



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

### SOCIAL MEDIA STRATEGY PO FSE

#### Premessa

Il Comitato di Sorveglianza del Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020 (PO FSE), nella seduta del 10 giugno 2015, ha approvato la Strategia di comunicazione del Programma, in attuazione del Regolamento (UE) n. 1303/2013. La Strategia prevede la redazione di “Piani operativi di comunicazione” annuali che contengano i seguenti elementi minimi:

- analisi della situazione di contesto;
- obiettivi della comunicazione;
- target di riferimento;
- scelta delle azioni e dei mezzi di comunicazione;
- budget previsto;
- tempistica di realizzazione;
- monitoraggio.

Considerato che l'uso dei social media è parte integrante della Strategia di comunicazione del PO FSE 2014-2020 e dei relativi Piani annuali, il contesto di riferimento, gli obiettivi, i target e i contenuti della Social Media Strategy coincidono per buona parte con quelli individuati dalla Strategia di comunicazione del PO. Pertanto, verranno di seguito evidenziati gli aspetti di contesto e gli elementi della Strategia di comunicazione del PO più importanti per la definizione della strategia social.

#### 1. Analisi dello scenario

Il Fondo Sociale Europeo è uno dei cinque Fondi strutturali e d'investimento europei (Fondi SIE) attraverso i quali l'Unione Europea persegue la sua politica regionale per raggiungere la coesione economica e sociale tra gli Stati membri. Lo scopo del FSE è migliorare le opportunità occupazionali, promuovere l'istruzione e l'apprendimento permanente, potenziare l'inclusione sociale, contribuire alla lotta alla povertà e sviluppare le capacità istituzionali della pubblica amministrazione.

Il PO FSE 2014-2020 della Regione siciliana è articolato in cinque assi principali di intervento. **L'Asse 1 - Occupazione** serve a finanziare progetti che incentivano le opportunità occupazionali attraverso il potenziamento di competenze e qualifiche. Tra gli obiettivi dell'Asse c'è quello di raggiungere un



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

più alto tasso di occupazione fra i giovani Neet e le donne. **L'Asse 2 - Inclusione sociale e lotta alla povertà** prevede le misure di inclusione sociale volte ad aiutare le persone svantaggiate ad accedere al mercato del lavoro, migliorando i propri standard di vita. **L'Asse 3 - Istruzione e formazione professionale** finanzia azioni per il potenziamento del settore dell'istruzione e della formazione al fine di promuovere livelli di qualifica più elevati, la riduzione dell'abbandono scolastico e un maggiore accesso alle opportunità di apprendimento, attraverso attività formative aderenti alle necessità del mercato del lavoro e dell'economia locale. **L'Asse 4 - Capacità istituzionale e amministrativa** si prefigge il rafforzamento della capacità istituzionale e amministrativa per promuovere una Pubblica Amministrazione efficiente nell'erogazione dei servizi al cittadino. Infine, **L'Asse 5 finanzia le attività di assistenza tecnica** necessarie all'attuazione del Programma.

### 1.2. Contesto organizzativo

Dal punto di vista organizzativo, la funzione di Autorità di Gestione è di competenza del Dirigente generale pro-tempore del Dipartimento regionale della formazione professionale. Le altre strutture titolari degli interventi sono il **Dipartimento dell'istruzione dell'università e del diritto allo studio**, il **Dipartimento della famiglia e delle politiche sociali** e il **Dipartimento del lavoro, dell'impiego, dell'orientamento, dei servizi e delle attività formative**.

Della comunicazione del PO è responsabile l'Area 1 – Coordinamento per le politiche di coesione – del Dipartimento istruzione (U.O.B. Unità di Programmazione per gli interventi regionali, nazionali e comunitari), mentre a un apposito Steering group è demandato il coordinamento della comunicazione con gli altri Dipartimenti titolari del PO.

Inoltre, come da Deliberazione n.158 del 30 marzo 2023 - "Atto di indirizzo interno in tema di comunicazione sull'attuazione dei programmi di comunicazione del Governo regionale" ogni azione di comunicazione sarà condivisa con l'Amministrazione regionale tramite gli Uffici dell'Autorità di Gestione.

