

*PIANO DI
COMUNICAZIONE*

PSR 2007 - 2013



Nell'Europa attuale i cittadini esercitano i loro diritti politici essenzialmente a livello nazionale e locale, vengono a conoscenza delle politiche e dei problemi politici prevalentemente attraverso i sistemi nazionali di istruzione e i media nazionali, regionali e locali. Essi esaminano i programmi dei partiti politici che affrontano problemi nazionali, regionali e locali e ne discutono principalmente all'interno delle loro comunità.

In breve, la "sfera pubblica" al cui interno si svolge la vita politica in Europa è essenzialmente una sfera nazionale. Anche quando vengono trattate tematiche europee, la maggior parte dei cittadini le vede da una prospettiva nazionale. I media rimangono essenzialmente nazionali, in parte a causa delle barriere linguistiche; vi sono pochi luoghi d'incontro in cui Europei di Stati membri diversi possano conoscersi a vicenda e affrontare temi di interesse comune.

Eppure, molte delle decisioni politiche che riguardano la vita quotidiana dei cittadini dell'UE sono prese a livello europeo. I cittadini si sentono lontani da tali decisioni, dal processo decisionale e dalle istituzioni dell'UE.

C'è un senso di estraniamento nei confronti di "Bruxelles" che, in parte, rispecchia il disincanto nei confronti della politica in generale. Uno dei motivi è lo sviluppo inadeguato di una "sfera pubblica europea" in cui il dibattito politico possa svolgersi.

L'Europa ha bisogno di trovare il proprio posto nelle "sfere pubbliche" esistenti a livello nazionale, regionale e locale e il dibattito pubblico nei vari Stati membri deve essere approfondito. Si tratta prima di tutto e soprattutto di una responsabilità delle pubbliche autorità degli Stati membri. Rientra tra le responsabilità del governo, a livello nazionale, regionale e locale, consultare i cittadini ed informarli sulle politiche pubbliche – e quindi anche sulle politiche europee e sul loro impatto sulle vite quotidiane dei cittadini – e creare sedi adeguate per svolgere tale dibattito.

Ecco perché le autorità pubbliche nazionali, la società civile e le istituzioni dell'Unione europea devono collaborare per consolidare il posto dell'Europa nella sfera pubblica.

da il Libro Bianco su una politica Europea di comunicazione

In ottemperanza della riscontrata necessità da parte dell'Unione Europea di rendere maggiormente consapevoli le comunità nazionali e regionali delle iniziative da essa poste in essere, si è proceduto alla redazione del seguente Piano di Comunicazione attinente gli interventi del Piano di Sviluppo Rurale della Regione Emilia-Romagna 2007-2013.

PIANO DI COMUNICAZIONE (Art. 76 Reg. (CE) n. 1698/05)

1. PREMESSA

"L'informazione relativa alle opportunità e agli impegni che la Comunità assume nei confronti delle aziende agricole e forestali e del territorio rurale, deve essere la più ampia possibile" queste le indicazioni del Consiglio secondo quanto indicato nell'articolo 76 al Capo II "Informazione e Pubblicità" del Titolo VI del regolamento CE 1698/2005. Il Programma di Sviluppo Rurale della Regione Emilia Romagna 2007-2013 (PSR), approvato con Decisione della Commissione C(2007) 4161 del 12 settembre 2007, dedica uno specifico capitolo alle disposizioni in materia di 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.

Il presente Piano di comunicazione riprende i contenuti sostanziali illustrati nel cap. 13 del PSR, sviluppandoli e articolandoli su un livello più strettamente operativo.

2. OBIETTIVI E TARGET DI RIFERIMENTO

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

Il Piano di comunicazione deve evidenziare la partecipazione della Commissione europea e dei fondi strutturali alla programmazione ed al finanziamento degli interventi. Tale obiettivo non può prescindere da un coordinamento della comunicazione tra la Regione e i vari enti ed attori economici e sociali coinvolti nel Programma di Sviluppo Rurale.

Il target del Piano di Comunicazione è suddiviso in diverse categorie in base alle quali i suddetti obiettivi generali sono declinati in obiettivi specifici:

1. l'intera comunità regionale
2. i beneficiari potenziali
3. i beneficiari effettivi.

2.1 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 dell'Emilia-Romagna.

E' anche il target di maggiore "complessità" in quanto i messaggi devono essere chiari, ma non tecnici, e per raggiungere il quale in maniera con efficace occorrono investimenti e strumenti di notevole costo.

