

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

DEL COMPLEMENTO REGIONALE PER LO SVILUPPO RURALE (CSR) DELLA REGIONE PUGLIA

in attuazione del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027

giugno 2023



INDICE

PREMESSA.....	3
I RIFERIMENTI NORMATIVI.....	3
IL CONTESTO DI RIFERIMENTO	4
L'ESPERIENZA DELLA PROGRAMMAZIONE 2014-2022	4
LA PROGRAMMAZIONE 2023-2027.....	5
LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO RURALE	6
OBIETTIVI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE.....	7
DESTINATARI.....	7
ATTIVITÀ E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE.....	8
ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE.....	8
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE.....	9
CRONOPROGRAMMA.....	10
BUDGET.....	10

1. Premessa

La strategia di comunicazione del CSR della Regione Puglia ha come obiettivo la diffusione e la promozione del Complemento Regionale per lo Sviluppo Rurale (adottato con DGR n.1788 del 05/12/2022, in attuazione del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027, ai sensi del Regolamento (UE) n. 2021/2115) mediante azioni di informazione e comunicazione rivolte a diversi target di destinatari.

Il presente documento delinea gli obiettivi e le caratteristiche delle attività di comunicazione e di informazione, ne individua i destinatari, illustra gli strumenti utili alla diffusione, le azioni e il cronogramma per l'attuazione delle stesse, e descrive, inoltre, la struttura organizzativa responsabile dell'attuazione. Nel documento vengono, infine, indicate le modalità di monitoraggio e valutazione e un budget previsionale.

La strategia di comunicazione assume un importante ruolo di supporto alle politiche di sviluppo rurale e garantisce il coordinamento tra gli uffici regionali, in qualità di responsabili dell'attuazione del CSR, e il partenariato socio-economico, i potenziali beneficiari, i cittadini e i media.

Le attività di comunicazione e informazione delineate risultano, pertanto, uno strumento fondamentale per il consolidamento del rapporto tra cittadini-beneficiari e Istituzioni (Regione, UE) per la creazione e l'attivazione di reti fra soggetti rurali ed extra-rurali e per cogliere le opportunità di sviluppo economico e sociale del territorio, intesi come fattori di crescita e miglioramento della qualità della vita.

Un altro aspetto rilevante della comunicazione, già riscontrato nella precedente programmazione, è il rafforzamento del senso di consapevolezza del ruolo che riveste l'UE e delle ricadute positive sul territorio.

La presente Strategia di comunicazione costituisce una linea guida per l'intero ciclo di programmazione, in questo caso quinquennale, e diventa il documento di riferimento per i piani annuali di comunicazione che forniranno nel dettaglio le attività da pianificare e attuare.

2. Riferimenti normativi

Il riferimento normativo relativo alla Programmazione 2023-2027 è dato dal Regolamento (UE) n. 2021/2115 del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021 e dal Regolamento di Esecuzione (UE) n. 2022/129.

In particolare, il Regolamento (UE) 2021/2115 prevede, all'art. 123, paragrafo 2, che l'Autorità di Gestione è *“responsabile dell'efficace, efficiente e corretta gestione e attuazione del piano strategico della PAC”* e assicura *“che sia data pubblicità al piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la rete nazionale della PAC, informando: i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi coinvolti nella promozione della parità di genere e le organizzazioni non governative interessate (incluse le organizzazioni che operano nel settore dell'ambiente) circa le possibilità offerte dal piano strategico della PAC e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti dello stesso; e gli agricoltori, gli altri beneficiari e il pubblico circa i contributi dell'Unione all'agricoltura e allo sviluppo rurale tramite il piano strategico della PAC.”* (lettera k) del all'art. 123, paragrafo 2.

Inoltre, l'art. 126, paragrafi 3 e 4, del Regolamento (UE) 2021/2115, descrive gli obiettivi e le funzioni della Rete nazionale della PAC prevedendo le attività di informazione destinate al pubblico e ai potenziali beneficiari e le possibilità di finanziamento, nonché attività di raccolta, analisi e diffusione di informazioni sulle azioni e sulle buone pratiche.

