

PUNTO 5) LETTERA B) DELL'ORDINE DEL GIORNO



PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2009

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 al 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 *online*.



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.

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 stanziare.
- ✓ 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 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.

❖ **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



PRIORITA' DI COMUNICAZIONE – ANNO 2009

Di seguito sono riportate le attività oggetto di comunicazione pianificate a partire dal gennaio 2009 delle quali si prevede la realizzazione entro la fine di dicembre 2009.

1. Report PSR
2. Pubblicità al Piano di Comunicazione 2009
3. Campagna sulla direttiva nitrati
4. Campagna prontuario PSR
5. Insetto Agrisole
6. Quaderno monotematico dedicato alla politica agricola regionale
7. Seminario su DGR 599/06
8. Informativa su convenzione con istituti di credito
9. Informativa su modifiche agli enti delegati di cui alla DGR 1723/08
10. Aggiornamento sito internet Agriligurianet
11. Rassegna stampa dedicata al PSR 2007-2013
12. 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.
13. Campagna informativa dedicata alla popolazione extracomunitaria, per incrementare e sviluppare l'impiego anche di questi soggetti nel settore agricolo.



| Titolo iniziativa | Breve descrizione | Strumenti | Target di Riferimento | Tempistica di Attuazione | Budget |
|---|--|---------------------|--|---------------------------------|---------------|
| 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 2009 | 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 2009 | |
| Informativa su convenzione con istituti di credito | Dare adeguata pubblicità alla convenzione con istituti di credito | Brochure/web | Associazione di categoria, cittadini | Marzo 2009 | €10.000 |
| Informativa su modifiche agli enti delegati di cui alla DGR 1723/08 | Dare adeguata pubblicità alle nuove Comunità Montane e ai consorzi di enti | Brochure/web | Associazione di categoria, cittadini | Aprile 2009 | €10.000 |
| Campagna sulla direttiva nitrati | | Depliant, incontri, | Associazioni di categoria | inizio 2009 | € 10.000 |



| | | | | | | | |
|-----------------------------------|------------|---|--|--|------|--------------|----------|
| Campagna PSR | prontuario | | Depliant, incontri | Associazioni categoria, beneficiari finali, parti economiche sociali | di e | Inizio 2009 | € 10.000 |
| Aggiornamento Agriligurianet | sito | Comunicare il nostro sito Internet ad un target di cittadini forti utilizzatori del web. | Web | Cittadini, associazioni categoria, | di | tutto l'anno | |
| Insero su Agrisole | | | Insero su settimanale Agrisole del Sole 24 ore | Cittadini, Associazioni categoria | di | Marzo | € 20.000 |
| Quaderno monotematico di Agrisole | | | Quaderno dedicato alla politica agricola della Regione | Associazioni categoria | di | | € 20.000 |
| Seminario su DGR 599/06 | | Seminario tecnico sulle modalità di coltivazione che garantiscono un minor utilizzo e una minore dispersione di azoto | Seminario | Associazioni categoria | di | Fine gennaio | € 5.000 |
| Rassegna stampa | | | Rassegna cartacea e on web delle principali notizie riguardanti il PSR 2007-2013 | | | Tutto l'anno | € 1.000 |



| | | | | | |
|---|--|---|---|--------|---------|
| 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 |