

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 19 luglio 2016, n. 1079

**Approvazione Piano di Comunicazione 2016 del PSR Puglia 2014-2020.**

L'Assessore Regionale all'Agricoltura, Risorse agroalimentari, Alimentazione, Riforma Fondiaria, Caccia e pesca e Foreste, sulla base dell'istruttoria espletata dal funzionario PO "Responsabile Comunicazione PSR" e confermata dal responsabile AP della misura 20 "Assistenza Tecnica" e dal Direttore del Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Tutela Ambientale, in qualità di Autorità di gestione del PSR Puglia 2014-2020, riferisce quanto segue.

VISTA la Deliberazione della Giunta Regionale della Puglia n. 1742 del 12/10/2015 con la quale è stato nominato Direttore del Dipartimento Agricoltura, Sviluppo rurale e tutela dell'ambiente il prof. Gianluca Nardone ed è stabilito che l'incarico comporterà il subentro in tutte le funzioni già ascritte al Direttore d'Area in materia di fondi comunitari;

VISTO il contratto n. 113/2015 stipulato in data 14/12/2015 tra il prof. Gianluca Nardone e la Regione Puglia;

VISTA la Decisione di esecuzione C(2015) 8412 del 24 novembre 2015 con cui la Commissione Europea ha approvato il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) della Regione Puglia;

VISTA la Deliberazione n. 2424 del 30 dicembre 2015, pubblicata sul BURP n. 3 del 19 gennaio 2016, con cui la Giunta Regionale della Puglia ha preso atto della Decisione di esecuzione della Commissione C(2015) 8412 del 24 novembre 2015;

VISTO il paragrafo 15.1.2.1 del PSR Puglia 2014-2020 in cui tra le funzioni riconosciute all'ADG è previsto che "dettagli i contenuti del Piano di Comunicazione ed assicuri il rispetto degli obblighi di pubblicità" ;

Visto il paragrafo 15.3 del PSR Puglia 2014-2020 che prevede che l'ADG elabori una strategia di comunicazione atta a garantire che i potenziali beneficiari, le parti sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative siano adeguatamente informate sull'opportunità offerte dal programma e sulle condizioni per poter accedere ai finanziamenti. Inoltre il PSR declina le linee essenziali che la strategia deve puntualizzare in base alla normativa di riferimento.

Visto l'art. 13 del Reg. 808/2014 che dispone "che l'ADG presenta una strategia di informazione e pubblicità nonché le relative modifiche al Comitato di Sorveglianza per l'informazione".

Verificato che in attuazione dell'art. 13 del Reg (UE) 808/2014 e del PSR 2014-2020 l'Autorità di Gestione ha presentato, lo scorso 11/03/2016, al Comitato di Sorveglianza la strategia di informazione, comunicazione e pubblicità, approvata nella stessa seduta.

Preso atto che la strategia di informazione, comunicazione e pubblicità, redatta nel rispetto dell'allegato III al Reg (UE) 808/2014 definisce, tra l'altro, gli obiettivi, le attività, gli strumenti e i target della comunicazione per l'intero periodo di programmazione, definendo l'organizzazione del personale che attuerà la strategia, le modalità di monitoraggio e valutazione, nonché il budget. Infine approva come allegato 1 una sintesi delle attività del piano di comunicazione da attuare nel 2016.

Vista la proposta del piano di comunicazione per il 2016 il cui budget è pari ad € 976.000,00 Iva inclusa, allegato alla presente e parte integrante della stessa;

Verificato che il piano di comunicazione per il 2016 è coerente con la strategia approvata dal Comitato di Sorveglianza ed è efficace rispetto alle responsabilità dell'ADG delineate ai sensi dell'allegato III parte 1 del reg. 808/2014, delineate in termini di azioni di informazione e pubblicità da garantire ai potenziali beneficiari e al pubblico.

Verificato che la spesa relativa alla strategia di comunicazione del PSR 2014-2020 è parte integrante della misura 20 "Assistenza tecnica" che ha dotazione finanziaria complessiva pari ad € 37.880.992,00;

Viste la DAG n. 17 del 15/03/2016 e n. 227 del 24/06/2016 con le quali sono state impegnate rispettivamente le somme di € 6.000,00, IVA esclusa, e 6.580,00, IVA esclusa, per sostenere le spese di funzionamento del Comitato di Sorveglianza e della relativa segreteria.

Vista la DAG n. 64 del 26/04/2016 a favore dei media regionale per l'evento di lancio del PSR 2014-2020 in occasione della 67<sup>a</sup> Fiera Internazionale dell'Agricoltura della Zootecnia di Foggia.

Vista la DGR 129 del 23/02/2016 con la quale la Giunta Regionale ha approvato la variazione amministrativa al bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2016, con riguardo alle spese sostenute direttamente dalla Regione connesse all'attuazione del programma di Sviluppo rurale della Puglia 2014-2020 con vincolo di destinazione prevedendo in particolare per la parte spesa in termini di competenza e cassa i seguenti importi a copertura del Piano di Comunicazione 2016:

- capitolo 1150900 "Spese dirette della Regione Puglia connesse all'attuazione del Programma di Sviluppo rurale 2014-2020" € 1.800.000,00 – Classificazione Piano dei Conti (D. Lgs. 118/2011) : 16 – 03 – 1 – 03 – 02 – 99;
- capitolo 1150904 "Spese dirette della Regione Puglia connesse all'attuazione del Programma di Sviluppo rurale 2014-2020 - rappresentanza, organizzazione eventi, pubblicità e servizi di trasferta" € 500.000,00 – Classificazione Piano dei Conti (D.Lgs. 118/2011) : 16 – 03 – 1 – 03 – 02 – 02;

Tanto premesso e considerato, si propone di:

- Prendere atto della strategia di comunicazione, informazione e pubblicità approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 16/03/2016 – allegato 1;
- Approvare il Piano di Comunicazione 2016 del PSR 2014-2020 con un budget complessivo di € 976.000,00 Iva inclusa– allegato 2, parte integrante della presente deliberazione;
- Ratificare le attività e le spese sostenute per l'organizzazione dei Comitati di Sorveglianza e il lancio del PSR 2014-2020 in occasione della 67<sup>a</sup> Fiera Internazionale dell'Agricoltura della Zootecnia di Foggia;
- Incaricare l'Autorità di gestione ad attuare il piano di comunicazione secondo le modalità ivi previste ed approvate con la presente.

Il presente provvedimento è di competenza della Giunta Regionale ai sensi delle leggi costituzionali n. 1/99 e 3/2001 nonché dell'articolo 44, comma 1 della legge regionale 12 maggio 2004, n. 7 (Statuto della Regione Puglia).

#### **COPERTURA FINANZIARIA AI SENSI del d.lgs. 118/2011 e s.m.i.**

Il presente provvedimento trova copertura finanziaria per l'intero importo di € 976.000,00 come di seguito:

€ 636.000,00 IVA inclusa sul capitolo 1150900 -PCF: 16 – 03 – 1 – 03 – 02 – 99

€ 340.000,00 IVA inclusa sul capitolo 1150904 – PCF: 16 – 03 – 1 – 03 – 02 – 02

cap. di entrata 3065110 rimborso da parte dell'AGEA per spese dirette della Regione connesse all'attuazione del Programma di Sviluppo rurale 2014 -2020.

L'Assessore relatore, sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, trattandosi di materia rientrante nella competenza degli Organi di direzione politica, ai sensi dell'art. 4, comma 4, lett. d), f) e k) della l.r. n. 7/1997, propone alla Giunta Regionale l'adozione del conseguente atto finale.

#### **LA GIUNTA**

Udita la relazione e la conseguente proposta dell'Assessore proponente;

Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento dai Funzionari responsabili, dal Direttore del Dipartimento dell'Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale, in qualità di Autorità di Gestione del PSR Puglia 2014-2020

A voti unanimi espressi nei modi di legge

#### **DELIBERA**

- di prendere atto di quanto esposto in narrativa, che s'intende integralmente riportato per costituire parte integrale ed essenziale;
- di prendere atto della strategia di comunicazione, informazione e pubblicità approvata dal Comitato di Sorveglianza nella seduta del 16/03/2016 – allegato 1
- di approvare il piano di comunicazione 2016 del PSR 2014-2020 – allegato 2, parte integrante della presente deliberazione;
- di ratificare le attività e le spese sostenute dall'Autorità di Gestione per l'organizzazione dei Comitati di Sorveglianza e il lancio del PSR 2014-2020 del PSR 2014-2020, in occasione della 67<sup>a</sup> Fiera Internazionale dell'Agricoltura della Zootecnia di Foggia;
- di incaricare l'Autorità di Gestione ad attuare il piano di comunicazione secondo le modalità ivi previste ed approvate con la presente;
- di trasmettere il presente provvedimento al Servizio Comunicazione Istituzionale per la pubblicazione dello stesso sul Bollettino Ufficiale della Regione e sul sito istituzionale.

Il segretario della Giunta  
dott.a Carmela Moretti

Il Presidente della Giunta  
dott. Michele Emiliano



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE.  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REG. ONE PUGLIA

Allegato 1

# PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) REGIONE PUGLIA 2014 – 2020

*Decisione n. C (2015) 8412 del 24 novembre 2015*

## STRATEGIA DI COMUNICAZIONE INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ

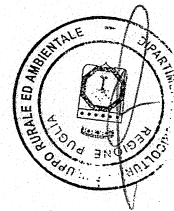
*Reg. UE 808/2014 art. 13 – Allegato III*

IL PRESENTE ALLEGATO E' COMPOSTO

DA N. 28 ..... FOGLI

*Il Direttore del Dipartimento*

*[Handwritten signature]*



STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PSR PUGLIA 2014 - 2020



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

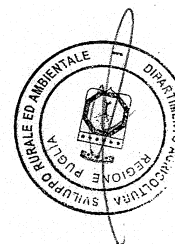


REGIONE PUGLIA

## INDICE

Sezione	Pag.
1. Introduzione	3
2. Quadro di riferimento	4
3. L'esperienza della Programmazione 2007 – 2013	5
4. Il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Puglia	7
4.1. Le Misure del PSR Puglia 2014-2020	7
4.2. La dotazione finanziaria	10
5. La Strategia di Comunicazione per lo Sviluppo Rurale 2014 - 2020	11
5.1. I livelli della comunicazione	12
5.2. Le parole chiave	12
6. Obiettivi della Strategia di Comunicazione	13
7. Destinatari	14
8. Attività e strumenti della comunicazione	16
8.1. Brand identity/image	17
8.2. Comunicazione digitale	17
8.3. Campagne di promozione	18
8.4. Public relation	19
8.5. Informazione, formazione e animazione	19
8.6. Citizen customer	19
9. Organizzazione	21
10. Valutazione	23
11. Monitoraggio	23
12. Cronoprogramma	25
13. Budget	26
14. Fonti	27

ALLEGATO 1 - Piano annuale di Comunicazione 2016





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
EUROPEA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

## 1. Introduzione

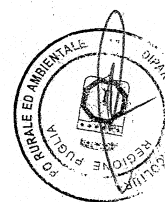
La Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) della Regione Puglia 2014-2020 ha come obiettivo la diffusione, la promozione e l'informazione dello stesso, dal Regolamento 1305/2013 del 17 dicembre 2013 e dal Regolamento (UE) 808/2014 (art. 13, allegato III) del 17 luglio 2014.

Il presente documento delinea la Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità del PSR Puglia 2014-2020, adottato dalla Commissione europea con decisione C (2015) 8412 del 24 novembre 2015, definendo gli obiettivi e le caratteristiche, individuando i destinatari delle attività di comunicazione, illustrando gli strumenti utili alla diffusione, le azioni e il cronogramma per l'attuazione delle stesse, descrivendo la struttura organizzativa responsabile dell'attuazione delle azioni, il ruolo della Rete Rurale Nazionale, indicando un budget previsionale e le modalità di monitoraggio e valutazione.