Il Regolamento di Esecuzione (UE) 2022/129 riporta, nell'Allegato III, i requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità inerenti al sostegno dell'Unione e ai piani strategici della PAC.

I Regolamenti UE ribadiscono, dunque, l'importante ruolo della comunicazione, considerata come elemento essenziale e strategico della gestione e attuazione dei fondi europei.

Le disposizioni di base della nuova Programmazione ribadiscono le responsabilità in capo all'Autorità di Gestione nello svolgimento delle funzioni di comunicazione, in modo da garantire coerenza e uniformità nella progettazione e

attuazione delle azioni di informazione, pubblicità e visibilità, che sono parte integrante di una strategia di comunicazione unitaria del Piano Strategico nazionale della PAC (PSP).

3. Contesto di riferimento

Il Piano Strategico della PAC 2023-2027 dell'Italia è stato approvato con Decisione di esecuzione della Commissione europea C(2022) 8645 del 02/12/2022, ai fini del sostegno dell'Unione finanziato dal Fondo europeo agricolo di garanzia e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale.

Successivamente, con Deliberazione n. 1788 del 05/12/2022, la Giunta regionale ha approvato il Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale (CSR) del Piano strategico Nazionale della PAC 2023-2027 della Regione Puglia, cofinanziato dal Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR).

Il Piano Strategico della PAC 2023-2027 prevede nuove modalità e strumenti di coordinamento, poiché, per la prima volta, rientrano sotto un unico quadro normativo e programmatico gli aiuti sotto forma di pagamenti diretti alle imprese e i pagamenti settoriali insieme agli aiuti destinati allo sviluppo rurale, definiti come “primo” e “secondo” pilastro. In questo nuovo contesto di riferimento le strategie regionali vanno a “completare” e integrare quanto già previsto dalla programmazione nazionale (del MASAF e della Rete della PAC).

Alla luce di quanto esposto, anche la Strategia di Comunicazione richiede un coordinamento multilivello e un continuo confronto attivo tra i diversi soggetti che intervengono nell'attuazione del Piano Strategico della PAC 2023-2027.

4. L'esperienza della Programmazione 2014-2022

Nella Programmazione 2014-2022 il ruolo della “Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità”, e dei relativi piani annuali di comunicazione, è stato determinante per la garanzia di un'adeguata informazione del Programma di Sviluppo Rurale nonché di una capillare azione di diffusione circa le opportunità di finanziamento, di gestione e di attuazione del PSR Puglia 2014-2022. Tali azioni, raggiungendo precisi target di riferimento (beneficiari, potenziali beneficiari e stakeholders), hanno coinvolto anche il grande pubblico nell'ottica di una più ampia informazione circa le opportunità offerte nell'ambito dello sviluppo rurale e di rafforzare la consapevolezza sul ruolo che riveste l'UE in attuazione della stessa.

La *brand identity* del PSR Puglia, con l'ideazione e la creazione del logo e pay off, ha caratterizzato tutto il materiale informativo, creando un'immagine identitaria che è stata poi ripresa anche nella ridefinizione del logo per il CSR Puglia 2023-2027, valorizzando il concetto di “sviluppo rurale”, in continuità con la precedente programmazione.

Le attività di comunicazione e di informazione si sono concentrate principalmente nell'ambito della comunicazione digitale, con la realizzazione del nuovo portale dedicato al PSR Puglia 2014-2022. Il sito, progettato per una navigazione più semplice e intuitiva, nonché per una migliore accessibilità e fruibilità dei contenuti, risponde alle Linee Guida di design per i servizi web della PA di Agid (Agenzia per l'Italia Digitale). Inoltre, grazie alla versione mobile, al servizio di readspeaker, alla versione in lingua inglese e al form di contatto predisposto per le richieste di informazioni per ogni sottomisura, il sito dialoga con i cittadini veicolando le informazioni in maniera chiara e tempestiva. Attraverso la sezione “PSR in cifre”, inoltre, è stato garantito un costante aggiornamento sull'avanzamento procedurale, fisico e finanziario del Programma. L'implementazione mensile dei dati di monitoraggio ha fornito agli utenti importanti e puntuali informazioni in termini di efficacia ed efficienza degli interventi realizzati.

