



**Fondo europeo agricolo di sviluppo rurale - FEASR**

**Programma di sviluppo rurale della Regione Liguria  
per il periodo 2014-2020**

**PIANO di COMUNICAZIONE**

Novembre 2015

## Sommario

PREMESSA.....	3
LO SCENARIO DI RIFERIMENTO .....	3
QUADRO NORMATIVO .....	3
STRATEGIA, OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI .....	4
Obiettivi Generali .....	5
Obiettivi Specifici.....	5
Target.....	6
Finalità .....	7
Azioni individuate .....	7
Strumenti per l’attuazione del piano di comunicazione .....	7
❖ Sito Web Agriligurianet.it: sezione dedicata al PSR 2014-2020 .....	7
❖ Facebook, Blog e Youtube .....	8
❖ Comunicati stampa.....	8
❖ Punti di informazione territoriale.....	8
❖ Attività seminariali, convegnistiche e workshop.....	8
❖ Materiale informativo .....	8
❖ Materiale multimediale.....	9
❖ Campagne pubblicitarie sui Media .....	9
❖ Newsletter .....	9
❖ Report.....	9
❖ Gadget promozionali .....	9
SPECIFICHE TECNICHE DELLE AZIONI INFORMATIVE E DI COMUNICAZIONE .....	9
Elementi unificanti e immagine grafica coordinata.....	10
RISORSE IMPEGNATE .....	10
ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE.....	10
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE.....	11
Rilevazioni quali-quantitative .....	11
Valutazione.....	11

## **PREMESSA**

Il tema della comunicazione risulta di importanza cruciale, nel quadro della strategia Europa 2020.

Se da un lato risulta essenziale informare un pubblico di potenziali beneficiari il più vasto possibile evidenziando le opportunità di investimento esistenti, molto tempo e altrettante risorse devono essere dedicate a rendere noti i risultati ottenuti.

L'Autorità di Gestione, unitamente ai beneficiari dei progetti, devono mostrare ai cittadini i risultati degli investimenti effettuati, mentre i contribuenti dell'Unione europea hanno il diritto di conoscere per cosa vengono destinati e spesi i soldi pubblici.

Il presente Piano della Comunicazione è redatto in linea con il Regolamento (UE) n. 1303/2013, tenuto conto degli obiettivi indicati dalla Commissione e delle esperienze del precedente periodo di programmazione.

## **LO SCENARIO DI RIFERIMENTO**

Il programma di sviluppo rurale è il documento fondamentale per lo sviluppo dell'agricoltura, della selvicoltura, dell'ambiente naturale e dell'economia delle zone rurali della Liguria. Il testo per la programmazione 2014-2020 è stato redatto dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione e dal suo Dipartimento, in collaborazione con le categorie economiche e sociali interessate.

Il piano finanziario del PSR ligure prevede un contributo pubblico totale di oltre 313 milioni, di cui 135 a carico del bilancio dell'Unione europea, 125 dello Stato italiano e 53 della Regione. È previsto il finanziamento di 16 misure che si articolano in 46 sottomisure.

Il programma di sviluppo rurale ligure dà particolare rilievo alle azioni legate al potenziamento della competitività del settore agricolo e di quello forestale e alla salvaguardia, ripristino e valorizzazione degli ecosistemi. Si prevede che l'11,6% delle superfici agricole sarà oggetto ad impegni per la gestione delle risorse idriche, 15,1% per la gestione del suolo e oltre 13% delle superfici agricole saranno oggetto d'impegni a sostegno della biodiversità.

Al fine di potenziare la competitività del settore agricolo, oltre 1.450 agricoltori otterranno un sostegno per la ristrutturazione o l'ammodernamento delle loro aziende e quasi 560 giovani agricoltori riceveranno un aiuto finanziario per avviare la propria attività. A questo riguardo, nella selezione delle operazioni un peso particolare verrà dato al fattore innovazione.

Più del 6% della spesa pubblica del PSR verrà destinata a sostenere azioni che stimolano l'innovazione, la cooperazione e lo sviluppo della base di conoscenze per contribuire a soluzioni innovative per il settore agricolo. Infine il PSR Liguria contribuirà a favorire l'inclusione sociale e lo sviluppo economico nelle aree rurali dove più del 58% della popolazione sarà interessata dalle strategie di sviluppo locale. Oltre il 16% della popolazione rurale beneficerà anche di nuove o migliori infrastrutture a banda larga nelle aree rurali meno sviluppate.

