



Regione Molise

*Autorità di Gestione del PSR
Assessorato Agricoltura, Foreste e Pesca Produttiva*



**Programma di Sviluppo Rurale
2007/2013**



PIANO DI COMUNICAZIONE

*[Regolamento (CE) n. 1698/2005]
Informazione e pubblicità*

Aprile 2010



"In considerazione dell'opportunità di rendere maggiormente consapevoli le comunità nazionali e regionali delle iniziative poste in essere dall'Unione Europea, si è proceduto alla redazione del presente Piano di Comunicazione, relativo al Programma di Sviluppo Rurale 2007/2013 della Regione Molise"

INDICE

1	PREMESSA	Pag. 4
2	GLI OBIETTIVI E I GRUPPI BERSAGLIO	Pag. 5
3	OBIETTIVI OPERATIVI	Pag. 7
4	GRUPPI BERSAGLIO	Pag. 7
5	LE MISURE E LE AZIONI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	Pag. 9
6	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	Pag. 19
7	BILANCIO INDICATIVO E RIPARTIZIONE FINANZIARIA PER MISURA	Pag. 23
8	SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ORGANISMI COMPETENTI PER L'ESECUZIONE	Pag. 25
9	MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	Pag. 25
10	TEMPI DI REALIZZAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	Pag. 27



1. PREMESSA

Il principio della trasparenza e dell'accesso di ogni cittadino europeo alle informazioni sulle politiche strutturali è considerato dall'Unione Europea "principio cardine del valore dell'informazione sulle politiche strutturali e condizione necessaria per l'esercizio stesso dei diritti dei cittadini europei".

L'Unione Europea attribuisce, infatti, grande importanza all'informazione e alla pubblicità per poter affermare sempre più il suo ruolo, i suoi obiettivi e garantire la trasparenza del sostegno attuato con i Fondi strutturali. L'articolo 76 del regolamento (CE) 1698/05, attribuisce all'Autorità di gestione, competente per territorio, il compito di pubblicizzare i Programmi di Sviluppo Rurale 2007/2013, a valere sul FEASR, informando:

- a) i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione delle pari opportunità e le organizzazioni non governative interessate, incluse le organizzazioni ambientali, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti;
- b) i beneficiari effettivi del contributo comunitario;
- c) il pubblico del ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati.

Per un ente pubblico le attività di comunicazione rappresentano un obiettivo irrinunciabile; in particolare, il Piano di comunicazione è uno strumento obbligatorio per la PA (artt. 12-13 della legge 150/2000) che consente di programmare e gestire le azioni di comunicazioni per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione dell'organizzazione.

In coerenza con i principi richiamati, europei e nazionali, si ritiene quindi indispensabile sia incrementare il livello qualitativo della comunicazione tra gli operatori agricoli e le strutture regionali di riferimento sia migliorare i processi di comunicazione interna ai vari Servizi dell'Assessorato all'Agricoltura e tra quest'ultimo e gli altri attori istituzionali interessati dal Programma di sviluppo rurale, migliorandone l'efficacia del rapporto con i cittadini.

Il Programma di Sviluppo Rurale per il Molise 2007-2013 (PSR), approvato dalla Commissione Europea il 25 febbraio 2008 con Decisione C (2008) 783, così come modificato con decisione C(2010) 1226 del 4 marzo 2010, dedica uno specifico capitolo "Disposizioni per la pubblicità del Programma", in conformità con quanto previsto dal Reg. CE n. 1698/2005 e dall'art. 58 e allegato VI del Reg. CE n.1974/2006, alla comunicazione istituzionale ed all'offerta di informazione che la Regione Molise intende adottare nell'attuale periodo di programmazione, adottando un approccio di dialogo a servizio dei cittadini.