### 1.3 Scenario: digitalizzazione e abitudini di fruizione

Sulla base dei dati analizzati e pubblicati da "we are social" emergono principalmente due punti che riguardano gli utenti:

- Si è **più attivi sui social**, e con più purpose;
- Si continua a fruire di moltissimi **contenuti video**.

A gennaio 2023 la popolazione italiana si attesta su più di 58 milioni. Questo dato ci è utile per comprendere come **le connessioni da smartphone siano più di 78 milioni** (messo a confronto con la popolazione, siamo



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

ad un 132.6%). Ad utilizzare internet e navigare sul web sono poco più di 50 milioni (86.1% della popolazione), mentre gli attivi sui social e che utilizzano i media sono più di 43 milioni (74.5% della popolazione) in una **fascia d'età che va da 16 a 64 anni**.

Riguardo al **tempo giornaliero impiegato online**, confrontato con l'anno precedente, troviamo:

- una riduzione del tempo trascorso navigando su internet (-4.1% che corrisponde a -15 minuti);
- un aumento del tempo trascorso sui social media (+0.9% pari a + 1 minuto);
- un aumento del tempo trascorso ad ascoltare le radio web (+ 1.4% pari a +1 minuto);
- un aumento del tempo speso ad ascoltare i podcast (+ 10.3% pari a + 3 minuti).

Sul totale, notiamo che **passiamo più tempo connessi, soprattutto sui social**. Registriamo contestualmente anche una contrazione (la prima dal 2013) del numero delle persone connessi ad internet, che scende dello 0,3% anno su anno.

Non cambiano in maniera importante le **motivazioni che spingono gli utenti a cercare l'accesso al mondo online**. Le prime 5 ragioni (tra le principali) per cui gli utenti utilizzano il web sono:

- Cercare informazioni (72,2%);
- Informarsi ed iscriversi a date ed eventi (65.2%);
- Cercare tutorial, "how to" e trovare soluzioni a problemi comuni (59.4%);
- Cercare nuove idee ed ispirazioni (56.9%);
- Cercare luoghi, collegamenti, modi di viaggiare (56.5%).
- 

**I contenuti con maggior fruizione riguardano ancora una volta i video** (91.1%), con un aumento del + 2.7% rispetto l'anno precedente, i contenuti musicali (45.1%), contenuti divertenti o virali (34.9%), tutorial e how to (37.2%), recensioni di prodotti (24%), video live (22%), video educativi e documentari (16%), sport e dati relativi ai risultati delle partite (16.8%), giochi online (13.3%) e video-influencer/vlogs (16.7%).

**Specificatamente alle piattaforme social, notiamo che gli utenti connessi ai social sono 44 milioni**, una penetrazione che si avvicina al 75% della popolazione italiana. Di questi, il 78.2% sono utenti +18 anni.





Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

Tra coloro che utilizzano la connessione internet, una buona fetta utilizza i social (86.4%), trascorrendo in media **1 ora e 48 minuti al giorno**. Gli utenti connessi sui social, invece, sono pari al 49.9% donne e 50.1% uomini.

Le **principali ragioni per cui un utente utilizza i social media** sono leggere e scoprire nuove storie (47.6%), trascorrere il tempo libero (46%), rimanere in contatto con i famigliari e amici (29.6%), cercare contenuti, soprattutto video (28.9%).

Per completare la nostra analisi, di seguito una **classifica dei social più utilizzati**:

- Whatsapp (89.1%)
- Facebook (77.5%)
- Instagram (72.9%)
- Facebook Messenger (50.6%)
- Telegram (46.5%)
- TIKTOK (37.5%)
- Pinterest (26.8%)
- Twitter (26.4%)
- LinkedIn (25.9%)

**Meta domina sicuramente la classifica delle piattaforme maggiormente presidiate.**

Le piattaforme preferite dagli utenti sono WhatsApp (40.5%), Instagram (21.6%) e Facebook (15.8%).

In questo contesto, appare evidente come l'utilizzo di post di tipo video, informativi, live o webinar siano preferibili ed investire in advertising è un ottimo strumento per garantire la giusta visibilità, engagement e diffusione dei contenuti pubblicati sui social del PO FSE.

La presenza del PO FSE Sicilia su canali social META (Facebook ed Instagram) oltre che su YouTube, rappresentano dunque una solida base e un ottimo posizionamento.