Risulta, pertanto, di primaria importanza definire un adeguato piano di comunicazione circa le opportunità e le attività previste dal Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020.

L'Autorità di gestione adotta, pertanto, ogni azione ritenuta idonea a garantire l'informazione e la pubblicità nei confronti della collettività, dei partner e degli *stakeholder* in merito all'adozione del PSR, dei suoi successivi aggiornamenti e degli esiti dell'attuazione. Inoltre periodicamente provvederà alla pubblicazione dell'elenco dei beneficiari con la denominazione delle misure e gli importi percepiti.

## **QUADRO NORMATIVO**

Le attività d'informazione e pubblicità sono basate sulle disposizioni previste dai regolamenti dell'Unione europea n. 1303/2013, n. 1305/2013 e dai relativi atti di esecuzione e delegati. Tale informazione è destinata al pubblico e deve evidenziare il ruolo della Comunità europea.

Il Programma regionale di Sviluppo Rurale prevede un "Piano di comunicazione" (capitolo 15.3), teso a informare e sensibilizzare i cittadini della Liguria sugli obiettivi perseguiti e sui risultati

conseguiti dalle azioni messe in campo; dare ampia diffusione dei contenuti e dei contributi previsti ai potenziali beneficiari; fornire informazioni specifiche e dettagliate ai partner e agli stakeholder.

Tali obiettivi vanno raggiunti attraverso un'attenta pianificazione che consenta di evitare contraddizioni nella formulazione delle azioni di comunicazione in relazione alle singole politiche ed anzi, sfruttando le possibili sinergie tra i Fondi ESI e coordinando strumenti e soggetti coinvolti.

### **STRATEGIA, OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI**

Il Piano di Comunicazione (PdiC), possiede una dimensione strategica, ovvero consente di ordinare, sviluppare e impiegare risorse di tipo diverso (umane, strumentali, economiche) per raggiungere determinati obiettivi comunicativi. L'esperienza ha dimostrato che i cittadini non sono ancora sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dalla Unione europea nel finanziamento dei programmi destinati a potenziare la competitività economica, tutelare l'ambiente, creare posti di lavoro e rafforzare la coesione interna.

La comunicazione è quindi, tra gli altri, uno strumento per la valorizzazione delle relazioni con i cittadini, perseguita attraverso azioni capaci di aumentare la trasparenza dei processi amministrativi e di rendere certi i cittadini sul ruolo e le competenze della Regione Liguria, dello Stato e dell'Unione Europea.

Il PdiC si rivolge, quindi, all'intera popolazione regionale, al fine di incrementare la percezione positiva delle potenzialità del Programma, fornendo tutte le notizie relative alle molteplici opportunità offerte.

Nel definire la strategia del PdiC, si è tenuto conto anche dei risultati raggiunti durante la precedente programmazione.

La strategia del PdiC sarà orientata sulla base delle seguenti caratteristiche:

a) integrazione:

- con i Fondi strutturali;
- con le attività di comunicazione istituzionale della Regione, anche per quanto attiene il rispetto delle disposizioni del "D.Lgs. n.177/2005 - Testo Unico dei Servizi di media audiovisivi e radiofonici";
- con le attività previste dal piano di comunicazione della RRN [articolo 54, paragrafo 3, punto vi), del regolamento (UE) n. 1305/2013] per avere una maggiore penetrazione delle azioni messe in campo;

b) complementarietà degli strumenti, si privilegerà una complementarietà tra gli strumenti, in un contesto sempre più flessibile; in tal modo sarà possibile sviluppare, per esempio, la promozione di eventi su canali digitali, social media, stampa on line; così come promuovere filmati sui canali digitali attraverso social media o newsletter; o la pubblicizzazione su stampa del sito e dei canali social;

c) diffusione territoriale, la comunicazione anche se preferenzialmente indirizzata ai beneficiari potenziali ed effettivi, si rivolge a tutta la popolazione ovvero a tutte le comunità sociali e produttive del territorio;

d) differenziazione per target di destinatari, con attività che saranno necessariamente diversificate, a seconda che le stesse siano rivolte a potenziali beneficiari, beneficiari effettivi e grande pubblico;

e) sinergia con il partenariato economico e sociale, al fine di supportare un'incisiva e capillare attività di comunicazione del programma sul territorio ligure.

