



Regione Lazio

Programmazione Fondi

SIE 2014-2020

Attività di comunicazione

1. La Programmazione unitaria delle attività di comunicazione

Fondi SIE 2014-2020

1.1 Il quadro di riferimento

Per la programmazione 2014-2020 dei Fondi SIE la Regione Lazio punta su un disegno strategico unitario, integrato e incentrato su "45 azioni cardine"¹, che traducono in azioni concrete a favore di cittadini, associazioni, imprese e istituzioni le priorità di intervento per uno sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo.

Si tratta di una novità per la Regione Lazio, che ha pertanto adeguato la *governance* per la gestione dei Programmi Operativi dotandosi di una "Cabina di Regia per l'attuazione delle politiche regionali ed europee" (vedi Direttiva del Presidente della Regione n. 2/2015, che aggiorna e integra la precedente Direttiva n. 4/2013).

La Cabina di Regia ha tra i suoi obiettivi *"assicurare un disegno di comunicazione organico attraverso la definizione di una Strategia di Comunicazione Unitaria riferita all'intero impianto programmatico finanziato con i Fondi SIE e con le altre risorse finanziarie ordinarie e/o aggiuntive"*, nonché *"predisporre gli strumenti utili a garantire, attraverso diversi canali, il maggiore e più facile accesso alle opportunità offerte dalla programmazione regionale unitaria, con particolare riguardo a quelle offerte dai Fondi SIE e dai Fondi UE a gestione diretta"*.

Il presente documento descrive sinteticamente la Strategia di Comunicazione Unitaria, rinviando a successive implementazioni il dettaglio delle attività e tenendo conto del quadro generale definito dalla regolamentazione comunitaria vigente per il periodo di riferimento, con particolare riferimento a obiettivi generali e gruppi target.

1.2 Obiettivi della programmazione unitaria

Il Regolamento n. 1303/13 (art. 115) stabilisce che le Strategie di Comunicazione dei Programmi Operativi devono essere finalizzate a:

- Pubblicizzare presso i cittadini il ruolo e le realizzazioni della politica di coesione mediante azioni di informazione e comunicazione sui risultati e sull'impatto dei Programmi Operativi e delle operazioni;
- Informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento, con particolare riferimento alle procedure di accesso.

Nel contesto della regia unitaria delle azioni di comunicazione e informazione sui Fondi SIE è possibile enunciare i seguenti obiettivi specifici:

¹ Le azioni cardine della programmazione regionale unitaria sono state dapprima individuate nel documento "Linee di indirizzo per un uso efficiente delle risorse finanziarie destinate allo sviluppo 2014-2020" - approvato con deliberazione del Consiglio Regionale del 10/04/2014, n. 2 - che costituisce il quadro di sintesi del processo di pianificazione e programmazione per lo sviluppo intelligente, sostenibile e inclusivo per il medio-lungo periodo che interseca la vision di crescita e progresso sociale del più ampio programma di governo, e poi ulteriormente specificate nel documento "Con L'Europa, il Lazio cambia e riparte. 45 progetti per lo sviluppo, il lavoro e la coesione sociale" scaricabile sul portale Lazio Europa all'indirizzo: http://www.lazioeuropa.it/45_progetti_per_il_lazio-3/.

- Promuovere un'informazione ampia e trasparente sulle opportunità offerte dalla Regione Lazio nel contesto della programmazione 2014-2020 dei Fondi SIE;
- Rafforzare l'immagine della Regione Lazio come ente che programma e mette in opera strategie per la crescita, la competitività e l'occupazione in un quadro di sostenibilità ambientale e inclusione sociale;
- Evidenziare il valore aggiunto delle Politiche di Coesione e l'impatto dei Fondi SIE sullo sviluppo del territorio;
- Diffondere un'immagine coordinata e un messaggio unificante che favoriscano la riconoscibilità delle informazioni relative al Programma Unitario;
- Promuovere la partecipazione e la cittadinanza attiva a partire dall'offerta di informazioni tempestive e trasparenti sull'impiego delle risorse per la crescita del territorio.

1.3 Approccio della programmazione unitaria

Come già accennato, per la prima volta la Regione Lazio persegue una Strategia Unitaria per l'utilizzo ottimale dei Fondi Strutturali, individuando nella Cabina di Regia l'istanza di riferimento per il coordinamento e la supervisione delle iniziative.

Tale impostazione si applica anche alle iniziative di comunicazione e informazione, la cui attuazione ricade in ogni caso sotto la diretta responsabilità delle Autorità di Gestione di ciascun Programma Operativo (FESR, FSE e FEASR).

Pertanto, la Cabina dovrà garantire innanzitutto la coerenza e l'organicità delle Strategie di Comunicazione relative ai singoli Programmi, per quanto riguarda sia il messaggio generale sia lo stile comunicativo; in secondo luogo dovrà definire le azioni informative relative ai progetti cofinanziati da più Fondi nell'ambito della programmazione unitaria e integrata, vale a dire le "45 azioni cardine".

Nella definizione, nella programmazione e nello svolgimento delle azioni a regia unitaria si terrà conto delle connessioni con le attività di comunicazione definite nel contesto del Piano di Rafforzamento Amministrativo (PRA), in quanto mirate a razionalizzare, modernizzare e aumentare la qualità del servizio pubblico in termini di efficienza, di orientamento al servizio e di trasparenza nell'azione della Pubblica Amministrazione.

Infine, la Strategia Unitaria prediligerà modalità di attuazione integrate, intendendo con ciò:

- Integrazione e coordinamento tra la Cabina di Regia, le Autorità di Gestione dei singoli Programmi Operativi e i soggetti incaricati dell'attuazione delle azioni;
- Integrazione con i partner istituzionali ed economico-sociali, che fungono da "moltiplicatori" dei messaggi e sono in grado di rivolgersi ai potenziali beneficiari in modo diretto;
- Integrazione tra più strumenti, in funzione delle caratteristiche e dei fabbisogni informativi dei destinatari, nonché dello stato di avanzamento delle azioni.

1.4 Destinatari

La Strategia Unitaria di Comunicazione si rivolge ai gruppi bersaglio individuati dalla regolamentazione vigente: potenziali beneficiari, beneficiari e grande pubblico, ai quali si aggiungono i “soggetti moltiplicatori”.

I **potenziali beneficiari** delle azioni cofinanziate dai Fondi SIE (soggetti pubblici e privati) sono i destinatari delle informazioni sulle opportunità disponibili e sulle modalità di accesso ad esse.

I **beneficiari**, ossia i soggetti che hanno avuto accesso ai benefici e alle agevolazioni, hanno differenti esigenze in termini di informazione e supporto; in breve, dovranno essere accompagnati durante la gestione dei progetti, in particolare per quanto riguarda procedure, scadenze e obblighi di pubblicità del cofinanziamento comunitario ricevuto.