La strategia di comunicazione, informazione e pubblicità ricopre un importante ruolo di supporto alle politiche di sviluppo rurale e garantisce il coordinamento tra le entità interne al Dipartimento (uffici e strutture della Regione responsabili dell'applicazione del PSR) e quelle esterne (partenariati PSR, attuali e potenziali beneficiari, promotori PSR, cittadini, stampa), considerato anche il sempre più crescente interesse da parte dell'opinione pubblica e dei media verso il mondo dell'agricoltura.

Le attività di comunicazione e informazione delineate risultano, pertanto, uno strumento fondamentale per il consolidamento del rapporto tra cittadini-beneficiari e istituzioni (Regione, UE), per la creazione e l'attivazione di reti fra soggetti rurali ed extra-rurali e per cogliere le opportunità di sviluppo economico e sociale del territorio, intesi come fattori di crescita e miglioramento della qualità della vita. Un altro ruolo rilevante della comunicazione è il rafforzamento del senso di consapevolezza e appartenenza alle comunità rurali fondamentali per cogliere pienamente le potenzialità di sviluppo e di integrazione previste dal PSR.

La presente strategia di comunicazione non si limita quindi a fornire soltanto informazioni ma assume una connotazione fortemente attiva, utile anche al raggiungimento degli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale.





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

## 2. Quadro di riferimento

Il Programma di Sviluppo Rurale Regione Puglia 2014 – 2020, adottato dalla Commissione Europea con decisione C (2015) 8412 del 24 novembre 2015, è lo strumento di attuazione del FEASR (Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale), che sulla base dei fabbisogni regionali guida lo sviluppo del territorio rurale regionale attraverso una serie di interventi e misure.

Il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) contribuisce alla realizzazione della Strategia Europea 2020, promuovendo lo sviluppo rurale sostenibile nell'insieme dell'Unione, in coerenza con gli altri strumenti della Politica Agricola Comune (PAC), della politica di coesione, degli altri Fondi Strutturali e di Investimento Europei (SIE) e dell'Accordo di Partenariato 2014-2020 tra Italia e Commissione Europea del 29 ottobre 2014.

La **Strategia Europa 2020** si fonda essenzialmente su tre priorità:

1. **crescita intelligente:** sviluppare un'economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione;
2. **crescita sostenibile:** promuovere un'economia più efficiente sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva;
3. **crescita inclusiva:** promuovere un'economia con un alto tasso di occupazione che favorisca la coesione sociale e territoriale.

A partire da queste priorità si cercherà di raggiungere 5 obiettivi: **occupazione, innovazione e ricerca, cambiamenti climatici/energia, istruzione e lotta alla povertà**, affrontando grandi sfide globali quali l'uscita dalla crisi, la globalizzazione delle relazioni economiche, il cambiamento climatico, la scarsità delle risorse (acqua, energia, materie prime), l'evoluzione demografica, i contrasti sociali.

Tali obiettivi saranno perseguiti attraverso le risorse individuate nell'ambito del quadro finanziario pluriennale e distribuite in diversi Fondi Comunitari, tra i quali il FEASR, disciplinato dal Reg. 1303/2013 e nel dettaglio dal Reg. 1305/2013, che contribuisce alla realizzazione della Strategia Europa 2020 promuovendo lo sviluppo rurale sostenibile, nell'insieme dell'Unione in via complementare agli altri strumenti della PAC, della politica di coesione e della politica comune della pesca.

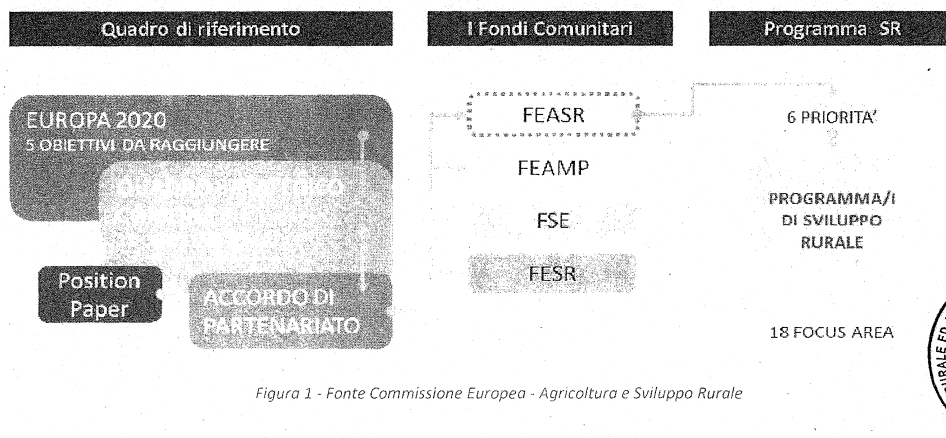
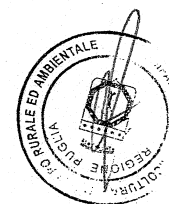


Figura 1 - Fonte Commissione Europea - Agricoltura e Sviluppo Rurale





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

### 3. L'esperienza della Programmazione 2007 – 2013

La valutazione delle azioni attuate nel corso del PSR 2007-2013 è stata formulata sulla base dei seguenti documenti:

- Rapporto di Valutazione Intermedia 2010 del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 della Regione Puglia (e osservazioni sulla Relazione di valutazione intermedia);
- Relazione annuale sullo stato di attuazione (RAE) degli anni 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013;
- Questionario sul grado di soddisfazione in merito all'utilità e adeguatezza dei servizi PSR 2007-2013 erogati dal sito [www.svilupporurale.regione.puglia.it](http://www.svilupporurale.regione.puglia.it);
- Questionario di Customer Satisfaction – Attività di Comunicazione PSR 2007-2013.

Le azioni informative e pubblicitarie del PSR 2007-2013 sono state svolte in tre diverse fasi temporali, ovvero:

- “Fase di avvio” (2008-2010), che ha riguardato le azioni di informazione per la partecipazione all'elaborazione del programma sino all'approvazione comunitaria e alla contestuale definizione delle procedure di attuative.
- “Fase di gestione intermedia ed attuazione” (2010-2013), con aggiornamenti circa le azioni programmate, gli avanzamenti fisici e finanziari del PSR rivolti e azioni di formazione rivolte ai soggetti coinvolti nella gestione del programma.
- “Fase finale” (2013-2015), destinata a presentare all'opinione pubblica gli obiettivi raggiunti e i risultati conseguiti.

Nel 2008 è stata aggiudicata e, quindi, realizzata la produzione di:

- n. 10.000 opuscoli;
- n. 20.000 depliant;
- n.5.000 CD Card contenenti il PSR Puglia 2007-2013;
- n. 5 banner avvolgibili (utilizzati nelle varie manifestazioni di presentazione del Programma).

L'attuazione delle azioni previste è partita nell'anno 2009 con una campagna di comunicazione e informazione rivolta alla collettività e ai potenziali beneficiari. A tal fine sono stati organizzati, tra il 2008 e il 2009:

- 25 incontri pubblici di presentazione
- 1 conferenza stampa
- 15 convegni
- 1 seminario

Negli anni 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015 le attività di comunicazione, informazione e pubblicità si sono concentrate prevalentemente nel corso della settimana del Salone dell'Agroalimentare “Agroalimento” presso la Fiera del Levante, dedicato alla promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari regionali di qualità, nonché alla divulgazione delle politiche attuate dalla Regione Puglia a favore del comparto agroalimentare. Nel corso delle attività è stata organizzata una serie di workshop, seminari, approfondimenti, conferenze stampa e laboratori nei quali sono stati coinvolti sia i destinatari potenziali







FONDO EUROPEO AGRICOLTURA SVILUPPO RURALE  
LEGGI DI INVESTIMENTO NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

sia quelli effettivi, il pubblico in generale e tutto il partenariato socio-economico della Regione Puglia. Sono stati, altresì, realizzati e pubblicati publiredazionali, pagine pubblicitarie sulla guida della manifestazione, spot audio per la pubblicità sonora Agrimed, shopper ed altri materiali divulgativi, nonché un portale dedicato alla partecipazione del PSR ad Agrimed ([www.agrimed.net](http://www.agrimed.net)) e un servizio di web-tv dedicato ai momenti salienti della manifestazione fieristica.

Dai documenti di valutazione della comunicazione del PSR 2007-2013 emergono alcuni punti di debolezza programmatica, soprattutto rispetto all'individuazione di una chiara ed organica strategia di comunicazione media e di una *vision* complessiva sul tipo di comunicazione istituzionale che si intende realizzare, con riferimento al messaggio rispetto ai diversi vettori di comunicazione (sito, radio, tv, etc).

L'AdG ha curato l'attività di consultazione del Partenariato e garantito l'informazione al grande pubblico attraverso la pubblicazione del nuovo portale regionale [www.svilupporurale.regione.puglia.it](http://www.svilupporurale.regione.puglia.it), ideato e ingegnerizzato da Innovapuglia S.p.a., società partecipata della Regione Puglia.

Il presente sito, sulla base dei questionari di Customer Satisfaction, è stato valutato mediamente "discreto" per fruibilità e accessibilità alle informazioni. Nel 2014 e 2015 il sito web, da monitoraggio, ha ricevuto:

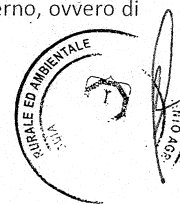
- n. 310.599 visite
- n.1.535.291 visualizzazioni di pagina

Le attività di informazione diretta promosse e attuate dalla struttura regionale hanno riguardato principalmente la redazione e pubblicazione di bandi e di notizie di vario genere, la gestione e l'aggiornamento sul [svilupporurale.regione.puglia.it](http://svilupporurale.regione.puglia.it), in collaborazione con il servizio Comunicazione Istituzionale della Regione Puglia del portale internet regionale.

L'attività di front office è stata espletata dagli uffici regionali della Struttura centrale e sul territorio attraverso gli uffici regionali periferici dell'Assessorato all'Agricoltura, con la possibilità per i beneficiari di comunicare personalmente con funzionari e tecnici regionali. Tali uffici svolgono pertanto attività di informazione ed un'assistenza tecnica diretta agli utenti residenti in territori periferici della Regione.

Da una valutazione complessiva emerge la necessità di implementare, rendere più efficiente ed accessibile, interattivo, chiaro e fruibile il sito web dedicato al Programma dello Sviluppo Rurale, così come previsto dai Regolamenti europei sui Programmi operativi. Tale sito dovrebbe offrire la possibilità di consultare facilmente e scaricare il materiale informativo, essere costantemente aggiornato sullo svolgimento del Programma e consentire di condividere notizie/bandi/informazioni con degli "share button", ovvero pulsanti di condivisione sui social network.

Inoltre, rispetto all'attività di comunicazione diretta, è emersa la necessità di un coordinamento dell'attività informativa e di un punto unico di smistamento delle informazioni richieste dal pubblico esterno, ovvero di un infopoint, sia fisico che virtuale.





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

#### 4. Il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Puglia

Il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Regione Puglia è il risultato di un ampio processo partecipativo di confronto e di presentazione di proposte che ha coinvolto il partenariato economico e sociale regionale da giugno 2012 e costituisce il più importante strumento di politica pubblica per lo sviluppo dell'agricoltura e delle aree rurali con una dotazione finanziaria pari a 1,64 miliardi di euro, in grado di generare investimenti di oltre 2,1 miliardi di euro.

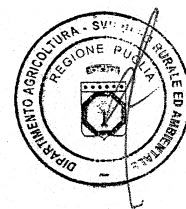
Il Reg. 1303/13 individua 11 Obiettivi Tematici (OT) trasversali a tutti i Fondi. Il Reg. 1305/13 stabilisce per il FEASR 6 Priorità di intervento, suddivise in 18 Focus Area (FA), che operano nell'ambito degli 11 OT.