Il PdiC supporta il PSR Liguria 2014-2020 in tutte le sue fasi di esecuzione:

- ◆ Fase di avvio: come primo momento di comunicazione durante l'elaborazione del Programma di Sviluppo rurale 2014-2020, l'approvazione da parte dell'Unione europea del documento finale e prime informative sulle procedure di attuazione delle misure e dei relativi

bandi di accesso.

- ◆ Fase di gestione ed attuazione: come informazione in itinere, finalizzata a fornire un'informazione costante sui bandi di accesso, sullo stato di attuazione dei progetti, sulle attività di valutazione e monitoraggio.
- ◆ Fase conclusiva, finalizzata a fornire la massima diffusione dei risultati ottenuti.

## Obiettivi Generali

Si possono individuare alcune tipologie di obiettivi generali della comunicazione:

- Obiettivi di *policy*, legati al rilancio del territorio. Condividere queste scelte con i soggetti pubblici di riferimento è una forte esigenza delle pubbliche amministrazioni, e la comunicazione diviene una leva per costruire partnership istituzionali e tra pubblico e privato per realizzare politiche pubbliche integrate sul territorio.
- Obiettivi di garanzia e tutela dei diritti nella relazione pubblico/privato, garantendo l'informazione, l'accesso agli atti e la partecipazione, rendendo effettive le opportunità di accesso ai finanziamenti e correggendo eventuali squilibri informativi.
- Obiettivi di identità ed immagine, correlati alla necessità di comunicare l'identità costitutiva dell'Istituzione, della sua *mission*, le iniziative e i programmi realizzati.
- Obiettivi di miglioramento della qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate, contribuendo a far conoscere le opportunità di accesso ai finanziamenti, semplificare le procedure, snellire i tempi, ridurre i costi, rendere i servizi più trasparenti e coerenti con i bisogni degli utenti.

L'esigenza di un del PdiC nasce, dunque, dalla necessità di garantire:

- la conoscenza degli interventi programmati, ma anche l'attivazione di azioni efficaci ai fini dell'approccio progettuale;
- la conoscenza delle opportunità offerte dalla programmazione comunitaria in favore di tutti i cittadini;
- la garanzia, attraverso gli strumenti di informazione e di pubblicità, del rispetto della trasparenza delle procedure amministrative poste in essere, delle modalità di partecipazione ai bandi, dei criteri di valutazione e di selezione per l'accesso agli incentivi economici;
- la comunicazione al Comitato di Sorveglianza sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione;
- la sorveglianza e valutazione degli interventi sui Fondi ESI;
- il pieno utilizzo delle risorse;
- l'agevolazione del concorso finanziario dei privati;
- il miglioramento della qualità progettuale.

## Obiettivi Specifici

Per un'attuazione più efficace delle strategie di comunicazione individuate nel PSR Liguria, sono indicati i seguenti obiettivi specifici connessi agli obiettivi generali:

- a) creare un efficiente sistema di comunicazione interna fra tutti i soggetti dell'Amministrazione regionale coinvolti nell'attuazione del PSR, attraverso il ricorso a metodologie, tecniche e strumenti adeguati;
- b) sviluppare una rete di collaborazione esterna per la diffusione della comunicazione con il partenariato istituzionale, economico e sociale, in particolare con i soggetti che operano nel campo dell'informazione sulle politiche comunitarie;
- c) garantire un'informazione completa e diffusa su tutto il territorio regionale anche attraverso i soggetti coinvolti nell'attuazione dei progetti integrati e CLLD;

- d) fornire informazioni specifiche e dettagliate ai beneficiari (potenziali ed effettivi);
- e) predisposizione di linee guida su procedure, criteri di selezione e tempistiche per l'accesso ai finanziamenti;
- f) riferimenti locali, regionali e nazionali su dove e come ottenere informazioni ed assistenza;
- g) accrescere il grado di conoscenza del PSR per lo sviluppo della Liguria e la consapevolezza dell'opinione pubblica sul ruolo dell'Unione europea, dello Stato e della Regione anche mediante la messa on-line sul sito web regionale di:
  - esempi di operazioni "tipo" finanziate dal programma;
  - informazioni aggiornate sui beneficiari effettivi e interventi realizzati;
- h) assicurare l'informazione sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di Sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma.