L'azione verso questo pubblico è da pensare concentrata particolarmente nella 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, ed in parte in quella finale per dare conto dei 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.

2.2 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 e Comunità Montane;
- 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.

2.3 I beneficiari effettivi del PSR

Le azioni di comunicazione indirizzate ai beneficiari del PSR, in accordo con le Amministrazioni Provinciali ed Agrea (Agenzia Regionale per le Erogazioni in Agricoltura della regione Emilia-Romagna), 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

- 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.

3. METODOLOGIE E STRUMENTI

La linea grafica del PSR è l'elemento primo e fondamentale con cui la Regione Emilia-Romagna presenterà al pubblico le iniziative e i progetti cofinanziati dall'Unione europea e grazie al quale mantenere la coerenza informativa dei diversi messaggi e strumenti di comunicazione. Anche all'interno della Regione l'identità visiva assumerà significati importanti: una linea grafica condivisa, riconosciuta e autorevole, contribuirà a creare tra i dipendenti consenso sugli obiettivi, spirito di gruppo ed identificazione.

La predisposizione di specifici documenti regolerà in modo organico e vincolante l'uso degli strumenti di comunicazione (pagine di quotidiani e periodici, manifesti, pubblicazioni, volantini, newsletter, ecc.) conformemente all'allegato VI del Reg. CE 1974/06.

Le pubblicazioni, i manifesti, gli strumenti di comunicazione e informazione online, gli audiovisivi avranno l'indicazione della partecipazione comunitaria e l'emblema della Comunità, quello nazionale e quello regionale. Le pubblicazioni menzioneranno l'organismo responsabile dell'informazione e l'autorità di gestione designata per l'esecuzione dell'intervento.

I siti web sul PSR conterranno il contributo del FEASR e il link al sito web della Commissione dedicato al FEASR¹.

La scelta delle singole metodologie e degli strumenti di comunicazione specifici è legata alle diverse fasi di implementazione del Programma e al tipo di comunicazione necessaria, la strategia di comunicazione, infatti, è differenziata a seconda dei diversi destinatari:

a) nei confronti dell'intera popolazione regionale, la Regione intende promuovere l'attività di informazione, mediante:

- l'organizzazione di *conferenze stampa* (ipotizzabili almeno 20 conferenze stampa nell'arco dell'intera programmazione)
- la redazione e diffusione di *comunicati stampa, agenzie informative e newsletter telematiche*

¹ <http://europa.eu/scadplus/leg/it/lvb/l60032.htm>

- la realizzazione di campagne informative comprensive di *report e redazionali*, sui quotidiani e periodici regionali di maggiore diffusione attraverso la predisposizione di interviste e materiale informativo.
- la realizzazione di un *opuscolo o prodotto divulgativo analogo* che dovrà fornire notizie, informazioni, e riferimenti in merito all'importanza del PSR per la popolazione regionale e dovrà essere disponibile, in formato elettronico, anche in lingua inglese.
- la partecipazione a *manifestazioni fieristiche* rivolte al grande pubblico dove, oltre alle eventuali iniziative convegnistiche (es. SANA) saranno distribuiti presso lo stand regionale materiali informativi per l'illustrazione delle iniziative relative all'applicazione delle misure agroambientali, alla multifunzionalità ed allo sviluppo del territorio rurale.
- *campagne informative, concorsi di idee, borse di studio, visite ad attività di aziende multifunzionali* centrati sulla moderna agricoltura, in collegamento con le altre Direzioni regionali interessate nel fornire un'informazione coordinata sull'applicazione in Regione dei Fondi Strutturali europei e rivolte agli studenti delle scuole medie superiori, in particolare degli istituti tecnici e professionali agrari.
- il coinvolgimento delle emittenti televisive di ambito regionale e/o nazionale per la realizzazione di una serie di *trasmissioni di carattere giornalistico*, cui prenderanno parte rappresentanti di associazioni, imprenditori, esperti ed amministratori pubblici sui temi, le opportunità e gli sviluppi del PSR per la comunità regionale. Altre news e programmi di carattere informativo saranno da realizzare in occasione del lancio di eventi particolari: convegni regionali, bilancio di medio termine ecc. per dare continuità e completezza nel tempo all'informazione ai cittadini.
- *passaggi in emittenti radiofoniche* attinenti le finalità ed opportunità del PSR.
- il *portale ERMES* di informazione regionale sul quale verranno costantemente aggiornate le informazioni relative ai comunicati stampa ed ai prodotti di comunicazione multimediale.