Gli obiettivi strategici del FEASR finalizzati al miglioramento della competitività dell'agricoltura, alla gestione sostenibile delle risorse naturali, all'azione per il clima e allo sviluppo equilibrato delle zone rurali, si traducono in 6 priorità che riguardano la crescita intelligente, sostenibile e inclusiva nei settori agricolo, alimentare e forestale e in generale nelle zone rurali, di seguito elencate:

1. promuovere il trasferimento di conoscenze e innovazione nel settore agricolo, forestale e nelle zone rurali;
2. potenziare la competitività dell'agricoltura e la redditività delle aziende agricole;
3. promuovere l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi;
4. preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti da agricoltura e foreste;
5. incentivare l'uso efficiente di risorse e il passaggio ad un'economia a basse emissioni carbonio e resiliente al clima;
6. promuovere l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico delle aree rurali.

##### 4.1 Le Misure del PSR Puglia 2014-2020 e la dotazione finanziaria

La strategia del Programma e la scelta delle Misure sono il risultato del percorso di progettazione partecipata con il partenariato socio-economico, dell'analisi SWOT e delle raccomandazioni del valutatore del PSR 2007-2013, da cui è stato possibile identificare i fabbisogni regionali. Dalla valutazione delle esigenze e della loro rilevanza, è scaturita la scelta di attivare tutte le 6 Priorità di intervento identificate dal Reg. 1305/13, con la successiva individuazione degli specifici obiettivi nell'ambito delle Focus Area. Le necessità a cui il PSR Puglia intende rispondere, rappresentano quindi le determinanti della combinazione delle Misure di sviluppo rurale per ciascuno degli aspetti specifici e della definizione delle relative dotazioni finanziarie.





FONDO EUROPEO DI SVILUPPO RURALE  
INNOVAZIONE E SVILUPPO RURALE



REGIONE PUGLIA

**MISURE**

**SOTTOMISURE**

**M01 Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione (art. 14)**

1.1 Sostegno ad azioni di formazione professionale e acquisizione di competenze

1.2 Sostegno ad attività dimostrative e azioni di informazione

1.3 Sostegno a scambi interaziendali di breve durata nel settore agricolo e forestale, nonché a visite di aziende agricole e forestali

**M02 Servizi di consulenza, di sostituzione e di assistenza alla gestione delle aziende agricole (art. 15)**

2.1 Sostegno allo scopo di aiutare gli aventi diritto ad avvalersi di servizi di consulenza

2.3 Sostegno alla formazione dei consulenti

**M03 Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (art. 16)**

3.1 Sostegno alla nuova adesione a regimi di qualità

3.2 Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno

**M04 Investimenti in immobilizzazioni materiali (art. 17)**

4.1 Sostegno a investimenti nelle aziende agricole

4.2 Sostegno agli investimenti per la trasformazione e commercializzazione e lo sviluppo dei prodotti agricoli

4.3 Sostegno a investimenti nell'infrastruttura necessaria allo sviluppo, all'ammodernamento e all'adeguamento dell'agricoltura e della silvicoltura

4.4 Sostegno per investimenti non produttivi connessi all'adempimento degli obiettivi agro-climatico-ambientali

**M05 Ripristino del potenziale produttivo agricolo danneggiato da calamità naturali e da eventi catastrofici e introduzione di adeguate misure di prevenzione (articolo 18)**

5.1 Investimenti per prevenzione riduzione conseguenze di calamità naturali, avversità atmosferiche, eventi catastrofici

5.2 Sostegno ripristino terreni e potenziale produttivo danneggiato da calamità naturali

**M06 Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese (art. 19)**

6.1 Aiuto all'avviamento di imprese per giovani agricoltori

6.4 Investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività extra agricole

**M07 Servizi di base e rinnovamento dei villaggi nelle zone rurali (Art. 20)**

7.3 Sostegno per l'installazione, il miglioramento e l'espansione di infrastrutture a banda larga e di infrastrutture passive per la banda larga, nonché la fornitura di accesso alla banda larga e ai servizi di pubblica amministrazione online

8.1 Sostegno per l'imboschimento dei terreni agricoli allo scopo di incrementare la copertura del suolo

8.2 Sostegno per l'impianto e il mantenimento di sistemi agroforestali

**M08 Investimenti nello sviluppo delle aree forestali e nel miglioramento della redditività delle foreste (articoli da 21 a 26)**

8.3 Sostegno alla prevenzione dei danni arrecati alle foreste da incendi, calamità naturali ed eventi catastrofici

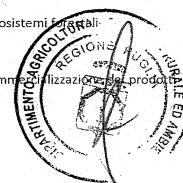
8.4 Sostegno al ripristino delle foreste danneggiate da incendi, calamità naturali ed eventi catastrofici

8.5 Sostegno agli investimenti destinati ad accrescere la resilienza e il pregio ambientale degli ecosistemi forestali

8.6 Sostegno agli investimenti in tecnologie silvicole e nella trasformazione, mobilitazione e commercializzazione dei prodotti delle foreste

**M09 Costituzione di associazioni e**

9.1 Costituzione di associazioni e organizzazioni di produttori nei settori agricolo e forestale





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

organizzazioni di produttori (art. 27)

M10 Pagamenti agro-climatico-ambientali  
(art. 28)

10.1 Pagamenti agro climatico ambientali

10.2 Sostegno alla conservazione delle risorse genetiche in agricoltura e selvicoltura

M11 Agricoltura biologica (art. 29)

11.1 Pagamenti per la conversione in metodi e pratiche di agricoltura biologica

11.2 Pagamenti per il mantenimento di metodi e pratiche di agricoltura biologica

16.1 Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura

16.2 Sostegno progetti pilota sviluppo prodotti pratiche processi tecnologie + 16.1

16.3 Cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune e condividere impianti e risorse, nonché per lo sviluppo/la commercializzazione del turismo

M16 Cooperazione (art. 35)

16.4 Sostegno per la cooperazione di filiera per la creazione e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali

16.5 Sostegno per azioni congiunte per la mitigazione dei cambiamenti climatici e l'adattamento ad essi

16.6 Sostegno per la cooperazione di filiera, sia orizzontale che verticale, per la produzione sostenibile di biomasse

16.8 Sostegno alla redazione di piani di gestione forestale o di strumenti equivalenti

19.1 Supporto preparatorio

M19 Sostegno allo sviluppo locale LEADER -  
(SLTP - sviluppo locale di tipo partecipativo)  
(articolo 35 del regolamento (UE) n.  
1303/2013)

19.2 Attuazione degli interventi nell'ambito della strategia CLLD

19.3 Attività di cooperazione LEADER

19.4 Costi di gestione e animazione

M20 ASSISTENZA TECNICA



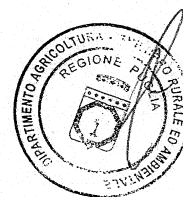
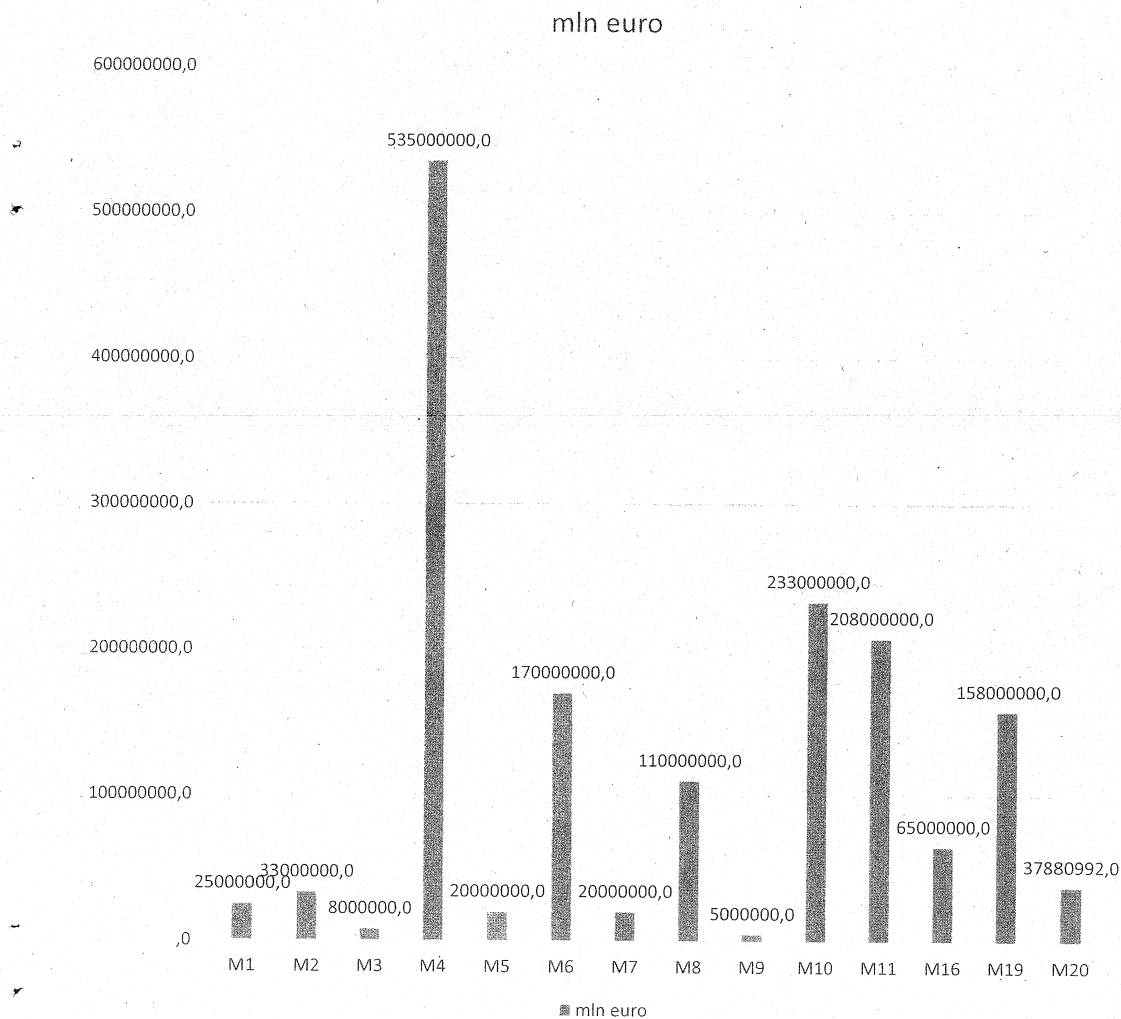


FONDO EUROPEO AGRICOLO DI SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTISCE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

4.2 La dotazione finanziaria





FONDO EUROPEO DI SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

## 5. La Strategia di Comunicazione per lo Sviluppo Rurale 2014 - 2020

La Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) della Regione Puglia 2014-2020 ha come obiettivo la diffusione, promozione e informazione, secondo quanto previsto dal Regolamento (UE) 1305/2013 (art. 66.1.i) e dal Regolamento (UE) 808/2014 (art. 13, allegato III), che definiscono i contenuti minimi di tale attività: obiettivi della strategia, pubblico a cui è destinata e budget previsionale, con indicazioni sul monitoraggio e sulle modalità di valutazione dei risultati raggiunti.