### 1.4 Analytics

I social network sono una preziosa banca dati a disposizione dei canali social del PO, per raccogliere informazioni sulla distribuzione, le opinioni e gli interessi del pubblico. Alcune di queste informazioni di base sono immediatamente accessibili al social media team attraverso i dati di



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

navigazione o “analytics” (“insights”, su Facebook), e in alcuni casi consentono anche di raccogliere informazioni di base sul sentimento positivo, neutrale o negativo rispetto a determinati soggetti o argomenti di interesse pubblico postati dalla redazione.

La produzione di contenuti informativi digitali e notizie sui social media pubblicati sulle diverse piattaforme del FSE Sicilia (Instagram, Youtube, Facebook) ha sviluppato differenti modalità di engagement a seconda del canale social progettuale.

Nella visione globale degli insights fotografata in data 31.03.23 ha prodotto una copertura/Insights delle pagine social di 8.000 con un incremento del 40% rispetto al precedente anno. Si attestano invece sulle 1000 visite al mese alle pagine e profili social e di 80 circa like/click/comments con una decina di follower/Mi piace in più al mese per profilo e pagina social progettuale.

Questi dati sono frutto di un incremento di visualizzazioni e di partecipazione digitale di utenti/cittadini legati ai post pubblicati sulle piattaforme social di progetto. Dal team di comunicazione integrata, col supporto di consulenti e fornitori sono stati realizzati decine di post tra cui video, infografiche e tutorial. Nel periodo di riferimento abbiamo evidenziato una stabilizzazione numerica della fanbase/follower, con relativi picchi di 5.000 di visualizzazioni. Completano il quadro, poi, i dati relativi ai profili Instagram e Twitter del PO FSE Sicilia, dove si attesta su una netta stabilizzazione dei follower ottenuti nel semestre precedente.

Per quanto concerne l'aspetto web e media le visite al sito web di Sicilia FSE sono costanti e coerenti con le campagne su piattaforme digitali e nel complesso hanno prodotto 8.000 click al mese con sessioni di oltre 10.000 visualizzazioni e una frequenza di rimbalzo del 74%. Nel complesso il comparto digitale social media del progetto PO FSE Sicilia ha mantenuto i numeri dei semestri precedenti evidenziando di volta in volta degli *hype* di comunicazione in base ai progetti divulgati e con le opportune sponsorizzazioni web e social.

## 2.Obiettivi della social media strategy (SMS)

La definizione degli obiettivi di comunicazione social costituisce il secondo passo metodologico della Social Media Strategy. Gli obiettivi si distinguono in “strategici” e “operativi”: i primi indicano le aree prioritarie di comunicazione del PO FSE, i secondi chiariscono come raggiungere questo scopo.

Gli obiettivi della strategia social sono individuati a partire dall'articolazione degli obiettivi della più generale Strategia di comunicazione del PO e sono così individuati:



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
 PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

- **Branding:** promuovere l'identità del PO FSE mediante la presentazione di tematiche chiave del Fondo Sociale Europeo e migliorare quindi la conoscenza, e l'immagine, del FSE;
- **Coinvolgimento:** avviare il dialogo e stimolare la partecipazione dei cittadini sui social intorno a temi chiave del FSE;
- **Promozione:** investire sul servizio informativo dei social diffondendo in modo rapido i contenuti chiave rilevanti per destinatari, beneficiari, cittadini in generale e moltiplicatori dell'informazione;
- **Visibilità:** garantire un "resoconto" trasparente dell'azione dell'Amministrazione Regionale Siciliana sui social in riferimento al Fondo Sociale Europeo.

A partire da questi, la Social Media Strategy individua quindi una serie di **obiettivi operativi specifici**:

- **Ottimizzazione dei canali social:** personalizzare la comunicazione a seconda della natura del pubblico e dei social utilizzati;
- **Ampliamento della portata della comunicazione via social:** agevolare la massima diffusione e visibilità dei contenuti sui social, anche investendo su nuovi canali social specifici per FSE Regione Siciliana;
- **Orientamento informativo:** monitorare le richieste degli utenti sui social e orientare l'utente verso uffici competenti/link per diffondere risposte esatte e immediate;
- **Supporto alla diffusione di tematiche chiave:** informare e coinvolgere il pubblico su tematiche specifiche del FSE al fine di aumentarne la conoscenza e la consapevolezza.

