



REGIONE
PUGLIA



PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) REGIONE PUGLIA 2014 – 2020

*Decisione n. C (2015) 8412 del 24 novembre 2015
Decisione di modifica n. C(2017)499 del 25 gennaio 2017*

PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2017

Reg. UE 808/2014 art. 13 – Allegato III

Sommario

1. INTRODUZIONE	3
2. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2017	3
3. DESTINATARI	5
4. ATTIVITÀ E STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE.....	7
5. VALUTAZIONE.....	12
6. MONITORAGGIO.....	12
7. BUDGET.....	13

1. Introduzione

Il presente documento delinea le attività di comunicazione per l'annualità 2017, relative al Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 della Regione Puglia (adottato dalla Commissione Europea con decisione C (2015) 8412 del 24 novembre 2015 e modificato con decisione C (2017) 499 del 25/01/2017). Il piano è predisposto in linea con i principi e gli obiettivi indicati 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 2017

Le attività di comunicazione e informazione per l'annualità 2017 sono pianificate, in particolare, per la seconda fase del PSR Puglia 2014-2020. Esse, pertanto, in parte saranno il logico proseguimento delle attività avviate nel 2016, dall'altro saranno nuove e innovative.

Da un lato, si metteranno a sistema le azioni e gli strumenti di comunicazione progettati, realizzati e/o in corso di realizzazione sulla base del piano 2016:

- sarà ideato un piano di digital marketing finalizzato ad individuare e monitorare costantemente i bisogni della domanda, per facilitarne gli scambi in modo innovativo, costruendo una relazione diretta e duratura con i vari target, che consenta di ottimizzare la comunicazione digitale e rendere il sito interessante per i motori di ricerca integrando tutti i canali di comunicazione;
- proseguiranno le iniziative legate alla diffusione e conoscenza del PSR 2014-2020, attraverso azioni di informazione e promozione relative ai singoli bandi di Misura/sottomisura/operazione.

Dall'altro, a partire dal 2017, per ciascuna annualità, il piano sarà costruito intorno ad una priorità del PSR, attivando sia azioni di approfondimento e di fidelizzazione sia azioni di networking. Il tema del 2017 sarà il biologico e la diversificazione, in continuità con la scelta di Rete Rurale Nazionale, con la quale la Regione Puglia realizzerà progetti pilota dedicati alle giovani generazioni, nell'ambito del programma *Rural4learning*.

Tali azioni pilota si inseriscono in un progetto di *governance* multilivello, basata sulla collaborazione tra attori dello sviluppo rurale e sistema universitario, al fine di:

- Favorire la sensibilizzazione dei giovani sul valore del patrimonio agricolo e forestale e sulla possibilità di contribuire con competenze specialistiche a rendere il settore agricolo attrattivo e concorrenziale;
- Comunicare lo sviluppo rurale e le opportunità dei fondi europei alle nuove generazioni;
- Sperimentare un modello per valorizzare le competenze professionali, basato sulla cooperazione tra sistema dell'istruzione e mondo del lavoro.

Obiettivo prioritario del piano resta migliorare la consultazione, la partecipazione e il dialogo tra i soggetti, così da ridurre la distanza tra istituzioni e cittadini. A tal fine, si attueranno strumenti che favoriscono il coinvolgimento attivo delle comunità locali, quali concorsi fotografici e video con la tecnica della storytelling, che consentano di avere una banca dati a supporto del materiale di comunicazione ed informazione rispondente al ricco patrimonio rurale regionale raccontato con gli occhi e la voce dei protagonisti del territorio.

Si utilizzerà, pertanto, 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.