Lo scambio di informazioni e comunicazioni è, altresì, promosso ed eseguito dalla Rete Rurale Nazionale, come da Regolamento (UE) n. 1305/2013: la Rete favorisce la diffusione, la conoscenza degli operatori del settore, delle istituzioni e dei soggetti che vivono nelle aree rurali. In particolare, la Strategia di Comunicazione della RRN prevede un presidio *media relation* della RRN, deputato alla redazione e alla diffusione delle informative, che potrebbe operare anche in stretta sinergia con gli uffici comunicazione delle Adg regionali, per amplificare i risultati e fornire un servizio di valore nei confronti dei partner regionali, un portale nazionale e i social media che saranno utilizzati anche per veicolare e amplificare la risonanza delle notizie e delle attività pubblicate nel portale regionale

La Strategia del PSR Puglia, in linea con la Strategia di Comunicazione della Rete Rurale Nazionale, è orientata a:

- rafforzare la consapevolezza del pubblico sul ruolo svolto dall'UE e dalle istituzioni nazionali e regionali attraverso una strategia unitaria, condivisa, basata sull'integrazione tra fondi e sull'organizzazione e governance della comunicazione;
- rafforzare le reti partenariali, per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio e costruire messaggi mirati per gruppo target;
- sviluppare processi atti a migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo con il pubblico, in modo da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini;
- incrementare la visibilità delle opportunità e dei risultati raggiunti, con focalizzazione sui destinatari e capitalizzazione dei risultati verso la comunità rurale.

La Strategia regionale di comunicazione sarà fortemente integrata, quindi, con le azioni di comunicazione che la Rete Rurale Nazionale (RRN) prevede di realizzare nell'ambito del proprio programma attuativo. La Strategia, inoltre, sarà caratterizzata dal coordinamento con le attività di comunicazione della Regione Puglia attivando sinergie efficaci ed economie di scala. In tal senso risulterà fondamentale lo stretto collegamento con il sito istituzionale della Regione Puglia e la collaborazione con la Sezione Comunicazione Istituzionale della Segreteria Generale della Presidenza Regionale.

La Strategia, intesa come documento programmatico che definisce le attività di comunicazione per il periodo della Programmazione 2014 – 2020, è presentata dall'Autorità di Gestione e approvata dal Comitato di Sorveglianza non oltre sei mesi dopo l'adozione del Programma di Sviluppo Rurale. La Strategia





FONDI EUROPEI AGRICOLI PER LO SVILUPPO RURALE  
LEADER INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

potrà subire eventuali modifiche, correzioni e/o integrazioni a seconda delle esigenze che potranno essere rilevate nel corso degli anni. Tali modifiche saranno espressamente indicate nei Piani di Comunicazione Annuali (Art. 13 reg. 808/2014).

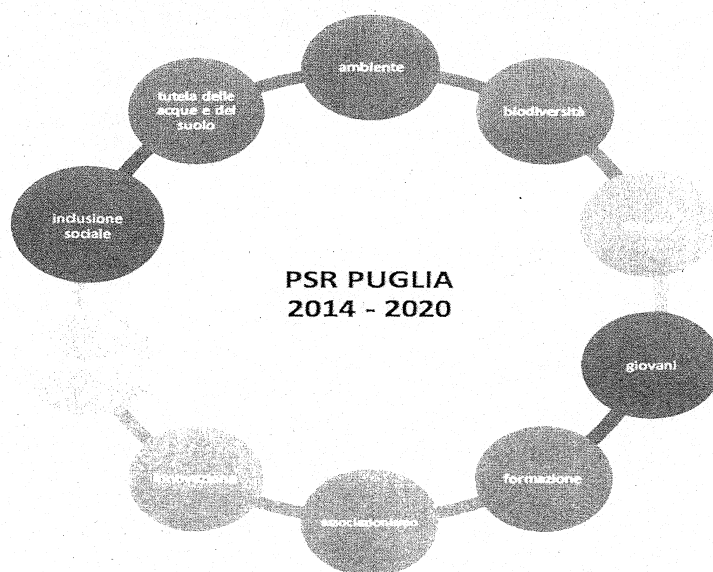
### 5.1 I livelli della comunicazione per lo sviluppo rurale

In relazione agli orientamenti della Strategia di Comunicazione, si possono definire diversi livelli di comunicazione, utili a favorire le connessioni tra i diversi soggetti che intervengono nell'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale:

- **a livello di politica di sviluppo rurale**, finalizzata a ridurre la distanza tra istituzioni e pubblico, migliorando le conoscenze dei cittadini sulle politiche UE e, in particolare, dei progetti e delle buone pratiche realizzate con i Fondi strutturali, anche al fine di aumentare la partecipazione ai progetti;
- **a livello di programma**: finalizzata alla conoscenza e diffusione delle attività e delle opportunità offerte dal PSR Puglia 2014 – 2020 verso i destinatari del programma;
- **a livello di progetto**: finalizzata all'informazione sui progetti (bandi) e sul loro impatto sul pubblico e sui beneficiari potenziali ed effettivi.

### 5.2 Le parole chiave del PSR 2014 – 2020

La politica di Sviluppo Rurale della Regione Puglia per il periodo 2014-2020 sarà improntata sulle seguenti parole chiave:





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
E SONDIA INVESTI NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

## 6. Obiettivi della Strategia di Comunicazione 2014-2020

Secondo il Regolamento 808/2014 e il relativo Allegato III, la Strategia settennale di Comunicazione deve assicurare, promuovere e coordinare gli obiettivi generali previsti e imposti dall'UE.

La Strategia di Comunicazione del PSR Puglia 2014-2020 mira a favorire la conoscenza dei contenuti della programmazione, presentando le opportunità previste dalle misure, le finalità e le modalità operative degli interventi finanziati con il PSR, a fungere da motore dello sviluppo socio economico dei territori e accrescere la consapevolezza, presso i destinatari degli interventi, dell'appartenenza all'Unione Europea per creare le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno e alla conoscenza dei risultati ottenuti. In questo quadro, le attività di comunicazione non saranno indirizzate solo alla restituzione dei contenuti, delle finalità e dei risultati conseguiti dal Programma ma mireranno a contribuire al raggiungimento degli obiettivi del Programma stesso, promuovendo il coinvolgimento attivo dei destinatari.

- O1 - Rafforzare la consapevolezza del pubblico sul ruolo svolto dall'UE e dalle istituzioni nazionali e regionali, promuovendo il ruolo sinergico della Regione nell'ambito della partnership programmatico-finanziaria con l'Unione Europea e lo Stato, con un focus specifico sui risultati ottenuti a livello locale;
- O2 - Comunicare il Programma di Sviluppo Rurale, i vantaggi, l'impatto e il valore aggiunto del Fondo FEASR e della PAC;
- O3 - Informare sulle opportunità previste dai finanziamenti del PSR Puglia 2014/2020 e sulle modalità di accesso al Programma per incentivare i potenziali beneficiari alla partecipazione ai bandi;
- O4 - Comunicare in un'ottica di trasparenza rispetto al sostegno comunitario e alla gestione del Programma per garantire l'imparzialità dell'azione amministrativa e un'adeguata pubblicizzazione dei bandi e delle procedure da seguire nonché per dare informazioni sui bandi e sulla loro calendarizzazione che coprirà l'intero periodo di programmazione e sarà dettagliata nei Piani annuali;
- O5 - Incrementare l'attuazione del Programma attraverso azioni volte a migliorare la comunicazione tecnico-amministrativa e azioni di informazione e di assistenza ai beneficiari potenziali ed effettivi prevedendo nei bandi, oltre all'indicazione delle persone da contattare per informazioni e chiarimenti, le indicazioni puntuali degli obblighi e delle responsabilità dei beneficiari ai sensi dell'Allegato III del Reg. 8080/2014 e delle procedure per l'esame dei reclami;
- O6 - Rafforzare le reti partenariali per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio;
- O7 - Sviluppare processi atti a migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo con il pubblico, in modo da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini;
- O8 - Incrementare la visibilità dei risultati raggiunti sia in termini di avanzamento finanziario che di impatto sull'ambiente e sulla popolazione.

Gli obiettivi saranno attuati su tutto il territorio regionale, coinvolgendo, di volta in volta, i diversi destinatari delle azioni di comunicazione, informazione e pubblicità.







FONDO EUROPEO AGRICOLA DI SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

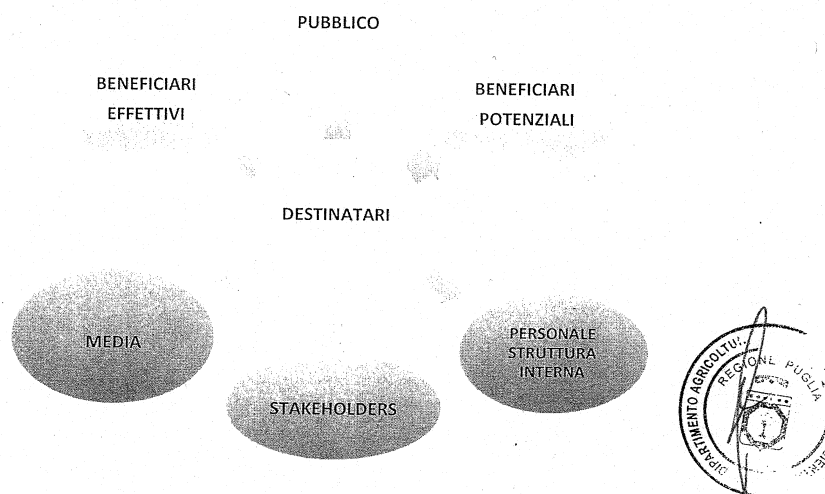


REGIONE PUGLIA

## 7. Destinatari

I destinatari delle azioni d'informazione e pubblicità, così come da Allegato III del Regolamento 808/2014, sono identificati in quattro specifiche tipologie: pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e soggetti definiti come "moltiplicatori dell'informazione".

- **Pubblico** (cittadini - intera popolazione rurale e regionale)
- **Beneficiari potenziali** (soggetti pubblici e/o privati o persone fisiche in possesso dei requisiti per la partecipazione ai bandi)
- **Beneficiari effettivi** (soggetti pubblici e/o privati o persone fisiche ammessi ai finanziamenti)
- **Moltiplicatori dell'informazione:**
  - **Personale struttura interna** (Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Tutela dell'Ambiente; Servizi Provinciali; Organismo Pagatore)
  - **Stakeholders** (Rete Rurale Europea; Rete Rurale Nazionale; Enti Pubblici; Comitato di Sorveglianza; Partenariato; organizzazioni professionali; associazioni di categoria; ordini professionali; Centri Europe Direct; centri di ricerca; USR; università; studenti; centri di formazione; agenzie di sviluppo locale; sindacati; organizzazioni non governative (ONG); associazioni ambientalisti; associazioni animalisti; etc.)
  - **Media** (media locali: tv, web tv, radio, carta stampata – locali, regionali e nazionali)





