



**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**

<b>A</b>	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>B</b>	Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario
<b>C</b>	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.

### 3. OBIETTIVI OPERATIVI

I principali obiettivi delle azioni di informazione e pubblicità sono i seguenti:

- informare i potenziali beneficiari in merito alle finalità e opportunità offerte dal PSR e alle modalità di accesso ai finanziamenti;
- garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni e l'utilizzo di procedure di partecipazione semplici ed efficaci;
- informare l'opinione pubblica circa le finalità politiche e strategiche che l'Unione Europea si prefigge di perseguire unitamente agli Stati Membri;
- creare spazi di prossimità e di interazione tra i cittadini e le politiche, le amministrazioni e le programmazioni pubbliche e i canali di comunicazione e veicolazione di istanze di miglioramento dell'azione della pubblica amministrazione;
- favorire l'attivazione di contesti territoriali interessati e una diffusa conoscenza del PSR in funzione di una consapevole partecipazione della regione nel suo complesso;
- mostrare il valore e il contributo dell'agricoltura e dello sviluppo rurale nel complessivo sviluppo regionale, favorendo l'integrazione trasversale e sistemica con tutte quelle politiche e quei programmi che trovano nel territorio il luogo unificante.



### 4. GRUPPI BERSAGLIO

Le azioni previste hanno come principali referenti e come target di riferimento tipologie di soggetti di seguito riportati.

#### A. I potenziali beneficiari

Per le aziende agricole, agroalimentari e forestali regionali e la popolazione rurale, la Regione opererà in accordo e sinergia con i seguenti soggetti:

- Province, Comunità Montane e Comuni;
- Organizzazioni Professionali e Sindacali Agricole;
- partner sociali ed economici (cooperative, associazioni di produttori, associazioni dei consumatori, ecc....);
- organizzazioni non governative, in particolare, organismi che promuovono l'uguaglianza tra gli uomini e le donne e gli organismi di protezione dell'ambiente;
- centri di informazione sull'Europa e rappresentanti della Commissione negli Stati membri.

Lo scopo è quello di fornire informazioni chiare, esaurienti e aggiornate sui seguenti aspetti:

- informazione, sia di carattere generale che puntuale, in merito alle opportunità disponibili, ai criteri di selezione previsti e alle procedure amministrative per poter ottenere finanziamenti nell'ambito del PSR;
- le procedure di esame delle domande di finanziamento;
- le condizioni di ammissibilità ed i criteri di selezione e valutazione dei progetti;

- i referenti regionali o provinciali presso i quali è possibile ottenere informazioni sul PSR.

### **B. I beneficiari effettivi del PSR**

Le azioni di comunicazione indirizzate ai beneficiari del PSR hanno lo scopo di fornire, successivamente all'accoglimento della richiesta di contributo, le opportune informazioni su:

- stato di avanzamento del procedimento amministrativo concernente la concessione del finanziamento;
- adempimenti connessi alle procedure di gestione e controllo;
- corretta applicazione delle misure e pubblicizzazione del contributo ottenuto.

I beneficiari hanno, infatti, alcuni obblighi informativi stabiliti dalla Commissione UE:

- per le operazioni che comportano investimenti di costo complessivo superiore a 50.000 euro, il beneficiario è tenuto ad affiggere una targa informativa (in rispetto degli standard definiti al livello europei)
- se il costo complessivo è superiore a 500.000 euro deve essere affisso un cartello
- nelle sedi dei gruppi di azione locale, finanziati dall'asse 4, deve essere affissa una specifica targa informativa.

Le targhe ed i cartelli recano una descrizione del progetto/operazione e gli elementi essenziali riportati nell'all. VI, art. 58 del REg. 1974/06.



### **C. Intera comunità regionale e opinione pubblica**

Si tratta dell'aspetto maggiormente innovativo, per la prima volta esistono indicazioni dirette della Commissione UE di un coinvolgimento informativo mirato alla vasta platea dei cittadini del Molise. E' anche il target di maggiore "complessità" in quanto i messaggi devono essere chiari ma non tecnici.

L'azione verso questo pubblico riguarda la fase di start-up della programmazione, in modo da far comprendere le finalità ed opportunità del PSR e le ricadute per la società regionale nel suo insieme, e la fase finale per diffondere i risultati ottenuti con gli investimenti realizzati. Si tratta di fornire:

- garanzia della trasparenza dell'azione amministrativa nei confronti delle comunità locali mediante adeguata pubblicizzazione delle realizzazioni cofinanziate, informazione dell'opinione pubblica circa lo stato di attuazione del PSR ed i risultati conseguiti sia in termini di avanzamento fisico-finanziario che di impatto;
- informazione sistematica sull'attività di partenariato svolta e sui lavori del Comitato di Sorveglianza del PSR;
- adeguato sviluppo presso l'opinione pubblica del senso di appartenenza all'Europa e promozione del ruolo sinergico della Regione nell'ambito della partnership programmatico-finanziaria con l'Unione Europea e lo Stato, valorizzando i risultati ottenuti a livello locale.



Sono, inoltre, previste specifiche attività dell'Autorità di Gestione indirizzate all'opinione pubblica e finalizzate a:

- divulgare la conoscenza del PSR 2007-2013;
- comunicare le opportunità offerte dalla programmazione per lo sviluppo rurale, i risultati di volta in volta conseguiti e gli impatti prodotti sul contesto socioeconomico ed ambientale regionale;
- sensibilizzare sugli orientamenti politici generali per lo sviluppo rurale individuati dall'Unione Europea nell'ambito degli obiettivi di sviluppo sostenibile di Lisbona e Göteborg.

## **5. LE MISURE E LE AZIONI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE**

Il presente Piano di Comunicazione è articolato in misure ed azioni che si rivolgono ai diversi soggetti destinatari dell'azione di comunicazione del Piano, così come sono molteplici gli strumenti che lo stesso può attivare, anche in funzione delle differenti caratteristiche del target dei destinatari.

