



REGIONE LIGURIA



REPUBBLICA ITALIANA



UNIONE EUROPEA

Delibera di Giunta regionale n. 766 del 19/09/2018

Programma regionale di sviluppo rurale 2014-2020 - Piano di azione per la comunicazione periodo 3° quadrimestre 2018 - 3° quadrimestre 2020.

VISTI i Regolamenti (UE):

- 1303/2013 del Parlamento e del Consiglio del 17 dicembre 2013, recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio;
- 1305/2013 del Parlamento e del Consiglio del 17 dicembre 2013, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005;
- 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR);

VISTO inoltre:

- la decisione della Commissione Europea n. C(2018)1395 final del 28 febbraio 2018 "che approva la modifica del programma di sviluppo rurale della Regione Liguria (Italia) ai fini della concessione di un sostegno da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e modifica la decisione di esecuzione n. C(2015)6870 della Commissione";
- la deliberazione del Consiglio Regionale n. 15 del 24 luglio 2018 relativa alla presa d'atto del Programma di sviluppo rurale della Regione Liguria 2014-2020, nel testo approvato dalla Decisione della Commissione Europea n. C(2018)1395 final del 28 febbraio 2018;
- la deliberazione di Giunta regionale n. 1384 del 14 dicembre 2015, relativa alla definizione dell'articolazione del Piano di Comunicazione del Programma di sviluppo rurale della Regione Liguria 2014-2020;

ATTESO che i contenuti del Piano di Comunicazione Programma di sviluppo rurale della Regione Liguria 2014-2020, così come definiti e approvati con la citata DGR 1384/2015, sono immediatamente realizzabili ad eccezione di talune azioni per le quali sono da definire disposizioni attuative, procedure operative da adottarsi con successivi separati provvedimenti;

CONSIDERATO che:

- sulla base dello stato di attuazione del Programma di sviluppo rurale della Regione Liguria 2014-2020, si ritiene necessario procedere ad attivare compiutamente tutti gli strumenti definiti nel citato Piano di Comunicazione, individuando inoltre, i canali ritenuti maggiormente efficaci per le attività di informazione e pubblicità.

- si è provveduto a predisporre il Piano di azione per l'attuazione del Piano di Comunicazione che individui le attività di informazione e pubblicità da porre in essere nel periodo 3° quadrimestre 2018 – 3° quadrimestre 2020, avuto riguardo per:
 - a) le attività in corso di realizzazione da parte delle Autorità di Gestione dei programmi relativi ai Fondi FESR e FSE, al fine di assicurare la necessaria coerenza e sinergia tra azioni;
 - b) le linee di indirizzo della Regione Liguria in materia di Comunicazione;
 - c) il rispetto delle dotazioni finanziarie all'uopo previste dal Bilancio pluriennale regionale 2018-2020;
 - d) le procedure regionali relative alle forniture di beni e servizi vigenti, e in particolare quelle di cui alla DGR 756/2016 "Approvazione del Disciplinare Quadro delle attività di Liguria Digitale S.c.p.a.". l.r. n. 42-06 art. 10 comma 3 come modificata da l.r. 41/2014", delle professionalità e dell'esperienza maturata dalla Società in house Liguria Digitale;

RITENUTO necessario provvedere all'approvazione del Piano di azione per l'attuazione del Piano di Comunicazione per il periodo 3° quadrimestre 2018 – 3° quadrimestre 2020, che forma parte integrante e sostanziale del presente atto;

SU PROPOSTA dell'Assessore incaricato dell'Agricoltura;

DELIBERA

Per le motivazioni specificate in premessa:

- di approvare il Piano di azione per l'attuazione del Piano di Comunicazione del programma regionale di sviluppo rurale per il periodo 2014-2020 (PSR Liguria), allegato al presente atto, quale sua parte integrante e sostanziale;
- di prendere atto che gli oneri finanziari derivanti dall'attuazione del Piano di azione per l'attuazione del Piano di Comunicazione trovano copertura a valere sul Bilancio 2018-2020 con riferimento agli stanziamenti disponibili per l'attuazione del PSR Liguria alla missione 16 programma 16.3, avuto riguardo per la dotazione finanziaria stimata di cui alla DGR n. 1384/2015 e della quota residuale disponibile, quantificata in misura presuntiva in euro 260.000,00=.