FONDO EUROPEO DI AGRICOLTURA PER LO SVILUPPO RURALE  
LEADER INVESTI NELLE ZONE RURALI

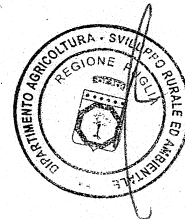


REGIONE PUGLIA

## TABELLA RIEPILOGATIVA: OBIETTIVI - DESTINATARI

### LEGENDA OBIETTIVI

	DESTINATARI	OBIETTIVI
<p>O. 1 Rafforzare la consapevolezza del pubblico sul ruolo svolto dall'Ue e dalle istituzioni nazionali e regionali, promuovendo il ruolo sinergico della Regione nell'ambito della partnership programmatico-finanziaria con l'Unione Europea e lo Stato, con un focus specifico sui risultati ottenuti a livello locale</p> <p>O. 2 Comunicare il Programma di Sviluppo Rurale, i vantaggi, l'impatto e il valore aggiunto del Fondo FEASR e della PAC</p> <p>O. 3 Informare sulle opportunità previste dai finanziamenti del PSR Puglia 2014/2020 e sulle modalità di accesso al Programma per incentivare i potenziali beneficiari alla partecipazione ai bandi</p> <p>O. 4 Comunicare in un'ottica di trasparenza rispetto al sostegno comunitario e alla gestione del Programma per garantire la trasparenza e l'imparzialità dell'azione amministrativa e un'adeguata pubblicizzazione dei bandi e delle procedure da seguire; dare informazioni sui bandi e sulla loro necessaria calendarizzazione che coprirà l'intero periodo di programmazione e sarà dettagliata nei Piani annuali</p> <p>O. 5 Migliorare l'attuazione del Programma attraverso azioni volte a migliorare la comunicazione tecnico-amministrativa e azioni di informazione e di assistenza ai beneficiari potenziali ed effettivi prevedendo nei bandi, oltre all'indicazione delle persone da contattare per informazioni e chiarimenti, le indicazioni puntuali degli obblighi e delle responsabilità dei beneficiari ai sensi dell'Allegato III del Reg. 8080/2014 e delle procedure per l'esame dei reclami</p> <p>O. 6 Rafforzare le reti partenariali per massimizzare l'efficacia della comunicazione sul territorio</p> <p>O. 7 Sviluppare processi atti a migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo con il pubblico, in modo da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini</p> <p>O. 8 Incrementare la visibilità dei risultati raggiunti</p>	<p>Pubblico</p> <p>Beneficiari potenziali</p> <p>Beneficiari effettivi</p> <p>Stakeholders</p> <p>Media</p> <p>Pubblico interno</p>	<p>O. 1</p> <p>O. 2</p> <p>O. 3</p> <p>O. 4</p> <p>O. 7</p> <p>O. 8</p> <p>O. 1</p> <p>O. 2</p> <p>O. 3</p> <p>O. 4</p> <p>O. 7</p> <p>O. 1</p> <p>O. 4</p> <p>O. 5</p> <p>O. 4</p> <p>O. 5</p> <p>O. 6</p> <p>O. 2</p> <p>O. 3</p> <p>O. 4</p> <p>O. 7</p> <p>O. 8</p> <p>O. 5</p> <p>O. 6</p>





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
LE RIFORME INVESTONO NELLE ZONE RURALI

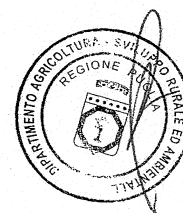


REGIONE PUGLIA

## 8. Attività e strumenti della comunicazione

Come stabilito dal Regolamento (UE) 808/2014 (art. 13, allegato III), l'Autorità di Gestione definisce le azioni informative e pubblicitarie, conformemente alla strategia di comunicazione, redatta in base alle esigenze dei diversi destinatari a cui si rivolge. La scelta e l'utilizzo degli strumenti saranno specificati in modo ancor più analitico nei Piani di Comunicazione Annuali, in virtù delle esigenze, del monitoraggio e delle valutazioni che verranno eseguite periodicamente e che saranno sottoposte al Comitato di Sorveglianza. In linea generale, le attività e gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati sono specificati nella seguente tabella:

ATTIVITÀ	STRUMENTI
Brand identity/image	<ul style="list-style-type: none"> <li>ideazione e creazione logo e pay off</li> <li>manuale d'identità visiva e Linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari</li> <li>realizzazione supporti per l'immagine coordinata (roll up, cartelline, block notes, penne usb, gadget, etc)</li> </ul>
Comunicazione digitale	<ul style="list-style-type: none"> <li>organizzazione e ingegnerizzazione sito</li> <li>hardware e applicativi ICT, dotazione strumentale - informatica</li> <li>popolamento sito</li> <li>attivazione social network</li> <li>gestione social network</li> <li>inserzioni pubblicitarie su emittenti tv (spot video)</li> <li>inserzioni pubblicitarie emittenti radiofoniche (spot radio)</li> <li>inserzioni pubblicitarie stampa (publiredazionali)</li> <li>cartellonistica (affissioni)</li> </ul>
Campagna di promozione	<ul style="list-style-type: none"> <li>opuscoli informativi</li> <li>manifesti, locandine</li> <li>gadget (penne usb, shopper, etc)</li> <li>redazionali</li> <li>speciali Tv</li> <li>coordinamento attività di comunicazione e informazione</li> <li>supporto alle attività di comunicazione e informazione (redazione di materiale informativo, etc.)</li> <li>manuale delle procedure (supporto alla gestione dei bandi)</li> </ul>
Public relation	<ul style="list-style-type: none"> <li>sportello informativo</li> <li>comunicati stampa</li> <li>conferenze stampa</li> <li>evento di lancio</li> <li>convegni</li> <li>animazione territoriale</li> </ul>
Informazione, formazione e animazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>partecipazione ad eventi organizzati da terzi</li> <li>seminari per la formazione interna (in presenza e in videoconferenza)</li> <li>seminari di approfondimento</li> <li>workshop</li> </ul>
Citizen customer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Questionari di rilevazione del grado di soddisfazione del servizio</li> </ul>





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
LEADER INVESTI NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

### 8.1 Brand identity

Il primo passo per la definizione di una strategia di comunicazione efficace è la creazione della *brand identity*, ovvero dell'identità visiva del PSR Puglia 2014 – 2020, intesa come espressione grafica del PSR attraverso la combinazione di elementi grafici utili a comunicare, ai vari destinatari, l'identità stessa del Programma di Sviluppo Rurale, identificandone, inoltre, i temi chiave e le sei priorità. L'identità visiva parte dall'individuazione di un logo (*lettering e symbolising*) e di un *pay off* da utilizzare per tutto il periodo della Programmazione, favorendo un immediato riconoscimento attraverso un'immagine significativa e immediatamente riconoscibile. Il *pay off*, inteso come elemento identitario e di presentazione del "*brand PSR Regione Puglia 2014-2020*", dovrà necessariamente essere ripreso nel *claim* di ogni campagna di promozione prevista. Come da Regolamento Reg. 808/2014, Allegato III Parte 1 e 2, tutti i materiali di informazione e comunicazione dovranno contenere una chiara indicazione della partecipazione dei diversi soggetti: Unione Europea, Stato Membro, Regione Puglia. Il frontespizio di ogni materiale dovrà riportare il logo dell'Unione Europea, dello Stato Membro, Regione Puglia, del logo PSR Puglia 2014 – 2020 e per le misure finanziate attraverso il Leader, dovrà essere inserito anche il logo del Leader. Inoltre, gli stessi beneficiari degli interventi hanno la responsabilità di pubblicizzare e informare sul sostegno ottenuto attenendosi alle linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari. Le pubblicazioni cartacee e digitali dovranno menzionare le misure di attuazione nel rispetto dei formati e delle composizioni riportate nel manuale di identità visiva del PSR Puglia 2014 – 2020.

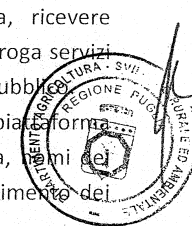
Nella fase successiva si definiranno gli strumenti dell'immagine coordinata (*roll up, cartelline, block notes, penne usb, gadget, etc*) utili al consolidamento della brand image.

Strumenti	Logo, pay off, manuale d'identità visiva, linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari, immagine coordinata
Finalità	Consentono una coerenza semiotica per tutta Programmazione si da rendere più efficiente il processo comunicativo, dando ai destinatari riferimenti identitari precisi, di riconoscimento del Programma, delle sue attività e dei suoi obiettivi
Target	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholders
Fase	2016 kick off

### 8.2 Comunicazione digitale

L'attività sarà realizzata attraverso due strumenti principali: il sito web e i canali social.

Il sito internet rappresenta il vero e proprio *front office* telematico, lo sportello attraverso il quale i diversi target di riferimento potranno comunicare e interagire con l'amministrazione pubblica, ricevere informazioni e fruire di servizi. In tal senso, il sito non è inteso solo come uno strumento che eroga servizi ma come lo strumento principale che consente all'amministrazione una relazione diretta con il pubblico. È prevista una prima fase di organizzazione e ingegnerizzazione del sito al fine di predisporre la piattaforma ad avere i seguenti requisiti: disponibilità dei moduli in rete, informazioni sull'organigramma, nomi e funzioni dei responsabili dei vari procedimenti, informazioni relative alle scadenze e alle modalità di svolgimento dei





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

procedimenti, indirizzi di posta elettronica istituzionali, elenco di bandi di gara e elenco di tutti i servizi erogati in rete.

Parallelamente verranno attivati e gestiti i canali di *social network*, in coordinamento con il servizio Comunicazione Istituzionale della Regione Puglia.

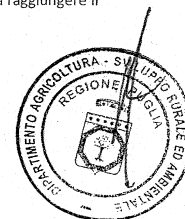
Strumenti	sito web, social network, hardware, software e applicativi ICT, dotazione strumentale - informatica
Finalità	Consentono una facilità di accesso alle informazioni, una migliore diffusione dei bandi, delle notizie, delle finalità del Programma.
Target	tutti
Fase	2016 kick off (per l'ingegnerizzazione del sito e l'attivazione dei social network) 2017-2023 (per l'attività di popolamento del sito web e la gestione dei social network)

### 8.3 Campagne di promozione

L'Autorità di Gestione intende realizzare campagne di promozione nelle tre fasi principali della realizzazione del PSR: lancio, gestione/attuazione e chiusura del Programma.

Campagna di promozione per il lancio del PSR	<i>Il PSR 2014-2020 è un'opportunità</i> <i>"Investi nel tuo futuro e nella tua terra"</i>	Finalizzata all'attività di informazione generale per la presentazione del nuovo documento di programmazione ai potenziali beneficiari, agli stakeholders, ai media e alla comunità regionale.
Campagna di promozione nella fase di gestione e attuazione del PSR	<i>Il PSR 2014-2020 è in pieno svolgimento</i> <i>"Non puoi perdere le opportunità per te e per il tuo territorio"</i>	Finalizzata a garantire l'informazione costante circa i bandi, le procedure da seguire, l'aggiornamento del programma, i lavori del Comitato di Sorveglianza, verso il pubblico generale, i media, gli stakeholders, i potenziali beneficiari, i beneficiari effettivi.
Campagna di promozione nella fase finale del PSR.	<i>Il PSR 2014-2020 è in fase di chiusura</i> <i>"Il PSR ha prodotto questi importanti risultati"</i>	Finalizzata all'attività di informazione per pubblicizzare e promuovere i risultati ottenuti nel corso del settennio.

Strumenti	inserzioni pubblicitarie su emittenti tv (spot video), inserzioni pubblicitarie emittenti radiofoniche (spot radio), inserzioni pubblicitarie su stampa (pubblicità redazionali), redazionali, speciali Tv, cartellonistica (affissioni mobili e statiche), manifesti, locandine, opuscoli informativi, gadget (penne usb, shopper, etc)
Finalità	Dà visibilità immediata ed efficace alla Programmazione, con una esposizione ampia e capillare sui media, sì da raggiungere il più ampio pubblico possibile su tutto il territorio, coinvolgendo più tipologie di destinatari.
Target	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholders, media
Fase	kick off 2016 - 2017 (per la campagna di promozione per il lancio del PSR) 2018- 2021 (per la campagna di promozione nella fase di attuazione e gestione del PSR) 2022- 2023 (per la campagna di promozione nella fase finale del PSR)





FONDO EUROPEO DI SVILUPPO RURALE  
E EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

#### 8.4 Public relation

L'attività di *public relation* è collegata alle azioni di relazione con i pubblici influenti e con i destinatari del Programma. Questa attività, che l'AdG intende attuare in modo continuativo, consapevole, programmato e, soprattutto, trasparente, contribuisce al raggiungimento dell'obiettivo di offrire un messaggio chiaro.