Le misure previste sono di seguito riportate e sono ripartite per tipologia di destinatari.

**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**

### **Obiettivi delle azioni di comunicazione**

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- fare conoscere il Programma di Sviluppo Rurale a tutti i potenziali beneficiari presenti sul territorio regionale e ai partner (autorità locali, organizzazioni, enti, ...) che svolgeranno un ruolo attivo di informazione ed animazione nei confronti dei potenziali beneficiari;
- fornire ai potenziali beneficiari e ai partner informazioni chiare, complete ed aggiornate sull'adozione del Programma, sul suo aggiornamento, sugli esiti degli interventi attivati e sulla sua conclusione;
- rendere noti a tutti i potenziali beneficiari, anche attraverso azioni promosse dai partner, le opportunità di cofinanziamento, i contributi del FEASR e le modalità per l'accesso ai contributi



### **Contenuti e strategia delle attività di comunicazione e di informazione**

Le strategie di comunicazione sono state elaborate con l'intento di raggiungere la maggior parte dei potenziali beneficiari, cercando di superare le disparità derivanti dalla dispersione sul territorio e dalle differenze culturali. In particolare sono state individuate le seguenti priorità:

- raggiungere il pubblico più marginale, cioè distante dai centri abitati sede dei servizi essenziali, utilizzando anche le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per l'informazione (ICT) messe a disposizione dalla Regione Molise attraverso programmi di infrastrutturazione del territorio regionale;
- differenziare il messaggio a seconda dei destinatari, adeguando il linguaggio alle diverse esigenze, utilizzando sia strumenti tradizionali, basati sulle reti informali di comunicazione tra partner e potenziali beneficiari, sia strumenti innovativi multimediali;
- coinvolgere nel processo di informazione i partner che svolgono il ruolo di collegamento tra le amministrazioni e i potenziali beneficiari, facendo crescere nelle persone la consapevolezza delle opportunità offerte dai fondi comunitari per promuovere lo sviluppo locale, il ruolo di tutela dell'ambiente svolto, in attualità ed in potenza, dall'agricoltura sostenibile e la conoscenza delle regole di erogazione dei contributi in materia di agricoltura e sviluppo rurale;
- prevedere forme di comunicazione che consentano un'informazione tempestiva e continuativa dei potenziali beneficiari e dei partner coinvolti.



Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi:

- a) Realizzazione di campagne stampa e multimediali per diffondere le politiche perseguite dal Programma di sviluppo rurale e produzione di materiale informativo specifico in formati diversi.
- b) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Molise attraverso lo sviluppo di pagine web inerenti le opportunità offerte dal Programma, le modalità operative e gli eventi formativi collegati.
- c) Attivazione di servizi interattivi multimediali di colloquio tra l'autorità di gestione, i potenziali beneficiari e i partner coinvolti (forum su temi specifici, newsletter, aree di scambio documentale e presentazione delle *best practice*, ecc).
- d) Organizzazione di seminari, convegni o altri eventi tematici per la diffusione delle iniziative promosse dal Programma, per lo scambio di esperienze tra i partner e per la trattazione di temi specifici.
- e) Attività di formazione per il personale della Regione e delle autorità locali coinvolte, ivi incluse le azioni di aggiornamento del personale che svolgerà attività di informazione.
- f) Acquisizione di servizi di comunicazione diretti al coordinamento, alla progettazione, all'ideazione, alla produzione degli strumenti individuati ed alla realizzazione di una linea grafica coordinata.

**Dettaglio delle Azioni della Misura A**

**Azione A. 1 - Pubblicazione e diffusione del Programma di Sviluppo Rurale**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>L'Azione prevede la pubblicazione e la diffusione del PSR. La pubblicazione del documento di programmazione sarà integrata dalla pubblicazione dei principali Regolamenti comunitari che ne regolano l'attuazione. Inoltre è stata elaborata e diffusa una versione integrale del PSR Molise (n. 3 volumi e CD ROM) e una versione sintetica con finalità divulgative e di orientamento generale avendo cura di porre in evidenza le novità del nuovo documento di programmazione rispetto a quello adottato per il precedente periodo di programmazione 2000/2006.</p> <p>Queste pubblicazioni sono state le prime e caratterizzeranno una impostazione unitaria di comunicazione (logo, editing, etc). La pubblicazione del documento di programmazione regionale sarà effettuata dai Settori regionali competenti sia su supporti cartacei (Bollettino Ufficiale della Regione Molise, Pubblicazioni ad hoc) che attraverso uno specifico CD-Rom.</p> <p>Tutti i documenti saranno inoltre disponibili sul sito internet della Regione Molise, sito MIPAF e RRN.</p> <p>Per quanto riguarda le attività di informazione sulle opportunità offerte dal PSR Molise per il periodo 2007-2013 si prevede la realizzazione di un ciclo di seminari a livello regionale e locale promossi in collaborazione con il <u>Partenariato Istituzionale e Socio Economico</u>.</p>	<p><b>Accesso diretto di tutti gli interessati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagine Web dedicate sui siti istituzionali interessati: servizio dedicato al pubblico per l'informazione in generale e ai destinatari ed operatori specificamente interessati che vi potranno trovare un sistema integrato di informazione, di consultazione di documenti e di accesso a materiali e strumenti utili</li> <li>- Versione sintetica ed integrale del PSR completa di CD ROM</li> <li>- Ciclo di seminari informativi</li> </ul>