Avverso il presente provvedimento è possibile proporre ricorso giurisdizionale al TAR entro 60 giorni o, alternativamente, ricorso amministrativo straordinario al Presidente della Repubblica entro 120 giorni dalla notifica, comunicazione o pubblicazione dello stesso.

Piano di azione per l'attuazione del Piano di Comunicazione del programma regionale di sviluppo rurale per il periodo 2014-2020 (PSR Liguria).

Target

Si richiamano le tre categorie così come definite piano di comunicazione del PSR Liguria di cui alla DGR 1384/2015:

- **Cittadini e collettività in genere**

Gli obblighi di informazione e pubblicità nei confronti di questi soggetti, riguardano le opportunità, gli effetti e gli impatti del Programma. Nei confronti di questa categoria, vanno inoltre operate azioni di sensibilizzazione sul ruolo svolto dall'Unione europea e sul valore del sostegno congiunto del FEASR, dei fondi nazionali e regionali. 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 soggetti portatori di interessi legittimi. 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, la tutela dell'ambiente e delle minoranze. Si tratta di interlocutori competenti dotati della necessaria autorevolezza nei confronti dei soggetti ad essi sono associati o che in qualche modo in essi si identificano. Sono chiamati a partecipare a giusto titolo alla costruzione del Programma e sono coinvolti, in qualità di componenti del Comitato di Sorveglianza, nelle procedure di modifica. Pur riconoscendo l'utilità in genere di tutti gli strumenti di comunicazione, il target viene raggiunto da azioni di tipo mirato, privilegiando il ricorso al sito web e al confronto in seminari, convegni ed incontri dedicati.

- **Beneficiari potenziali e beneficiari effettivi**

Rappresenta la categoria che da sempre è privilegiata nelle azioni di informazione e pubblicità. 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 Liguria. 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, devono inoltre avere ben chiari gli obblighi e i vincoli da rispettare in qualità di destinatari dei finanziamenti pubblici.

Analisi

Ogni periodo di programmazione può essere suddiviso in tre fasi principali (non completamente separate e distinte tra loro e addirittura con sovrapposizioni temporali), che coinvolgono in modo diverso i soggetti target:

- a) **avvio**

in questa fase, rientrano principalmente tutte le attività preliminari alla costruzione del documento di programma che culminano con l'approvazione comunitaria. Vi trovano collocazione anche le attività relative alla messa a punto dei criteri di selezione degli interventi e le attività di predisposizione delle modifiche al programma durante il periodo di programmazione.

Le azioni di comunicazione sono prevalentemente rivolte in particolare a Partner e Stakeholder;

- b) **attuazione**

ascrivibili a questa seconda fase, sono tutte le attività relative alla pubblicazione dei bandi delle varie misure/sottomisure e alla messa a punto degli strumenti necessari per la gestione degli interventi dalle

domande di sostegno al pagamento finale. Essenziale quindi è fornire una adeguata e completa informazione ai beneficiari sia potenziali che effettivi, soggetti privilegiati nelle azioni di comunicazione;

c) risultato

si tratta di una fase molto articolata che coinvolge con le azioni di comunicazione prevalentemente i cittadini e la collettività in genere, ma anche Partner, Stakeholder e beneficiari sia potenziali che effettivi. In questa fase infatti l'obiettivo principale è divulgare i risultati raggiunti dal programma, pubblicizzare le buone prassi e valorizzare gli effetti del sostegno agli investimenti derivante dal cofinanziamento comunitario, regionale e statale.