Un strumento di supporto alle attività di comunicazione e di informazione è stata l'APP per smartphone, la prima applicazione dedicata al Programma di Sviluppo Rurale 2014-2022 ad essere rilasciata in Italia negli store per dispositivi iOS e Android. Facile da usare e strategica nell'ambito delle nuove tecnologie ICT, l'App ha garantito un flusso sempre aggiornato di informazioni relative all'attuazione del PSR 2014-2022 della Regione Puglia, soprattutto nel periodo dell'emergenza Covid-19.

Nell'ambito delle attività di informazione, formazione e animazione sono stati realizzati numerosi eventi rivolti al grande pubblico, specie in occasione della pubblicazione dei bandi, e numerosi progetti che hanno coinvolto scuole, Università, Regioni, etc. con il prezioso supporto della Rete Rurale Nazionale.

L'attività di comunicazione e informazione è stata, inoltre, sottoposta a una verifica da parte del Valutatore Indipendente che ha fornito una serie di suggerimenti, molto utili per la stesura di questo documento programmatico.

5. La programmazione 2023-2027

Il Piano Strategico Nazionale PAC 2023-2027 attua una strategia unitaria mettendo in sinergia gli strumenti della Politica Agricola Comune e quelli del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Il quadro normativo europeo della PAC si concentra, prevalentemente, sui seguenti obiettivi generali:

- OG1 promuovere un settore agricolo intelligente, resiliente e diversificato che garantisca la sicurezza alimentare;
- OG 2 rafforzare la tutela dell'ambiente e l'azione per il clima e contribuire al raggiungimento degli obiettivi in materia di ambiente e clima dell'Unione;
- O G 3 rafforzare il tessuto socioeconomico delle aree rurali.



Gli obiettivi del Piano riguardano il potenziamento della competitività del sistema in ottica sostenibile, il rafforzamento della resilienza e della vitalità dei territori rurali, la promozione del lavoro agricolo e forestale di qualità e la sicurezza sui posti di lavoro, il sostegno alla capacità di attivare scambi di conoscenza, ricerca e innovazioni e l'ottimizzazione del sistema di governance.

Nel Piano Strategico Nazionale gli interventi di sviluppo rurale sono pianificati come "interventi nazionali con specifiche regionali", tenendo conto così delle specifiche caratteristiche dei sistemi agricoli agroalimentari e forestali e delle aree rurali, dal punto di vista economico, sociale e territoriale. Ogni Regione provvede, dunque, a programmare e integrare con specifiche regionali quanto previsto nel PSN 2023-2027.

La programmazione 2023-2027, basata su quello che viene definito *New delivery model*, modifica, dunque, il ruolo dato agli Stati membri e alle Regioni, concedendo agli Stati membri maggiore autonomia per semplificare e razionalizzare la gestione dei fondi. Ogni Regione definisce poi un Complemento regionale per lo sviluppo rurale del PSP 2023-2027 (CSR), che rappresenta lo strumento attuativo, a livello locale, della strategia nazionale sulla base delle caratteristiche regionali, in termini di specificità economiche, sociali e territoriali.

Il Complemento per lo Sviluppo Rurale (CSR) della Puglia è un documento regionale attuativo della strategia nazionale e individua le principali strategie, le azioni e gli orientamenti regionali per il sistema agricolo, agroindustriale e del territorio rurale pugliese per il periodo di programmazione 2023-2027. Il CSR è frutto di un percorso condiviso, condotto in parallelo dalla Regione Puglia, che da un lato ha partecipato e contribuito agli incontri di confronto organizzati a livello nazionale tra il Ministero, la Rete Rurale e tutte le Regioni e Province autonome, e dall'altro ha

condiviso il percorso di definizione delle “specificità regionali” attraverso la consultazione del proprio partenariato socioeconomico.

Un sistema agricolo e agroalimentare forte, strutturato e ben organizzato, ma anche capace di tenere insieme produttività e sostenibilità ambientale, sociale ed economica, è il fine ultimo delle politiche di sviluppo rurale. La strategia del Complemento per lo Sviluppo Rurale della Puglia, si prefigge tale obiettivo ed è stata concepita in piena coerenza con le scelte contenute nel Piano Strategico Nazionale per la PAC 2023-2027 e con l'intento di operare in sinergia con gli interventi del PNRR e degli altri fondi comunitari.

