



REGIONE LIGURIA



REPUBBLICA ITALIANA



COMMISSIONE EUROPEA

**Deliberazione di Giunta regionale n. 322 del 9 febbraio 2010**

Programma regionale di sviluppo rurale 2007-2013 – misura 511 – assistenza tecnica – Piano di comunicazione 2010.

Visto il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio, del 20 settembre 2005, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR);

Visto il regolamento (CE) n. 1290/2005 del Consiglio del 21 giugno 2005 relativo al finanziamento della politica agricola comune;

Visto il regolamento (CE) n. 1974/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006 recante disposizioni di applicazione del sopra citato regolamento (CE) n. 1698/2005;

Visto il regolamento (CE) n. 1975/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006 recante le modalità di applicazione delle procedure di controllo e della condizionalità per le misure di sviluppo rurale;

Visto il regolamento (CE) n. 1159/2000 della Commissione del 30/05/2000 relativo alle azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali;

Visto il programma regionale di sviluppo rurale (PSR) per il periodo 2007/2013, approvato con decisione della Commissione europea n. C(2007) 5714 del 20 novembre 2007, di cui il Consiglio regionale ha preso atto con deliberazione n. 49 dell'11 dicembre 2007;

Vista la legge regionale 10 dicembre 2007 n. 42 "Disciplina delle procedure amministrative e finanziarie per l'attuazione del programma regionale di sviluppo rurale per il periodo 2007-2013";

Visto in particolare il capitolo 13 del PSR relativo alle disposizioni volte a dare adeguata pubblicità al programma;

Ritenuto necessario definire in un apposito piano, da aggiornare periodicamente, il contenuto specifico delle azioni di comunicazione da realizzare per raggiungere gli obiettivi stabiliti dal PSR e dalle norme comunitarie sopra citate;

Ritenuto altresì di definire il piano di comunicazione di cui sopra in un apposito documento allegato, che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;

Su proposta dell'Assessore all'Agricoltura, Floricoltura, Caccia, Pesca e Protezione civile;

#### DELIBERA

- 1) Di approvare, per i motivi meglio specificati in premessa, il "Piano di comunicazione anno 2010" del programma regionale di sviluppo rurale 2007-2013 di cui al documento allegato, che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- 2) Di incaricare il Dirigente del Settore Politiche Agricole di provvedere all'impegno dei fondi necessari per realizzare le singole iniziative previste dal Piano di comunicazione di cui sopra;

Di dare atto che avverso il presente atto è possibile presentare ricorso giurisdizionale al TAR, entro 60 giorni o, in alternativa, ricorso amministrativo straordinario al Presidente della Repubblica entro 120 giorni dalla pubblicazione dello stesso.

## **PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2007-2013 REGIONE LIGURIA**

### **Piano di comunicazione anno 2010**

#### **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 2007-2013 è stato redatto dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione e dal suo Dipartimento, in collaborazione con le categorie economiche e sociali interessate, in particolare le organizzazioni professionali agricole, ed è stato approvato con Delibera del Consiglio Regionale n. 49 del 11 dicembre 2007.

Il piano finanziario del PSR ligure prevede nell'arco dei sette anni un volume complessivo di investimenti pari a 441 milioni di euro. Il contributo pubblico totale ammonta a 276 milioni, di cui 106 a carico dell'Unione europea, 119 del Governo italiano e 51 della Regione. È previsto il finanziamento di circa 30 misure. Ogni misura corrisponde a una determinata categoria di interventi, fra i più importanti figurano: gli investimenti nelle aziende agricole e forestali, l'insediamento dei giovani in agricoltura, l'agro-ambiente, la prevenzione degli incendi forestali, l'agriturismo, lo sviluppo delle micro-imprese nelle zone interne della Liguria, la formazione professionale e la consulenza tecnica per gli agricoltori. Tali misure sono raggruppate in tre assi principali: asse 1 (competitività del settore agricolo e forestale) con 161 milioni di finanziamento pubblico; asse 2 (miglioramento dell'ambiente) con 68 milioni; asse 3 (sviluppo dei territori rurali) con 40 milioni. Circa 7 milioni sono destinati alle spese per la gestione del programma. Il 60% delle risorse del piano sono destinate agli investimenti per le imprese agricole. Risulta, pertanto, di primaria importanza sviluppare un adeguato piano di comunicazione per raggiungere ed informare gli operatori del settore, gli altri enti interessati e la popolazione nel suo complesso circa le opportunità e le attività previste dal Programma di Sviluppo Rurale.