b) nei confronti dei beneficiari potenziali e di quelli effettivi la Regione intende promuovere l'attività di informazione mediante diversi canali d'informazione, quali:

- un *convegno* di carattere "politico divulgativo" in modo da aggiornare l'informazione e catalizzare l'attenzione dei media, con una sessione plenaria e più sessioni tecniche distinte. Saranno organizzati, anche, alcuni convegni di prima verifica delle iniziative operative, dedicati

alle principali filiere agroalimentari regionali e alle opportunità offerte dal PSR.

- la realizzazione di *seminari tecnici ed interventi formativi* in accordo con gli altri enti coinvolti nel PSR, per fornire indicazioni dirette a funzionari, tecnici ed imprenditori, per la definizione più dettagliata delle indicazioni in merito ad assi e misure
- la *partecipazione a manifestazioni fieristiche*. In Emilia-Romagna sono previsti due importanti appuntamenti rivolti al pubblico dei produttori agricoli: MAC-FRUT a Cesena ed EIMA INTERNATIONAL a Bologna. Oltre alle eventuali iniziative convegnisti che, anche gli stand regionali presenti alle diverse manifestazioni dovranno diventare luogo di informazione privilegiata per il PSR e di collegamento con gli enti territoriali che potranno contare sulla collaborazione regionale anche per ampliare la gamma di presenze in manifestazioni di carattere locale.
- la realizzazione di supplementi, *articoli e pubblicazione* nella rivista "Agricoltura" relative ai bandi alle informazioni tecniche e di approfondimento sulle opportunità del PSR.
- la progettazione e realizzazione di *report e redazionali*, sulle riviste pubblicazioni del settore ambientalista, dei consumatori, sindacali e rivolte alle imprese agricole ed agroalimentari, anche con possibilità di mailing diretto, per diffondere le informazioni sul PSR ad un pubblico selezionato di lettori.
- *opuscoli e/o folder* informativi destinati ad illustrare i principali temi dei quattro assi del PSR e della condizionalità, oltre agli obblighi di carattere informativo a carico delle aziende. Saranno realizzate a schede (facilmente aggiornabili e diversificati secondo i diversi livelli di interesse del pubblico), al fine di illustrare tutti gli approfondimenti che si renderanno necessari nel corso del tempo.
- la creazione ed il costante aggiornamento di pagine informative sul *portale Internet della Direzione Agricoltura*. Il sito web è dedicato al PSR, ai Prip, ai Piani Operativi d'asse e ai bandi pubblicati o in pubblicazione ed a tutte le variazioni e comunicazioni che si renderanno necessarie nel corso del PSR 2007-2013. Inoltre, è stato creato un nuovo alias per il PSR 2007-2013 per un più facile accesso alle informazioni.
- la realizzazione di *servizi televisivi* di approfondimento tecnico e di aggiornamento in onda sulle emittenti radio televisive locali e con alcune trasmissioni di scala interprovinciale dedicate all'agroalimentare. In particolare, sono previste due tipologie di trasmissioni: una dedicata all'illustrazione del PSR organizzata in

moduli (uno per ciascuno dei principali assi più uno generale di presentazione), l'altra nella forma del talk-show rivolto al mondo agricolo con la partecipazione di rappresentanti di associazioni, imprenditori, esperti ed amministratori per un approfondimento tecnico sui temi trasversali e sulle singole Misure.

- la progettazione e realizzazione di *brevi spot radiofonici* per passaggi in emittenti radiofoniche di ambito locale, al fine di informare i beneficiari sulle finalità ed opportunità delle diverse Misure via-via attivate e delle novità relative al PSR

4. ATTUAZIONE

4.1 Realizzazione degli interventi di comunicazione e bilancio indicativo

Il piano di comunicazione sarà realizzato in funzione delle esigenze e della tempistica di attuazione degli interventi programmati nell'ambito del PSR, per i quali l'Amministrazione Regionale ha previsto un ammontare di risorse finanziarie indicativamente pari al 10% dell'ammontare dedicato alla Misura 511 "Assistenza tecnica", azione 3: comunicazione, pari a circa 935.000€.