**Azione A. 2 - Pubblicazione e diffusione dei Bandi delle Misure del Programma di Sviluppo Rurale**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>L'Azione prevede di dare massima diffusione alla notizia del lancio dei bandi ed in contemporanea saranno realizzati una serie di avvisi e redazionali sui quotidiani a maggiore tiratura. Naturalmente è prevista la pubblicazione integrale delle Disposizioni Generali e dei Bandi di attuazione attraverso il BURM.</p> <p>Inoltre ai potenziali beneficiari finali e ai tecnici/progettisti verrà destinata una guida semplice ed operativa, che in funzione della specificità del beneficiario e delle tipologie di operazioni da realizzare, permetta di individuare gli strumenti di attuazione più efficaci (tipologie di operazioni ammesse, costi ammissibili ed intensità di aiuto, procedure di presentazione, valutazione e selezione dei progetti, etc.).</p> <p>Le pubblicazioni cartacee saranno accompagnate da specifici supporti multimediali.</p> <p>I bandi saranno pubblicizzati in tempo reale sul sito internet della Regione Molise, del MIPAF e RRN, dal quale sarà possibile scaricare il bando stesso ed una serie di documenti di supporto alla redazione della proposta progettuale, sulle televisioni regionali e sui periodici regionali più diffusi (es. quotidiani, riviste associazioni di categorie). E' previsto uno specifico sportello informativo deputato al servizio informativo sulle modalità e procedure previste nei bandi del PSR.</p> <p>Si prevede la realizzazione di un ciclo di incontri informativi/formativi, seminari a livello regionale e locale promossi in collaborazione con il Partenariato Istituzionale e Socio Economico, rivolti anche ai tecnici delle amministrazioni coinvolte.</p> <p>Inoltre, è prevista la realizzazione di una rivista periodica, a tiratura mensile, contenente informazioni, a favore dei beneficiari potenziali, sulle opportunità concesse dal Programma. La rivista consentirà di diffondere i bandi, le relative procedure di partecipazione ed attuazione degli investimenti, la tempistica, le buone prassi individuate ed altre notizie e novità di interesse, relative al settore rurale.</p>	<p><b>Informazione e promozione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Media stampa: servizio di pubblicità di bandi attraverso l'uscita su media ad ampia diffusione sul territorio regionale</li> <li>- Materiale informativo e promozionale: produzione e diffusione di depliant, brochure, locandine o similari</li> <li>- Materiali e strumenti per gli operatori e gli organismi intermedi: servizio dedicato al continuo aggiornamento informativo specialistico dei soggetti interessati</li> <li>- Media audio e video: Servizio di informazione destinato sia la grande pubblico sia ai potenziali beneficiari attraverso radio, televisioni locali</li> <li>- incontri informativi/formativi</li> <li>- Rivista periodica</li> <li>- Sportello informativo</li> </ul>



**Azione A. 3 - Customer Satisfaction.**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>La strategia di comunicazione, nella già evocata logica di politica e di servizio dei cittadini, svilupperà anche funzioni di Customer Relationship Management (CRM) e di Customer Satisfaction, ovvero da un lato raccogliere e gestire i contatti che consentono di ottimizzare i tempi e metodi di lavoro dei front office e di fornire dati circa il servizio erogato al fine di orientare le scelte strategiche della comunicazione e dei servizi stessi e dall'altro rilevare il livello di gradimento dei servizi di informazione, orientamento e consulenza nonché rilevare informazioni utili per rendere sempre più efficiente ed efficace l'attività della pubblica amministrazione.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- incontri, focus group,</li> <li>- indagini di customer satisfaction.</li> </ul>

**Azione A. 4 - Attività di individuazione e diffusione delle migliori pratiche**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>Con il coinvolgimento dei diversi soggetti coinvolti nell'attuazione del Programma, saranno individuate le migliori pratiche ed progetti più innovativi attuati con il PSR con l'obiettivo di diffondere, attraverso pubblicazioni e video, i fattori di successo perché diventino un patrimonio condiviso di conoscenze ed esperienze, stimolando così nuove iniziative e riproducendo esperienze di successo. La rivista mensile sarà lo strumento per comunicare e diffondere le <i>best practice</i> individuate.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicazioni sulle best practices.</li> <li>- Rivista periodica</li> </ul>



## B. Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario

### **Obiettivi delle azioni di comunicazione**

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- fare conoscere ai beneficiari le finalità perseguite dalle politiche comunitarie attraverso gli interventi finanziati nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale, per accrescere la consapevolezza del ruolo svolto dall'agricoltura nella promozione e nella tutela dell'ambiente e della salubrità degli alimenti anche attraverso lo strumento rappresentato dalla Valutazione Ambientale Strategica (VAS);
- fornire informazioni chiare, complete ed aggiornate sull'iter dei procedimenti amministrativi attivati, sul regime di verifica e controllo, sullo stato di avanzamento delle singole pratiche, sul loro esito e la loro conclusione;
- favorire la partecipazione dei beneficiari all'attività amministrativa connessa all'erogazione degli aiuti, fornendo informazioni chiare ed esaustive sulle modalità di accesso alla documentazione dare precise indicazioni sulle norme da rispettare in materia di comunicazione dei sussidi ricevuti (allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006.)

### **Contenuti e strategia delle attività di comunicazione e di informazione**

Sulla base degli obiettivi citati sono state individuate le seguenti strategie:

- sviluppare un canale di comunicazione diretto con i beneficiari per far conoscere le finalità perseguite dall'Unione Europea con il finanziamento delle iniziative di sviluppo rurale;
- coinvolgere nel processo di informazione i partner che svolgono il ruolo di collegamento tra le amministrazioni e i beneficiari;
- incentivare forme di comunicazione tempestive ed efficaci in merito all'andamento dei procedimenti di erogazione degli aiuti, anche attraverso l'uso di tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) che garantiscano la trasparenza dell'azione amministrativa;
- sensibilizzare i beneficiari relativamente agli obblighi, in materia di pubblicità del contributo ottenuto, previsti dal punto 2.2 dell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006.

Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi.

- a) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Molise attraverso il periodico di informazione tecnica e socio-economica per gli agricoltori e lo sviluppo di pagine web inerenti il Programma di sviluppo rurale.
- b) Organizzazione, di seminari, convegni o altri eventi per la diffusione presso i beneficiari di una maggiore conoscenza di particolari tematiche, quali quelle ambientali e di sicurezza alimentare e di una maggiore consapevolezza del ruolo attivo svolto dall'agricoltura in questo campo.