Il **grande pubblico**, vale a dire i cittadini del Lazio. Nel più ampio contesto della programmazione integrata 2014-2020 si prevede di coinvolgerli e informarli sull'avanzamento dei Programmi Operativi, sulle realizzazioni e sull'impatto delle operazioni (ad es., grazie all'apertura di nuovi servizi).

Ulteriori segmentazioni all'interno dei gruppi target di riferimento potranno essere definite in corso d'opera, nel quadro delle indicazioni formulate dalla Cabina di Regia e tenuto conto delle azioni progettate all'interno del Piano di Rafforzamento Amministrativo.

Infine **soggetti moltiplicatori**, quindi tutte le Organizzazioni e/o Enti che insistono su un territorio e hanno relazioni con i diversi target di potenziali beneficiari.

In proposito, si ricorda che l'All. XII (punto 2.1.3) del Reg. n. 1303/2013 prevede che la Strategia di Comunicazione associ alle attività **altri soggetti e organizzazioni**, allo scopo di promuovere l'effetto moltiplicatore della diffusione di informazioni in un quadro di crescente trasparenza e partecipazione, con il risultato ulteriore di avvicinarli alle istituzioni locali e comunitarie.

1.5 Strumenti e azioni

Poiché le azioni sono progettate e gestite dalle Autorità di Gestione dei singoli Programmi Operativi all'interno delle rispettive Strategie di Comunicazione, la Strategia Unitaria tenderà innanzitutto a garantire la coerenza complessiva di stili, messaggi e contenuti, nonché a evitare sovrapposizioni temporali. Inoltre la Strategia Unitaria ha l'importante obiettivo di valorizzare tutti i punti in comune delle azioni dei Fondi (vedi “45 azioni cardine”) per rendere evidenti i valori ed i vantaggi per i beneficiari e i territori del programma 2014-2020.

La promozione delle “45 azioni cardine” rappresenta infatti una priorità nella presente Strategia. Da un punto di vista logico le attività possono essere divise nelle seguenti fasi:

1. **Pubblicità e promozione:** comprende l'analisi del fabbisogno informativo con il coinvolgimento attivo dei potenziali beneficiari e del partenariato, la creazione di reti e collaborazioni con soggetti attivi sul territorio per moltiplicare i canali di comunicazione, la diffusione di informazioni sulle opportunità, e in particolare sulle modalità di accesso e sui risultati attesi;

2. **Pubblicità e accompagnamento dei beneficiari:** il focus si sposta sull'informazione ai beneficiari, per metterli in grado di adempiere a regole e scadenze fissate dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale, compresi gli obblighi di pubblicità e visibilità;
3. **Diffusione dei risultati e prospettive:** i progetti finanziati si avviano alla conclusione, permettendo di valutare l'impatto delle operazioni sul territorio, nonché di avviare con i partner e con la cittadinanza la discussione sulle prospettive delle politiche per lo sviluppo regionale.

In coerenza con le indicazioni formulate nelle Strategie di Comunicazione dei singoli Programmi Operativi, si farà ricorso a un mix di strumenti e azioni, in grado di raggiungere in modo efficace i destinatari, che comprenderà:

- Campagne pubblicitarie;
- Comunicazione via internet;
- Attività editoriale e stampa;
- Eventi pubblici.

Per garantire un uso corretto di tutti i loghi su materiali e campagne unitarie, verrà realizzato un manuale che conterrà tutte le indicazioni tecniche necessarie

Di seguito vengono descritte alcune azioni qualificanti a regia unitaria, vale a dire in grado di coprire l'intero spettro della programmazione integrata 2014-2020 della Regione Lazio.

1.5.1 Numero verde e sportelli informativi (informazione, consulenza, orientamento)

Sulla base delle esperienze nelle precedenti programmazioni, si prevede di consolidare il sistema di informazione, consulenza e orientamento. Come già in passato, il numero verde fornirà sia informazioni di carattere generale, per orientare l'utenza sulle opportunità disponibili nell'ambito dei Fondi Strutturali (primo livello), sia mirata e specifica (secondo livello), eventualmente riferendo l'utente alle strutture direttamente coinvolte.

La rete di sportelli informativi diffusi nel territorio, già utilizzata nelle passate programmazioni, sarà ulteriormente qualificata nel suo ruolo di guida per beneficiari e cittadini. In proposito, si ricorda che una delle "45 azioni cardine" (Spazio Attivo) definisce il ruolo delle strutture diffuse nelle cinque province del Lazio e incaricate di offrire una gamma di servizi integrati, dei quali l'informazione e la pubblicità rappresentano solo una parte.

Anche in questi luoghi, come in generale nei diversi punti territoriali di accesso ai servizi regionali di informazione e assistenza sulle opportunità di finanziamento offerte dai Fondi SIE e dai Fondi europei a gestione diretta denominati "Sportello Europa", sarà possibile ottenere informazioni e materiali informativi (brochure, vademecum, guide, pieghevoli).

Inoltre, allo scopo di rendere capillare la diffusione delle informazioni sul territorio regionale, si prevede di attivare collaborazioni e sinergie con soggetti, enti locali e reti già esistenti e dedicate all'informazione sulle opportunità offerte dall'Unione Europea.

In particolare, senza escludere ulteriori collaborazioni, si prevede di coinvolgere i Centri Europe Direct, la Rappresentanza della Commissione Europea e l'Ufficio del Parlamento Europeo per l'Italia.

Inoltre, si ricercheranno sinergie con analoghi strumenti d'informazione al pubblico già attivati dalla Regione, come lo **Sportello Kyoto** (che assiste privati ed enti locali sui temi connessi alla riduzione delle emissioni, all'efficienza energetica e alla produzione di energie rinnovabili) e **SprintLazio**, lo sportello regionale per l'internazionalizzazione delle Pmi della nostra regione.

Pubblicità dell'iniziativa

Si prevede di effettuare una campagna pubblicitaria per il lancio del numero verde e dei servizi offerti, utilizzando spot su emittenti radio e televisive locali, inserzioni sui quotidiani e giornali locali e nazionali, siti web e social network.

Call Center e CRM

Il numero verde offrirà un contatto immediato con personale esperto, qualificato e formato sulle agevolazioni e sulle procedure del tre Fondi, che potrà svolgere anche un lavoro di accoglienza "face to face". Si prevede di integrare il servizio con un CRM dedicato per gestire la raccolta sistematica di informazioni e i contatti con l'utenza. Tale sistema permette di ottimizzare tempi e metodi di lavoro del front desk attraverso l'archiviazione delle informazioni ricavate dai contatti (diretti, per e-mail o telefonici) con l'utenza, nonché la produzione di dati in grado di esprimere dettagliatamente le caratteristiche del servizio erogato e le aree di maggiore interesse per gli utenti.