<b>Strumenti</b>	coordinamento attività di comunicazione e informazione supporto alle attività di comunicazione e informazione (redazione di materiale informativo, etc.) manuale delle procedure (supporto alla gestione dei bandi) sportello informativo comunicati stampa conferenze stampa
<b>Finalità</b>	Consentono nel medio e lungo periodo di creare un'immagine che risulti duratura nel tempo; rafforzano il rapporto tra destinatari e attuatore del Programma. Creano vicinanza e fidelizzano i destinatari, potenziali effettivi e beneficiari.
<b>Target</b>	Tutti
<b>Fase</b>	Tutta la durata del Programma

#### 8.5 Informazione, formazione e animazione

La diffusione del Programma avviene attraverso il coinvolgimento diretto dei destinatari, con attività che devono creare partecipazione dinamica dei soggetti direttamente sui territori offrendo strumenti, spunti di lavoro e occasioni di confronto sui diversi temi e ambiti.

<b>Strumenti</b>	evento di lancio convegni animazione territoriale partecipazione ad eventi organizzati da terzi seminari per la formazione interna (in presenza e in videoconferenza) seminari di approfondimento workshop
<b>Finalità</b>	Rafforzano il messaggio da veicolare ai destinatari, consentendo anche di raggiungere un pubblico vasto ed eterogeneo, con una copertura capillare del territorio. Attivano e stimolano il ricordo, anche attraverso l'immagine coordinata nel tempo e nello spazio.
<b>Target</b>	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholders, media
<b>Fase</b>	2016 kick off - 2017 (per la campagna di promozione per il lancio del PSR) 2018 - 2021 (per la campagna di promozione nella fase di attuazione e gestione del PSR) 2022- 2023 (per la campagna di promozione nella fase finale del PSR)

#### 8.6 Citizen customer

L'AdG intende valutare l'efficacia delle attività di comunicazione e dei servizi offerti. A tal fine si avvarrà di questionari rivolti al pubblico al fine di massimizzare, durante l'attuazione del Programma, la qualità dei servizi e le modalità di diffusione delle informazioni.





FUNDO EUROPEO DI SVILUPPO REGIONALE PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

Strumenti	Questionario
Finalità	Valutare efficacia, efficienza, adeguatezza degli strumenti utilizzati si da migliora il servizio nel corso dell'attuazione di Programma
Target	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholders, media
Fase	2016 – 2022 con cadenza annuale

**TABELLA RIEPILOGATIVA: DESTINATARI – ATTIVITÀ**

Pubblico	Brand image
	Comunicazione digitale
	Campagna di promozione
Beneficiari potenziali	Public relation
	informazione, formazione e animazione
	Brand image
	Comunicazione digitale
	Campagna di promozione
Beneficiari effettivi	Public relation
	informazione, formazione e animazione
	Brand image
	Comunicazione digitale
	Campagna di promozione
	Public relation
	informazione, formazione e animazione
Stakeholders	citizen customer
	Brand image
	Comunicazione digitale
	Campagna di promozione
	Public relation
	informazione, formazione e animazione
	citizen customer
Media	Comunicazione digitale
	Campagna di promozione





FONDO EUROPEO DI SVILUPPO RURALE  
LEADER INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

Public relation

Informazione, formazione e animazione

Comunicazione digitale

Pubblico interno

Informazione, formazione e animazione

## 9. Organizzazione

La Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità del PSR 2014 - 2020 è presentata al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione, conformemente all'art.13 del Reg. 808/2014, dall'Autorità di Gestione (AdG) non oltre sei mesi dopo l'adozione del Programma di Sviluppo Rurale. La Strategia, intesa come documento programmatico che definisce le attività di comunicazione per tutto il periodo della Programmazione 2014 – 2020, potrà subire eventuali modifiche, correzioni e/o integrazioni, a seconda delle esigenze che potranno essere rilevate nel corso degli anni, che saranno sottoposte al Comitato di Sorveglianza. Tali modifiche saranno espressamente indicate nei Piani di Comunicazione Annuali.

L'Autorità di Gestione assume il compito di sovrintendere i processi comunicativi, pianificare e definire le attività di comunicazione, supervisionare l'attuazione delle stesse e seguirne l'attività di misurazione e valutazione. L'AdG garantisce l'accesso alle informazioni ai beneficiari potenziali ed effettivi, nonché al pubblico e agli *stakeholders*.

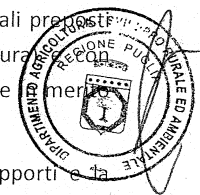
L'Autorità di Gestione, inoltre, assicura l'aggiornamento annuale dei Piani di Comunicazione, che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato. L'Autorità di Gestione informa il Comitato di Sorveglianza almeno una volta all'anno in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di informazione e pubblicità e in merito all'analisi dei risultati, nonché in merito alle azioni di informazione e pubblicità da realizzare nel corso dell'anno successivo.

Per l'esecuzione della Strategia, l'Autorità di Gestione nomina un responsabile dell'informazione e della comunicazione a livello di programma informandone la Commissione. Il responsabile incaricato, individuato tra il personale della struttura regionale, assume il compito di coordinamento operativo delle attività di informazione e comunicazione e sarà affiancato da uno staff di supporto con figure professionali esperte. L'eventuale ricorso a competenze esterne per la fornitura delle singole attività/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

Il responsabile della comunicazione opererà in raccordo e coordinamento con gli uffici regionali preposti all'attuazione del PSR Puglia 2014-2020 (Servizio PSR e responsabili di raccordo e di Misura) e con l'organismo pagatore (AGEA) per garantire la corretta informazione dei beneficiari delle Misure e per assicurare alle loro responsabilità relative alle azioni di comunicazione e informazione.

Il referente della strategia avrà, altresì, il compito di supportare l'AdG per assicurare i rapporti e la collaborazione con la Rete Rurale Nazionale e con la Sezione Comunicazione Istituzionale della Regione

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PSR PUGLIA 2014 - 2020





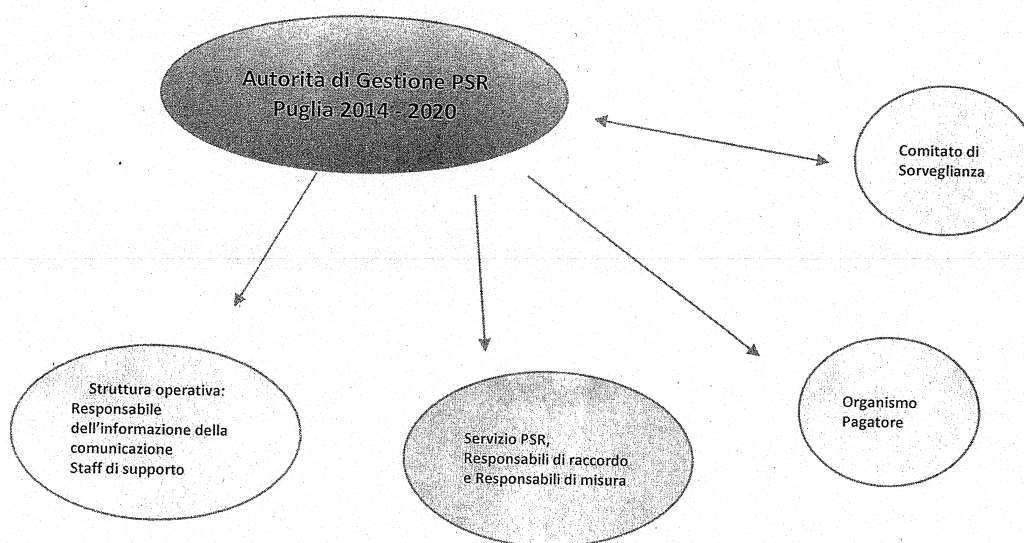


FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

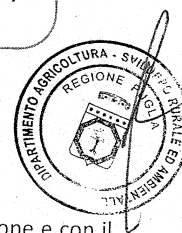
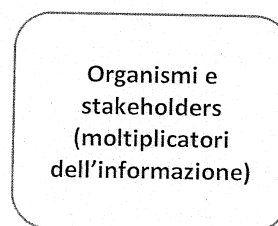
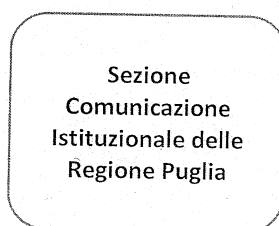
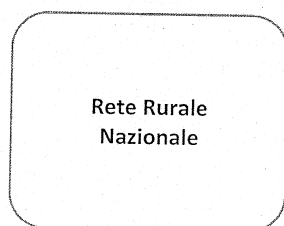


REGIONE PUGLIA

Puglia nell'ottica del coordinamento, dell'omogeneità e della complementarietà come modalità integrata di rappresentazione del ruolo dell'Unione Europea nelle politiche di coesione e di sviluppo territoriale della Regione nel suo insieme. Se del caso, si occuperà di coinvolgere altri organismi e *stakeholders* nelle iniziative di comunicazione e informazione, al fine di garantire una diffusione capillare delle informazioni ma anche dei contenuti strategici e operativi del PSR.



in collaborazione con:



### 10. Valutazione

La valutazione verrà effettuata periodicamente, nel corso di tutto il periodo della Programmazione e con il supporto del Valutatore Indipendente, per analizzare l'efficacia e l'impatto delle azioni di comunicazione,



FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
EUROPEAN AGRICULTURE INVESTING IN THE RURAL AREA



REG. ONE PUGLIA

informazione e pubblicità. Tale verifica, inoltre, permetterà di apportare modifiche e/o integrazioni ai Piani di Comunicazione Annuali.

I risultati della valutazione saranno resi noti sul sito web dedicato e verranno condivisi con il Comitato di sorveglianza del PSR.

### 11. Monitoraggio

Le attività di comunicazione, informazione e pubblicità previste nella Strategia, saranno oggetto di monitoraggio per valutare l'efficacia e i risultati stessi della Strategia di Comunicazione. In corso di realizzazione e avanzamento del Programma, saranno avviate azioni di monitoraggio, utili anche a valutare eventuali modifiche da apportare alla Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità.

Il monitoraggio sarà effettuato attraverso gli esiti delle riunioni del Comitato di Sorveglianza e le rilevazioni di tipo quanti-qualitativo effettuate sia sui beneficiari (effettivi e potenziali), sia sui cittadini, al fine di valutare il grado di efficacia ed efficienza delle attività di comunicazione previste.

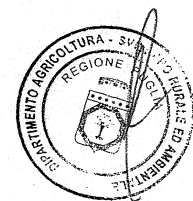
I risultati delle valutazioni saranno diffusi attraverso la pubblicazione sul sito web e attraverso la presentazione di apposite informative ai CdS. Gli stessi saranno inoltre utilizzati per apportare eventuali modifiche alla Strategia iniziale e ai Piani di Comunicazione annuali.

Il monitoraggio sarà effettuato attraverso la rilevazione degli indicatori di realizzazione e di risultato.

I primi sono finalizzati a misurare e verificare quanto realizzato dalle attività di comunicazione intraprese, gli altri, invece, sono finalizzati a misurare i risultati in termini di impatto degli strumenti di comunicazione attivati per i diversi destinatari.