- c) Diffusione di servizi interattivi multimediali che garantiscano al beneficiario l'accesso diretto agli atti e la trasparenza dell'azione amministrativa.
- d) Attivazione di servizi interattivi multimediali di comunicazione tra l'Autorità di gestione/enti locali e beneficiari (newsletter, rivista periodica, ...);
- e) Esposizione da parte dei beneficiari delle targhe informative nei luoghi in cui sorgono le infrastrutture finanziate dai contributi comunitari, sulla base delle specifiche contenute nell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006
- f) Acquisizione di servizi di comunicazione diretti al coordinamento, alla progettazione, all'ideazione, alla produzione degli strumenti individuati ed alla realizzazione di una linea grafica coordinata.

**Azione B. 1 - Attività di informazione mirante a dare un quadro chiaro e certo di riferimento sulle procedure e le pratiche amministrative da espletare.**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
Occorre fornire indicazioni chiare ed esaurienti sulle procedure amministrative da espletare, sulla gestione dei fascicoli sulle procedure di controllo e di collaudo, sugli Uffici ed i nominativi dei referenti regionali e locali ai quali rivolgersi per ottenere spiegazioni sul funzionamento degli interventi nonché per ogni altro adempimento necessario per dare attuazione al progetto finanziato.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportello informativo e manuali e depliant divulgativi</li> <li>- Sito internet e televideo</li> <li>- Numero verde</li> </ul>

**Azione B. 2 - Attività di informazione sugli obblighi di informazione dei destinatari finali**

OBIETTIVO	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
Attraverso la produzione di depliant specifici e nell'ambito della rivista periodica saranno fornite una serie di indicazioni puntuali ed eseguire una vera e propria campagna di sensibilizzazione sugli obblighi dei destinatari delle agevolazioni in merito alla realizzazione di targhe informative e cartelli che rechino una descrizione del progetto/operazione cofinanziata. Eventi di informazione.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Depliant.</li> <li>- Rivista periodica</li> <li>- Eventi di informazione e diffusione</li> </ul>



**Azione B. 3 - Attività di informazione sull'attuazione dell'iter procedurale e su adempimenti**

OBIETTIVI	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
Sarà realizzato un servizio all'utenza attraverso messaggi di posta elettronica, newsletter, rivista periodica (a seconda che si tratti di informazioni rivolte a singoli beneficiari del contributo o a gruppi di beneficiari del contributo) con la finalità di consentire un contatto tra destinatario del contributo e Amministrazione pubblica, rapido, diffuso, continuo ed economico nell'arco della vita della pratica che va dalla presentazione della stessa al collaudo finale. Verrà utilizzato per offrire un servizio aggiuntivo agli utenti per informarli in tempo reale sullo stato di avanzamento della pratica e per ricordargli le varie scadenze (monitoraggio, vincoli e/o novità, tempistica ecc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- e- mail</li> <li>- Newsletter</li> <li>- Rivista periodica</li> </ul>



**C. Iniziative miranti a informare il pubblico circa il ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati**

**Obiettivi delle azioni di comunicazione**

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella gestione sostenibile dell'ambiente, realizzata attraverso l'utilizzo delle corrette pratiche produttive e di gestione del territorio, promosse dalle politiche per lo sviluppo rurale e dalle politiche di tutela ambientale applicate alle attività agricole ed all'ambiente rurale;
- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella conservazione dei paesaggi e degli ambienti rilevanti dal punto di vista ambientale e della fruizione turistico-ricreativa;
- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella costruzione dell'identità dei territori attraverso produzioni tipiche e nella certificazione della salubrità delle produzioni;
- informare il pubblico sui risultati delle politiche di sviluppo rurale per la tutela della biodiversità,
- la diffusione delle produzioni biologiche e per la promozione del benessere degli animali negli allevamenti;
- sensibilizzare i consumatori all'esistenza e alle caratteristiche dei prodotti tutelati dai sistemi comunitari o nazionali di qualità dei prodotti alimentari (che garantiscono circa la qualità del prodotto o del metodo di produzione) e sull'importanza di seguire corrette abitudini alimentari.



### **Contenuti e strategia delle attività di comunicazione e di informazione**

Sulla base degli obiettivi citati sono state individuate le seguenti strategie:

- differenziare il messaggio a seconda dei destinatari, adeguando il linguaggio alle diverse esigenze,
- utilizzando sia strumenti tradizionali, basati su campagne di informazione mirate e sulle reti informali di comunicazione verso i cittadini e i consumatori, sia strumenti innovativi multimediali;
- adeguare la comunicazione all'evoluzione del Programma nel tempo, partendo da messaggi finalizzati alla sua conoscenza e arrivando a messaggi inerenti i risultati conseguiti durante il periodo di programmazione;
- illustrare al pubblico gli obiettivi e le caratteristiche del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 partendo dai risultati conseguiti nel periodo di programmazione precedente, sottolineando la continuità e coerenza delle azioni promosse dall'Unione Europea.



Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi:

- a) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Molise attraverso lo sviluppo di pagine web rivolte specificamente al pubblico e inerenti le azioni del Programma di sviluppo rurale.
- b) Organizzazione di eventi per la diffusione di una maggiore consapevolezza del ruolo attivo svolto dall'agricoltura nella gestione sostenibile dell'ambiente, nella conservazione dei paesaggi, delle tematiche sulla sicurezza alimentare e dell'azione di promozione svolta attraverso le politiche dello sviluppo rurale.
- c) Predisposizione di materiale informativo in merito all'adozione, gestione e risultati degli interventi finanziati con il Programma di sviluppo rurale, ivi comprese le segnalazioni previste al punto 2.2 dell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006 e secondo conforme alle caratteristiche tecniche indicate al punto 3 del medesimo allegato.
- d) Realizzazione di campagne stampa su tematiche specifiche per valorizzare aspetti particolari delle azioni finanziate, svolte anche attraverso canali multimediali.
- e) progettazione e realizzazione di iniziative di comunicazione diffusa all'opinione pubblica attraverso la pubblicazione periodica di una rivista e di confronto tra gli opinion leader sui maggiori temi dello sviluppo rurale in relazione alle politiche messe in atto con l'attuazione del Programma.
- f) Acquisizione di servizi di comunicazione diretti al coordinamento, alla progettazione, all'ideazione, alla produzione degli strumenti individuati ed alla realizzazione di una linea grafica coordinata.