Si riportano quindi in una matrice gli **obiettivi strategici e operativi** sui social:

Obiettivi operativi SMS	Obiettivi Strategia di comunicazione			
	Branding	Coinvolgimento	Promozione	Visibilità
Ottimizzazione canali	X	X		
Ampliamento comunicazione social	X		X	X
Orientamento informativo	X	X		
Supporto diffusione tematiche chiave			X	X

### 3. Interlocutori principali e segmentazione del pubblico di riferimento

La segmentazione del pubblico è un aspetto fondamentale della SMS perché permette di individuare i possibili destinatari dei messaggi: coloro che formano la community di riferimento dei canali social utilizzati nella strategia di comunicazione del PO FSE. Per la SMS del PO FSE è stato





Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



---

## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

realizzato un processo di segmentazione del pubblico di riferimento, ovvero dei destinatari dell'informazione, sulla base di cluster omogenei rispetto alla tipologia di messaggio da veicolare (es. promozione avviso, visibilità evento, news...).

L'idea è quella di costruire una *community di primo livello* rappresentata da coloro che sono direttamente interessati ad avere informazioni sul Fondo Sociale Europeo e/o sono, a diverso titolo, coinvolti nelle attività del PO FSE. I profili appartenenti a questa community, opportunamente menzionati e/o taggati, sono i primi che interagiscono (ad es. in forma di condivisione di post pubblicati) e che permettono di ampliare il pubblico di riferimento, costruendo così la *community di secondo livello*, formata quindi da "coloro che seguono chi segue". La segmentazione del pubblico è inoltre alla base dell'individuazione e della scelta più adatta dei diversi canali social da utilizzare per raggiungere un target stabilito. In riferimento a ciascun canale social (Facebook e Instagram) la SMS considera quindi le peculiarità in riferimento al tono del messaggio e allo stile della comunicazione, alle modalità di interazione e alla tipologia di pubblici prevalentemente presenti.

Le variabili utilizzate nella segmentazione derivano dall'analisi del PO FSE, e possono essere utilizzate anche in modo integrato tra loro. La SMS considera quindi i distinti Assi del PO FSE per la clusterizzazione del pubblico di riferimento e per l'individuazione dei fabbisogni e delle modalità comunicative idonee.

Le variabili significative utilizzate, in maniera integrata, sono:

- segmentazione geografica;
- segmentazione sociodemografica (età, genere, fase del ciclo di vita, occupazione...);
- segmentazione in base al comportamento di fruizione (frequenza di utilizzo delle informazioni veicolate, "fedeltà" verso i canali del PO, atteggiamento verso i servizi/info);
- segmentazione in base ai benefici derivanti dalle informazioni veicolate dal PO (es. beneficiari e destinatari degli avvisi; stakeholder e media che veicolano le informazioni etc..).

I criteri di segmentazione tengono conto di determinate caratteristiche: misurabilità ("volume" del segmento, cioè il numero di individui che ne fanno parte), accessibilità (possibilità, per l'Ente, di raggiungere gli elementi del segmento); consistenza (necessità per il segmento di avere un'ampiezza, in termini quantitativi e qualitativi, tale da giustificare il ricorso a strategie differenziate); fattibilità (indica il grado in cui è possibile per l'ente impostare efficaci azioni/interventi per il raggiungimento dei segmenti di pubblici individuati).

A livello macro, la targetizzazione è quindi così descritta:



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

- **beneficiari potenziali:** soggetti a cui sono rivolti i bandi e gli avvisi in pubblicazione nell'anno (normalmente sono individuati, come tipologia, direttamente dal Programma, sulla base di ciascuna Priorità/Asse di intervento e delle relative azioni da sostenere). Si tratta di una categoria di soggetti in cui rientrano tutti coloro che possono accedere alle opportunità di finanziamento offerte dal POR FSE. A titolo esemplificativo, le imprese del territorio regionale, le Università, le Amministrazioni pubbliche e gli Enti locali;
- **beneficiari effettivi:** i percettori dei finanziamenti del POR i quali, in qualità di utilizzatori delle risorse comunitarie, che devono essere opportunamente informati in merito agli obblighi da rispettare al fine di rafforzare la riconoscibilità del sostegno del FSE all'operazione finanziata.
- **destinatari:** i soggetti che beneficiano dell'esecuzione dei progetti e delle realizzazioni da essi prodotte;
- **partenariato economico e sociale e mass media:** da coinvolgere nelle principali iniziative affinché possano svolgere la funzione di moltiplicatori di informazioni;
- **personale appartenente alle diverse strutture organizzative interne all'amministrazione regionale** coinvolto nella realizzazione del PO, da coinvolgere nell'attuazione dei Piani annuali di comunicazione;
- **grande pubblico:** da sensibilizzare e informare sulle opportunità e i risultati del PO.