L'impegno di spesa sarà di maggior rilievo nei primi anni di applicazione del Piano di Sviluppo Rurale, in quanto in questa fase è prevista una forte azione di informazione e sensibilizzazione.

Piano di spesa/Budget previsionale per il periodo 2007-2013

TIPOLOGIA DI INTERVENTO	BUDGET €
Organizzazione di conferenze stampa	0
Redazione di comunicati stampa	0
Acquisizione di servizi di comunicazione per progettazione e produzione di materiale a stampa, acquisto di materiali informativi su stampa ed emittenti televisive, progettazione e produzione di materiale audiovisivo e fotografico	669.659
Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche ed eventi di comunicazione	95.000
Organizzazione e realizzazione di iniziative con le scuole di istruzione superiore	70.000
Aggiornamento dei portali Internet regionali	0
Organizzazione e realizzazione di convegni, seminari e incontri informativi	100.000
Realizzazione di supplementi, articoli e pubblicazione nella rivista "Agricoltura"	0
TOTALE	934.659

4.2 Realizzazione degli interventi di comunicazione attraverso una rete di collaborazioni interne ed esterne all'amministrazione regionale

Per la realizzazione del Piano di comunicazione i compiti svolti internamente riguardano in primo luogo la gestione economica complessiva ed il coordinamento delle diverse attività; per l'ideazione e realizzazione dei prodotti indicati in precedenza ci si avvarrà della professionalità di un'unica agenzia o di diversi player di comunicazione. 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 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 e con l'Agenzia Regionale e Ufficio Stampa della Giunta per il rapporto con i media;
- 2) con Province e Comunità Montane, 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.;

Il presente Piano di comunicazione verrà 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.

5. 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 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.

Fatta salva la valutazione *ex ante*, che comprende già le analisi svolte in fase di stesura del Piano di comunicazione, ovvero di analisi del contesto iniziale dello scenario di riferimento, la fase valutativa da prendere in considerazione è quella *in itinere*.

La valutazione *in itinere* contraddistinguerà tutto il periodo di attuazione del PSR e sarà effettuata tenendo conto di due tipologie di indicatori: indicatori di risultato ed indicatori di realizzazione.

Gli indicatori di realizzazione sono gli output fisici di attività suscettibili di conteggio (sito web, pubblicazioni, materiale divulgativo, conferenze stampa, comunicati stampa ecc.).

Gli indicatori di risultato misurano gli obiettivi raggiunti in corrispondenza di ogni azione di comunicazione e informazione realizzata. Per entrambe le tipologie di indicatori si indica il valore atteso al 2013 per dar conto dei progressi in termini di obiettivi raggiunti nonché del grado di visibilità e sensibilizzazione del grande pubblico sul ruolo dell'Unione Europea.

Indicatori di realizzazione

Attività	Indicatore di realizzazione	Unità di misura	Valore atteso al 2013
Relazioni con i media	conferenze stampa	n.	20
	comunicati stampa	n.	35
	report e redazionali	n.	150
	passaggi in emittenti televisive	n.	80
	passaggi in emittenti radiofoniche	n.	100
Produzione di materiale a stampa	materiale prodotto	n.	5
Iniziative di comunicazione diretta	manifestazioni fieristiche, convegni e seminari	n.	25
Campagne informative	attività informativa di avvio e attività informative rilevanti annuali	n.	5
	campagne informative nelle scuole	n.	4

Indicatori di risultato

Azioni per tipologia di destinatario	Indicatore di risultato	Metodo di rilevazione	Valore atteso al 2013
Informazione e accessibilità per i potenziali beneficiari	% conoscenza delle opportunità da parte dei potenziali beneficiari	Indagine/questionario	75%
	% soddisfazione rispetto all'eshaustività delle informazioni	Indagine/questionario	70%
Informazione e assistenza ai beneficiari effettivi	n. cartelloni e targhe esplicative conformi	Monitoraggio e controlli	100%
	% valutazione positiva rispetto agli strumenti e alle informazioni fornite	Indagine/questionario	70%
Informazione rivolta ai beneficiari potenziali ed effettivi	n. partecipanti a convegni e seminari	Indagine	2000
	n. partecipanti a manifestazioni fieristiche	Indagine	2000
Conoscenza e sensibilizzazione del grande pubblico	n. partecipanti a manifestazioni fieristiche	Indagine/questionario	1500
	% valutazione positiva rispetto alle campagne informative nelle scuole	Indagine/questionario	65%