### INDICATORI DI REALIZZAZIONE

ATTIVITÀ	STRUMENTO	INDICATORE DI REALIZZAZIONE CON RELATIVO VALORE ATTESO
Brand image	realizzazione supporti per l'immagine coordinata (roll up, cartelline, block notes, penne usb, gadget, etc)	n. prodotti realizzati
	Manuale d'identità visiva e Linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari	n. documenti realizzati (2)
Comunicazione digitale	Sito web	n. pagine editate
	social network	n. canali attivati
Campagna di promozione	inserzioni pubblicitarie su emittenti tv (spot video)	n. spot per anno
	inserzioni pubblicitarie emittenti radiofoniche (spot radio)	n. spot per anno
	inserzioni pubblicitarie stampa (publiredazionali)	n. publiredazionali per anno
	cartellonistica (affissioni)	n. affissioni per anno
	opuscoli informativi	n. prodotti realizzati
	manifesti, locandine	n. prodotti realizzati
	gadget (penne usb, shopper, etc)	n. prodotti realizzati
	redazionali	n. redazionali





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALI  
LEADER INVESTI NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

	speciali Tv	n. speciali realizzati per anno
Public relation	sportello informativo	n. sportelli attivati (1)
	comunicati stampa	n. comunicati stampa
	conferenze stampa	n. conferenze stampa(8)
Informazione, formazione e animazione	evento di lancio	n. eventi realizzati (1)
	convegni	n. convegni realizzati (7)
	animazione territoriale	
	partecipazione ad eventi organizzati da terzi	n. eventi
	seminari per la formazione interna	n. seminari organizzati (14)
	seminari di approfondimento	n. seminari organizzati (15)
	workshop	n. workshop organizzati (15)
Citizen customer	Questionari di rilevazione del grado di soddisfazione del servizio	n. questionari realizzati (7)

INDICATORI DI RISULTATO

STRUMENTO	INDICATORE DI RISULTATO
Sito web	n. accessi annuali / n.download
social network	n. visualizzazioni annuali
opuscoli informativi	n. prodotti distribuiti
gadget (penne usb, shopper, etc)	n. prodotti distribuiti
redazionali	n. canali di diffusione
speciali Tv	n. canali di diffusione
sportello informativo	n. accessi/richieste
comunicati stampa	n. canali di diffusione
conferenze stampa	n. canali di diffusione
evento di lancio	n. partecipanti
convegni	n. partecipanti
animazione territoriale	n. partecipanti
partecipazione ad eventi organizzati da terzi	n. partecipazioni
seminari per la formazione interna	n. partecipanti
seminari di approfondimento	n. partecipanti
workshop	n. partecipanti
Questionari di rilevazione del grado di soddisfazione del servizio	n. questionari pervenuti





12. Cronogramma

ATTIVITÀ	STRUMENTI	REALIZZAZIONE		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		TOTALE PREVISTI
		IN	OUT	KICK OFF	com	Urgem	com	Urgem	com	Urgem	com	Urgem	com	Urgem	com	Urgem	com	Urgem	com	
Brand image	ideazione e creazione logo e pay off	0	1																	1
	realizzazione supporti per l'immagine coordinata (roll up, cartelline, block notes, penne usb, gadget, etc)	0	1																	1
Comunicazione digitale	Manuale d'identità visiva e Linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari	1/0	1																	1
	organizzazione e ingegnerizzazione sito	0	1																	1
	hardware, software e applicativi ICT	0	1																	1
	popolamento sito	1	1																	attività continua
	attivazione social network	1	1																	1
	gestione social network	1	1																	attività continua
	inserzioni pubblicitarie su emittenti tv (spot video)	0																		
	inserzioni pubblicitarie emittenti radiofoniche (spot radio)	0																		
	inserzioni pubblicitarie stampa (pubblicità)	0																		
	cartellonistica (affissioni)	0																		
Campagna di promozione	opuscoli informativi	0																		
	manifesti, locandine	0																		
	gadget (penne usb, shopper, etc)	0																		
	relazionali	0																		
	attività tv	0																		
																				3

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PSR PUGLIA 2014 - 2020







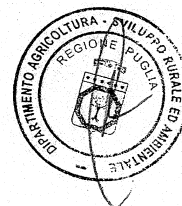
FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REGIONE PUGLIA

#### 14. Fonti

- Regolamento (UE) n. 1303/2013, del Parlamento Europeo e del Consiglio, recante disposizioni comuni sui Fondi Strutturali e di Investimento Europei (SIE) per la programmazione 2014-2020
- Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 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)
- PSR Puglia 2014 – 2020 Decisione n. C (2015) 8412 del 24 novembre 2015 approvato con Deliberazione di Giunta Regionale n. 2424 del 30 dicembre 2015, BURP n. 3 del 19 gennaio 2016
- Piano di Comunicazione RRN 2014 - 2020





FOONDO ERMONO O ALY COEEN FEN O O STALINO FOMALI  
L'EUROPA INVESTE NELLE SUE PESSONE



REGIONE PUGLIA

## ALLEGATO 1

### PROPOSTA PER IL PIANO DI COMUNICAZIONE 2016

Il Piano Annuale di Comunicazione per l'anno 2016 prevedrà le seguenti attività e relativi strumenti di comunicazione:

ATTIVITÀ	STRUMENTI
Brand identity/image	Ideazione e creazione logo e pay off Realizzazione di supporti per l'immagine coordinata Realizzazione del manuale dell'identità visiva e delle linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari
Comunicazione digitale	Ingegnerizzazione sito web Attivazione social network
Campagna di promozione	Realizzazione di n. 1 campagna di promozione per la fase di lancio del PSR
Public relation	Definizione del coordinamento e del supporto per le attività di informazione e comunicazione Attivazione dello sportello informativo
Informazione, formazione e animazione	Evento di lancio Seminario per la formazione interna Seminari di approfondimento (n.2) Workshop (n.2) Attività di animazione territoriale Partecipazione ad eventi organizzati da terzi
Citizen Customer	Questionario di citizen satisfaction





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA (INVESTE NELLE ZONE RURALI)



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

allegato 2

# PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) REGIONE PUGLIA 2014 – 2020

*Decisione n. C (2015) 8412 del 24 novembre 2015*

## PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2016

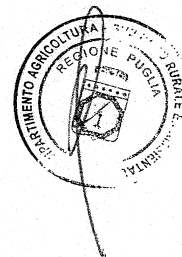
*Reg. UE 808/2014 art. 13 – Allegato III*

IL PRESENTE ALLEGATO E' COMPOSTO

DA N. 40 ..... FOGLI

*Il Direttore del Dipartimento*

*G. Landese*







FONDO EUROPEO AGRICOLTURA SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTI NELLE ZONE RURALI

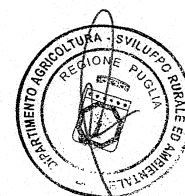


REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

<b>1. INTRODUZIONE</b>	<b>3</b>
<b>2. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE 2016</b>	<b>3</b>
<b>3. DESTINATARI</b>	<b>4</b>
<b>4. ATTIVITÀ E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE</b>	<b>6</b>
<b>5. VALUTAZIONE</b>	<b>9</b>
<b>6. MONITORAGGIO</b>	<b>9</b>
<b>7. BUDGET</b>	<b>10</b>





FONDO SVILUPPO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

## 1. Introduzione

Il presente documento delinea le attività di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 della Regione Puglia (adottato dalla Commissione Europea con decisione C (2015) 8412 del 24 novembre 2015) per l'annualità 2016, in linea con i principi e gli obiettivi delineati nella Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità, presentata e approvata dal Comitato di Sorveglianza il 16 marzo 2016.

Tutte le azioni sono intese come uno strumento fondamentale per il consolidamento del rapporto tra cittadini-beneficiari e istituzioni (Regione, UE), per la creazione e l'attivazione di reti fra soggetti rurali ed extra-rurali e per cogliere le opportunità di sviluppo economico e sociale del territorio, intesi come fattori di crescita e miglioramento della qualità della vita.

## 2. Obiettivi del Piano di Comunicazione Anno 2016

Una comunicazione di successo si basa su un processo che inizia con una corretta pianificazione per individuare obiettivi di comunicazione e gruppi destinatari differenti, definire messaggi chiave adatti a diversi segmenti di pubblico e stabilire quali mezzi di comunicazione sono i più adeguati per raggiungere ciascun gruppo di riferimento, al momento giusto e nel formato giusto. Un supporto in tal senso viene fornito dalla Rete Rurale Nazionale (RRN) che rappresenta un'importante piattaforma consultiva, nonché uno strumento per rafforzare, amplificare e migliorare messaggi e obiettivi degli strumenti e attività di comunicazione utilizzati a livello regionale. Il ruolo di Rete Rurale, difatti, come da Regolamento (UE) n. 1305/2013, favorisce la diffusione e la conoscenza degli operatori del settore, delle istituzioni e dei soggetti che vivono nelle aree rurali. La Rete Rurale opera in stretta sinergia con gli uffici comunicazione delle AdG regionali, al fine di amplificare i risultati e fornire un servizio di valore nei confronti dei partner regionali, attraverso un portale nazionale e i social media utilizzati per veicolare e amplificare la risonanza delle notizie e delle attività pubblicate nel portale regionale. Il presente documento prevede, difatti, come target di riferimento interno ed esterno dell'attività di comunicazione dell'AdG regionale e del suo staff a supporto, la Rete Rurale Nazionale.

Le attività di comunicazione e informazione descritte in questo documento per l'annualità 2016 sono pianificate, in particolare, per la fase di lancio e di promozione del PSR Puglia 2014-2020.

In primo luogo, infatti, s'intende richiamare l'attenzione dei destinatari (pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e moltiplicatori dell'informazione), sui temi prioritari della nuova programmazione, portando i singoli e la collettività a maturare consapevolezza, bisogni e orientamenti nell'ottica dello sviluppo rurale. Si trasmetteranno, dunque, i contenuti tecnici del programma, le principali novità introdotte da quest'ultimo rispetto al precedente e si darà spazio ad azioni di informazione e promozione in occasione della pubblicazione dei singoli bandi di Misura.

<sup>1</sup> I destinatari delle azioni d'informazione e pubblicità, così come da Allegato III del Regolamento 808/2014, sono identificati in quattro specifiche tipologie: pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e soggetti definiti come "moltiplicatori dell'informazione" (cfr Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità PSR Puglia 2014-2020 – sez. 7)





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

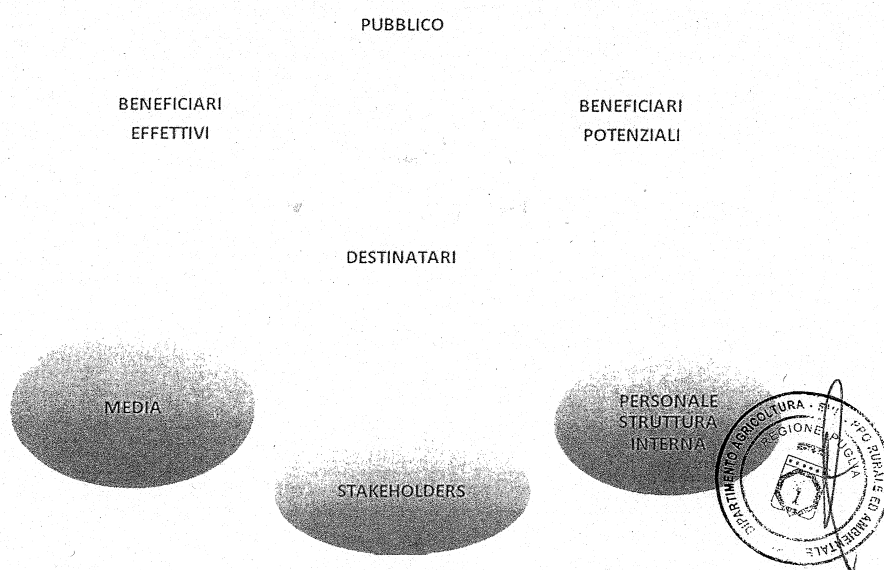
In secondo luogo, si punta a migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo tra i soggetti, così da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini, soprattutto attraverso i nuovi strumenti ed approcci innovativi nella comunicazione al fine di stimolare l'interattività ed il coinvolgimento dei diversi target.