Nel dettaglio, considerando le variabili prima descritte, la segmentazione è così individuata:

### Beneficiari (potenziali ed effettivi)

- Enti formazione e Istruzione (scuole, università, ITS...)
- Servizi per il Lavoro (pubblico e privato)
- Enti pubblici territoriali
- Imprese
- Terzo settore
- Rappresentanze sindacali e datoriali

### Destinatari

#### Donne

- In età lavorativa (pari opportunità MdL)
- Inoccupate/disoccupate
- vittime di violenza

#### Giovani (fino a 35 anni)

- Studenti
- Studenti a rischio dispersione scolastica
- NEET
- Disoccupati/inoccupati

#### Adulti

- Popolazione in età lavorativa/riqualificazione
- Personale PA

#### Persone in condizioni di disagio

- Famiglie a rischio povertà
- Inoccupati/disoccupati/a rischio espulsione MDL
- Disabili



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
 PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vittime di violenza/rischio discriminazione</li> </ul>
<p><b>Stakeholders (partenariato economico e sociale, media e PA coinvolte nel PO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Europe Direct e reti di informazione europea</li> <li>• Organismi rappr. parti sociali, economiche, commerciali, industriali, artigianali e imprenditoriali</li> <li>• Organismi rappr. della società civile (partner ambientali, parità di genere, non discriminazione e inclusione sociale...)</li> <li>• Gruppi target in base agli Avvisi (Università, scuole, poli formativi, Centri di ricerca, partenariato, associazioni datoriali...)</li> <li>• Terzo Settore e volontariato</li> <li>• Sistema camerale</li> <li>• Fondazioni</li> <li>• Dipartimenti regionali, Rete regionale URP, Centri per l'Impiego</li> <li>• Media</li> <li>• Opinion leader (blogger, giornalisti, esperti, ricercatori,..)</li> </ul>
<p><b>Grande pubblico</b></p>

Nella segmentazione del pubblico, un ruolo chiave è rappresentato dai **moltiplicatori di informazione (Stakeholder)**, ovvero quei soggetti territoriali che, forti del loro posizionamento sul territorio, sono in grado di veicolare l'informazione sfruttando l'effetto alone. L'obiettivo è ottenere un impatto di massa della comunicazione sfruttando il network di stakeholder chiave che utilizzeranno i propri canali e si riferiranno al proprio target (**stakeholder engagement**).

### 4.Strategy mix e Cross-Media

I social sono canali potenti a sé stanti che funzionano in modo più efficace se integrati nel mix dei media utilizzati dalla strategia di comunicazione. Considerato il contesto di riferimento, gli obiettivi e gli interlocutori individuati per la SMS, si definisce uno **strategy mix e cross media integrato, differenziato, partecipato**.

- **Integrato** grazie a un approccio in grado di assicurare, da un lato, la coerenza con le altre azioni e canali della più generale Strategia di comunicazione del PO e, dall'altro, il coinvolgimento nelle attività di comunicazione via social del partenariato istituzionale, attraverso il raccordo nell'ambito del Comitato di coordinamento per l'informazione e la comunicazione istituzionale della Regione Siciliana, degli stakeholder e dei moltiplicatori di informazione.
- **Differenziato**, grazie a un utilizzo mirato dei diversi canali social del PO FSE (Facebook, e Instagram) a seconda del pubblico di riferimento e della tipologia di messaggio.





Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

- **Partecipato**, perché volto a coinvolgere e motivare i beneficiari/attuatori dei progetti e i partecipanti/destinatari dei finanziamenti verso un ruolo attivo nella comunicazione delle opportunità e risultati del PO FSE Sicilia 2014-2020.