**Dettaglio delle Azioni della Misura C**

**Azione C. 1 - Attività di comunicazione diffusa**

OBIETTIVI	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>Le attività di comunicazione diffusa all'opinione pubblica verranno realizzate attraverso la pubblicazione di una newsletter semestrale che sarà articolata per sezioni (es. editoriale, interviste sui temi specifici, progetti esemplari, bandi in scadenza, risultati sull'attuazione degli interventi, pubblicazioni e documenti, altre iniziative cofinanziate dalla Comunità europea, etc.). La newsletter sarà distribuita ai cittadini attraverso gli uffici regionali, il sito internet, le Amministrazioni Provinciali, le Camere di Commercio, le Associazioni Imprenditoriali, le Organizzazioni Sindacali e Professionali, le Associazioni Ambientaliste e delle Pari Opportunità e altri Soggetti di rappresentanza di interessi collettivi. La newsletter di fine anno, a partire da secondo anno di attuazione del programma e per tutta la durata dello stesso, potrà essere distribuita anche in allegato ad un quotidiano regionale di larga diffusione.</p>	<p>- Newsletter</p>



**Azione C. 2 - Informare sullo stato di attuazione del Programma**

OBIETTIVI	STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
<p>L'azione prevede la realizzazione, l'aggiornamento, la pubblicazione e la diffusione di un insieme di dossier informativi. I dossier informativi costituiscono gli strumenti da utilizzare per informare l'opinione pubblica e tutte le componenti della società regionale sullo stato di attuazione del Programma a livello di Assi prioritari, settori di intervento, misure, azioni ed operazioni. In questo contesto gli essi devono fornire all'opinione pubblica un quadro chiaro e sintetico degli interventi realizzati ed in corso di realizzazione ed una prima valutazione del loro impatto sulla situazione territoriale e/o settoriale a livello regionale a partire dalla situazione iniziale di partenza. Si tratta in sostanza di realizzare degli opuscoli di sintesi che, facendo largo uso di elementi visivi e grafici, siano in grado di fare conoscere immediatamente e semplicemente i risultati del programma e che saranno disponibili anche sul sito Internet della Regione Molise. L'azione prevede la pubblicazione annuale dell'anagrafe dei beneficiari del contributo sul Bollettino Ufficiale della Regione Molise e sulla parte tematica del sito Internet della Regione Molise. E' prevista la realizzazione di una rivista periodica, a tiratura mensile, contenente informazioni relative all'avanzamento finanziario del Programma., nonché la diffusione tramite televisioni locali. Eventi di diffusione.</p>	<p>- Dossier informativi. - Rivista Periodica - Campagna informativa su televisioni locali - Eventi di informazione e diffusione</p>

## 6. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti realizzati concorreranno ad assolvere alle funzioni di informazione, condivisione, diffusione delle opportunità, evidenza dei risultati, motivazione della comunità e dovranno favorire la percezione delle azioni come coerenti ad una strategia complessa.

La comunicazione dovrà essere trasparente, semplice, rapidamente disponibile, coordinata e adeguata alla domanda. Potrà essere realizzata utilizzando tutti gli strumenti di informazione disponibili a seconda dei destinatari da raggiungere.

Tutti gli "strumenti operativi" necessitano dell'individuazione di un portfolio minimo di elementi di identificazione omogenea e coordinata, in grado di richiamare immediatamente al contesto generale e di far percepire un'identità visiva attraverso una grafica dedicata e riconoscibile, dei format di collocazione di loghi, messaggi e immagini.<sup>1</sup>

### a) L'area web e il Sistema informativo on line

I destinatari queste azioni sono tutte le tipologie di target.

- **Sito internet:** la Regione Molise dispone già di una sezione del suo sito ufficiale appositamente dedicata allo sviluppo rurale ([www.regione.molise.it](http://www.regione.molise.it)) che opera sin dall'avvio della precedente fase di programmazione e che ha ormai guadagnato la frequentazione di un significativo numero di utenti e potenziali beneficiari. Il potenziamento e la particolare attenzione a questo strumento di supporto sono finalizzati a rendere più rapida ed esaustiva l'informazione e la comunicazione relativa al PSR.

Sarà effettuato un ammodernamento dell'area web istituzionale verso una struttura di tipo "portale" e organizzerà le informazioni da veicolare, oltre che la definizione di nuove modalità interattive (ricezione newsletter, sms, forum, blog, form di registrazione ai seminari ecc.). Si prevede inoltre la razionalizzazione delle apposite sezioni nell'area web dell'assessorato, organizzandola rispetto ai criteri del presente piano, con l'individuazione dei principali link utili e la connessione con altri portali già esistenti, al fine di dare adeguata visibilità alle strategie e agli step di avanzamento, a specifiche sezioni di servizio, a spazi di dialogo e alla documentazione scaricabile. Sono inoltre previsti il potenziamento e diffusione dei nuovi strumenti di comunicazione in produzione quali Groupware (area di interscambio documentale ad uso interno) e Newsletter (uso interno/esterno). Lo scopo è quello di rendere più agevole e fruibile l'informazione sulla effettiva ricaduta territoriale degli interventi attivati dal PSR.