Il CRM permette diversi livelli di profilazione dell'utenza (da semplice cittadino a beneficiario) e facilita così la segmentazione dei gruppi di utenti, ai quali possono essere inviate (essenzialmente per posta elettronica) informazioni in modo mirato e dunque più efficace.

Caselle di posta elettronica dedicate

Per offrire al pubblico un ulteriore canale informativo, come nella passata programmazione si prevede di aprire alcune caselle di posta elettronica, attraverso le quali beneficiari e potenziali beneficiari potranno ricevere risposte a quesiti puntuali (ad es. sulla modalità di presentazione delle domande o sull'avanzamento delle pratiche). Le risposte alle domande più frequenti (FAQ), di maggiore interesse per i beneficiari e i potenziali beneficiari, saranno raccolte e pubblicate sul sito internet dedicato al Programma.

1.5.2 Portale Lazio Europa

Il portale Lazio Europa (www.lazioeuropa.it), online dal 2014, conterrà tutte le informazioni sui Programmi Operativi cofinanziati dai Fondi SIE nel Lazio: notizie, avvisi pubblici, modulistica, scadenze ed eventi pubblici, nonché materiali relativi all'attuazione dei Programmi (Attuazione, Valutazione, Sistema di gestione e controllo, Comitato di sorveglianza, Tavoli di partenariato, eventuali riprogrammazioni), nonché informazioni sulla programmazione 2014-2020 della Regione Lazio e normativa regionale, nazionale e comunitaria; inoltre, sezioni ad hoc potranno essere dedicate all'illustrazione di best practice e ad altri programmi cofinanziati dai Fondi SIE (ad esempio INTERREG IVC).

Il Portale web sarà la porta d'ingresso alle procedure online attivate per la partecipazione agli Avvisi Pubblici, con accesso riservato a soggetti identificati tramite nome utente e password. In particolare, sarà pubblicata documentazione di supporto che fornirà indicazioni chiare ed esaurienti sulle

condizioni di ammissibilità per poter beneficiare dei finanziamenti, descrivendo le procedure d'esame delle domande di finanziamento e i criteri di selezione delle operazioni da finanziare. Inoltre, saranno indicate le strutture e le persone di riferimento.

Si prevede anche di sviluppare strumenti di assistenza informativa e informatica nonché video-tutorial, per proporre un'informazione più diretta e semplificata (infografiche).

Il sito si presenterà perciò come uno strumento che potrà essere utilizzato a diversi livelli (cittadini, potenziali beneficiari e beneficiari, enti locali e strutture regionali).

Nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento n. 1303/2013, il sito conterrà:

- Modelli in formato elettronico per facilitare l'adempimento dei requisiti UE di visibilità (Allegato XII, punto 3.2.2.), in particolare rispetto al nuovo obbligo per i beneficiari di esporre un poster con informazioni relative al progetto;
- L'elenco delle operazioni come previsto dal Regolamento n. 1303/2013 (art. 115, par. 2 e Allegato XII)².

Per ampliarne la fruibilità, il sito sarà consultabile ovviamente anche attraverso più dispositivi (non solo PC ma anche tablet e smartphone) e utilizzando le potenzialità di strumenti come codici QR e app di social network e instant messaging. Come già accennato, si prevede di attivare specifiche modalità di informazione per le persone con disabilità, secondo gli standard di accessibilità previsti dalla legge.

Inoltre, il portale sarà anche utilizzato per promuovere la partecipazione dei portatori d'interesse attraverso consultazioni pubbliche, valorizzando l'esperienza di quanto già realizzato nel 2014 dal POR FESR attraverso il sito partenariato.porfesr.lazio.it, dal POR FSE attraverso il sito www.lazioidee.it e dal PSR FEASR attraverso il sito www.agricoltura.regione.lazio.it/psr

Infine, nell'ambito della comunicazione via web si cercheranno collaborazioni e sinergie con altri siti dedicati ai temi dello sviluppo regionale e delle Politiche di Coesione, come ad esempio il sito dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione (<http://www.laziointernational.it>).

1.5.3 Campagne informative

Le campagne pubblicitarie saranno programmate in momenti rilevanti della fase di attuazione quali il lancio della Programmazione Unitaria, di nuovi servizi (es., Spazio Attivo con lo sportello LazioEuropa) e di consultazioni pubbliche, l'organizzazione degli eventi annuali e dell'evento di chiusura, la diffusione di informazioni inerenti iniziative e progetti significativi nonché dati relativi all'attuazione dei Programmi Operativi e ai risultati conseguiti.

Per la realizzazione delle campagne pubblicitarie si prevede di utilizzare spot su emittenti radio e televisive, cartellonistica su strada, manifesti su autobus e uffici pubblici, realizzazione di targhe permanenti (in ossequio alla normativa regolamentare), inserzioni su giornali, redazionali, internet e

² L'Accordo di Partenariato (sez. 4.2) prevede che il portale Open Coesione assicurerà la pubblicazione, con cadenza bimestrale e in formato aperto, dei dati del Sistema nazionale di monitoraggio unitario sui singoli progetti relativi a tutti i programmi cofinanziati dai Fondi SIE, nonché i programmi complementari alla Politica di coesione dell'UE, assumendo così il ruolo di portale unico nazionale e garantendo pertanto la disponibilità dei contenuti richiesti dall'Allegato XII al Regolamento (UE) 1303/2013. L'Autorità di Gestione potrà riutilizzare le informazioni pubblicate su Open Coesione facendo uso degli appositi widget messi a disposizione sul portale nazionale per visualizzare automaticamente sui propri siti istituzionali specifici contenuti (ad es., gli elenchi delle operazioni).

social media.

Inoltre saranno realizzati e distribuiti pieghevoli e materiali divulgativi adattati ai diversi pubblici, ad esempio, nel caso un pubblico giovane e poco interessato agli aspetti 'tecnici' delle agevolazioni e dei bandi, lo stile sarà semplice e immediato, mentre il contenuto sarà centrato sull'Unione Europea e sui benefici delle Politiche di Coesione per i cittadini. L'attività divulgativa generale sarà specificatamente compito della comunicazione unitaria.

Modalità organizzative e contenuti saranno adattati alle diverse esigenze delle popolazioni scolastiche, secondo le rispettive fasce di età. Per gli studenti più giovani (scuole elementari e medie) si ipotizzano azioni di informazione e sensibilizzazione sul funzionamento delle istituzioni comunitarie, sui valori e sulla cittadinanza europea e sull'importanza dell'appartenenza all'Unione Europea.