Il PSR Liguria, è stato approvato dalla Commissione europea il 6 ottobre 2015, pertanto, la fase di avvio in linea con quanto sopra descritto, può intendersi conclusa.

Nel corso del periodo considerato (3° quadrimestre 2018 – 3° quadrimestre 2020, il Piano di comunicazione dovrà da un lato focalizzare ancora le proprie azioni sulla divulgazione delle opportunità di finanziamento e sulle modalità di accesso al sostegno economico previsto dalle misure per le quali verranno aperti/riaperti i bandi, mentre dall'altro dovrà porre l'accento sui risultati conseguiti dal Programma, posto che l'avanzamento fisico (investimenti conclusi) e finanziario (pagamenti effettuati) saranno in progress e diverranno significativi.

Nel diagramma riportato di seguito si esaminano le relazioni tra le fasi del periodo di programmazione, i soggetti target individuati dal Piano di comunicazione e gli strumenti scelti per dare adeguata evidenza al programma in termini di pubblicità ed informazione, assolvendo agli obblighi normativi comunitari.

Diagramma fasi/target/strumenti di comunicazione

Fase \ Target	Avvio			Attuazione			Risultato		
	Partner e Stakeholder	Beneficiari potenziali ed effettivi	Cittadini e collettività	Partner e Stakeholder	Beneficiari potenziali ed effettivi	Cittadini e collettività	Partner e Stakeholder	Beneficiari potenziali ed effettivi	Cittadini e collettività
Sito Web	essenziale	essenziale	rilevante	rilevante	essenziale	rilevante	rilevante	rilevante	essenziale
Canali social	utile	essenziale	rilevante	utile	rilevante	essenziale	utile	rilevante	essenziale
Comunicati stampa	utile	utile	utile	utile	rilevante	rilevante	utile	rilevante	rilevante
Punti di informazione territoriale	n	utile	n	utile	rilevante	rilevante	utile	rilevante	utile
Seminari, convegni e workshop	essenziale	rilevante	utile	rilevante	essenziale	utile	rilevante	rilevante	essenziale
Materiale informativo	utile	essenziale	utile	utile	essenziale	rilevante	utile	rilevante	essenziale
Multimedia	n	utile	utile	utile	utile	rilevante	utile	rilevante	essenziale
Campagne media	n	n	n	utile	utile	rilevante	utile	rilevante	essenziale
Newsletter	utile	rilevante	utile	utile	rilevante	utile	utile	rilevante	utile
Report	n	n	n	utile	rilevante	rilevante	utile	rilevante	rilevante
Gadget	n	n	n	utile	utile	essenziale	utile	utile	rilevante

Grado di rilevanza



essenziale



rilevante



utile



n neutro

Strumenti per l'attuazione del piano di comunicazione

Di seguito si riporta l'elenco dei principali strumenti individuati dal piano di comunicazione di cui ci si avvarrà nel periodo considerato.

1. Sito Web Agriligurianet.it

L'utilizzo di questa risorsa, ormai consolidata nel tempo, facilita il compito di informare in modo costante e capillare tutti i target individuati. Si tratta di un mezzo di comunicazione strategico per la Regione ed estremamente efficace per la divulgazione puntuale 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, agli Enti territoriali, al mondo economico e professionale, all'associazionismo in tutte le sue innumerevoli articolazioni.

Lo scopo delle pagine è quello di dare anche massima visibilità ai bandi PSR Liguria e alla loro applicazione, garantendo l'aggiornamento e la diffusione dei diversi documenti prodotti. Il sito è lo strumento privilegiato anche per rafforzare le relazioni e la concertazione con i diversi soggetti coinvolti sul territorio.

2. Facebook, Blog e Youtube

Già attivi, i canali social sono indispensabili strumenti per completare la gamma dei mezzi di comunicazione rivolti ai target di riferimento sull'attuazione del PSR Liguria. Caratterizzati da tempi di "reazione" estremamente rapidi, consentono un'informazione puntuale e molto mirata. A tal riguardo si intende potenziare ulteriormente l'animazione di questi strumenti.