In tal senso si utilizzerà un modello di comunicazione bidirezionale, semplice, accattivante ed innovativa oltre che trasparente e che rispetti l'approccio della Commissione Europea sulla comunicazione, basato su tre principi fondamentali:

- ascoltare il pubblico, intendendo la comunicazione come dialogo e scambio di informazioni e opinioni, volte anche a migliorare l'attuazione dello stesso Programma di Sviluppo Rurale;
- spiegare come le politiche, i programmi e i progetti incidano sulla vita quotidiana delle persone, in un modo comprensibile per i cittadini e utile per seguire gli sviluppi politici a livello europeo;
- contattare le persone a livello locale con approcci personalizzati e attraverso i mezzi di comunicazione più adatti ed efficaci.

Per tali ragioni, una parte degli interventi di comunicazione saranno programmati con l'uso di strumenti tradizionali (eventi, carta stampata, TV, radio, web) e l'altra parte con i nuovi strumenti web 2.0 (ovvero social network e canali di condivisione di contenuti multimediali) intesi come strumenti moderni, interattivi, accessibili e dal linguaggio più semplice e immediato. L'approccio con gli strumenti web 2.0, oltre ad avere costi relativamente bassi, consentirà di promuovere il dialogo e il coinvolgimento dei diversi soggetti interessati/destinatari e facilità di accesso, anche da smartphone e altri supporti mobili.

### 3. Destinatari





FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

Sulla base degli obiettivi di comunicazione e dei gruppi target già individuati nella Strategia di comunicazione e informazione del PSR Puglia 2014 - 2020, i destinatari del PdC 2016 possono essere classificati in due macro gruppi: esterno ed interno.

#### TARGET ESTERNO

pubblico (cittadini della Regione Puglia)

Beneficiari potenziali (aziende agricole, forestali e agroindustriali, singole o associate; Organizzazioni dei produttori e imprese che operano nell'ambito dei servizi alla produzione e alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali; Enti pubblici; Comuni; Consorzi di bonifica; Parchi, Enti gestori; proprietari di aree rurali; operatori e promotori dei progetti integrati di filiera; Gruppi operativi PEI (ricercatori, consulenti); Università, centri di ricerca, agenzie di sviluppo; Gruppi di Azione Locale; altri soggetti individuati quali beneficiari nelle schede di misura del PSR, etc)

Beneficiari effettivi (soggetti beneficiari dei bandi)

Stakeholder (autorità regionali e locali, Rete Rurale Nazionale, organizzazioni professionali e associazioni di categoria; parti economiche e sociali; associazioni non governative, associazioni ambientaliste; università; scuole; etc.)

Media (organi di informazione locali, regionali e nazionali; social media; centri d'informazione sull'Europa; rappresentanza della Commissione Europea in Italia)

#### TARGET INTERNO

Autorità di Gestione

Personale della struttura (Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Tutela dell'ambiente, SPA)

Organismo Pagatore

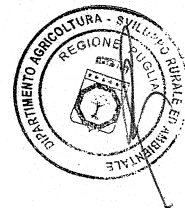
Valutatore Indipendente

Rete Rurale Nazionale

#### 4. Attività e strumenti della comunicazione

Le attività e gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati sono specificati nelle seguenti tabelle<sup>2</sup>:

<sup>2</sup> cfr Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità PSR Puglia 2014-2020 – sez. 8





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

## BRAND IDENTITY

### Finalità

È l'espressione grafica del PSR che consente un immediato riconoscimento tale da rendere più efficiente il processo comunicativo, dando ai destinatari i riferimenti identitari precisi di riconoscimento del programma, delle sue attività e dei suoi obiettivi.

### Strumenti

#### Ideazione logo e del pay off

- ideazione ed elaborazione dell'immagine (logo; naming, pay off)
- declinazione di adattamento dell'immagine ai principali strumenti di comunicazione e promozione (web e social network)

#### Ideazione identità visiva con immagine coordinata

- ideazione e realizzazione del manuale di identità visiva in linea con il Reg. 808/2014 (il manuale descrive le condizioni d'uso dei loghi e degli altri materiali grafici relativi al PSR Puglia 2014 - 2020)
- ideazione e realizzazione delle linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari del PSR Puglia 2014 - 2020

## BRAND IMAGE

### Progettazione grafica, realizzazione e stampa in quadricromia di materiale di informazione e promozione

- opuscolo informativo (presentazione generale del PSR Puglia 2014-2020 con sintesi delle Misure)
- opuscoli tematici (presentazione tematica delle Misure del PSR: misure strutturali, misure a superficie, misure per la cooperazione CLLD, misure a supporto del sistema della conoscenza e dell'innovazione)
- roll up in pvc
- desk portatile con pannello
- cartelline personalizzate con alette fustellate
- block notes A4 personalizzati a righe
- busta da lettere
- altri materiali informativi: manifesti e flyer per convegni/seminari
- gadget:
  - o penne USB (personalizzazione grafica e di contenuto con file multimediale della guida)
  - o penne ad inchiostro personalizzate/matite
  - o adesivi
  - o calendario personalizzato
  - o cartoline
  - o shopper personalizzate in tela/carta
  - o cappelli, t-shirt

### Target

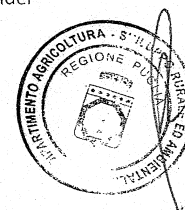
pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder

### Budget

€ 45.000,00

### Modalità attuative

Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



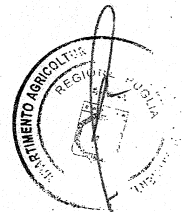
REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

<b>COMUNICAZIONE DIGITALE</b>	<b>Finalità</b>	Consente facilità di accesso alle informazioni e una migliore diffusione della documentazione (bandi, determine, graduatorie, notizie, etc)
	<b>Strumenti</b>	<p><b>sito web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ingegnerizzazione del sito: programmazione, sviluppo e ottimizzazione per dispositivi mobili</li> <li>- popolamento del sito: inserimento di contenuti e aggiornamento quotidiano del sito</li> <li>- attivazione e gestione forum</li> <li>- servizio on line di customer care (domande/risposte)</li> </ul> <p><b>social network</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attivazione canali social network (Facebook, Twitter, Slideshare, Google Plus, Pinterest)</li> <li>- gestione, aggiornamento e monitoraggio quotidiano dei canali social</li> </ul>
	<b>Target</b>	tutti
	<b>Budget</b>	€ 150.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	Affidamento in house Procedure di affidamento ai sensi del D. lgs. 50/2016 Personale interno

<b>CAMPAGNA DI PROMOZIONE (KICK OFF PSR)</b>	<b>Finalità</b>	È finalizzata all'attività di informazione generale per la presentazione del PSR a tutti i destinatari individuati. Dà visibilità immediata ed efficace alla Programmazione, con una esposizione ampia e capillare sui media, sì da raggiungere il più ampio pubblico possibile su tutto il territorio, coinvolgendo più tipologie di destinatari.
	<b>Strumenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- video istituzionale /video promozionali tematici per misura</li> <li>- spot video - inserzioni pubblicitarie per emittenti tv regionali e locali</li> <li>- spot radio - inserzioni pubblicitarie per emittenti radiofoniche regionali e locali format da 30"/15"</li> <li>- publireadazionali - inserzioni pubblicitarie per stampa regionale e locale</li> <li>- speciali Tv per emittenti tv regionali e locali</li> <li>- cartellonistica (affissioni manifesti)</li> </ul>
	<b>Target</b>	tutti
	<b>Budget</b>	€ 30.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs 50/2016





FONDO EUROPEO AGRICOLTURA E SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

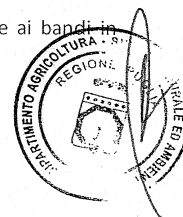


REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

PUBLIC RELATION	<b>Finalità</b>	Rafforza il rapporto tra destinatari e attuatore del Programma, crea vicinanza e fidelizza i destinatari, potenziali effettivi e beneficiari.
	<b>Strumenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- attivazione dello sportello informativo (<i>local point</i> sede Dipartimento Agricoltura, Sviluppo RURale e Tutela dell'Ambiente)</li> <li>- attivazione del <i>digital point</i> e servizio mailing</li> <li>- interazione con UE, Rete Rurale Europea e Rete Rurale Nazionale</li> <li>- redazione di comunicati stampa (da inviare ai media regionali e locali: giornali, riviste, TV e radio)</li> <li>- conferenza stampa di fine anno</li> </ul>
COMITATO DI SORVEGLIANZA	<b>Finalità</b>	Valuta l'attuazione del PSR e i progressi compiuti. Esprime pareri su eventuali modifiche. Esamina tutti gli aspetti che incidono sull'efficacia del programma
	<b>Strumenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- riunioni periodiche</li> </ul>
	<b>Target</b>	tutti
	<b>Budget</b>	€ 20.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	<p>Personale interno per Public relation</p> <p>Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs 50/2016 per le spese di funzionamento e di Segreteria del CDS</p>
INFORMAZIONE, FORMAZIONE E ANIMAZIONE	<b>Finalità</b>	Rafforza il messaggio da veicolare ai destinatari, consentendo di raggiungere un pubblico vasto ed eterogeneo, con una copertura capillare del territorio.
	<b>Strumenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- evento di lancio: convegno di presentazione ufficiale del PSR Puglia 2014 – 2020 in occasione della 67<sup>a</sup> Fiera internazionale dell'Agricoltura e della Zootecnia di Foggia</li> <li>- animazione territoriale: road show itinerante in relazione ai bandi in uscita</li> <li>- partecipazione ad eventi organizzati da terzi: 80<sup>a</sup> Fiera del Levante-Salone Enogastronomico -</li> <li>- seminari per la formazione interna presso le sedi provinciali (in presenza e in videoconferenza)</li> <li>- seminari di approfondimento sulle Misure, in relazione ai bandi in uscita (n. 2)</li> <li>- workshop tematici in relazione ai bandi in uscita (n.2)</li> </ul>





FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

	<b>Target</b>	tutti
	<b>Budget</b>	€ 550.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	Personale interno Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016 per l'acquisizione di beni, servizi e forniture
	<b>Finalità</b>	Valuta l'efficacia, l'efficienza e l'adeguatezza degli strumenti utilizzati si da migliorare il servizio nel corso dell'attuazione del PSR
<b>CITIZEN CUSTOMER SATISFACTION</b>	<b>Strumenti</b>	questionario di customer satisfaction da somministrare nell'ultimo mese dell'anno
	<b>Target</b>	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder, media
	<b>Budget</b>	€ 5.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	Personale interno

### 5. Valutazione

La valutazione verrà effettuata con il supporto del Valutatore Indipendente, per analizzare l'efficacia e l'impatto delle azioni di comunicazione, informazione e pubblicità. I risultati della valutazione saranno resi noti sul sito web dedicato e verranno condivisi con il Comitato di Sorveglianza del PSR.

### 6. Monitoraggio

Il monitoraggio sarà effettuato attraverso gli esiti delle riunioni del Comitato di Sorveglianza e le rilevazioni di tipo quanti-qualitativo effettuate sia sui beneficiari (effettivi e potenziali), sia sui cittadini, al fine di valutare il grado di efficacia ed efficienza delle attività di comunicazione previste.

Tali verifiche consentiranno di adattare, aggiornare e perfezionare gli interventi di comunicazione, per garantire che rimangano adeguati allo scopo e orientati al destinatario.

I risultati delle valutazioni saranno diffusi attraverso la pubblicazione sul sito web e attraverso la presentazione di apposite informative ai CdS. Gli stessi saranno inoltre utilizzati per apportare eventuali modifiche alla Strategia iniziale e ai Piani di Comunicazione annuali.

Il monitoraggio sarà effettuato attraverso la rilevazione degli indicatori di realizzazione e di risultato.







FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

7. Budget

Attività	Costo
1. Brand identity/image	45.000,00
2. Comunicazione digitale	150.000,00
3. Campagna di promozione	30.000,00
4. Public relation	20.000,00
5. Informazione, formazione e animazione	550.000,00
6. Citizen Customer Satisfaction	5.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>800.000,00</b>