Saranno assicurate informazioni specifiche sulle procedure di attuazione del programma, le modalità di presentazione delle domande e di istituzione delle stesse, la pubblicazione

<sup>1</sup> Ai sensi dell'Allegato VI Regolamento (CE) n. 1974/2006, "le pubblicazioni, i manifesti, il materiale comunicato per via elettronica e il materiale audiovisivo prodotto devono recare una chiara indicazione della partecipazione comunitaria e l'emblema della Comunità, qualora vi figurino anche l'emblema nazionale o regionale. Le pubblicazioni devono inoltre menzionare l'organismo responsabile dell'informazione e l'autorità di gestione designata per l'esecuzione dell'intervento in questione".



dei bandi e tutti i comunicati stampa della Regione su questo argomento. Le informazioni saranno costantemente aggiornate così come i link ai siti delle altre Amministrazioni coinvolte nel Programma (Ministero, Unione Europea, INEA o altri enti di ricerca). Sempre in questa sezione del sito verranno inoltre messe a disposizione, a partire dal 2010, le liste dei beneficiari delle misure del PSR, con relativi nominativi, titolo delle operazioni finanziate e importi assegnati.

A completamento del sistema informatico, inoltre, è prevista la realizzazione di una rete INTRANET che consentirà a tutti gli "addetti ai lavori" della gestione ed attuazione del PSR, di essere sempre aggiornati sulle attività, costituendo una "rete di comunicazione" tra le strutture interne all'amministrazione regionale.

- **Newsletter:** Sarà varata un tipo di informazione "porta a porta", di forma snella e con periodicità costante, inviata ad un target di riferimento specifico per tutto il periodo di programmazione. La newsletter elettronica è lo strumento ottimale per promuovere i contenuti del sito Internet della Regione Molise, e in particolare le novità pubblicate in merito al Programma di Sviluppo Rurale: bandi, eventi, monitoraggi, valutazioni. L'accesso alla newsletter potrà essere richiesto direttamente dal sito internet sopra citato o tramite una sottoscrizione cartacea in occasione di eventi o manifestazioni organizzate dalla Regione Molise.

#### **b) Organizzazione di eventi e fiere:**

I destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari effettivi e potenziali, partner e i media.

- **Partecipazione a manifestazioni e fiere:** si prevede di attivare momenti informativi in occasione di eventi culturali in ambito agricolo ed economico a livello locale. In tali contesti, si prevede il posizionamento di uno sportello per la distribuzione di informazioni e supporti divulgativi sul PSR, in modo da assolvere ad un importante compito di territorializzazione della comunicazione.
- **Manifestazione finale:** in fase conclusiva, verrà assicurata un'informazione al pubblico sulle realizzazioni e sui risultati degli interventi effettuati. Aprirà questa fase una conferenza stampa conclusiva. Saranno inoltre realizzati articoli di approfondimento su testate specializzate, servizi giornalistici, radiofonici e televisivi, spazi pubblicitari su quotidiani, produzione di materiali informativi (interventi realizzati e l'elenco dei beneficiari).

Le singole azioni serviranno anche a promuovere la manifestazione finale che sarà realizzata a livello regionale con la partecipazione di tutti i soggetti che hanno beneficiato di interventi, le Istituzioni, rappresentanti UE, della Commissione, etc.

Un momento importante della manifestazione sarà dedicato alla presentazione dei risultati anche attraverso l'ausilio di video che renderanno maggiormente esplicative le informazioni sui gli interventi realizzati.



**c) Pubblicità e relazioni con i media:**

I destinatari principali di queste azioni sono: gli organi di informazione, i cittadini e i beneficiari effettivi e potenziali.

- **Informazione su quotidiani e periodici specializzati**: questi mezzi saranno utilizzati sia per momenti promozionali (c/o Spot) che per informazioni più approfondite su momenti significativi o tappe importanti dell'attuazione del PSR. A tal fine sarà attivata la collaborazione con la stampa a livello regionale e locale per organizzare, a seconda dell'esigenza: note stampa, inserti, campagne pubblicitarie, interviste, eccetera.
- **Informazione per radio**: sarà attivata la collaborazione con il mezzo radiofonico a livello regionale e locale per organizzare, a seconda dell'esigenza: spot informativi, passaggi radiofonici, partecipazioni a trasmissioni di approfondimento.
- **Informazione per televisione**: la televisione è il mezzo di comunicazione di massa per eccellenza. Tre tipologie informative caratterizzeranno la nostra azione su questo strumento: spot; trasmissioni televisive a taglio giornalistico realizzate in studio e sul territorio, documentari informativi, interviste.
- **Comunicati stampa**: durante il percorso del PSR sarà assicurata una costante informazione agli organi di comunicazione attraverso comunicati stampa elaborati dall'ufficio stampa della Regione Molise. I comunicati verranno inoltre inseriti sul sito Internet per essere in qualsiasi momento consultati dagli utenti.
- **Rivista periodica**: rivista mensile, contenente informazioni, in particolare a favore dei beneficiari potenziali ed effettivi del PSR, sulle opportunità concesse dal Programma. La rivista consentirà di diffondere i bandi previsti nell'ambito delle Misure, le relative procedure di partecipazione ed attuazione degli investimenti, informare sulla tempistica, sugli adempimenti richiesti, far conoscere le buone prassi riscontrate, gli avanzamenti finanziari del Programma ed altre notizie e novità di interesse, relative al settore rurale.

**d) Prodotti editoriali:**

I destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari attuali e potenziali e partner.

- **Vademecum**: Pubblicazione necessaria per seguire il concetto di "trasparenza" più volte ribadito nel presente Piano e ovviare al frazionamento in molte misure di alcuni tematismi importanti, e quindi superare la potenziale difficile lettura del PSR da parte dei potenziali interessati. Si ritiene importante tradurre in modo semplice che cos'è il PSR attraverso un Vademecum, così che anche il semplice cittadino possa capire l'importanza dell'opportunità offerta dall'Europa al mondo rurale regionale.