Per le scuole superiori e le università si punterà invece a un'azione informativa sulle opportunità (formative e professionalizzanti, ma anche con potenziali sbocchi verso la nascita di nuova imprenditoria) offerte dai Programmi Operativi cofinanziati dai Fondi SIE. Gli eventi organizzati nelle scuole e nelle università, in collaborazione con le istituzioni competenti, rappresenteranno comunque un'opportunità per sensibilizzare le giovani generazioni sulle sfide cui le strategie comunitarie (Europa 2020 in primis) sono tese a dare risposte.

1.5.4 Eventi e seminari

Nel contesto della programmazione unitaria gli eventi pubblici rappresentano momenti di informazione e dialogo tra addetti ai lavori, beneficiari e altri portatori di interesse, in grado di stimolare la partecipazione e promuovere una maggiore consapevolezza riguardo al ruolo delle Politiche di Coesione, consapevolezza e conoscenza che promuove la diffusione delle informazioni.

Si prevede pertanto di organizzare almeno:

- un evento di lancio della programmazione 2014-2020, al quale parteciperanno rappresentanti istituzionali a livello regionale, nazionale e comunitario;
- un evento informativo annuale, con l'obiettivo di informare l'opinione pubblica sull'avanzamento dei Programmi, con particolare riguardo ai progetti più significativi;
- un evento di chiusura, per presentare e discutere i risultati ottenuti, in termini di spesa ma soprattutto di realizzazioni fisiche. L'evento rappresenterà un'ulteriore occasione per esaminare il valore aggiunto apportato dalle Politiche di Coesione allo sviluppo territoriale del Lazio;
- partecipazione a fiere e mostre di rilevanza locale, nazionale e internazionale, con spazi dedicati al servizio di informazione e orientamento che fa capo al numero verde e alla rete di sportelli informativi.
- assemblee e incontri pubblici, aperti ai cittadini e ai portatori d'interesse, con l'obiettivo non solo di informare i soggetti coinvolti, ma anche di raccogliarne idee, sollecitazioni, proposte.

Le attività saranno definite in sede di Cabina di Regia, mentre la progettazione e l'attuazione saranno curate dal Responsabile unico (vedi il paragrafo seguente) e dalle Autorità di Gestione dei Programmi Operativi.

1.6 Organizzazione e governance

Le attività di comunicazione dei tre Fondi fanno riferimento al quadro unitario e integrato della programmazione 2014-2020 dei Fondi SIE.

La Direttiva del Presidente della Regione n. 2/2015, che aggiorna e integra la Direttiva n. 4/2013 di istituzione della "Cabina di Regia per l'attuazione delle politiche regionali ed europee", è finalizzata tra l'altro ad assicurare un disegno di comunicazione organico attraverso la definizione di una Strategia di Comunicazione Unitaria riferita all'intero impianto programmatico finanziato con i Fondi SIE e con le altre risorse finanziarie ordinarie e/o aggiuntive, e a predisporre gli strumenti utili a garantire, attraverso diversi canali, il maggiore e più facile accesso alle opportunità offerte dalla programmazione regionale unitaria, con particolare riguardo a quelle offerte dai Fondi SIE e dai Fondi UE a gestione diretta.

La Direttiva, oltre alle componenti politica e tecnico-amministrativa della Cabina di Regia, individua le figure coinvolte nell'attuazione della Strategia di Comunicazione e in particolare:

- Il responsabile unico dell'informazione e della comunicazione cui è affidato il compito di garantire la predisposizione e l'attuazione di una Strategia unitaria di comunicazione dei programmi e degli interventi finanziati con le risorse della programmazione unitaria;
- L'Area "Programmazione economica" della Direzione Regionale "Programmazione economica, bilancio, demanio e patrimonio" che, tra le altre attività, coordina quelle di organizzazione e animazione di punti territoriali di accesso ai servizi di informazione e assistenza sulle opportunità di finanziamento offerte dai Fondi SIE e dai Fondi Europei a gestione diretta, nonché la produzione di contenuti e servizi offerti sul sito internet www.lazioeuropa.it.

Con apposita deliberazione, la Giunta regionale designerà il responsabile unico dell'informazione e della comunicazione che sarà responsabile dell'attuazione delle iniziative di comunicazione relative alle "45 azioni cardine" della programmazione unitaria della Regione Lazio per il periodo 2014-2020 e curerà la supervisione delle azioni di comunicazione garantendo la coerenza di messaggi e stili tra le Strategie di Comunicazione dei diversi Fondi (FESR, FSE, FEASR).

Infine, i compiti e le responsabilità dell'Autorità di Gestione dei diversi Fondi sono definite dal Regolamento. N. 1303/2013 (art. 111, 115, 116, Allegato XII).

1.7 Monitoraggio e valutazione

La presente Strategia unitaria sarà oggetto di valutazione in termini di efficacia, efficienza e pertinenza delle attività, permettendo al responsabile unico dell'informazione e della comunicazione, e alla Cabina di Regia nel suo complesso, di verificare periodicamente l'avanzamento delle azioni, e in particolare il raggiungimento degli obiettivi. Non meno importante in questo contesto il monitoraggio, sotto forma di raccolta e analisi di dati e informazioni utili alla gestione e per eventuali revisioni o aggiustamenti in corso d'opera.

Il responsabile unico dell'informazione e della comunicazione, di concerto con la Cabina di Regia, provvederà a definire specifiche tavole di indicatori quantitativi e qualitativi, tenendo conto di quelli già definiti nelle singole Strategie di comunicazione dei tre Fondi SIE e descritti nei capitoli 2, 3 e 4.

1.8 Budget

L'ammontare delle risorse finanziarie a disposizione per le attività di comunicazione a regia unitaria è stato determinato tenendo conto da una parte del peso della dotazione dei singoli Programmi Operativi rispetto al totale della programmazione 2014-2020, e dall'altra del peso del budget per le attività di comunicazione all'interno di ciascun Programma.

La tabella che segue presenta in valori assoluti la dotazione finanziaria dei Programmi Operativi e delle risorse riservate all'attuazione delle rispettive Strategie di Comunicazione.

	Dotazione programma	Dotazione comunicazione
FESR	€ 913.065.194	€ 8.008.000
FSE	€ 902.534.714	€ 4.000.000
FEASR	€ 780.066.000	€ 2.925.248
Totale Fondi SIE	€ 2.595.665.908	€ 14.933.248

Per determinare il contributo di ciascun Fondo alle azioni di comunicazione a Regia Unitaria è stato utilizzato un fattore di ponderazione, che mette in relazione gli importi totali sopra riportati. Il totale delle risorse assegnate alle attività di comunicazione a Regia Unitaria risulta dalla somma dei contributi di ciascun Fondo.