3. Destinatari



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 2017 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 tabelle¹:

BRAND IMAGE	Finalità	Avere materiale promozionale e informativo che consolidi l'immediato riconoscimento del programma, delle sue attività e dei suoi obiettivi.
	Strumenti	<p>In attuazione dell'immagine coordinata ideata nel 2016 si procederà alla stampa in quadricromia di materiale di informazione e gadget</p> <ul style="list-style-type: none"> - cartelline personalizzate con alette fustellate - block notes A4 personalizzati a righe - altri materiali informativi: manifesti e flyer per convegni/seminari - gadget: <ul style="list-style-type: none"> o penne USB (personalizzazione grafica e di contenuto con file multimediale della guida) o penne ad inchiostro personalizzate/matite o adesivi o calendario personalizzato o cartoline o shopper personalizzate in tela o cappelli, t-shirt
	Target	Pubblico, beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder
	Budget	€ 15.000,00
	Modalità attuative	Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016

COMUNICAZIONE DIGITALE	Finalità	Facilità di accesso alle informazioni; migliore diffusione della documentazione (bandi, determine, graduatorie, notizie, etc); personalizzazione dei messaggi in funzione delle specifiche esigenze e caratteristiche dei target
-------------------------------	-----------------	--

¹ cfr Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità PSR Puglia 2014-2020 – sez. 8

	Strumenti	<p>Sito web</p> <ul style="list-style-type: none"> - piano di digital marketing - ingegnerizzazione del sito: programmazione, sviluppo e ottimizzazione per dispositivi mobili - popolamento del sito: inserimento di contenuti e aggiornamento quotidiano del sito <p>Social network</p> <ul style="list-style-type: none"> - gestione e aggiornamento quotidiano dei canali social attraverso la gestione del calendario editoriale, inteso come insieme dei contenuti da veicolare sui Social Network, gestito secondo due modalità: <ul style="list-style-type: none"> o elaborazione e inserimento manuale dei contenuti ('post') sulla base delle specifiche e contingenti esigenze del momento o pianificazione programmata del palinsesto editoriale, derivante dalla programmazione concertata con le varie strutture coinvolte nei processi di comunicazione del POR Puglia. gestione, aggiornamento e monitoraggio quotidiano dei canali social - monitoraggio dei canali strumenti social attraverso specifici strumenti software in grado di acquisire, elaborare e generare reportistica e informazioni utili per implementare il palinsesto editoriale
	Target	Tutti
	Budget	€ 10.000,00
	Modalità attuative	Procedure di affidamento ai sensi del D. lgs. 50/2016 Personale interno

CAMPAGNA DI PROMOZIONE	Finalità	È finalizzata all'attività di informazione generale per comunicare le opportunità di utilizzo del PSR e i vantaggi concreti generati. 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.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - Concorso fotografico per realizzare una banca dati sul tema della realtà rurale, per cogliere i mille volti del mondo agricolo, da poter utilizzare in occasione di tutte le attività/strumenti/eventi di comunicazione del PSR e da valorizzare anche con azioni di comunicazione e materiale promozionale ad hoc - video con la tecnica della storytelling che mettano in luce l'impatto degli interventi realizzati da rendere disponibile sul sito e presentare ad ogni evento - spot radio - inserzioni pubblicitarie per emittenti radiofoniche regionali e locali format da 30"/15", da pianificare mediante un'attenta attività di media planning basata su ascoltatori individuati - publiredazionali - inserzioni pubblicitarie per stampa regionale e locale - cartellonistica (affissioni manifesti) nei punti d'ingresso e di maggior transito turistico (porti, aeroporti e ferrovie) - studio ed attuazione di tecniche e modalità di promozione del PSR attraverso la valorizzazione dei prodotti di qualità
	Target	Pubblico (cittadini, turisti), media
	Budget	€ 100.000,00
	Modalità attuative	Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs 50/2016 Personale interno

PUBLIC RELATION	Finalità	Rafforza il rapporto tra destinatari e attuatore del Programma, crea vicinanza e fidelizza i destinatari e i beneficiari, potenziali ed effettivi.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - Attivazione dello sportello informativo (<i>local point</i> sede Dipartimento Agricoltura, Sviluppo Rurale e Ambientale) - attivazione del <i>digital point</i> e servizio mailing - newsletters periodiche