#### **QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO**

Le azioni in materia di informazione e pubblicità previste dal presente Piano sono realizzate in ottemperanza al Regolamento Ce n. 1698/2005, dove, all'art. 76, stabilisce che gli Stati membri provvedono all'informazione e alle pubblicità relative ai piani strategici nazionali, ai programmi di sviluppo rurale e ai contributi della Comunità. Tale informazione è destinata al pubblico e deve evidenziare il ruolo della Comunità.

Inoltre il Piano viene redatto in ottemperanza all'art.58 del Regolamento (Ce) 1974/2006 e suo allegato VI, che prevede che il Programma regionale di Sviluppo Rurale comprenda un "Piano di comunicazione", teso a informare e sensibilizzare i cittadini della Liguria sugli obiettivi perseguiti e sui risultati ottenuti dalle misure messe in campo; dare ampia diffusione dei contenuti e dei contributi previsti ai potenziali beneficiari; fornire informazioni specifiche e dettagliate per gli effettivi beneficiari. L'obiettivo è quello di avviare un'attività di pianificazione che consenta di evitare contraddizioni nella formulazione degli obiettivi di comunicazione in relazione alle singole politiche ed, anzi, di sfruttare le possibili sinergie e di coordinare i soggetti coinvolti e gli strumenti.

Dunque, il principio della conoscenza viene riaffermato come strategico e cruciale ai fini del successo della politica comunitaria attuata verso i Paesi membri e della politica di questi ultimi nei confronti delle collettività nazionali, attraverso il sostegno economico allo sviluppo dei sistemi locali

Con la redazione del Piano, inoltre, la Regione prosegue da un lato il suo intendimento di dare piena attuazione alla Legge 150/2000, laddove stabilisce che le amministrazioni statali debbano elaborare "annualmente il programma delle iniziative di comunicazione che intendono realizzare nell'anno successivo" e che questo (art. 13) debba essere comprensivo anche dei progetti di comunicazione a carattere pubblicitario, e, dall'altro, di recepire la Direttiva del Ministro per la Funzione Pubblica del 7 Febbraio 2002, n. 422, che attribuisce alla comunicazione una funzione integrativa dell'agire amministrativo.

## IL PIANO DI COMUNICAZIONE: OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI

Il piano di comunicazione 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 dell'U.E. non sono sufficientemente consapevoli del ruolo svolto dalla Comunità europea nel finanziamento dei programmi destinati a potenziare la competitività economica, a creare posti di lavoro e a 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.

Il Piano di comunicazione si rivolge, quindi, all'intera popolazione regionale, al fine di incrementare la percezione positiva delle potenzialità future del settore, fornendo tutte le notizie relative alle molteplici opportunità offerte dalle leggi italiane e dalle normative europee.

Il Piano di comunicazione sarà finanziato con le risorse dell'assistenza tecnica come meglio specificato di seguito.

Si possono individuare alcune tipologie di obiettivi generali della comunicazione:

- Obiettivi di *policy*, legati al rilancio del territorio. Condividere queste scelte con i 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 i diritti di informazione, accesso agli atti e partecipazione, rendere effettive le opportunità di accesso ai finanziamenti, correggendo eventuali asimmetrie informative.
- Obiettivi di identità ed immagine, correlati alla necessità di comunicare l'identità costitutiva dell'istituzione e la 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 coerenti con i bisogni degli utenti.