La strategia per lo sviluppo del sistema agricolo ed agroalimentare pugliese ruota attorno ai seguenti punti di forza: produzioni di qualità certificata, diversificazione, orientamento ai mercati, innovazione, sviluppo locale.

Il Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale (CSR 2023-2027) della Regione Puglia individua 42 interventi, attraverso i quali si intendono attuare le seguenti linee strategiche:

- ✓ rafforzare la leadership nelle produzioni biologiche
- ✓ migliorare la competitività delle filiere regionali e le condizioni di produzione delle aziende agricole
- ✓ favorire gli investimenti innovativi
- ✓ promuovere il ricambio generazionale in agricoltura e i regimi di qualità dei prodotti regionali
- ✓ favorire gli imprenditori che vivono prevalentemente di agricoltura, l'associazionismo e la cooperazione in maniera strutturata
- ✓ sostenere le imprese attive in aree con svantaggi naturali

Con il CSR 2023-2027 la Puglia punta alla qualificazione del sistema agricolo regionale, con una proiezione verso un'agricoltura che rafforzi la sinergia tra attività agricola, tutela dell'ambiente, custodia del territorio, del paesaggio e della biodiversità. L'obiettivo è quello di coniugare l'efficienza produttiva ed elevati livelli qualitativi, per raggiungere l'eccellenza nelle diverse filiere che caratterizzano il contesto produttivo regionale, con lo scopo di rispondere alla sfida di produrre cibo buono per tutti, rispettando l'ambiente.

6. La Strategia di Comunicazione per lo Sviluppo Rurale

“La strategia di comunicazione del 2023-2027 è orientata a rispondere alle sfide e opportunità legate alla transizione digitale, ecologica e generazionale del settore agricolo, alimentare e forestale, attraverso il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati e la costruzione di reti partenariali, in particolare con i media, per aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui benefici e le opportunità della PAC, potenziare l'identità europea sui territori e contribuire alla diffusione dei risultati e vantaggi generati dal PSP, attraverso azioni sinergiche e complementari alle attività di comunicazione attuate dalle AdG regionali.”

Questo è quanto previsto nel documento programmatico nazionale relativo alla Strategia di Comunicazione del PSP e che delinea le linee guida per l'attuazione delle declinazioni regionali.

La Strategia di Comunicazione del CSR Puglia è, dunque, orientata a:

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

7. Obiettivi della Strategia di Comunicazione

La Strategia di Comunicazione del CSR Puglia 2023-2027 punta a favorire la conoscenza dei contenuti della programmazione, presentando le opportunità previste, le finalità e le modalità operative degli interventi.

Tutte le azioni di informazione e comunicazione saranno pianificate e attuate nell'ottica di accrescere la consapevolezza dell'appartenenza all'Unione Europea, creare le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno e alla conoscenza dei risultati ottenuti. In questa prospettiva, le attività vedranno il coinvolgimento attivo dei diversi target di destinatari.

La Strategia di Comunicazione individua tra gli obiettivi principali i seguenti punti:

- ✓ pubblicizzare l'avvio della nuova programmazione attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti interessati
- ✓ comunicare le opportunità del Complemento regionale per lo Sviluppo Rurale (CSR) del Piano strategico Nazionale della PAC 2023-2027 della Regione Puglia, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione, con il coinvolgimento dei portatori d'interesse (potenziali beneficiari, parti economiche e sociali, organizzazioni del settore, agricoltori, pubblico)
- ✓ incoraggiare i potenziali beneficiari ad accedere alle opportunità offerte dal CSR, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy
- ✓ contribuire alla creazione di eventi e occasioni eventi per facilitare lo scambio di esperienze tra portatori d'interesse e le azioni di rete
- ✓ promuovere la conoscenza e l'informazione degli interventi previsti dal PSP, relativi al primo e al secondo pilastro, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo
- ✓ favorire la raccolta, analisi e diffusione di informazioni sulle azioni e sulle buone pratiche
- ✓ garantire il coordinamento con il Piano di Comunicazione Generale del PSP della Rete Rurale Nazionale
- ✓ diffondere i risultati raggiunti nell'ambito dell'attuazione del CSR

8. Destinatari

I destinatari delle azioni d'informazione e comunicazione sono identificati in quattro specifiche tipologie: pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi e soggetti definiti come "moltiplicatori dell'informazione".