## Target

Le azioni discendenti dal piano di comunicazione coinvolgono una platea di interlocutori ampia e differenziata, ma riconducibile a tre distinte categorie:

- **Cittadini e collettività in genere:**

nei confronti di questa categoria, va operata un'azione di sensibilizzazione sul ruolo svolto dall'Unione europea, sul valore del sostegno congiunto del FEASR e dei fondi nazionali e regionali e sui risultati conseguiti. In ragione della natura del target, è necessario garantire all'informazione la massima copertura, avendo cura di rendere i materiali disponibili in formato accessibile anche alle persone diversamente abili e diversificando in maniera appropriata i canali d'informazione.

- **Partner e stakeholder:**

si tratta di gruppi specifici, individuati di volta in volta in base alle azioni da promuovere, in grado di reindirizzare le informazioni ai potenziali beneficiari. In questa categoria si annoverano Enti pubblici, Università ed Enti di ricerca, ordini professionali, parti economiche e sociali, organizzazioni non governative, associazioni che rappresentano il mondo economico, organismi che promuovono le pari opportunità. Si tratta di interlocutori competenti che permettono un'informazione più capillare e di dettaglio, dotati della necessaria autorevolezza nei confronti dei soggetti potenziali beneficiari, che ad essi sono associati e in qualche modo si identificano. Anche i *mass-media* per loro definizione, rientrano in questa categoria.

- **Beneficiari potenziali e beneficiari effettivi:**

ai potenziali beneficiari, devono essere fornite informazioni chiare e precise sugli interventi finanziabili e sulle modalità e procedure per accedere ai finanziamenti. A tal fine è necessario garantire accessibilità, trasparenza e imparzialità nell'accesso alle opportunità offerte dal PSR. Le attività destinate a tutti i soggetti identificati dalle singole misure, non devono esaurirsi con la fornitura della sola informazione riguardante l'opportunità del sostegno economico, ma rendere note nel dettaglio tempistiche e procedure operative. I beneficiari effettivi, devono essere informati degli obblighi e dei vincoli da rispettare in qualità di titolari dei finanziamenti PSR.

Nell'ambito di quest'ultima categoria, si intende prestare particolare attenzione a donne e giovani. Nelle zone rurali in particolare, è necessario promuovere una crescita sostenibile ed integrata, creando nuove opportunità occupazionali per tali soggetti. Ciò è tanto più evidente se si considera che:

- le donne titolari di aziende sono un numero modesto e generalmente le imprese sono di dimensioni ridotte o scarsamente redditizie, mentre la maggior parte delle donne lavorano come dipendenti o coadiuvanti familiari;

- l'esodo di soggetti appartenenti a classi di età economicamente attive, provoca conseguenze negative sulla qualità di vita delle comunità e sull'evoluzione demografica dei comuni in tali aree;
- ancorché con un trend in diminuzione, permane nelle zone rurali la difficoltà di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

## Finalità

L'informazione deve giungere il più possibile direttamente al fruitore, attivando i meccanismi idonei per raggiungerlo, rendendo quindi il meno gravosa possibile la ricerca delle informazioni.

Il piano si propone sinteticamente di attivare ogni utile strumento atto a garantire:

- la diffusione delle informazioni verso i cittadini e l'opinione pubblica in genere, in modo uniforme su tutto il territorio per dare un'immagine corretta e omogenea delle azioni del Programma;
- la comunicazione tematica *face to face*;
- la comunicazione e le attività di *front office* ed *help desk online*;
- l'aggiornamento delle notizie sul PSR e la divulgazione delle informazioni attraverso i canali di comunicazione regionali;
- un rapporto continuativo con tutti i media di riferimento;
- contribuire al raggiungimento degli obiettivi del PSR.