La previsione di un Piano di Comunicazione 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 alle misure;
- ✓ la comunicazione al Comitato di Sorveglianza sull'andamento degli interventi durante tutto il periodo di programmazione;
- ✓ la sorveglianza e valutazione degli interventi sui Fondi strutturali;
- ✓ 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;
- d) fornire informazioni specifiche e dettagliate per gli effettivi beneficiari;
- e) accrescere il grado di conoscenza e sensibilizzazione dell'opinione pubblica sul ruolo dell'Unione europea per lo sviluppo della Liguria e sul PSR;
- f) assicurare l'informazione sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma.

## **Pubblico di riferimento**

I pubblici sono individuati in relazione agli obiettivi della comunicazione. Essi vengono suddivisi in gruppi omogenei e significativi di soggetti da raggiungere con le attività di comunicazione. Il Regolamento CE 1159/2000 individua, insieme ai beneficiari finali, altri pubblici che possono essere aggregati nelle seguenti macrocategorie:

### **Istituzioni**

Unione Europea  
Istituzioni e organi internazionali  
Istituzioni e organi nazionali  
Amministrazioni statali centrali e periferiche  
Regioni e Autonomie Locali  
Enti Strumentali

### **Stakeholder**

Parti economico sociali  
Operatori e/o promotori dello sviluppo locale  
Sportelli Informativi presenti sul territorio  
Sistema scolastico, universitario e formativo  
Associazioni di categorie  
Associazioni ed enti del Terzo settore  
Organizzazioni professionali e sindacali  
Organizzazioni di orientamento professionale  
Centri studi e società di ricerca

### **Operatori dei media:**

- agenzie di stampa;
- quotidiani d'informazione, nazionali e locali;
- periodici d'informazione;
- periodici specializzati settore agricoltura;
- tv nazionali e locali, radio nazionali e locali, media *on line*;
- opinionisti.

### **Pubblico interno all'amministrazione regionale**

### **Autorità di gestione**

## Organismi di controllo

### Azioni individuate

Le azioni individuate possono essere contestualizzate in alcuni assi principali, che permettono di organizzare alcune macroattività a loro volta scomponibili in singole azioni.

- Comunicare il piano: il piano di comunicazione 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 di promozione dovrà rappresentare un tassello per favorire la fruizione di notizie e opportunità, ottimizzando le risorse e sfruttando ogni connessione tra le azioni;
- Variare la diffusione: le varie ed eterogenee azioni di divulgazione delle informazioni e delle opportunità consentiranno il ricorso a canali dedicati di diffusione, con l'utilizzo di strumenti il più possibile "personalizzati" e "settorializzati";
- Monitorare periodicamente: durante tutto il periodo di programmazione, è opportuno agire su due livelli di monitoraggio: uno interno, corrispondente ad una costante valutazione sull'avvio, sulla evoluzione, sulla conclusione 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.

### Finalità

Scopo delle azioni di comunicazione è quello di portare l'informazione il più vicino possibile al fruitore, attivando i meccanismi idonei per raggiungerlo, gravandolo il meno possibile della ricerca delle informazioni.

Questo piano si propone sinteticamente di:

- informare i potenziali beneficiari finali, i partner e coloro cui sono destinate le misure;
- sensibilizzare su ruoli e competenze gli enti pubblici coinvolti;
- coinvolgere attivamente nel programma organizzazioni professionali, soggetti economici pubblici e privati, parti sociali, associazioni ed operatori;
- dare un'immagine omogenea delle azioni intervento sul territorio regionale;
- contribuire al raggiungimento degli obiettivi del PSR;
- Fornire adeguata pubblicità circa i referenti regionali ai quali rivolgersi per ottenere spiegazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità, nonché su ogni altro adempimento necessario per partecipare alla realizzazione degli interventi del PSR.

### Target

Saranno soggetti interessati alle azioni discendenti dal piano tutti i potenziali beneficiari, l'opinione pubblica, le autorità regionali e locali, le organizzazioni professionali e gli ambiti economici, le parti economiche e sociali, le organizzazioni non governative, in particolare gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela e il miglioramento dell'ambiente, nonché gli operatori e i promotori dei progetti.

Nello specifico due target sono stati individuati tenendo in debito conto le indicazioni del Parlamento europeo: le donne e gli immigrati.