3. Comunicati stampa

Rientrano in questo ambito le attività volte a rilanciare in tempo reale le notizie a tutta la comunità regionale attraverso i mass-media. Per loro natura si tratta di azioni afferenti alla sfera istituzionale e politica ancorché pertinenti e connesse alla comunicazione del PSR Liguria.

4. Attività seminari, convegnistiche e workshop

In concomitanza con l'annuale seduta ordinaria del Comitato di Sorveglianza, si prevede la progettazione e la realizzazione di un momento informativo sul futuro della politica agricola comunitaria e dello sviluppo rurale. Ulteriori 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. Da ultimo una particolare attenzione dovrà essere posta anche ad attività progettate in sinergia con le AdG titolari degli altri fondi comunitari gestiti a livello regionale, FESR e FSE in particolare,

5. Newsletter

In linea con le politiche comunitarie, finalizzate a ridurre le distanze con i cittadini, si intende continuare a divulgare informazioni facendo ampio ricorso alle newsletter.

Si riportano di seguito quelle già attive che hanno maggiormente dimostrato un riscontro positivo dei fruitori:

- AgriliguriNews, inviata mensilmente, è all'ottavo anno di pubblicazione;
- FlorNews, inviata con cadenza quindicinale ha superato i 280 numeri inviati;
- Bollettini Olivo, Vite, Agrometeo e Miele, inviati con periodicità differenziata a seconda delle esigenze stagionali.

6. Materiale multimediale

I prodotti medial e multimediali (es. video, cd-rom, 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.

7. 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.

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

8. Report

In concomitanza della predisposizione del Rapporto Annuale di Attuazione del PSR Liguria, si prevede di realizzare un report sintetico che renda fruibili con semplicità i dati circa l'andamento del Programma.

9. Gadget promozionali

L'esperienza maturata nel precedente periodo di programmazione ha evidenziato l'importanza di poter disporre in occasione di attività seminari, 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 del PSR Liguria, al supporto da realizzare.

Per l'attuazione del piano di azione della comunicazione del PSR Liguria è necessario prevedere una specifica dotazione finanziaria solo per l'attivazione degli strumenti di cui ai punti 3, 4, 6, 7 e 9.

Le attività che comportano il ricorso agli strumenti di cui ai punti 1, 2, 5 e 8 sono svolte nell'ambito dell'ordinarietà dell'azione regionale e possono generare oneri aggiuntivi per il Bilancio regionale solo in caso di restyling strutturati dei mezzi di comunicazione.

Modalità attuative

Analogamente a quanto già messo a punto dalle Autorità di Gestione FESR e FSE, per l'attuazione del Piano di Comunicazione, ci si intende avvalere della professionalità e dell'esperienza maturata dalla Società in house Liguria Digitale, secondo le procedure regionali vigenti ai sensi della DGR 756/2016 - Approvazione del "Disciplinare Quadro delle attività di Liguria Digitale S.c.p.a.". l.r. n. 42-06 art. 10 comma 3 come modificata da l.r. 41/2014.

Al riguardo verrà richiesta la predisposizione di specifiche schede fornitura rispondenti alle esigenze di supporto tecnico e di strumenti in coerenza e sinergia con le attività degli altri fondi europei a gestione regionale e con le linee di indirizzo della Regione Liguria in materia di comunicazione e nel rispetto delle dotazioni finanziarie all'uopo previste dal Bilancio pluriennale regionale 2018-2020.

Per quanto riguarda le specifiche tecniche delle azioni, le risorse economiche disponibili, l'organizzazione, la governance, il monitoraggio e la valutazione dell'informazione e comunicazione del PSR Liguria, si rimanda a quanto già definito con la citata DGR 1384/2015.