## Azioni individuate

Le azioni individuate avranno l'obiettivo di:

- comunicare il piano: il PdiC va reso pubblico e trasferito direttamente a tutti i soggetti coinvolti. La comunicazione di strategie e attività consente una condivisione e una partecipazione diretta degli attori;
- amplificare l'informazione: ogni intervento di informazione e promozione dovrà rappresentare un tassello per favorire la fruizione di notizie e opportunità, ottimizzando le risorse e sfruttando ogni connessione tra le azioni;
- diversificare la diffusione delle informazioni: per la divulgazione delle informazioni e delle opportunità di sostegno, si farà ricorso a tutti i canali disponibili di diffusione e non solo attraverso strumenti "personalizzati" e "settorializzati";
- monitorare periodicamente: durante il periodo di programmazione, è opportuno agire su due livelli di monitoraggio: uno interno, per una costante valutazione dell'evolversi del Programma e sull'efficacia delle azioni, ed uno esterno, rivolto alla verifica *step by step* delle azioni rispetto alle aspettative, ai bisogni ed alle necessità di comunicazione emergenti.

## Strumenti per l'attuazione del piano di comunicazione

Una buona comunicazione, per essere anche efficace, deve agire in più direzioni. A tal fine, per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, la comunicazione sarà realizzata utilizzando diversi strumenti, selezionati in base ai contenuti da divulgare ed al target di riferimento, in modo da raggiungere un pubblico il più vasto possibile e contemporaneamente permettere di ascoltare e monitorare il grado di soddisfazione.

### ❖ **Sito Web Agriligurianet.it: sezione dedicata al PSR 2014-2020**

Si tratta di un mezzo di comunicazione strategico per la Regione che ha rappresentato nella precedente fase di programmazione un canale estremamente efficace per la divulgazione puntuale e rapida delle informazioni. Non solo perché mette in rete il Programma e gli altri importanti elementi della programmazione e dell'immagine regionale, ma anche e soprattutto, perché "avvicina" la Regione ai cittadini liguri, agli Enti territoriali, al mondo economico e professionale,

all'associazionismo in tutte le sue innumerevoli articolazioni. La sezione dedicata al PSR ad oggi è stata visitata da oltre 140.000 utenti.

Lo scopo delle pagine è quello di dare massima visibilità ai bandi PSR e alla loro applicazione, garantendo l'aggiornamento e la diffusione dei diversi documenti prodotti. Si proseguirà pertanto con il rafforzamento delle azioni intraprese e il sito sarà lo strumento privilegiato sia per diffondere in modo tempestivo le informazioni relative alle Misure e alle iniziative legate al PSR, sia per rafforzare le relazioni e la concertazione con i diversi soggetti coinvolti sul territorio.

Lo strumento Internet garantisce alcuni requisiti essenziali tra cui:

- ricerca facilitata e guidata;
- consultazione continua e mirata;
- facilità di aggiornamento di contenuti e documenti.

Con l'utilizzo della rete Internet viene facilitato il compito di una informazione capillare e diffusa verso i target individuati.

Nei confronti dei potenziali beneficiari, l'Autorità di gestione, avvalendosi degli strumenti e degli spazi messi a disposizione dal sito *web Agriligurianet.it*, assicura l'accesso alle informazioni necessarie per concorrere ai bandi. In particolare, cura la comunicazione relativa a opportunità di finanziamento, condizioni di ammissibilità e/o criteri di selezione e valutazione dei progetti proposti, procedure e tempistiche per l'esame delle richieste di finanziamento, impegni e requisiti obbligatori da rispettare. L'Autorità di Gestione informa inoltre i potenziali beneficiari, che l'accettazione del finanziamento PSR comporta la loro inclusione nell'elenco delle operazioni da rendere pubbliche.

#### ❖ Facebook, Blog e Youtube

Già attivi nel precedente periodo di programmazione, i canali *social* sono indispensabili strumenti per completare la gamma dei mezzi di comunicazione rivolti ai *target* di riferimento sull'attuazione del PSR.

#### ❖ Comunicati stampa

Segnalano le fasi salienti dell'iter procedurale e realizzativo degli interventi del PSR. Si tratta di uno strumento di comunicazione attraverso il quale i *mass-media*, provvedono a rilanciare in tempo reale le notizie a tutta la comunità regionale.