Tale tipo di approccio sull'utilizzo dei social permette di raggiungere diverse tipologie di pubblico, in riferimento alla tipicità dei diversi social adottati. Si tratta di presidiare la comunicazione su diverse "piazze virtuali" e questo significa: avere più strumenti a disposizione per ascoltare le richieste dei cittadini; organizzare le informazioni da veicolare nella maniera più efficace per raggiungere il target; promuovere una relazione di fiducia tra Amministrazione - più trasparente e più *friendly* - e cittadino.

Lo strategy mix o cross media prevede un utilizzo mirato ed integrato dei canali social ma non tramite un'interconnessione automatica dei post sui profili (es. tra Facebook ed Instagram) bensì attuando una rielaborazione dei post da pubblicare di volta in volta al fine di curare il testo, il tono e lo stile in relazione al canale social utilizzato, e quindi con un'attenzione particolare al pubblico di riferimento.

- **Facebook:** la pagina offre la possibilità di analizzare i dati di accesso tracciando un accurato profilo sociodemografico della propria utenza ed evidenziando i contenuti di maggior successo presso il proprio pubblico di riferimento. Consente inoltre di programmare la pubblicazione dei contenuti, di creare eventi e invitare i propri contatti a partecipare a questi appuntamenti. Gli eventi rappresentano pertanto un ulteriore modo per "essere presenti" e dare visibilità al Fondo Sociale Europeo. Si realizzano dirette streaming in occasione di eventi ed iniziative PO FSE da promuovere. I contenuti che più si prestano a sviluppare engagement sono infografiche animate e video.
- **Instagram.** Strumento in continua evoluzione, Instagram è stato adottato perché sempre più utilizzato dalle Pubbliche Amministrazioni ed è pieno di spunti, ispirazioni, contenuti interessanti e facili da ricercare e, soprattutto, con community interattive che tengono elevato l'engagement del canale. Vengono inoltre utilizzate le stories (della durata di 24 ore) e le dirette per condividere attività rilevanti con la modalità "lavori in corso", sempre per promuovere verso il cittadino l'immagine di una PA attiva e trasparente.
- **Youtube.** Allo stato il canale del PO Sicilia è poco sfruttato, ma è stato comunque aggiornato con i video prodotti ad oggi. Lo scopo è, da qui a breve, di potenziare questo strumento pianificando azioni specifiche (es. slideshow, step motion).

Per ciascun obiettivo ed interlocutore si definisce il mix ideale di strategie sulla base dello scopo, del segmento, dell'approccio e della disponibilità dei media.



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

**Ottimizzazione canali social** (personalizzare la comunicazione a seconda della natura del pubblico e dei social utilizzati):

- Facebook: potenziamento canale (azione di orientamento e smistamento richieste degli utenti ad uffici competenti e dipartimenti)
- Instagram: potenziamento canale, organizzazione contenuti (stories, highlights, IGTV...)
- Youtube: potenziamento canale, organizzazione contenuti e rilancio.

**Supporto alla diffusione di tematiche chiave** (informare e coinvolgere il pubblico su tematiche specifiche del FSE al fine di aumentarne la conoscenza e la consapevolezza):

- Facebook: investimento su contenuti multimediali e sostenitori (organic viral reach)
- Instagram: investimento su video e dirette
- Facebook e Instagram: investimento su inserzioni a pagamento

**Orientamento informativo** (monitorare le richieste degli utenti sui social e orientare l'utente verso uffici competenti/link per diffondere risposte esatte e immediate):

- Instagram, Facebook: adozione del punto di vista del cittadino, dialogo con utenti che avanzano richieste informativo (rinvio e smistamento richieste)

**Sponsorizzazione online (Advertising)** Creare contenuti ad hoc o sponsorizzare i media prodotti attraverso canali di advertising in app (vedi Facebook/Instagram) o Adv online via web.