La Risoluzione del Parlamento europeo del 12 marzo 2008 (2009/C66 E/04) sulla situazione delle donne nelle zone rurali dell'Unione europea sostiene che, per rendere più interessanti le zone rurali, è necessario promuovere una crescita sostenibile ed integrata, creare nuove opportunità occupazionali, specialmente per le donne e i giovani, anche in vista degli obiettivi di Lisbona, che possono essere perseguiti avvalendosi del significativo potenziale delle donne nel mercato del lavoro tanto nelle zone urbane quanto nelle zone rurali. Ciò è tanto più evidente se si considerano diversi fattori:

- solo un modesto numero di donne è titolare di un'azienda agricola, generalmente di dimensioni ridotte e scarsamente redditizia, mentre la maggior parte delle donne delle zone rurali lavorano insieme ai loro compagni maschi (padre, fratello o coniuge), i quali detengono in esclusiva la titolarità dell'azienda;
- l'esodo delle donne appartenenti a gruppi di età economicamente attivi continua a provocare un certo grado di "mascolinizzazione" della popolazione rurale, con

conseguenze negative sulla qualità di vita della comunità e sull'evoluzione demografica:

- la maggiore difficoltà di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle zone rurali, specialmente per le donne.

Per contro l'integrazione delle dimensioni di genere nel settore rurale costituisce per il parlamento europeo una strategia chiave non solo per promuovere l'uguaglianza tra donne e uomini bensì anche per la crescita economica e lo sviluppo rurale sostenibile.

Sulla base di queste premesse gli stati membri e le autorità regionali sono invitati a elaborare strategie volte a contenere l'esodo dalle zone rurali delle donne, specialmente di quelle con un grado di istruzione elevato e ad agevolare l'accesso alle ICT nell'ambiente rurale, attraverso politiche e attività indirizzate alle donne del mondo rurale.

Nella stessa risoluzione viene posto l'accento di valorizzare il lavoro delle donne compreso quello delle donne immigrate non appartenenti al nucleo familiare di gestione e che forniscono manodopera agricola, le quali sono particolarmente toccate dalle difficoltà connesse alla loro condizione femminile nel mondo agricolo.

Per quanto riguarda il secondo target, l'immigrazione è un tema oramai centrale per la maggior parte dei paesi europei: come ha rilevato il Consiglio d'Europa (Consiglio d'Europa, 2008), la centralità del tema della migrazione è connessa a tutte le principali sfide che l'Europa si trova a dover affrontare, come la crescita economica, la produttività, i mutamenti demografici, il mantenimento di sistemi di protezione sociale, la tutela della coesione sociale e della legalità, il rispetto dei diritti umani e la garanzia di un dialogo interculturale. L'impatto dell'immigrazione sui paesi di destinazione è dunque di estremo rilievo, così come lo è per i paesi di origine.

In agricoltura lavorano circa 120 mila immigrati e, se a livello nazionale la percentuale degli immigrati sul complesso degli occupati agricoli si attesta a circa l'11%, nelle singole realtà regionali - precisa il XVIII Rapporto Caritas/Migrantes - si passa da situazioni come il Trentino dove si raggiunge il 55%, a realtà con valori compresi tra il 20 e il 10 % (nell'ordine Valle d'Aosta, Veneto, Liguria, Toscana, Basilicata, Friuli Venezia Giulia, Lazio e Calabria).

In Liguria, secondo i dati del Dossier, i cittadini stranieri sarebbero oltre 100 mila. Quest'anno il Dossier presenta una stima minima e una stima massima, entrambe si determinano oltre il centinaio di migliaia: 102.800 la minima, 105.200 la massima. Si rileva quindi che pur a fronte di una stabilizzazione dei flussi continua la crescita costante della popolazione straniera anche in Liguria. I cittadini stranieri si radicano sempre più nella società ligure: distribuendosi nelle quattro province, in piccoli e grandi centri, frequentando ogni ordine di scuola, contribuendo all'economia sia come lavoratori dipendenti sia come piccoli imprenditori. La provincia di Genova ospita circa 55 mila cittadini stranieri ovvero il 50% dei residenti stranieri nella regione, esattamente il 53,8%. Seguono poi con cifre non troppo tra loro dissimili (tra le 12 mila e le 18 mila unità, pari a percentuali tra l'11,8% e il 17,5%) le altre province liguri: Savona, Imperia, La Spezia. La crescita, come detto, resta costante seppur con cifre meno vistose rispetto alle rilevazioni precedenti: se nel rapporto scorso la Liguria aveva registrato un aumento della popolazione straniera del 20%, oggi la crescita si attesta tra l'8,8% e l'11,4%. Soltanto nella provincia di Imperia si registrano aumenti oltre il 15% con una cifra stimata massima del 19,2%.