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

9. Attività e strumenti della comunicazione

La scelta delle attività e l'utilizzo degli strumenti saranno specificati in modo ancor più analitico nei Piani di Comunicazione annuali, in virtù delle esigenze, del monitoraggio e delle valutazioni che verranno eseguite periodicamente. In linea generale, le attività e gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati sono specificati nella seguente tabella:

ATTIVITÀ	STRUMENTI
Brand identity/image	Ridefinizione del logo e pay off manuale d'identità visiva e Linee guida degli obblighi di comunicazione per i beneficiari realizzazione supporti per l'immagine coordinata.
Comunicazione digitale	Organizzazione e ingegnerizzazione sito hardware e applicativi ICT, dotazione strumentale – informatica, popolamento sito, attivazione social network, gestione social network.
Campagna di promozione	Inserzioni pubblicitarie su emittenti tv (spot video), inserzioni pubblicitarie emittenti radiofoniche (spot radio), inserzioni pubblicitarie stampa (publiredazionali), cartellonistica (affissioni), opuscoli informativi, manifesti, locandine, gadget.
Public relation	Coordinamento delle attività di comunicazione e di informazione, supporto alle attività di comunicazione e informazione (redazione di materiale informativo, etc.), sportello informativo (local e digital), comunicati stampa, organizzazione di conferenze stampa.
Informazione, formazione e animazione	Evento di lancio del CSR, convegni tematici, animazione territoriale, partecipazione ad eventi organizzati da terzi, seminari per la formazione interna (in presenza e in videoconferenza), seminari di approfondimento, workshop, corsi di formazione, E-learning, study visit, concorsi a premi.
Citizen customer	Questionari di rilevazione del grado di soddisfazione delle attività del CSR.

10. Organizzazione e Governance

Sulla base del nuovo quadro di riferimento della governance della PAC, per il periodo di programmazione 2023-2027, la Regione Puglia procederà alla pianificazione e all'attuazione delle attività di comunicazione del CSR, a partire dalle specificità del proprio territorio e in coerenza con le strategie già attuate nelle programmazioni precedenti. Inoltre, sarà parte attiva del Coordinamento dei Responsabili della Comunicazione istituito a livello nazionale, con l'obiettivo di un virtuoso confronto con il MASAF e le altre Regioni.

L'Autorità di Gestione assume il compito di sovrintendere i processi comunicativi, pianificare e definire le attività di comunicazione e supervisionare l'attuazione delle stesse. Assicura l'aggiornamento annuale dei Piani di Comunicazione, e che le azioni di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di Comunicazione, sia nazionale che regionale, e che queste azioni assicurino la massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione.

L'Autorità di Gestione informa il Comitato di Monitoraggio in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di comunicazione e informazione e in merito all'analisi dei risultati, nonché alle azioni di comunicazione e informazione da realizzare nel corso dell'anno successivo.

Per l'esecuzione della Strategia, l'Autorità di Gestione nomina (o demanda alla Dirigente della Sezione Attuazione dei Programmi Comunitari per l'agricoltura) un Responsabile della Comunicazione, individuato tra il personale della struttura regionale, che assume il compito di coordinamento operativo delle attività di informazione e comunicazione, che sarà affiancato da uno staff di supporto con figure professionali esperte.

L'eventuale ricorso a competenze esterne per la fornitura delle singole attività/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

Il referente della strategia avrà, altresì, il compito di supportare l'AdG per assicurare i rapporti e la collaborazione con la Rete Rurale Nazionale e con la Sezione Comunicazione Istituzionale della Regione Puglia nell'ottica del coordinamento, dell'omogeneità e della complementarietà come modalità integrata di rappresentazione del ruolo dell'Unione Europea nelle politiche di coesione e di sviluppo territoriale della Regione nel suo insieme.