**Cross-Media viral marketing (Cartelloni con QR)** Sviluppare cartellonistica lungo i percorsi cittadini e regionali con QR e link a progetti, post ed eventi del PO FSE

## 5.Contenuti (tono del messaggio, concetti chiave, #hashtag e tag)

### Linguaggio e tono

I contenuti della Social Media Strategy (SMS) sono caratterizzati da un tono e un linguaggio semplice e inclusivo. Diversi studi realizzati in ambito europeo dimostrano che la comunicazione sulla politica di coesione dell'Unione europea spesso è distante dal cittadino ed è eccessivamente focalizzata su aspetti tecnici ed economici. Troppe sigle ed acronimi (POR, PON, Fesr, FSE, Fondi SIE, OT, etc.) risultano di difficile comprensione e allontanano i cittadini anche quando interessati e desiderosi di conoscere. Per questo l'approccio adottato dalla SMS è volto a coinvolgere beneficiari e cittadini rendendoli protagonisti della comunicazione. L'attività sui canali social, dunque, veicola e promuove le informazioni sulle opportunità e lo stato di avanzamento del PO e mira a



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



---

## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

comunicare le attività del Fondo Sociale Europeo focalizzandosi sull'impatto del Fondo sulla vita quotidiana dei cittadini del territorio siciliano.

La scelta è quella di utilizzare un linguaggio asciutto ma allo stesso esaustivo, con rimandi a link nel caso in cui le informazioni utili devono essere illustrate in maniera completa. I contenuti pubblicati saranno testi, fotografie, info grafiche, card, video ed altri materiali multimediali che sono da considerarsi in licenza [Creative Commons CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), secondo la quale i contenuti possono essere riprodotti liberamente, ma necessitano sempre di essere accreditati al canale originale di riferimento.

### Contenuti e concetti chiave

Attraverso i profili social vengono quindi diffuse informazioni inerenti al PO FSE Sicilia 2014/2020 e più in generale alla programmazione comunitaria, nazionale e regionale di riferimento. I contenuti pubblicati sui canali del FSE Sicilia comprendono comunicazioni sulle attività, sui servizi, sui bandi ed avvisi, su comunicati stampa, su pubblicazioni e documenti ufficiali, su eventi ed iniziative. Nella redazione del piano editoriale, si tiene conto delle domande tipiche che potrebbe porre il cittadino (*adozione del punto di vista del cittadino*) e i contenuti pubblicati rispondono principalmente agli obiettivi strategici individuati dalla SMS.

### #hashtag @tag

L'uso corretto dei canali digitali di comunicazione del PO FSE Sicilia 2014/2020 prevede la possibilità di "condividere" all'interno delle proprie pagine ufficiali, nelle modalità consentite dai Social Media (*share, retwittare, like, taggare etc.*) i contenuti di canali istituzionali comunitari, nazionali e regionali e più in generale di pagine certificate ed ufficiali.

Le risorse del FSE Sicilia sono gestite dal Dipartimento regionali dell'istruzione, dell'università e del diritto allo studio, dal Dipartimento della formazione professionale, dal Dipartimento della famiglia e delle politiche sociali e dal Dipartimento del lavoro, dell'impiego, dell'orientamento, dei servizi e delle attività formative. In linea dunque con le tematiche trattate gli #hashtag fanno riferimento ai temi di pertinenza di detti Dipartimenti, sono però sempre menzionati #pofse e #sicilia.

L'uso degli #hashtag, quindi, oltre ad essere riferito al PO FSE Sicilia 2014/2020 e ai suoi assi e obiettivi tematici e specifici (#formazione, #istruzione, #università, #lavoro, #famiglia, #welfare, #pa), sarà riferito a temi più generici legati all'Europa, ai nuovi Fondi SIE 2021-2027, alla politica di coesione, al Mezzogiorno, allo Sviluppo regionale o alla Settimana europea delle regioni, al ForumPA, alla festa dell'Europa e comunque a tutte quelle tematiche che in qualche modo hanno un punto di contatto col Fondo sociale europeo.



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
 PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

La scelta dei @tag ricade prioritariamente sui profili istituzionali regionali: considerando che non esistono pagine ufficiali degli Assessorati viene sempre taggata la Regione Siciliana, nel caso di foto e video con Assessori e altri soggetti vengono taggati i profili dei soggetti coinvolti.

Per una efficace e partecipata strategia di comunicazione, nell'ottica di raggiungere un pubblico più vasto, è inoltre considerato prezioso taggare, in base ai temi affrontati, determinati moltiplicatori di informazione scelti tra soggetti europei, nazionali e regionali istituzionali e/o comunque certificati, che siano di riferimento al PO FSE. I moltiplicatori sono classificati in un apposito database aggiornato dalla redazione del PO FSE.