Esplorando ancora i dati ritorna un dato da qualche anno noto ovvero che la prima comunità straniera in Liguria è rappresentata da cittadini dell'Ecuador. Gli ecuadoriani sono 16.334, il 20,2% della popolazione straniera della regione, l'1% circa di tutta la popolazione residente in Liguria. La seconda comunità straniera per presenze è quella albanese con 14.456 cittadini, la terza quella marocchina con 9.071 cittadini, seguita a distanza dai cittadini della Romania che in Liguria sono 3.753. Poi vengono, ma sono tutte sotto le 3 mila unità, le comunità peruviana, cinese e dominicana. (Caritas-Emigrantes)

Se da un lato dunque gli immigrati sono ancora occupati in lavori stagionali nel settore agricolo, dall'altro nel Rapporto CNEL "gli immigrati nel mercato del lavoro italiano 2008" (13.11.2008) si sottolinea come stia aumentando la quota di occupati che svolgono un lavoro autonomo, come imprenditori, liberi professionisti e soprattutto lavoratori in proprio.

## **Strumenti per l'attuazione del piano di comunicazione**

Una buona comunicazione, per essere anche efficace, deve agire su più campi di interesse. La comunicazione, ai fini del raggiungimento degli obiettivi prefissati dal presente Piano, può essere realizzata utilizzando diversi strumenti di informazione. Ogni strumento di informazione e comunicazione presenta caratteristiche differenti e raggiunge un pubblico diverso. Quindi deve, necessariamente, utilizzare strumenti diversi, di seguito elencati.

## ❖ **Sito Web Agriligurianet: pagina dedicata al PSR 2007-2013**

Si tratta di un mezzo di comunicazione strategico per la Regione. Non solo perché mette su rete locale, nazionale ed internazionale il Programma regionale e gli altri importanti segmenti della programmazione e dell'immagine regionale. Ma anche, soprattutto, perché "avvicina" la Regione ai cittadini liguri, ai Comuni, alle Province, alle Comunità montane, agli altri Enti territoriali, al mondo economico e professionale, all'associazionismo in tutte le sue innumerevoli articolazioni.

Lo scopo della pagina è quello di dare massima visibilità ai bandi PSR e loro applicazione, garantendo l'aggiornamento e la diffusione dei diversi documenti/direttive prodotti.

Lo strumento di internet garantisce alcuni requisiti essenziali tra cui:

- Ricerca facilitata e guidata;
- Consultazione continua e mirata;
- Facilità di aggiornamento dei contenuti e documenti.

Con l'utilizzo della rete Internet viene facilitato il compito di una informazione capillare e diffusa verso i diversi target: pubblici e privati, opinione pubblica e operatori.

Il sito PSR ad oggi è stato visitato da oltre 117.000 utenti.

La pagina web prevede :

- una pagina introduttiva con la presentazione del nuovo programma ;
- i loghi ufficiali : Regione e U.E;

Una tendina laterale contiene l'accesso a:

