

Reg. (UE) n. 1303/2013 Art. 115 – 116 e All. XII

- Definizione della strategia di comunicazione
- Creazione di un sito web unico su fondi SIE per accesso alle informazioni sugli interventi FEASR, compreso elenco operazioni
- Pubblicità e coinvolgimento della comunità per accrescere la conoscenza e la visibilità del PSR-FEASR
- Garanzia di informazione ai beneficiari potenziali sulle opportunità di finanziamento
- Informazione ai beneficiari attuali su modalità d'accesso / procedure / partecipazione FEASR



Rafforzamento azioni strategia regionale

- Incrementare la competitività del settore agricolo, forestale e agroalimentare;
- Sviluppare il settore agricolo, forestale e agroalimentare, sia in maniera più equilibrata, dal punto di vista della distribuzione territoriale, che più sostenibile, dal punto di vista ambientale e climatico;
- Salvaguardare la struttura sociale delle aree interne.



Principi della strategia di comunicazione

- **Visibilità;**
- **Integrazione di diversi mezzi e strumenti, tra cui media digitali;**
- **Trasparenza;**
- **Partecipazione e tavoli di concertazione (Tavolo verde);**
- **Presidio e rafforzamento punti PSR, anche con valorizzazione buone pratiche;**

- **Parole chiave:**

capitale umano, reti, innovazione, ricerca, ristrutturazione, diversificazione, ricambio generazionale, integrazione, promozione, qualità, filiere corte, gestione del rischio, biodiversità, tutela delle acque e del suolo, cura del paesaggio, energie rinnovabili, sequestro CO2, diversificazione, inclusione sociale, sviluppo locale.



Destinatari

**PUBBLICO ESTERNO
COMUNITÀ E
CITTADINANZA**

**BENEFICIARI POTENZIALI
SOGGETTI INDIVIDUATI
NEL PSR**

**BENEFICIARI ATTUALI
FRUITORI DELLE RISORSE
FEASR**

**MOLTIPLICATORI
MASS MEDIA
OPINION LEADER**



Comunicheremo con la comunità

Cosa comunicare	Strumenti integrati da utilizzare
Finalità e opportunità del PSR	Conferenze stampa, pubblicazioni/magazine e/o opuscoli, eventi e gadget, guerrilla marketing, dirette tv e/o web, portale internet e canali social media, pubblicità su vari mezzi (Tv, radio, affissioni);
Ricadute positive per la comunità	Comunicati stampa, publiredazionali, portale internet e canali social;
Orientamenti Europei sulle priorità del PSR	Pubblicazioni speciali, portale internet
Stato di attuazione PSR	Fiere, eventi e pubblicità, opuscoli, internet e canali social;
Contributo del PSR al conseguimento delle priorità UE	Portale Internet;
Risultati ottenuti	Storytelling, produzioni audiovisive, pubblicazioni speciali, eventi e pubblicità, anche dinamica, portale internet e canali social, collaborazioni varie;

Comunicheremo con i potenziali beneficiari

Cosa comunicare	Strumenti integrati da utilizzare
Finalità e opportunità del PSR	Portale internet, pubblicazioni speciali e canali social;
Apertura/chiusura bandi	Comunicati stampa, newsletter, internet e canali social, slide, schede di sintesi;
Procedure da seguire per presentare la domanda e criteri di selezione	Seminari e incontri tecnici/convegni, articoli su riviste specializzate, opuscoli informativi, slide e schede di sintesi- Kit Psr

Comunicheremo con gli attuali beneficiari

Cosa comunicare	Strumenti integrati da utilizzare
Avanzamento del procedimento e adempimenti per procedure e controllo	Colloqui e incontri con Adg, dirigenti, responsabili di Misura, organismo pagatore
Stato di avanzamento dell'istruttoria e corretta applicazione misure/obblighi/reclami	Portale internet
Responsabilità dei beneficiari sulle attività di informazione e pubblicità	Portale internet, manuale di linea grafica

Valutazione e monitoraggio

Rilevazioni quali-quantitative

- Questionari, sondaggi e interviste, tecniche di marketing sociale e focus group, form interattivi per la valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione;
- - *Indicatori di realizzazione*: output fisici di attività suscettibili di conteggio;
- - *Indicatori di risultato*: si riferiscono agli obiettivi raggiunti in corrispondenza di ogni azione di comunicazione e informazione realizzata.



Budget indicativo

Campagna di lancio 2016	€ 200.000,00
Campagna di mantenimento 2017	€ 150.000,00
Campagna di mantenimento 2018	€ 150.000,00
Campagna di mantenimento 2019	€ 200.000,00
Campagna di chiusura 2020	€ 150.000,00
Campagna di chiusura 2021	€ 150.000,00
Totale	€ 1.000.000,00

Cronoprogramma

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Preparazione									
Approvazione CE									
Implementazione									
Identità visiva									
Lancio									
Campagne di mantenimento									
Campagne mirate									
Campagne risultati/attuazione									
Campagna risultati/chiusura									

BUDGET ANNUALE 2016: €200,000.00

FASE TEMPORALE: CAMPAGNA DI LANCIO DEL PSR BASILICATA 2014-2020

Primo semestre 2016:

- Evento di lancio del PSR Basilicata 2014-2020 e campagna pubblicitaria
- Approvazione strategia di comunicazione e piano annuale 2016
- Produzione manuale di linea grafica
- Progettazione e pubblicazione portale internet coordinato con Fondi SIE
- PSR tour per pubblicizzare e informare sui bandi emanati
- Seminari, convegni tematici con partner istituzionali e privati
- Incontri nelle scuole (febbraio-maggio)

Secondo semestre 2016

- Partecipazione a fiere ed eventi correlati
- PSR tour per pubblicizzare e informare sui bandi emanati
- Seminari, convegni con partner istituzionali e privati
- Incontri nelle scuole (ottobre-dicembre)



Basilicata Rurale



Tw: @ruralbasilicata
#PsrBas1420
#DipAgriBas

Grazie per l'attenzione



Basilicata Rurale



**Tw: @ruralbasilicata
#PsrBas1420
#DipAgriBas**