#### ❖ Punti di informazione territoriale

Avvalendosi della struttura degli Sportelli territoriali già presenti in Liguria, si intende promuovere un servizio di *front office* e *help desk* diffuso a cui il cittadino o il beneficiario può rivolgersi per ottenere informazioni di carattere tecnico e finanziario o reperire materiale divulgativo (*vademecum*, guide, brochure, formulari, ecc.).

#### ❖ Attività seminari, convegnistiche e workshop

Si tratta di importanti momenti formativi/informativi realizzati sul territorio e pensati per rispondere alle esigenze espresse da tutti i soggetti portatori di interessi nell'ottica di una azione *face to face* al fine di illustrare, discutere ed organizzare le attività del PSR con l'obiettivo principale di migliorare ed accompagnarne l'attuazione. Attività informative potranno essere organizzate ed ospitate anche in concomitanza di eventi di particolare rilevanza o calendarizzate a titolo di incontri periodici sul territorio anche come conferenze-evento itineranti.

#### ❖ Materiale informativo

Mira a dare indicazioni immediate circa il sostegno economico previsto dalle diverse misure del Programma, a diffondere i risultati di attuazione degli interventi cofinanziati dall'Unione europea e a fornire esempi concreti di progetti realizzati e finanziati che consentano di disseminare *best practices*. Opuscoli, *brochures*, *depliants*, *Roll-up* e altro materiale illustrativo, saranno destinati a supportare anche attività di animazione territoriale, convegni, seminari ed eventi.

### ❖ **Materiale multimediale**

I prodotti mediali e multimediali (video, cd-rom, servizi via sms, app per smartphone, ecc.), potranno essere prodotti e utilizzati per la diffusione capillare e tempestiva di comunicazioni, dati e informazioni per facilitare l'accesso ai bandi e per la valorizzazione dei risultati raggiunti.

### ❖ **Campagne pubblicitarie sui Media**

In maniera prioritaria e predominante la campagna pubblicitaria sarà sviluppata tramite mezzi di comunicazione di massa come TV, Radio e Stampa, sia cartacea, che digitale, con l'obiettivo di arrivare a comunicare alla più ampia parte possibile dei *target* presi in considerazione, l'importanza e la concretezza degli interventi cofinanziati grazie ai fondi FEASR. TV e Radio locali, saranno utilizzate attraverso una attenta programmazione dei passaggi che permetta un'azione articolata e capillare. Per completare la presenza e raggiungere la parte del *target* meno ancorata ai tradizionali metodi di comunicazione si intende pianificare una campagna *banner web* su quotidiani locali, combinata alle uscite cartacee.

Tutti gli interventi previsti nelle campagne pubblicitarie dovranno attenersi alla vigente normativa in materia.

### ❖ **Newsletter**

In linea con le politiche comunitarie, finalizzate a ridurre le distanze con i cittadini, si intende continuare a distribuire il materiale informativo non solo attraverso la carta stampata, ma facendo più ampio ricorso al *web*. Sono state realizzate *newsletter* informative inviate agli iscritti e visibili anche tramite *banner* sul sito *web* regionale Agriligurianet.it per renderne possibile la consultazione ai non iscritti.

I soggetti coinvolti nell'attuazione del PSR sono informati periodicamente, su notizie riguardanti gli interventi comunitari e in particolare circa le opportunità di sostegno economico del PSR.

Le *newsletter* già operative sono:

- ✓ **Agriligurianews**, con una utenza di oltre 4500 iscritti, viene inviata mensilmente a mezzo posta elettronica direttamente agli iscritti e a tutti coloro che ne fanno richiesta;
- ✓ **FlorNews – Riviera Ligure**, bollettino di informazione con una utenza di oltre 1500 iscritti con cadenza quindicinale inviato a mezzo posta elettronica o fax agli operatori della filiera floricola ligure e a tutti coloro che lo richiedono;
- ✓ **Bollettini Olivo, Vite, Agrometeo e Miele**, si tratta di bollettini di informazione tecnica inviati a mezzo posta elettronica o fax ad una utenza di circa 2000 iscritti.

### ❖ **Report**

In concomitanza della predisposizione del Rapporto Annuale di Esecuzione si prevede di realizzare un *report* sintetico corredato da immagini, grafici e tabelle, che renda più fruibile e comprensibile la lettura dei dati per una corretta e puntuale informazione circa l'andamento del Programma. Tale *report*, sarà veicolato sia in versione cartacea che digitale *on-line* tramite *banner*, con collegamento che ne permetta il *download* tramite il sito *web* regionale.