- ✓ Testo completo del PSR
- ✓ Misure: si possono scaricare le delibere, i bandi e gli allegati tecnici relativi alle misure aperte del Programma di sviluppo rurale 2007-2013.
- ✓ Piano di comunicazione: in questa sezione è raccolto il materiale relativo al Piano e agli obblighi in materia di informazione e comunicazione, scaricabile in formato .pdf.
- ✓ Convenzioni con istituti di credito: Con successive singole intese sono state sottoscritte apposite convenzioni con gli Istituti di credito interessati che hanno dato luogo alle tipologie di prestito e alle condizioni contrattuali indicate nell'informativa.
- ✓ Normativa vigente: si trovano i documenti ufficiali. Il testo principale di riferimento sul sostegno allo sviluppo rurale è il Regolamento CE n.1698/2005.
- ✓ Comitato di sorveglianza: la sua attività è disciplinata da uno specifico incarico che è scaricabile in questa sezione, insieme ai verbali di riunione e ai rapporti annuali di esecuzione.
- ✓ Condizionalità: qui possono essere reperiti tutti i documenti relativi al regime di condizionalità, con link ai siti dell'Unione Europea, del Ministero e dell'Agea;
- ✓ Direttiva nitrati: La direttiva nitrati è uno dei Criteri di Gestione Obbligatorie previsti dalla condizionalità: è quindi obbligatorio nella zona definita vulnerabile, anche per quanto riguarda la condizionalità, seguire le disposizioni previste.
- ✓ Transizione degli investimenti: L'adesione al regime transitorio consente agli agricoltori che hanno già avviato un investimento sull'attuale Psr di poterlo concludere e vederselo liquidare sul prossimo Piano con le nuove risorse stanziato.
- ✓ Strategie di sviluppo locale: si trovano tutte le informazioni sui requisiti di partecipazione, interventi ammissibili, modalità di presentazione delle domande.
- ✓ Banca dati comuni montani: permette di visualizzare informazioni sui comuni montani o parzialmente montani della Liguria, consente una zonizzazione delle zone montane svantaggiate e permette di individuare facilmente il tipo di agevolazioni e di opportunità economiche in cui possono rientrare i comuni.
- ✓ Modulistica: è consultabile e scaricabile tutta la modulistica per la compilazione delle domande e il Piano aziendale di sviluppo (PAS).
- ✓ Domande di preadesione: consente di scaricare i moduli per la presentazione delle domande di preadesione per evitare, a coloro che si trovano nelle condizioni di dover attivare interventi urgenti, di essere automaticamente esclusi da ogni possibilità di finanziamento futuro per non avere presentato istanza prima di iniziare tali interventi.
- ✓ Prezziario: Si tratta di un elenco di opere e dei relativi costi di materiali e mano d'opera.
- ✓ Spese ammissibili: Si tratta di disposizioni a carattere orizzontale che riguardano tutte le misure del Psr 2007-2013.

Per il corrente anno è previsto un adeguato e puntuale aggiornamento del sito.

## ❖ **Conferenze stampa**



Segnalano le fasi salienti dell'iter procedurale e realizzativo degli interventi del PSR. Si tratta di uno strumento di comunicazione attraverso il quale presentare ai *mass media*, che provvedono a rilanciare in tempo reale le notizie a tutta la comunità regionale, le linee guida del Programma, le singole misure in esso contenute, lo stato di realizzazione degli interventi.

### ❖ **Seminari**

I seminari sono pensati per rispondere alle esigenze informative espresse dai soggetti beneficiari delle azioni dislocati sul territorio, dalle organizzazioni di categoria e sono organizzati in collaborazione con i soggetti interessati. E' previsto il ricorso all'attività convegnistica, attraverso tipologie diverse di workshop e seminari, alla calendarizzazione di incontri periodici sul territorio anche ricorrendo a conferenze-evento itineranti.

### ❖ **Opuscoli informativi**

Mirano a dare indicazioni per l'uso delle risorse, a rendere noti i risultati degli interventi cofinanziati con i fondi dell'Unione europea per il periodo di riferimento e a diffondere esempi concreti di progetti realizzati e finanziati che consentano di disseminare *best practices*.

Sono destinati a supportare l'attività di animazione territoriale, i convegni, i seminari e gli eventi. Saranno realizzati opuscoli, *brochures*, *depliants* di tipo tecnico per portare a conoscenza degli operatori tutte le specifiche direttive che interessano il settore (ad esempio la direttiva nitrati o il prontuario di comunicazione PSR). Inoltre si è deciso di realizzare una serie di campagne informative verso target mirati, quali, ad esempio, la popolazione femminile e la popolazione immigrata, che rappresentano potenziali beneficiari del piano e che finora sono stati ricompresi indistintamente nelle campagne comunicative realizzate.