11. Valutazione e Monitoraggio

La Strategia di Comunicazione del CSR 2023-2027 della Regione Puglia sarà monitorata e valutata attraverso un sistema di indicatori di realizzazione e di risultato, condiviso dall'Autorità di Gestione con tutti i soggetti che saranno coinvolti nella realizzazione delle attività, sia internamente, sia con gli eventuali fornitori esterni. Gli indicatori, che potranno essere di tipo quantitativo o qualitativo, sono definiti a seconda dello strumento di comunicazione utilizzato. Le attività di comunicazione continuative saranno monitorate attraverso gli indicatori sotto riportati, mentre per i principali progetti/campagne di comunicazione sarà individuato di volta in volta un set minimo di indicatori di realizzazione e di risultato, in base agli obiettivi, al target e agli strumenti di comunicazione messi in campo.

Strumento/canale di comunicazione	Descrizione dell'indicatore	Tipo di dato	Fonte
Logo e immagine coordinata	Creazione del logo	SI/NO	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	Creazione delle declinazioni grafiche	SI/NO	
	Numero di declinazioni grafiche	Numero	
	Revisione del logo	SI/NO	
Sito web Sviluppo Rurale	N. Pagine pubblicate	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	Dati riferiti all'utenza e alla ricerca di pagine specifiche (<i>in base alla disponibilità da parte del gestore dei servizi</i>)		
Social network	N. Post pubblicati	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	N. Condivisioni	Numerico	
	N. Visualizzazioni	Numerico	
	Reazioni	Numerico	
	Follower	Numerico	
Pubblicazioni / Materiali promozionali	N. di pubblicazioni	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	N. di pubblicazioni per argomento	Descrittivo	
Convegni tecnici e seminari, webinar, eventi formativi, Comitato di Monitoraggio	N. eventi realizzati	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	N. per livello di interesse (nazionale, regionale, locale)	Descrittivo	
	N. per tema	Descrittivo	
	N. di partecipanti	Numerico	
Eventi (per il grande pubblico o per target specifici)	N. eventi realizzati	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	N. per livello di interesse (nazionale, regionale, locale)	Descrittivo	
	N. di partecipanti	Numero	
Video e prodotti multimediali	N. video	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	N. prodotti multimediali	Numerico	
	N. video per tema	Descrittivo	
Ufficio stampa	N. di comunicati stampa per tema	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale

Strumento/canale di comunicazione	Descrizione dell'indicatore	Tipo di dato	Fonte
Campagne Pubblicitarie Radio/ tv	N. di campagne realizzate	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
	Tipo di canali raggiunti (tv/radio nazionali, regionali locali)	Descrittivo	
Gadget/Merchandising	N. prodotti realizzati (per tipologia)	Numerico	Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale
Comunicazione interna	N. incontri organizzativi/formativi		Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale

A livello qualitativo la Strategia di Comunicazione sarà valutata in merito all'efficacia degli strumenti utilizzati, degli eventi realizzati in termini di chiarezza, fruibilità, qualità e completezza delle informazioni.

12. Cronoprogramma

La Strategia di Comunicazione prevede diverse fasi a seconda dell'attuazione del CSR e terrà conto di eventuali esigenze che emergeranno in corso di attuazione della stessa.

Si individuano le seguenti macro-fasi:

- **Fase avvio:** finalizzata all'attività di informazione generale per la presentazione del nuovo documento di programmazione ai potenziali beneficiari, agli stakeholders, ai media e alla comunità regionale.
- **Fase di gestione e attuazione:** finalizzata a garantire l'informazione costante circa i bandi, le procedure da seguire, l'aggiornamento del programma, i lavori del Comitato di Monitoraggio, verso il pubblico generale, i media, gli stakeholders, i potenziali beneficiari, i beneficiari effettivi.
- **Fase di conclusione:** finalizzata all'attività di informazione per pubblicizzare e promuovere i risultati ottenuti nel corso del quinquennio.

13. Budget

Il budget messo a disposizione per le attività di comunicazione rientrano nel budget complessivo dell'Assistenza Tecnica 2023-2027. In questa fase di previsione di spesa il budget è ipotizzato pari a 1.200.000,00 euro.