPECIFICA O ALTRE
INFORMAZIONI PRINCIPALI

Giorno settimanale
XX mese 2020
ore XX.XX

Location evento
Indirizzo
Città (Provincia)

Programma

09.00	Registrazione partecipanti e welcome coffee
09.30	Inizio lavori Moderà: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i> — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i>
10.00	Tipologia intervento Titolo intervento Moderà: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore
11.00	Coffee break e conferenza stampa
11.30	Tavola rotonda Titolo intervento Moderà: Nome Cognome Specifica inerente il moderatore
12.00	Conclusioni — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i> — Nome Cognome Specifica inerente l'ospite <i>Titolo intervento</i>
12.30	Termine lavori
13.00	Soft lunch

regione.veneto.it/porfesr
Segui la Regione del Veneto
su







Slide di presentazione
1920x1080 px

Copertina



TITOLO EVENTO
EVENTUALE SOTTOTITOLO

EVENTUALE ALTRO TESTO
DI SPECIFICA O ALTRE
INFORMAZIONI PRINCIPALI



Slide contenuto



Titolo slide
Sottotitolo slide



Ulpa del ipsa venime ped et ea dolupta tatium fugia voluptatia simprem nestiae ptibust, sum dolorest omnis molupti aepero

Moditium rerum dolum quiae doluptur acipist, volorer umquat
Evel ipsam, simaxim poraest to duciaspe endis volo vitius et atio voluptae eturem et inctioribus voluptat fugita quid ex esequi

Us magnimpos rem ium que dolut porlorestiam alit eum
Que nem, Perum eleessint odis rest, ad quias explaut ut et verlost quaesti bustore perrum explacecia et apienis aciet

Tus iditat officium di vendae lab invelstrum inci bea sunt accum in eaquatem eum volo
Omnis doluptur aut ius dem qui cum inciis doluptatem facea volutempore sunt

Ovidi ipsus molupta nect atiandi volioribus aliue
Solorum non essitio volla nosandera dundist, volest enim sum sit inimos esequib usdame rerat fugiatu

Otatest excest eum iunt late nonsed ma non conempero vel ipsanda nusdae omnihiit
Harit fugitesequae posa into to voluptas se eum, quisquid esti dicimus lorem ipsum dolor

Catio con pe sapelit que omnim non nem quis voluptae
dolor aborporempos delias essinulpa dolorep ellabor ad quo odic tem inia dolumquam et doluptia veles asita conque

Giti reperum quamisque cum quatio ommo blabore ped mossum velendant praepetur
Quibustent, tecesse cestora consedi sunt enimv ellorias nissum lab id ere optat

Schermo
1920x1080 px



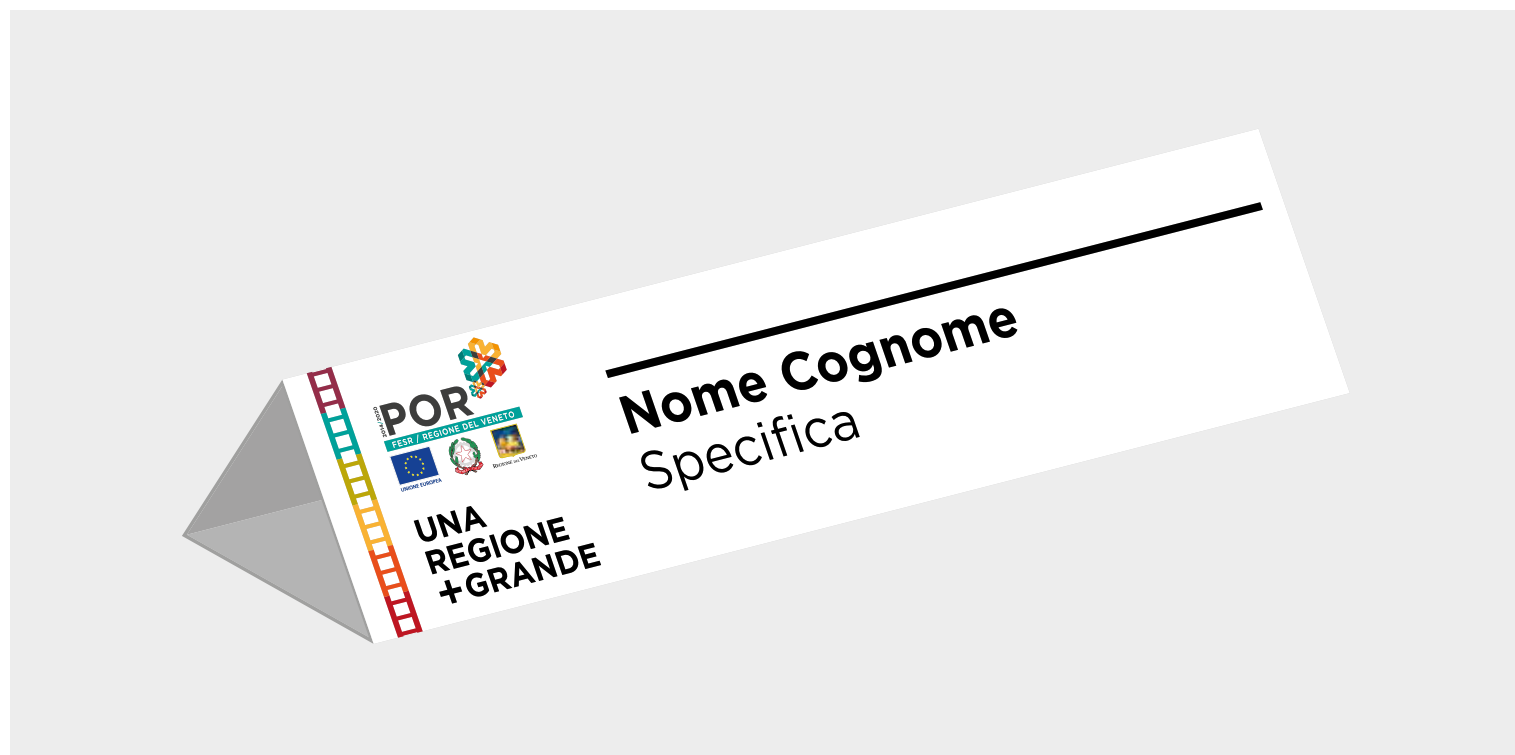
TITOLO EVENTO
EVENTUALE SOTTOTITOLO

EVENTUALE ALTRO TESTO
DI SPECIFICA O ALTRE
INFORMAZIONI PRINCIPALI

Giorno settimanale
XX mese 2020
ore XX.XX
Location evento



**Cavaliere
segnaposto evento**
29,7x8xh8 cm



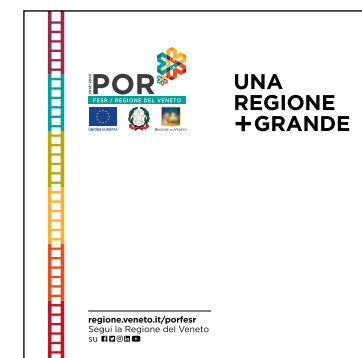
Tazza



Agenda
tipo moleskine
Copertina rigida



Calendario con anelli
15x15 cm





HEADS®

digical

2014/2020

POR



FESR / REGIONE DEL VENETO



UNIONE EUROPEA



REGIONE DEL VENETO

www.regione.veneto.it/porfesr
Segui la regione del Veneto su