### ❖ **Campagne pubblicitarie**

In maniera prioritaria e predominante la campagna pubblicitaria sarà sviluppata tramite mezzi di comunicazione di massa a livello regionale e cioè le televisioni, le radio, i giornali.

Altri strumenti della campagna pubblicitaria potranno essere rappresentati da manifesti, cartelloni. Tutti gli interventi previsti nella campagna pubblicitaria dovranno attenersi alla normativa UE relativa e in particolare al Regolamento CE 1159/2000.

### ❖ **Newsletter**

Gli operatori socio-economici ed i soggetti coinvolti nell'attuazione del PSR dovranno essere informati, periodicamente, su notizie che riguardano gli interventi strutturali comunitari. Tali operatori, pubblici e privati, necessitano di servizi informativi che riguardano le opportunità di utilizzo delle risorse comunitarie.

✓ I mezzi attraverso cui fornire questo servizio di informazione e supporto possono essere rappresentati dalle newsletters già operative: **FlorNews – Riviera Ligure**, bollettino di informazione per la floricoltura della Regione Liguria. Ha cadenza quindicinale ed è inviato per e-mail o per fax agli operatori della filiera floricola ligure e a tutti coloro che lo richiedono; in particolare viene inviato a 1554 indirizzi mail di cui 1067 in Regione Liguria e gli altri 487 la maggior parte in Italia e qualcuno anche all'estero. In Liguria gli indirizzi sono così ripartiti ( categorie maggiori ) : 353 Coltivatori, 126 commercianti, 268 tecnici e ricercatori, 51 giornalisti, 37 vivai.

✓ **Il Bollettino Olivo, Bollettino Vite, Bollettino agrometeo e Bollettino miele**, con una utenza di circa 2000 iscritti.

I testi della newsletter potranno essere anche trasmessi, on-line, sul sito internet dedicato al PSR.

### ❖ **Formazione**

Saranno realizzate opportune attività formative a favore dei soggetti terzi allo scopo di illustrare e approfondire le indicazioni contenute nel Piano, ma anche per attività contingenti che dovessero manifestarsi nel corso dell'anno. In particolare si avvieranno contatti con l'Istituto Agrario di Genova per organizzare incontri con gli studenti per la pubblicizzazione del PSR e delle sue misure. Si è rilevata inoltre la necessità di ampliare l'attività formativa a favore dei tecnici coinvolti nella gestione del PSR e pertanto si organizzerà apposita formazione sui sistemi di gestione.

### ❖ Report

Periodicamente sarà realizzato un *report* ad uso degli altri amministratori regionali per una corretta e puntuale informazione circa l'andamento del Programma. Altra forma di *report* sarà creata per gli operatori del settore che sono coinvolti nel comitato di Pilotaggio e nel Comitato di Sorveglianza.

### ❖ Immagine grafica coordinata

E' in corso di adozione una immagine grafica coordinata, immediatamente riconoscibile e facilmente riproducibile. Il segno comunica i contenuti fondamentali dei simboli immediatamente riconoscibili (Regione Liguria, Unione Europea, Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale) e sarà adottato per ogni iniziativa che riguardi, appunto, la comunicazione del PSR.

### ❖ Rilevazioni quali-quantitative

Tra gli strumenti presi in considerazione, le rilevazioni qualitative e quelle quantitative, ottenute per mezzo di questionari, di tecniche di marketing sociale e tramite innovative occasioni di contatto con i target (momenti di aggregazione, form interattivi ecc.) costituiranno utile strumento di valutazione e se necessario di correzione del tiro dei messaggi e delle azioni di comunicazione.

### Risorse impegnate

Il presente piano di comunicazione individua nella somma di 100.000 euro le risorse necessarie all'attuazione degli interventi previsti.

### Monitoraggio

L'attività di monitoraggio costituisce elemento fondamentale su due direttrici diverse e 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.