Il presente Piano di Comunicazione, principale strumento per programmare le attività d'informazione e pubblicità del Programma, è composto dagli elementi essenziali individuati all'art. 58 del regolamento (CE) 1974/06 e di seguito riportati:

1. gli obiettivi e i gruppi bersaglio;
2. i contenuti e la strategia delle attività di comunicazione e d'informazione;
3. le misure da adottare;



4. il bilancio indicativo;
5. i servizi amministrativi o gli organismi competenti per l'esecuzione;
6. i criteri di valutazione dell'impatto, delle misure di informazione e pubblicità in termini di trasparenza, sensibilizzazione al programma di sviluppo rurale e il ruolo della Comunità.

Un ulteriore riferimento, considerato ai fini della redazione del presente piano, è l'allegato VI dello stesso regolamento che contiene norme più particolareggiate sull'informazione e sulla pubblicità:

1. misure di informazione rivolte ai potenziali beneficiari ed ai beneficiari effettivi,
2. misure di informazione e pubblicità rivolte al pubblico,
3. caratteristiche tecniche delle azioni informative e pubblicitarie
4. istruzioni per la creazione dell'emblema e definizione dei colori standard.



2. GLI OBIETTIVI E I GRUPPI BERSAGLIO

La strategia generale del Piano di comunicazione è portare a conoscenza, dei cittadini e dei beneficiari potenziali ed effettivi, le finalità e le modalità operative degli interventi finanziati con il PSR Molise 2007-2013, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di incentivazione.

Infatti il Piano di Comunicazione deve:

- evidenziare la partecipazione della Commissione europea e dei fondi strutturali alla programmazione ed al finanziamento degli interventi;
- incentrarsi sulle esigenze dei cittadini, sulla opportunità di mettersi in comunicazione tra loro;
- provvedere agli strumenti e ai servizi che danno al maggior numero possibile di persone l'accesso all'informazione.

In questo approccio, attori e titolari della comunicazione non sono solo i soggetti istituzionali regionali e locali, ma anche i beneficiari e gli operatori del PSR stesso, soprattutto attraverso le loro organizzazioni professionali che saranno chiamate ad essere protagoniste attive delle attività di comunicazione.

L'approccio che ha ispirato la progettazione del PSR Molise è stato caratterizzato dalla concertazione e partecipazione di tutti i soggetti sociali, economici, tecnici ed istituzionali del sistema agricolo e rurale regionale. Pertanto, mantenere viva questa metodologia, anche attraverso strumenti adeguati di comunicazione, aiuta a far emergere continuamente dal territorio, le esigenze e le specificità collegate alla tenuta dei valori ambientali e paesaggistici, ed al sistema agro-alimentare, gli impatti determinati dall'attuazione delle opportunità finanziarie concesse.

In sintesi gli obiettivi strategici di questo Piano sono :

- contribuire al raggiungimento degli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale;
- sensibilizzare sui ruoli e sulle competenze gli enti pubblici coinvolti;
- coinvolgere attivamente nel programma organizzazioni professionali, soggetti economici pubblici e privati, parti sociali, associazioni ed operatori;
- promuovere e coordinare l'adozione e il rispetto di procedure unitarie in materia di informazione e pubblicità, assicurandosi che nelle comunicazioni ai potenziali destinatari degli interventi e in quelle rivolte alla popolazione vi sia omogeneità e coerenza dei messaggi proposti.

A tal fine, ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698/2005 (Titolo VI, Capo II, Articolo 76 "Informazione e pubblicità"), si prevede la realizzazione di tre iniziative di comunicazione distinte per obiettivi, target e allocazione di budget, elencate nella seguente tabella.

**INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE
ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698/2005**

A	Iniziative miranti a informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche, sociali e ambientali, gli organismi per la promozione della parità tra uomo e donna e le organizzazioni non governative, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti
B	Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario
C	Iniziative miranti a informare il pubblico circa il ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati



Il presente Piano è un documento di indirizzo da considerarsi come uno strumento dinamico, il quale potrà essere aggiornato e integrato in corso d'opera per poter rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

Sarà, pertanto, declinato annualmente in specifiche attività di informazione e comunicazione. Nei piani annuali verranno pianificate le iniziative di volta in volta individuate come più idonee a perseguire gli obiettivi del PSR.