Il Vademecum verrà impostato seguendo le linee direttrici del Programma (protezione dell'ambiente, sicurezza del lavoro, innovazione tecnologica, occupazione, pari opportunità, sostegno ai giovani, energia rinnovabile), ed ogni settore presenterà un elenco delle misure



lo sostengono. Le misure a loro volta verranno descritte sotto forma di tabella per facilitarne la lettura a tutti gli utenti.

- **Materiale informativo:** Verrà predisposto materiale informativo quale: depliant e brochure, manifesti, locandine e volantini, opuscoli, etc. Si farà uso di questi strumenti in prevalenza per le situazioni di animazione territoriale e per la valorizzazione di iniziative che si realizzano in aree meno conosciute o per settori di rilevanza locale. Potranno essere utilizzati come materiale informativo da distribuire in occasione di fiere e manifestazioni, nonché come allegato alle riviste specializzate.

#### e) **Obblighi di Pubblicità**

Destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari e i partner.

- **Cartellonistica:** I beneficiari finali, una volta ottenuto il finanziamento pubblico, dovranno comunicare che il sostegno ricevuto è stato cofinanziato dal FEASR e indicare la misura e l'asse del PSR all'interno della quale è stato collocato l'intervento finanziato, così da assicurare gli obblighi di pubblicità previsti dal Piano. La cartellonistica (pannelli, placche o targhe a seconda dall'ammontare dell'investimento), sarà apposta nei luoghi oggetto d'intervento al fine di far rispettare gli obblighi di pubblicità del sostegno ricevuto, come previsto dall'UE.
- **Immagine coordinata e logo:** sarà importante adottare innanzi tutto un'immagine grafica coordinata dell'attività del PSR e delle iniziative ad esso collegate, articolata in una serie di elementi identificativi che rimandino ad una omogeneità complessiva del messaggio e che si dimostrino efficaci anche in occasioni diversificate.
- **Logo:** tutte le azioni di comunicazione saranno caratterizzate da un segno grafico distintivo che idealmente ricomprenda la Regione Molise, l'Europa e il concetto di rurale. Il logo dovrà essere riprodotto in modo da caratterizzare costantemente l'azione di comunicazione su tutti gli stampati prodotti: dai bandi sino alle realizzazioni grafiche più elaborate.



**7. BILANCIO INDICATIVO E RIPARTIZIONE FINANZIARIA PER MISURA**

Per l'attuazione del Piano di Informazione e Pubblicità sono previste risorse da porre a carico dell'Assistenza Tecnica del PSR, in un una percentuale non inferiore al 15% della quota destinata alla stessa.

Per la realizzazione delle azioni del piano saranno destinati 880.000,00 euro, nel periodo 2008/2015, ripartiti sulla base delle seguenti percentuali tra le diverse misure.

<b>MISURA</b>	<b>QUOTA</b>	<b>Stima Budget (€)</b>
A. Misura d'informazione rivolta ai potenziali Beneficiari	30%	264.000,00
B. Misura d'informazione rivolta ai beneficiari del contributo comunitario	30%	264.000,00
C. Misura di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica.	40%	352.000,00
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>880.000,00</b>



# Budget previsionale - Piano di comunicazione PSR MOLISE 2007/2013

MISURE	AZIONI	BUDGET 2010	BUDGET 2011	BUDGET 2012	BUDGET 2013	TOTALE	
A. Misura di informazione rivolta ai potenziali Beneficiari	<b>A.1 - Pubblicazione e diffusione Programma di Sviluppo Rurale</b>						
		Siti Web	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
		Pubblicazioni	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
		Seminari	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
		Acquisizione servizi di comunicazione	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
	<b>A.2 - Pubblicazione e diffusione dei Bandi delle Misure del Programma di Sviluppo Rurale</b>						
		Campagna informativa su radio/televisione	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	
		Campagna informativa su stampa	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	
		Rivista periodica	5.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	
		Incontri informativi e formativi	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
		Sportello informativo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	
		<b>A.3 - Customer Satisfaction</b>					
		Incontri, focus group	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
	Indagini di customer satisfaction	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00		
	<b>TOTALE MISURA A</b>	<b>66.500,00</b>	<b>65.500,00</b>	<b>65.500,00</b>	<b>66.500,00</b>	<b>264.000,00</b>	
B. Misura di informazione rivolta ai beneficiari del contributo comunitario	<b>B.1 - Attività di informazione mirante a dare un quadro chiaro e certo di riferimento sulle procedure e le pratiche amministrative da espletare.</b>						
		Sportello informativo	14.500,00	13.500,00	14.000,00	14.000,00	
		Manuali e depliant divulgativi	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	
		Sito internet e televideo	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
		Numero verde	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	
		Eventi di informazione e diffusione	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
		Acquisizione servizi di comunicazione	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	
	<b>B.2 - Attività di informazione sugli obblighi di informazione dei destinatari finali</b>						
		Depliant	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	
		Rivista periodica	18.000,00	18.000,00	18.000,00	18.000,00	
	<b>B.3 - Attività di informazione sull'attuazione dell'iter procedurale e su adempimenti</b>						
		e-mail	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
		Newsletter	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
	Rivista periodica	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00		
	<b>TOTALE MISURA B</b>	<b>66.500,00</b>	<b>65.500,00</b>	<b>66.000,00</b>	<b>66.000,00</b>	<b>264.000,00</b>	
C. Misura di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica.	<b>C.1 - Attività di comunicazione diffusa</b>						
		Newsletter	2000	2000	2000	2000	
	<b>C.2 - Informare sullo stato di attuazione del Programma</b>						
		Dossier informativi	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
		Rivista Periodica	10.000,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00	
		Campagna informativa su televisioni locali	65.000,00	55.000,00	55.000,00	55.000,00	
		Campagna informativa su stampa	15.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	
		Eventi di informazione e diffusione	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	
		Acquisizione servizi di comunicazione	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
		<b>TOTALE MISURA C</b>	<b>97.500,00</b>	<b>82.500,00</b>	<b>82.500,00</b>	<b>89.500,00</b>	<b>340.000,00</b>
		<b>TOTALE MISURE</b>	<b>230.500,00</b>	<b>213.500,00</b>	<b>214.000,00</b>	<b>222.000,00</b>	<b>880.000,00</b>





## **8. SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ORGANISMI COMPETENTI PER L'ESECUZIONE**

La progettazione, la promozione, l'organizzazione, la gestione ed il coordinamento delle attività previste nell'ambito del Piano di Comunicazione saranno attuate dal Nucleo centrale di comunicazione, la cui costituzione sarà formalizzata con atto della Autorità di Gestione, previa approvazione del presente Piano. Per la realizzazione del Piano di comunicazione i compiti svolti internamente riguardano in primo luogo il coordinamento delle attività di progettazione, promozione, organizzazione e gestione.