	Dotazione programma (A) - % sul totale	Dotazione comunicazione (B) - % sul totale	Fattore di ponderazione per il finanziamento della comunicazione unitaria - (C) = (A)x0,6 + (B)x0,4	Contributo assoluto alla comunicazione unitaria
FESR	35,2%	53,6%	42,6%	€ 2.127.802
FSE	34,8%	26,8%	31,6%	€ 1.578.842
FEASR	30,1%	19,6%	25,9%	€ 1.293.356
Totale Fondi SIE	100,0%	100,0%	100,0%	€ 5.000.000

La tabella che segue contiene la divisione per azione delle risorse che saranno utilizzate per le attività di comunicazione unitaria nell'ambito della programmazione 2014-2020.

Azioni	Comunicazione unitaria (€)
Numero verde, sportello informativo, CRM	€ 820.000
Campagne informative	€ 2.850.000
Eventi, seminari, monitoraggio	€ 1.330.000
Totale	€ 5.000.000

4. Strategia di Comunicazione del PSR Lazio 2014-2020

4.1 Il quadro di riferimento

4.1.1 Premessa

La comunicazione esterna di un Ente pubblico viene utilizzata per dialogare con tutti gli interlocutori interessati, creando un canale permanente e continuo di ascolto e confronto, ma anche di divulgazione delle attività che l'Amministrazione ha svolto e svolgerà.

L'obiettivo è sia migliorare e adeguare, di volta in volta, il servizio reso, sia far conoscere quali e quanti servizi quell'Amministrazione offre ai cittadini.

Per il raggiungimento di questi obiettivi, è ormai necessario e indispensabile, per ogni Ente pubblico, attuare un'azione di sensibilizzazione e informazione attraverso una larga diffusione del messaggio che si vuole comunicare.

Il Piano di Comunicazione è, dunque, una soluzione di coordinamento interno all'Amministrazione che permette di programmare e gestire le azioni di comunicazione per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione.

Regolata dalla Legge 142/1990 e ribadita dalla Legge 150/2000, la comunicazione istituzionale prevede, quindi, come strumento obbligatorio per la gestione e la programmazione della comunicazione amministrativa verso l'esterno, il Piano di Comunicazione (artt. 12-13 della legge 150/2000).

Alla luce di quanto sopra esposto, l'Autorità di gestione del PSR Lazio ritiene indispensabile migliorare i suoi processi di comunicazione, con i soggetti pubblici e privati, interessati al Programma di Sviluppo Rurale del Lazio anche in relazione a quanto predisposto dall'Unione Europea con il Regolamento n. 1303/2013.

Il presente Piano pluriennale – come tale – è un documento di indirizzo e deve essere considerato uno strumento in continua evoluzione. Questo, infatti, potrà essere aggiornato e integrato nel corso del periodo di programmazione, solo al fine di rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

Occorre infine tenere presente che la procedura di adozione del PSR Lazio 2014-2020 da parte della Commissione Europea deve ancora essere completata.

4.1.2 Esperienza 2007-2013

Le azioni di monitoraggio e valutazione in itinere delle attività di informazione e pubblicità sono state condotte su tre universi differenti che rappresentavano i target principali della comunicazione istituzionale:

- I beneficiari del PSR;
- I testimoni privilegiati (associazioni di categoria, ordini professionali, camere di commercio);
- I potenziali beneficiari, a loro volta distinti tra soggetti pubblici (comuni, comunità montane) e privati.

I risultati aggiornati a dicembre 2012, evidenziano i seguenti punti di forza e criticità analizzati per i tre diversi target. L'analisi sui **beneficiari** sia pubblici che privati ha rilevato una differenziazione sulla conoscenza e l'efficacia della comunicazione istituzionale in relazione sia alla localizzazione che al comparto produttivo. Nelle aree A (poli urbani) e B (area ad agricoltura specializzata) il livello di conoscenza dei canali di comunicazione istituzionali è nettamente più elevato che nelle aree C e D. Tra gli strumenti di comunicazione utilizzati, in ogni caso il sito internet istituzionale risulta il canale di comunicazione più utilizzato. L'analisi inoltre ha rilevato che per il target in questione, che le organizzazioni di categoria, i professionisti hanno svolto un ruolo importante quale fonte di informazione affiancandosi alla azioni di comunicazione istituzionale.

Per quanto concerne il target dei **testimoni privilegiati** l'analisi ha rilevato l'esigenza di potenziare la comunicazione sulla diffusione dei bandi e sull'assistenza e di migliorare quella relativa ai risultati raggiunti dal programma, alla diffusione delle buone prassi alla sensibilizzazione delle tematiche chiave relative alla futura programmazione.

L'analisi sul target dei **potenziali beneficiari pubblici** ha rilevato un livello di conoscenza del PSR e degli strumenti di comunicazione istituzionale molto alto. Anche per questo target il canale di comunicazione istituzionale che ha incontrato il più alto gradimento è il sito internet quale veicolo di informazione. Il monitoraggio rileva altresì una maggiore difficoltà nel raggiungere i **potenziali beneficiari privati**.

In relazione quindi ai risultati del monitoraggio intermedio, già nell'ultimo biennio di programmazione è stata programmata e realizzata una campagna di comunicazione finalizzata sia all'informazione sui risultati raggiunti mediante l'attuazione il PSR 2007-2013, dando particolare risalto alla buone pratiche, sia alla diffusione della strategia dello sviluppo rurale 2014-2020.

4.2 Obiettivi della Strategia di Comunicazione

In linea con il Regolamento UE n. 1303/2013 (artt. 115-116-117 e Allegato XII), la Strategia pluriennale di comunicazione promuove e coordina gli obiettivi generali espressi dalla Unione Europea, sostenendo il principio di omogeneità e coerenza dei messaggi di comunicazione e informazione selezionati per tale scopo.

Le azioni proposte hanno dunque come obiettivi generali:

- comunicare la strategia alla base del Programma;
- informare sulle opportunità di finanziamento e le modalità di accesso al Programma;
- comunicare i risultati ottenuti e l'impatto degli accordi di partenariato, dei programmi operativi e delle operazioni;
- comunicare i dettagli delle operazioni adottate, ai fini della trasparenza del sostegno fornito dai Fondi comunitari.

Vista l'eterogeneità degli utenti di riferimento, l'Autorità di gestione del PSR – in linea, sempre, con quanto definito dall'Unione Europea nel Regolamento UE n. 1303/2013 – predispone all'interno del presente Piano di Comunicazione, obiettivi specifici in base al tipo di *audience*.

Mentre, infatti, i beneficiari – effettivi e potenziali – devono essere stimolati ad interagire con l'Amministrazione per aderire alla Programmazione, piuttosto che per avere informazioni in merito

alle modalità di partecipazione, il pubblico ha un tipo di coinvolgimento che può essere definito universale.

