



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



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

# **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*



FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE:  
L'EUROPA INVESTE 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 EUROPEO AGRICOLO 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)<sup>1</sup> 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 AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE:  
L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA

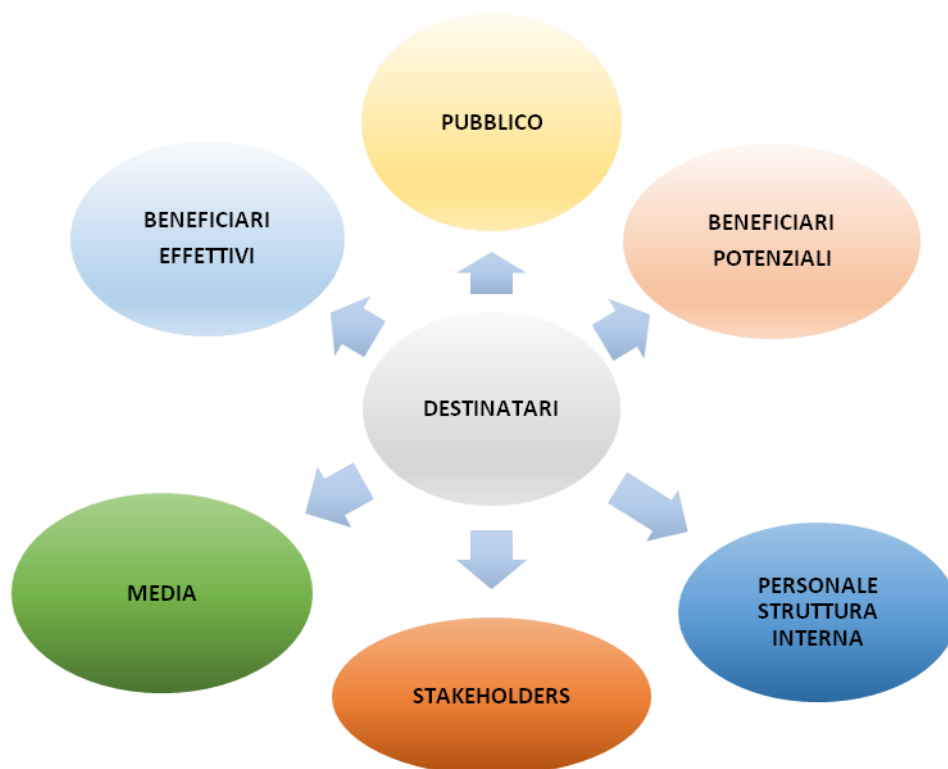
In secondo luogo, si punta a migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo tra i soggetti, così da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini, soprattutto attraverso i nuovi strumenti ed approcci innovativi nella comunicazione al fine di stimolare l'interattività ed il coinvolgimento 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	TARGET INTERNO
pubblico (cittadini della Regione Puglia)	Autorità di Gestione
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)	Personale della struttura (Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Tutela dell'ambiente, SPA)
Beneficiari effettivi (soggetti beneficiari dei bandi)	Organismo Pagatore
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.)	Valutatore Indipendente  Rete Rurale Nazionale
Media (organi di informazione locali, regionali e nazionali; social media; centri d'informazione sull'Europa; rappresentanza della Commissione Europea in Italia)	

#### 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



<b>BRAND IDENTITY</b>	<b>Finalità</b>	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.
	<b>Strumenti</b>	<p><b>Ideazione logo e del pay off</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ideazione ed elaborazione dell'immagine (logo, naming, pay off)</li> <li>- declinazione di adattamento dell'immagine ai principali strumenti di comunicazione e promozione (web e social network)</li> </ul> <p><b>Ideazione identità visiva con immagine coordinata</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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)</li> <li>- ideazione e realizzazione delle linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari del PSR Puglia 2014 - 2020</li> </ul>
<b>BRAND IMAGE</b>		<p><b>Progettazione grafica, realizzazione e stampa in quadricromia di materiale di informazione e promozione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- opuscolo informativo (presentazione generale del PSR Puglia 2014-2020 con sintesi delle Misure)</li> <li>- 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)</li> <li>- roll up in pvc</li> <li>- desk portatile con pannello</li> <li>- cartelline personalizzate con alette fustellate</li> <li>- block notes A4 personalizzati a righe</li> <li>- busta da lettere</li> <li>- altri materiali informativi: manifesti e flyer per convegni/seminari</li> <li>- gadget: <ul style="list-style-type: none"> <li>o penne USB (personalizzazione grafica e di contenuto con file multimediale della guida)</li> <li>o penne ad inchiostro personalizzate/matite</li> <li>o adesivi</li> <li>o calendario personalizzato</li> <li>o cartoline</li> <li>o shopper personalizzate in tela/carta</li> <li>o cappelli, t-shirt</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Target</b>	pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder
	<b>Budget</b>	€ 45.000,00
	<b>Modalità attuative</b>	Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016



FONDO EUROPEO AGRICOLO 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>	<b>sito web</b> <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>
		<b>social network</b> <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>- publiredazionali - 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



<b>PUBLIC RELATION</b>	<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>
<b>COMITATO DI SORVEGLIANZA</b>	<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>	- riunioni periodiche
	<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>

<b>INFORMAZIONE, FORMAZIONE E ANIMAZIONE</b>	<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>CITIZEN CUSTOMER SATISFACTION</b>	<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>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 AGRICOLO 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> 800.000,00