In questa ottica costituiscono azioni di monitoraggio e di *feed-back* continuo le riunioni periodiche del "Tavolo Verde", che vedono come protagoniste le associazioni di categoria, dalle quali ricevere informazioni circa lo sviluppo e la correttezza della comunicazione in essere, nonché i seminari formativi che rappresentano una occasione di *feed back* e di scambio periodico.

### Responsabile del Piano di comunicazione

Il responsabile dell'informazione e della pubblicità del presente Piano viene identificato nella figura della dr. Caterina Grisanzio – Settore Politiche Agricole – Dipartimento Agricoltura, Protezione Civile e Turismo – Tel. +39 (010) 5485642 – fax +39 (010)54.84.909 – [caterina.grisanzio@regione.liguria.it](mailto:caterina.grisanzio@regione.liguria.it)

## PRIORITA' DI COMUNICAZIONE – ANNO 2010

Di seguito sono riportate le attività oggetto di comunicazione pianificate a partire dal gennaio 2010 delle quali si prevede la realizzazione entro la fine di dicembre 2010.

1. Report PSR
2. Pubblicità al Piano di Comunicazione 2010
3. Inserto Agrisole
4. Quaderno monotematico dedicato alla politica agricola regionale
5. Seminario su DGR 599/06
6. Aggiornamento sito internet Agriligurianet
7. Rassegna stampa dedicata al PSR 2007-2013
8. Campagna informativa dedicata alla popolazione femminile di riferimento impiegata nel settore agricolo, necessaria laddove le statistiche rilevano come quasi la metà delle attività complementari dell'agricoltura, quali ad esempio l'agriturismo, sono gestite da donne e dove le donne rappresentano il 38,5% gli occupati nel settore agricolo.
9. Campagna informativa dedicata alla popolazione extracomunitaria, per incrementare e sviluppare l'impiego anche di questi soggetti nel settore agricolo.
10. Incontri informativi su PSR e le relative misure presso l'istituto agrario e istituto professionale per l'agricoltura e l'ambiente "B. Marsano".

<b>Titolo iniziativa</b>	<b>Breve descrizione</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Target di Riferimento</b>	<b>Tempistica di Attuazione</b>	<b>Budget</b>
Report PSR	Dare adeguata e puntuale informazione ai soggetti coinvolti all'interno della stessa amministrazione	Report	Amministratori regionali- soggetti coinvolti nel Comitato di Pilotaggio e di Sorveglianza	Tutto l'anno	
Piano di comunicazione 2010	Scopo è quello di dare adeguata pubblicità al piano	Web	Le autorità regionali e locali, le altre autorità pubbliche competenti, le organizzazioni professionali e gli ambienti economici, le parti economiche e sociali.	Inizio 2010	
Aggiornamento sito Agriligurianet	Comunicare il nostro sito Internet ad un target di cittadini forti utilizzatori del web.	Web	Cittadini, associazioni di categoria,	tutto l'anno	
Inserti su stampa specializzata		Inserto su settimanal e e periodici specializzati	Cittadini, Associazioni di categoria	Luglio	€ 40.000
Seminario su DGR 599/06	Seminario tecnico sulle modalità di coltivazione che garantiscono un minor utilizzo e una minore dispersione di azoto	Seminario	Associazioni di categoria	Giugno	€ 5.000

Rassegna stampa		Rassegna cartacea e on web delle principali notizie riguardanti il PSR 2007-2013		Tutto l'anno	In house
Campagna informativa a favore di soggetti extracomunitari		Depliant, brochure, sito nelle principali lingue (inglese, francese, spagnolo, arabo)	Popolazione immigrata	Giugno	€ 5.000
Campagna informativa a favore delle donne impiegate o che potrebbero essere interessate al settore agricolo		Depliant, affissioni, sito	Popolazione femminile della regione, organismi per la promozione delle pari opportunità	Giugno	€ 5.000
Seminari di formazione per gli studenti dell'Istituto Tecnico Agrario e Istituto Professionale per l'Agricoltura e l'Ambiente "B. Marsano"		Incontri	Studenti e professori delle 3 succursali dell'Istituto "B. Marsano"	Tutto l'anno	