Gli obiettivi specifici, dunque, sono suddivisi in tre diverse tipologie di gruppi:

- a. obiettivo di carattere informativo e di comunicazione rivolto al pubblico:** mira a informare e comunicare la strategia, le azioni e le operazioni di finanziamento sostenute nel quadro del Programma di sviluppo rurale;
- b. obiettivo di carattere informativo rivolto ai potenziali beneficiari:** mira a informare in merito alla strategia della Programmazione e le opportunità di finanziamento, con evidenza dei requisiti di partecipazione e delle procedure da seguire per l'ottenimento del fondo;
- c. obiettivo di carattere informativo rivolto ai beneficiari effettivi:** mira a informare in merito al sostegno fornito, pubblicando tutti i dati relativi alle singole operazioni effettuate con i Fondi della Programmazione di cui hanno beneficiato, con evidenza dei loro obblighi, anche in materia di comunicazione e informazione, una volta ottenuto il finanziamento.

I tre obiettivi specifici saranno perseguiti in completa sintonia e mai discostandosi dalle linee di intervento, dichiarate prioritarie per il territorio laziale dall'Autorità di gestione, che riguarderanno: la modalità di approccio alle misure, la centralità dell'impresa agricola, il ricambio generazionale, l'innovazione e la formazione, l'ambiente e la tutela del territorio, la strategia per la montagna, le politiche per la qualità, il benessere animale, l'accesso al credito e, infine, la semplificazione e innovazione procedurale.

Le suddette Linee di intervento sono nate dall'analisi del territorio alla luce di quanto stabilito attraverso la strategia decennale per il rilancio economico dell'Unione Europea varata nel 2010.

La cosiddetta "Europa 2020" specifica, infatti, che – per stare al passo con i tempi – la futura crescita, economica e sociale, dell'Unione debba essere intelligente, sostenibile e solidale con l'obiettivo di conseguire elevati livelli di occupazione, produttività e coesione sociale.

Questa strategia declinata in agricoltura in ambito europeo (PAC) ha fatto individuare tre obiettivi a lungo termine per il periodo 2014-2020:

- il miglioramento della competitività dell'agricoltura;
- la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima;
- uno sviluppo territoriale equilibrato per le zone rurali.

In altri termini, l'Autorità di gestione del PSR Lazio presenta specifiche azioni di comunicazione e informazione che si rivolgono a tre tipi di utenti: potenziali beneficiari, beneficiari effettivi e pubblico (privati cittadini, amministrazioni locali, Associazioni, etc.).

Al fine di una massima e capillare diffusione di quanto sopra descritto, l'Autorità di gestione coinvolgerà le Amministrazioni locali, le Organizzazioni, le Associazioni e gli Ordini che – a vario titolo – sono interessati nelle azioni previste dal Programma e che si configurano come "moltiplicatori di informazione" attraverso l'istituzione di un Tavolo regionale di coordinamento con cadenza periodica.

Particolare attenzione sarà, inoltre, rivolta allo scambio di comunicazioni con la Rete Rurale Nazionale che, tra i suoi molteplici propositi, punta a favorire lo scambio di esperienze e conoscenze tra gli operatori del settore e le istituzioni di tutti i soggetti che operano e vivono nelle aree rurali.

4.3 Approccio della Strategia di Comunicazione

La presente Strategia pluriennale si basa innanzitutto, sulla esperienza maturata con le attività di comunicazione del precedente Programma di Sviluppo Rurale del Lazio (2007-2013), analizzate attraverso un attento lavoro di valutazione di medio e lungo termine e confrontate con le attività intraprese in quell'arco di tempo da altre Regioni italiane, nonché sulle linee guida stabilite dall'Unione Europea attraverso il Regolamento UE n. 1303/2013 (artt. 115-116-117 e Allegato XII).

All'interno dei riferimenti normativi sopra indicati, infatti, l'Unione Europea stabilisce quali strumenti di base e quali obiettivi generali l'Autorità di gestione del Programma di Sviluppo Rurale deve considerare nella stesura del Piano di Comunicazione pluriennale.

Per questa ragione, il presente Piano propone le attività di promozione e informazione inserendole in un contesto che garantisca trasparenza e massima visibilità alle azioni intraprese con il sostegno del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) facendo conoscere il ruolo svolto dall'Unione Europea nella programmazione e nel finanziamento degli interventi di sviluppo rurale. Nello stesso contesto, massima visibilità sarà data ai risultati che queste azioni hanno raggiunto e possono raggiungere attraverso il continuo dialogo tra tutte le parti coinvolte.

4.4 Destinatari

I soggetti destinatari delle azioni di informazione e pubblicità sono identificabili in quattro gruppi sulla base delle indicazioni fornite dal Reg. UE n. 1303/2013: potenziali beneficiari, beneficiari effettivi e pubblico (cittadinanza) a cui si aggiungono altri soggetti identificabili come "moltiplicatori di informazione" (associazioni di categoria, professionisti, camere di commercio, sindacati, università), che da quanto è scaturito dal monitoraggio degli esiti delle attività di comunicazione per il periodo 2007-2013, costituiscono un volano fondamentale per veicolare i contenuti dell'informazione istituzionale anche nelle zone più marginali.

Nei paragrafi 4.5.2, 4.5.3 e 4.5.4 sono descritte le attività di informazione e comunicazione relative ad ogni target individuato.

4.5 Strumenti e azioni

L'Autorità di gestione del PSR Lazio ha stabilito la suddivisione delle attività di comunicazione e informazione, proposte con il presente Piano pluriennale, in base agli obiettivi specifici, così come declinati e indicati nel precedente paragrafo.

Tutte le attività, distribuite in base allo schema sotto riportato, sono da considerarsi **trasversali tra loro e fruibili da tutti gli utenti interessati**, pur mantenendo una priorità di utilizzo connessa al target di riferimento.

4.5.1 Gli strumenti

La tecnologia, sempre più radicata nella società e sempre più veloce nell'offerta di nuovi strumenti, rende la conoscenza e l'uso dei mezzi di comunicazione molto importante.

Questo è ancor più vero nel caso della Pubblica Amministrazione che ha il dovere di informare e comunicare ai cittadini e a tutte le altre realtà istituzionali le proprie attività, **con spesso anche il compito di coinvolgere nel processo decisionale la società civile e le altre amministrazioni.**

La conoscenza approfondita dei mezzi con i quali questo coinvolgimento può essere realizzato, fornisce l'opportunità di aprire nuovi canali di comunicazione, garantire messaggi più efficaci, aumentare i luoghi dove confrontarsi e quindi anche diversificare il dialogo in base alle categorie di utenti. Rendendo il confronto con la Pubblica Amministrazione più diretto e trasparente.