		<ul style="list-style-type: none"> - interazione con UE, Rete Rurale Europea e Rete Rurale Nazionale - redazione di comunicati stampa (da inviare ai media regionali e locali: giornali, riviste, TV e radio)
COMITATO DI SORVEGLIANZA	Finalità	Valuta l'attuazione del PSR e i progressi compiuti. Esprime pareri su eventuali modifiche. Esamina tutti gli aspetti che incidono sull'efficacia del programma
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - riunioni periodiche
	Target	Beneficiari (reali e potenziali), Stakeholders, Altre amministrazioni
	Budget	€ 20.000,00
	Modalità attuative	<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>

INFORMAZIONE, FORMAZIONE E ANIMAZIONE	Finalità	Rafforzare il messaggio da veicolare ai destinatari, sulla base di una maggiore personalizzazione degli strumenti di comunicazione.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - Animazione territoriale: road show itinerante in relazione ai bandi in uscita - seminari per la formazione interna presso le sedi provinciali (in presenza e in videoconferenza) - seminari di approfondimento sulle Misure, in relazione ai bandi in uscita (n. 2) - workshop tematici in relazione ai bandi in uscita (n.2)
	Target	Beneficiari potenziali, personale struttura interna
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione ad eventi organizzati da terzi: Fiera internazionale dell'agricoltura di Foggia – giornata nazionale della biodiversità - evento best practice in cui dare visibilità e raccontare le esperienze italiane ed europee di particolare spicco

	Target	Pubblico, beneficiari potenziali
	Strumenti	<p>- Azioni pilota con Rete Rurale nell'ambito del progetto Rural4Learning:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rural4Istruzione superiore: Progettazione, di percorsi formativi, che prevedono study visit giornaliere presso realtà produttive e aziendali, finalizzati ad avvicinare il sistema scolastico al mondo del lavoro, ad offrire agli studenti concrete esperienze di alternanza scuola lavoro in linea con la L. 13/07/15 (La Buona Scuola) e a valorizzare l'impegno e la progettualità di chi opera e lavora in agricoltura. 2. Rural4Istruzione universitaria: Realizzazione di un'iniziativa pilota su temi d'interesse connessi allo sviluppo rurale (agricoltura sostenibile, agricoltura biologica, innovazione in ambito agricolo e rurale) per a) proporre agli studenti e ai docenti universitari il format Rural4learning che prevede formazione online, esperienza sul campo (visite aziendali e incontri con portatori d'interesse), laboratorio (studio e analisi critica di uno o più casi studio e creazione di una video-lezione per altri discenti) e consulenza aziendale; b) adattare il metodo e gli strumenti alle specifiche esigenze dei beneficiari e c) creare un modello di formazione replicabile a livello regionale.
	Target	Pubblico (studenti universitari e degli istituti tecnici)
	Budget	€ 250.000,00
	Modalità attuative	<p>Personale interno</p> <p>Procedure di affidamento ai sensi del d. lgs. 50/2016 per l'acquisizione di beni, servizi e forniture</p>

CUSTOMER SATISFACTION	Finalità	Valuta l'efficacia, l'efficienza e l'adeguatezza degli strumenti utilizzati sì da migliorare il servizio nel corso dell'attuazione del PSR
	Strumenti	Questionario di customer satisfaction da somministrare e elaborazione dati di rilevazione gradimento desunti dal sito istituzionale
	Target	Beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, stakeholder
	Budget	€ 5.000,00
	Modalità attuative	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.

7. Budget

Attività	Costo (€)
1. Brand image	15.000,00
2. Comunicazione digitale	10.000,00
3. Campagna di promozione	100.000,00
4. Public relation	20.000,00
5. Informazione, formazione e animazione	250.000,00
6. Customer Satisfaction	5.000,00
Totale	400.000,00
IVA (22%)	88.000,00
Totale complessivo	488.000,00