### ❖ **Gadget promozionali**

L'esperienza maturata nel precedente periodo di programmazione ha evidenziato l'importanza di poter disporre in occasione di attività seminariali, convegnistiche, *workshop*, ed eventi fieristici, oltre che al materiale promozionale tradizionale, anche di *gadget* coordinati. Si ritiene pertanto di riproporre la realizzazione di tale materiale compatibilizzando l'immagine grafica coordinata al supporto da realizzare.

## **SPECIFICHE TECNICHE DELLE AZIONI INFORMATIVE E DI COMUNICAZIONE**

Le pubblicazioni e ogni altro elaborato realizzato in qualsiasi forma, riguardante azioni cofinanziate a valere sul PSR Liguria e destinato ad azioni informative e di comunicazione, dovrà contenere,

una chiara indicazione della partecipazione del FEASR, nonché simboli e loghi secondo quanto stabilito nel “Manuale di comunicazione integrata dei fondi europei e nazionali - Finanziamenti della programmazione unitaria”. Le pubblicazioni dovranno includere i riferimenti all’Autorità di Gestione o all’Organismo responsabile dell’informazione designato per l’esecuzione degli interventi in questione.

Per le informazioni da rendere disponibili attraverso mezzi elettronici (es. siti *web* e *database*) e il materiale audio-visivo, si applicano le medesime indicazioni.

Inoltre nel caso di siti *web*, si dovrà menzionare il concorso del contributo FEASR almeno sulla *homepage* e includere i *link* ai siti web della Commissione europea (dedicato al FEASR) della Regione Liguria (Agriligurianet) e della Rete Rurale Nazionale.

### **Elementi unificanti e immagine grafica coordinata**

Le azioni e gli strumenti di comunicazione del PSR Liguria 2014-2020 precedentemente descritti saranno contraddistinti oltre che da una linea grafica coordinata, da un *format design* in modo da renderli facilmente identificabili per tutto il periodo e sull’intero territorio regionale.

Gli elementi grafici dovranno essere declinati in modo da evidenziare sempre la partecipazione dell’Unione europea e degli altri partner coinvolti. A tale scopo dovranno essere presenti i seguenti elementi minimi (Reg. UE n. 808/2014 allegato III):

1. La bandiera europea secondo le specifiche grafiche definite accompagnata dalla dicitura: "Fondo Agricolo Europeo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali";
2. Per gli interventi e le misure finanziate dalla misura 19, dovrà utilizzarsi anche il logo Leader.

In abbinamento ai loghi e allo *slogan*, si intende avvalersi di una immagine grafica per dare immediata riconoscibilità a documenti ed elaborati relativi al PSR Liguria, da utilizzare anche in occasione di iniziative che riguardino, appunto, la comunicazione del PSR.

### **RISORSE IMPEGNATE**

Il presente piano di comunicazione individua, in via presuntiva, nell’8% della dotazione finanziaria della misura 20 “Assistenza tecnica”, il *budget* da destinare nel corso del periodo di programmazione 2014-2020, alle azioni precedentemente descritte.

### **ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE**

La definizione dell’organizzazione e governance risponde a quanto previsto dall’allegato III punto 1.1, lett. d) del Reg. UE 808/2014.

La responsabilità dell’attuazione del PdiC è dell’Autorità di Gestione (Settore Politiche Agricole e della Pesca - Dipartimento Agricoltura, Sport, Turismo e Cultura).

La responsabilità operativa comporta una serie di azioni, quali:

- Armonizzazione con comunicazione istituzionale della Regione, anche al fine del rispetto dei vincoli previsti dal Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici - D.Lgs. n.177/2005;
- Interfaccia con i responsabili della comunicazione dei Fondi strutturali dell’Amministrazione regionale; con i quali attivare sinergie finalizzate ad ottimizzare l’incisività delle azioni di comunicazione;
- Raccordo con la Rete Rurale Nazionale e la *European Network Rural Development*.