Per queste ragioni sono stati pensati strumenti appropriati al raggiungimento dei tre obiettivi specifici.

Creazione del logo PSR 2014-2020 e dell'immagine grafica coordinata

Per garantire l'immediata riconoscibilità del programma si progetterà uno specifico logo del PSR 2014-2020 che rappresenti l'emblema dell'Europa, dell'Italia, del PSR e della Regione Lazio. I loghi saranno impiegati direttamente e per tramite di partner e beneficiari. Congiuntamente sarà elaborato un manuale che conterrà le indicazioni di utilizzo e che sarà parte integrante del manuale d'uso dei loghi per la comunicazione unitaria.

Campagna di informazione e comunicazione

La campagna di comunicazione o informazione promuove e fa conoscere a specifici utenti un tema altrettanto specifico, mettendone in luce l'obiettivo e gli aspetti positivi. Per far questo prevede una struttura ben definita e una progettazione che tenga conto del target di riferimento e delle sue caratteristiche, del messaggio da divulgare, delle caratteristiche del servizio, dei canali e mezzi da utilizzare e delle risorse umane e materiali che possono essere impiegate.

Per raggiungere il maggior numero di persone possibile in maniera incisiva, con messaggi di chiara lettura e che promuovano un approfondimento sul tema proposto, possono essere utilizzati diversi strumenti che potremmo definire di divulgazione universale: gli spot radiofonici, i video promozionali, la cartellonistica pubblicitaria (sia statica sia dinamica) e i redazionali (articoli scritti internamente) di natura tecnico-divulgativa.

Questi strumenti, attraverso parole semplici e dirette e/o immagini suggestive sono in grado di far arrivare il messaggio a tutti i target di utenza selezionati.

Della campagna di informazione fanno parte anche gli incontri seminariali, così come i workshop e/o i convegni. Occasioni di incontro tra la Pubblica Amministrazione, i partner e i soggetti privati direttamente coinvolti, utili a un approfondimento e a un confronto sul tema.

Campagna stampa

La campagna stampa è uno strumento di comunicazione che permette di intrattenere rapporti con i media ed ha come primo obiettivo quello di attirare l'attenzione dei giornali e degli organi d'informazione di massa sulla notizia che si desidera trasmettere, stimolandone l'interesse attraverso

l'incoraggiamento di redazionali (articoli sull'argomento) e/o interviste ai referenti istituzionalmente più credibili per carica o formazione professionale.

Portale

Il portale Lazioeuropa.it è l'evoluzione di un sito web, rispetto al quale offre anche servizi interattivi. Un portale pubblico è una "porta d'ingresso" ai servizi dell'amministrazione, aperta a qualsiasi ora ed accessibile da qualsiasi luogo, nel quale l'utente riconosce un punto di contatto unificato. L'importanza del portale pubblico è cresciuta di pari passo con la diffusione di internet e con la scelta di fare dell'innovazione tecnologica la leva strategica della trasformazione della pubblica amministrazione, diventando un importantissimo mezzo di comunicazione con l'utenza. Il Portale è unico per i tre Fondi con sezione ovviamente dedicata al PSR.

Newsletter

Per moltissime Istituzioni la *newsletter* rappresenta ormai il mezzo di comunicazione più veloce e diffuso. Per essere efficace, una newsletter dovrebbe contenere informazioni che riguardano l'amministrazione e le sue attività, le principali novità e le notizie utili. L'obiettivo della newsletter non è solo tenere informati gli utenti, ma anche stimolarne la partecipazione. Il call Center e il CRM del piano unitario saranno gli strumenti utili e necessari per la costruzione del Data Base e per profilare correttamente i nostri target ed inviare notizie puntuali; sarà uno strumento utile anche la il monitoraggio e la misurazione.

4.5.2 Attività di informazione e comunicazione rivolte al pubblico

Le attività rivolte principalmente al pubblico comprenderanno:

1. la realizzazione di campagne stampa su specifici temi che raccolgano un interesse universale, attraverso strumenti sia tradizionali sia multimediali raggiungendo la massima copertura mediatica possibile;
2. la produzione di materiali di comunicazione cartacei, di diversi formati, fruibili per il grande pubblico;
3. lo sviluppo di pagine web PSR Lazio 2014-2020 all'interno del Portale LazioEuropa.it che diano evidenza dell'avvio del Programma e che contengano una spiegazione, in termini chiari e semplici, delle strategie, finalità e modalità operative del Programma;
4. lo sviluppo di una pagina web che evidenzii le *best practice* e dunque i risultati raggiunti con i Fondi del Programma;
5. l'organizzazione di eventi annuali per la diffusione di una maggiore consapevolezza, da parte soprattutto del cittadino, del ruolo attivo svolto dall'agricoltura – nello specifico attraverso i Fondi PSR – nella protezione dei paesaggi, dell'ambiente, della sicurezza alimentare;
6. lo sviluppo di una pagina web che evidenzii le operazioni relative all'aggiudicazione dei Fondi.

4.5.3 Attività di informazione rivolte ai potenziali beneficiari

Le attività rivolte principalmente ai potenziali beneficiari comprenderanno:

1. la realizzazione di una campagna di comunicazione attraverso una cartellonistica pubblicitaria che promuova l'adesione al Programma, la cui affissione deve essere programmata in modo da raggiungere anche le zone rurali più lontane dai centri abitati;
2. la produzione di redazionali che spieghino le opportunità offerte dal Programma, veicolandoli anche attraverso le pubblicazioni delle Associazioni di categoria e/o delle Organizzazioni di produttori;
3. la produzione di materiali di comunicazione cartacei, di diversi formati, che illustrino le opportunità offerte dal Programma e le modalità di accesso ai finanziamenti;
4. l'organizzazione di incontri divulgativi (convegni, seminari, o altri eventi collegati), localizzati nelle diverse province, nei quali coinvolgere direttamente le Associazioni di categoria, le Organizzazioni di produttori e gli Enti territoriali;
5. lo sviluppo di pagine web, all'interno del portale LazioEuropa.it, che illustrino le opportunità di finanziamento evidenziando il risvolto positivo dell'adesione al Programma;
6. lo sviluppo di pagine web, che illustrino le condizioni necessarie per aderire al Programma;
7. lo sviluppo di pagine web, che descrivano modalità e criteri di selezione;
8. lo sviluppo di una pagina web sempre e come le altre sul portale LazioEuropa, che indichi i referenti di ogni operazione del Programma PSR Lazio 2014-2020;
9. la realizzazione di una *newsletter* dedicata esclusivamente al Programma e contenente informazioni sull'organizzazione della Autorità di gestione e le sue attività, le principali novità sul PSR e quelle dell'immediato futuro. La *newsletter* sarà inviata all'interno a tutti i componenti l'Autorità di gestione, e all'esterno in due modi diversi: attraverso una *mailing* composta dai diversi *stakeholder* di natura pubblico-istituzionale e attraverso un *form* di adesione che ogni soggetto interessato potrà compilare;
10. la predisposizione di un *form* di registrazione interno al portale sia per la ricezione della suddetta *newsletter*, sia per la fruizione dei servizi specifici del Programma.