La costituzione ed il coordinamento di una "rete di comunicazione" tra le strutture interne ed esterne all'amministrazione regionale sarà un punto di forza del Piano di Comunicazione del PSR. Per tale "rete" che si dovrà in primo luogo occupare del coordinamento delle diverse iniziative svolte sia in ambito regionale che da parte delle altre Amministrazioni ed enti interessati, si attueranno eventuali collaborazioni:

- 1) interne all'amministrazione regionale con le strutture che hanno competenza nei diversi settori del PSR, per la definizione dei contenuti da diffondere ai target sopra descritti;
- 2) con Province, Comunità Montane e Comuni, Organizzazioni Professionali e Sindacali Agricole, cooperative, associazioni di produttori, associazioni dei consumatori, centri di informazione sull'Europa e rappresentanti della Commissione negli stati membri, ecc.;



## **9. MONITORAGGIO e VALUTAZIONE**

La valutazione dell'efficacia nella realizzazione del Piano di comunicazione è essenziale per capire se le attività e gli strumenti messi in campo stanno ottenendo ed hanno ottenuto i risultati attesi in merito alla diffusione di informazioni e alla partecipazione alle opportunità offerte dal Programma di Sviluppo Rurale.

Valutare l'impatto delle misure di informazione e di pubblicità in termini di sensibilizzazione ai programmi di sviluppo rurale è un impegno costante che accompagnerà tutta la fase di realizzazione delle attività di comunicazione del PSR.

Al fine di consentire un'adeguata valutazione delle azioni di comunicazione verrà elaborato un sistema di indicatori di realizzazione e di risultato, per monitorare l'efficacia delle azioni/strumenti implementati con il Piano di Comunicazione, ed un sistema di indicatori di impatto, per verificare il conseguimento degli obiettivi generali del Piano.

Gli **indicatori di realizzazione** riguarderanno essenzialmente output fisici di attività, suscettibili di conteggio.

Gli **indicatori di risultato** verranno utilizzati per misurare il grado di miglioramento dell'informazione e della sensibilizzazione dell'opinione pubblica e dei beneficiari riguardo alle azioni del Programma di Sviluppo rurale, in un arco di tempo prefissato. I risultati genericamente intesi verranno tradotti poi, in risultati attesi, con riguardo ai tempi di realizzazione, alla qualità dei fruitori, alla qualità e alla correttezza delle conoscenze fornite, e si riferiscono agli obiettivi raggiunti in corrispondenza di ogni azione di comunicazione e informazione realizzata



Tipo di attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Pubblicazioni - brochure, opuscoli, rivista periodica, altro	Numero copie realizzate	Destinatari raggiunti
Pagine Web	Numero di pagine realizzate	Accessi: - valore assoluto - tasso di incremento
Spot radiofonici, televisivi, etc.	Numero inserti/spot	Destinatari raggiunti
manifesti, cartelloni, totem, standardi	Numeri impianti pubblicitari	Destinatari raggiunti
Comunicati / conferenze stampa	Numeri di comunicati realizzati/ conferenze realizzate	Destinatari raggiunti
Materiale promozionale	Numero oggetti creati	Destinatari raggiunti
Prodotti audio-video	Numero prodotti realizzati	Destinatari raggiunti
Newsletter	Numeri realizzati	Destinatari raggiunti
Attività seminariale / divulgativa	Numero di eventi realizzati	Partecipanti

Gli **Indicatori di impatto** si riferiscono ai cambiamenti del comportamento dei destinatari, conseguenti all'attività di comunicazione, misurabili attraverso interviste semi strutturate, focus group, osservazione diretta del contesto.

Target	Descrizione indicatore
Beneficiari	Conoscenza PSR Molise 2007/2013
	Conoscenza fonte di finanziamento
Potenziali beneficiari	Conoscenza bando
	Conoscenza fondo (FEASR) di finanziamento
Pubblico	Conoscenza Programma PSR Molise 2007/2013
	Conoscenza risultato
Partenariato	Partecipazione
Enti pubblici locali	Enti che hanno partecipato almeno ad un'iniziativa

### 10. TEMPI di REALIZZAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

La pianificazione temporale indicativa delle attività svolte nel periodo 2007/2015 è evidenziata nel crono programma sotto riportato:

Azioni di Comunicazione	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Informazione e Comunicazione sul Web</b>									
Sito Istituzionale della Regione									
Posta elettronica dedicata									
FAQ									
Banca dati Beneficiari									
<b>Relazioni con i Media</b>									
Note e Comunicati Stampa									
Annunci Pubblicitari									
Spot radiofonici e televisivi									
Inserti sui giornali più diffusi									
Workshop									
<b>Produzioni di materiale a stampa e audiovisivi</b>									
Pubblicazioni									
Brochure									
Rivista periodica									
Manifesti e Locandine									
<b>Iniziative di Comunicazione diretta</b>									
Workshop/Seminari su temi specifici									
Newsletter									
Sportelli informativi sul territorio									
<b>Campagne informative ed eventi</b>									
Seminari									
Convegni									
Partecipazione eventi pubblici									
<b>Attività di partenariato</b>									
Workshop									
Seminari Tecnici									