In tale contesto e secondo le indicazioni dei regolamenti comunitari, il Comitato di Sorveglianza viene informato circa:

- l’attuazione del PdiC in merito ai progressi e risultati conseguiti;
- le attività informative e pubblicitarie da svolgersi nell’anno successivo.

## MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

L'attività di monitoraggio costituisce elemento fondamentale su due direttrici diverse ma complementari:

1. la verifica della corretta realizzazione del piano, attraverso l'osservazione delle singole azioni in relazione al raggiungimento dei risultati desiderati;
2. la rilevazione della crescita del livello di conoscenza e di soddisfazione dei target in una azione di *feed back* continuo dell'aspetto "culturale" dell'operazione, tesa a registrare bisogni emergenti, percezioni del ruolo istituzionale, efficacia dell'azione comunicativa.

Le azioni di comunicazione saranno monitorate e valutate mediante rilevazioni calibrate sulla base del tipo di azione e dello strumento utilizzato (es: rilevazione numero di partecipanti, accessi alla rete, richieste di informazioni, ecc.), utili se del caso, anche al fine di definire azioni correttive da apportare al PdiC.

In questa ottica costituiscono azioni di monitoraggio, anche le rilevazioni quali-quantitative e gli esiti delle riunioni del Comitato di Sorveglianza.

### Rilevazioni quali-quantitative

Tra gli strumenti presi in considerazione, le rilevazioni quantitative e quelle qualitative, ottenute per mezzo di questionari, sondaggi e interviste, tecniche di marketing sociale e tramite le occasioni di contatto con i target (momenti di aggregazione, *form* interattivi ecc.), costituiranno un utile strumento di valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione.

### Valutazione

Nell'ambito dell'incarico di valutazione indipendente del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, verrà richiesta una specifica analisi delle azioni informative e pubblicitarie intraprese, al fine di rilevarne l'efficacia e l'applicazione secondo le modalità previste.

La valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione e informazione si sviluppa attraverso le seguenti attività:

- Valutazioni puntuali sul raggiungimento degli obiettivi fissati nel Piano in termini di visibilità e consapevolezza del ruolo dell'UE, sull'impatto delle azioni di comunicazione realizzate nei confronti dei destinatari ed informazioni sui finanziamenti europei;
- Valutazione finale, che sarà integrata nel rapporto finale di esecuzione a fine Programma.

Le azioni informative e pubblicitarie saranno valutate anche in termini di visibilità del programma, delle operazioni, nonché del ruolo svolto dal FEASR e dall'Unione in termini di sensibilizzazione dei target di riferimento nei loro confronti.

A supporto, delle attività di monitoraggio e valutazione vengono di seguito riportati i principali indicatori di *output* e risultato individuati (susceptibili di modifica e/o integrazione):

indicatori di *output*:

- numero di strumenti di comunicazione impiegati (seminari, eventi, pubblicazioni, ecc.);
- numero di partecipanti agli eventi informativi (convegni, seminari, ecc.);
- numero di copie di materiale informativo distribuite;
- numero di accessi alle aree *web* dedicate al PSR;
- tempi di permanenza sulle pagine;
- numero di partecipanti ai *social network*
- numero di iscritti alla *newsletter*,

indicatori di risultato:

- numero di notizie/articoli pubblicati/trasmessi, nell'unità di tempo prescelta, per canale di comunicazione;
- grado di diffusione e penetrazione geografica della copertura mediatica;
- grado di conoscenza dei cittadini e dei beneficiari circa l'esistenza del PSR e del ruolo dell'Unione europea, dello Stato e della Regione;
- efficacia dei singoli media rispetto alla conoscenza e consapevolezza di cittadini e beneficiari.

I dati relativi agli indicatori di *output* saranno rilevati prevalentemente tramite le attività di monitoraggio, mentre quelli relativi agli indicatori di risultato, potranno essere acquisiti attraverso rilevazioni di tipo qualitativo effettuate presso cittadini e beneficiari con il supporto del Valutatore indipendente.

L'Autorità di Gestione provvede ad informare il Comitato di Sorveglianza sulle attività di comunicazione e informazione realizzate e sugli esiti delle valutazioni tra cui quelle condotte a cura del Valutatore Indipendente.

Gli esiti delle valutazioni saranno pubblicati sul sito [Agriligurianet.it](http://Agriligurianet.it).