4.5.4 Attività di informazione rivolte ai beneficiari effettivi

Le attività rivolte principalmente ai beneficiari effettivi comprenderanno:

1. la realizzazione di servizi interattivi, all'interno del Portale PSR Lazio 2014-2020, che consenta un accesso diretto agli atti dell'azione amministrativa;
2. la realizzazione di una pagina web all'interno del Portale PSR Lazio 2014-2020 che illustri le procedure attuative e gli obblighi dei beneficiari per la corretta esecuzione delle operazioni finanziate;
3. la realizzazione di format redazionali per la pubblicazione sul sito web del beneficiario (qualora lo avesse) di una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati;
4. la realizzazione di una targa permanente che riporti la dicitura "Realizzato con i Fondi PSR 2014-2020 della Regione Lazio" indicando il nome e l'obiettivo principale dell'operazione, da far esporre in un luogo facilmente visibile al pubblico.

4.6 Organizzazione e governance

Le attività di comunicazione dei tre Fondi fanno riferimento al quadro unitario e integrato della programmazione 2014-2020 dei Fondi SIE. Per tutto ciò che attiene alla Organizzazione e Governance Unitaria si veda il paragrafo 1.6.

La pianificazione, il coordinamento e la gestione delle attività di comunicazione e informazione del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) vengono amministrate dall'Autorità di Gestione del PSR Lazio 2014-2020 attraverso le proprie strutture amministrative centrali e periferiche.

Nel contesto delle attività di comunicazione del PSR l'Autorità di gestione ha il compito:

- di redigere il Piano di Comunicazione così come di produrre eventuali documenti di approfondimento;
- di coordinare le azioni relative alla attuazione del suddetto Piano;
- di verificare la corretta esecuzione, sia in termini tecnici sia in termini strategici, delle azioni previste dal Piano;
- di interfacciarsi con i professionisti esterni.

In relazione a quest'ultimo punto – quando necessario – l'Autorità di Gestione può avvalersi dell'ausilio di esperti della comunicazione, pianificazione mezzi, pubblicità, marketing e monitoraggio, esterni all'amministrazione.

Inoltre, l'Autorità di Gestione attribuisce grande importanza alla comunicazione interna, in quanto capace di migliorare il coordinamento interno e dunque favorire una gestione più efficace del Programma di sviluppo rurale 2014-2020.

La newsletter elettronica sarà perciò utilizzata per tenere costantemente aggiornato tutto il personale interno all'Amministrazione interessato al procedimento amministrativo, consentendo da un lato un ottimale coordinamento delle attività burocratiche e dall'altro l'apporto di eventuali azioni strategiche correttive.

4.7 Monitoraggio e valutazione

Sulla base delle indicazioni formulate dal Regolamento n. 1303/2013, l'Autorità di Gestione del PSR Lazio 2014-2020 stabilisce che le attività di informazione e comunicazione previste nel presente Piano pluriennale, verranno sottoposte ad attività di monitoraggio nel corso del loro svolgimento, con l'obiettivo di verificare il grado di visibilità e consapevolezza del Programma da parte di tutti i target presi a riferimento.

Il monitoraggio, infatti, rende possibile la verifica della corretta esecuzione e realizzazione del Piano, così come l'accertamento del livello di diffusione del messaggio presso i target individuati, fornendo la possibilità di effettuare, in corso di programmazione, azioni correttive sulla strategia applicata.

I risultati, raccolti in report specifici, saranno utilizzati non solo come quadro di analisi dell'efficacia delle attività di informazione e comunicazione realizzate, ma anche per calibrare le successive azioni previste dal Piano pluriennale.

Il grado di efficacia delle iniziative sarà valutato attraverso specifiche attività, declinate in base agli strumenti di comunicazione, e di seguito riassunte.

Campagna di informazione e comunicazione

- rapporto tra numero partecipanti e numero invitati ai seminari/convegni
- utilizzo di questionari online di valutazione finale dei seminari/convegni
- rilevazione del numero di spazi occupati dalla cartellonistica promozionale

Campagna stampa

- rilevazione del numero testate giornalistiche interessate
- rilevazione del numero di redazionali
- rilevazione del numero di interviste
- rilevazione del numero di passaggi tv/radiofonici

Portale

- rilevazione del numero di accessi
- rilevazione del numero dei servizi interattivi utilizzati

Newsletter

- rilevazione del numero di richiedenti iscrizione alla mailing
- invio periodico agli iscritti di un questionario elettronico di valutazione del prodotto

Per particolari iniziative previste dal presente Piano, l'attività di monitoraggio può essere completata con rilevazioni d'opinione su campioni di cittadini, beneficiari e potenziali beneficiari chiamati a esprimere valutazioni e commenti sulle iniziative stesse.

La valutazione si conclude con la preparazione di specifici Rapporti di Valutazione come il Rapporto di Valutazione Annuale, di *Citizen Satisfaction*, di Visibilità e Comprensione del Programma, della Rete.

4.8 Piani annuali di Comunicazione

Nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/13, allegato XII par. 4, punto i), si prevedono aggiornamenti annuali della presente Strategia di Comunicazione.

I Piani annuali saranno curati dal Responsabile di concerto con l'Autorità di Gestione, e dovranno essere approvati entro il 31 dicembre di ciascun anno.

Tali Piani dovranno contenere i seguenti elementi:

- attività da svolgere nell'anno successivo (scelta delle azioni e dei mezzi di comunicazione e target di riferimento);
- modalità di coordinamento tra Autorità di Gestione e altre strutture coinvolte;
- budget per l'attuazione delle azioni;
- cronoprogramma delle attività;
- monitoraggio e valutazione delle azioni realizzate l'anno precedente.

4.9 Budget

In analogia con quanto disposto per l'attivazione delle azioni di informazione e comunicazione nel precedente Programma di Sviluppo Rurale (2007-2013) attraverso la Misura 511, le risorse economiche che verranno destinate utilizzate per il presente Piano di Comunicazione saranno 1.631.892 euro lordi.

Azioni	Budget per azione (in €)
Campagne informative	700.000
BTL (prodotti editoriali e stampa)	491.892
Eventi e seminari	400.000
Monitoraggio e valutazione	20.000
Collaborazioni e consulenze	10.000
Partecipazione a reti, scambi esperienze	10.000
Totale	1.631.892