### Esempio di mappatura tema/hashtag

Hashtag	Tematiche			
	Formazione/istruzione	Lavoro/occupazione	Inclusione/lotta alla povertà	Capacità amministrativa
Hashtag primario	#pofsesicilia	#pofsesicilia	#pofsesicilia	#pofsesicilia
Hashtag secondario	#formazione #istruzione	#lavoro #occupazione	#InclusioneSocial e	#CapacityBuilding #pa
Altri hashtag (promozione di post specifici)	Es. promozione dei risultati conseguiti dagli ITS:  #its #nomeits #scuola #leFP #FormazioneProfessionale	Es. promozione di avvisi su green jobs:  #GreenEconomy #GreenJobs #opportunita	Es. promozione avvisi servizi di cura socio-educativi rivolti ai bambini:  #bambini #welfare #caregiver #ServiziDiCura	Es. promozione di azioni per miglioramento dell'efficienza e governance delle PA:  #governance #egovernment #innovazione #NuoviPercorsi

## 6. Monitoraggio e valutazione

Il costante monitoraggio delle azioni in fase di realizzazione e la valutazione dei risultati completano il ciclo di questa Social Media Strategy, che non deve essere concepita come un documento finito, ma come una serie di indicazioni strategiche flessibili, da far evolvere e adattare sulla base dei risultati raggiunti. Per valutare il raggiungimento degli obiettivi sono state definite


[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)

[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)


Seguici su



Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
 PROGRAMMA OPERATIVO



## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

metriche di valutazione specifiche (Key Performance Indicators, KPI) riportate nella seguente tabella di sintesi.

KPI	Significato	Frequenza rilevazione	Fonte
<b>Fan/Follower</b>	Numero di follower (o like alla pagina) ottenuti	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Geographic distribution</b>	Distribuzione geografica dei follower	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Impression</b>	Numero di visualizzazioni	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Reach</b>	Numero di utenti raggiunti	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Engagement</b>	Numero di like, commenti, condivisioni, salvataggi, retweet	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Tasso di crescita fan/follower</b>	Incremento numero di fan/follower rispetto alla rilevazione precedente, sia in termini percentuali che in termini assoluti	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Tasso di coinvolgimento della pagina (Engagement rate della pagina)</b>	somma di like, commenti, condivisioni, salvataggi, retweet (o meglio utenti che hanno registrato almeno un'interazione) in un determinato periodo diviso reach del periodo preso in considerazione/post dello stesso periodo considerato *100	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram
<b>Tasso di interazione del singolo post</b>	somma di like, commenti, condivisioni, salvataggi, retweet (o meglio utenti che hanno registrato almeno un'interazione) per il singolo post diviso reach del post in considerazione *100	Mensile o bimestrale con riepilogo semestrale e annuale	Facebook, Twitter, Instagram





Unione Europea



Repubblica Italiana



Regione Siciliana

FSE FONDO SOCIALE EUROPEO  
**SICILIA 2020**  
PROGRAMMA OPERATIVO



---

## Programma Operativo FSE Sicilia 2014-2020

### 7. Verso la Programmazione 2021-2027

In considerazione, che l'atto aggiuntivo della Convenzione trova copertura nell'ambito del Piano operativo complementare FSE 2014 - 2020 (POC), si attuerà la social media strategy anche per la nuova programmazione al fine di garantire la piena attuazione degli obiettivi divulgativi previsti dalla Strategia di comunicazione.

Si fa pertanto presente che l'Amministrazione regionale ha ritenuto necessario portare avanti gli interventi di diffusione dei risultati raggiunti fino al 31 dicembre 2023 e, successivamente, al 31 marzo 2024 della programmazione 2014-2020.

Operando in continuità e in piena coerenza con la struttura logica della programmazione strategica indicata nei regolamenti comunitari per il periodo 2014-2020 e nell'Accordo di Partenariato, le azioni di comunicazione previste dalla social media strategy saranno orientate alla transizione verso il ciclo di programmazione comunitario 2021-2027, al fine di assicurare pieno raccordo tra il ciclo di programmazione in chiusura e quello in corso garantendo di fatto una continuità operativa e progettuale.



[www.sicilia-fse.it](http://www.sicilia-fse.it)



[fsesicilia2020@regione.sicilia.it](mailto:fsesicilia2020@regione.sicilia.it)



Seguici su