

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE (PSR) FEASR DELLA REGIONE BASILICATA 2014-2020

(Ai sensi del Regolamento (UE) n. 1303/2013 artt 115, 116 e Allegato XII
Regolamento (UE) 808/2014, art 13 e Allegato III)

1	PREMESSA.....	3
2	IL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE	3
	2.1 LE SEI PRIORITÀ DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE	4
	2.2 PRIORITÀ E RISORSE	5
3	LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO RURALE	5
	3.1 I PRINCIPI SU CUI SI FONDA LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	6
	3.2 LE PAROLE CHIAVE	6
4	OBIETTIVI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	7
5	DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE	8
	5.1 PUBBLICO ESTERNO	8
	5.2 PUBBLICO INTERNO	8
	5.3 MOLTIPLICATORI DELL'INFORMAZIONE	8
6	OBIETTIVI, TARGET E STRUMENTI	8
	6.1 TARGET: COMUNITÀ	8
	6.2 TARGET: BENEFICIARI POTENZIALI	8
	6.3 TARGET: BENEFICIARI EFFETTIVI	9
	6.4 TARGET GROUP E MISURE	9
7	IDENTITÀ VISIVA.....	10
8	LE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE	10
9	RESPONSABILITÀ DELL'AUTORITÀ DI GESTIONE E GOVERNANCE	11
10	LA VALUTAZIONE	11
11	IL MONITORAGGIO	11
12	IL BUDGET	13
13	IL CRONOPROGRAMMA	14

1. PREMESSA

La strategia di comunicazione, informazione e pubblicità, definita e descritta nel presente documento, accompagna il processo di attuazione del PSR Basilicata 2014 - 2020 adottato dalla Commissione Europea con decisione C (2015) 8259 del 20 novembre 2015.

Gli obiettivi della strategia, il pubblico a cui è destinata, con le relative modalità di esecuzione, budget previsionale e attività di monitoraggio sono definiti in applicazione del Regolamento (UE) n. 1303/2013 artt 115, 116 e Allegato XII e del Regolamento (UE) 808/2014, art 13 e Allegato III, per garantire un'adeguata pubblicità e informazione sulle attività svolte nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale della Basilicata 2014-2020.

La strategia di comunicazione e le azioni inserite nel piano di comunicazione intendono sensibilizzare la comunità e l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea per sostenere le politiche di sviluppo rurale e per identificare l'agricoltura come bene comune da proteggere e valorizzare.

La strategia di comunicazione fornisce supporto all'implementazione delle politiche di sviluppo rurale adottate dalla Regione Basilicata, facilita la convergenza tra le logiche della comunicazione interna e quella esterna favorendone l'integrazione, e incentiva le relazioni bidirezionali tra l'organizzazione e i suoi pubblici di riferimento, finalizzando la coproduzione di senso e significati nello scambio comunicativo e di interazioni tra l'ente e suoi destinatari, anche attraverso l'utilizzo dei nuovi media.

Pur essendo un documento unitario di indirizzo delle attività di comunicazione, l'Autorità di gestione può modificarne i contenuti, previa approvazione del Comitato di sorveglianza, durante tutto il periodo di programmazione, per rispondere efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

2. IL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE BASILICATA 2014-2020

Il Programma di Sviluppo Rurale della Regione Basilicata ha una dotazione finanziaria di circa 680 milioni di euro, 412 milioni di euro provenienti dal bilancio europeo e 268 milioni di euro di cofinanziamento nazionale, con cui copre il 3,7% delle risorse italiane.

Innovazione, competitività e filiere, sostenibilità ambientale e governance territoriale sono le priorità strategiche della politica regionale per lo sviluppo rurale, definite in coerenza con gli obiettivi di Europa 2020 e con gli orientamenti dell'Accordo di Partenariato.

Rispetto alla programmazione 2007-2013, viene confermato l'impianto del periodo precedente relativo alla complementarietà e l'integrazione con le altre politiche comunitarie, in particolare con: la politica dei mercati agricoli; la politica di coesione (questa rafforzata dalla priorità 6 dedicata all'inclusione sociale) e la politica comune della pesca. In considerazione del nuovo assetto del Programma di Sviluppo Rurale, non più basato su 4 assi, ma su tre macro obiettivi, 6 priorità e 18 focus area, la strategia di comunicazione intende abilitare gli operatori e la comunità a comprendere la nuova ratio che lo caratterizza per facilitare la comprensione degli strumenti offerti dalla programmazione, utilizzando nelle campagne di comunicazione e nei messaggi generati verso il pubblico un linguaggio semplice e immediato, anche attraverso l'utilizzo di mezzi e strumenti di marketing e comunicazione non convenzionali per coinvolgere il pubblico e indurlo a partecipare alle attività programmate.

2.1 Le sei priorità generali

Le sei priorità generali del Programma di Sviluppo Rurale Basilicata 2014-2020 su cui si intende far ruotare le azioni di comunicazione sono:

- **Promuovere il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali (priorità orizzontale)**
 - stimolare l'innovazione, la cooperazione e lo sviluppo della base di conoscenze nelle zone rurali;
 - rinsaldare i nessi tra agricoltura, produzione alimentare e silvicoltura, da un lato, e ricerca e innovazione, dall'altro, anche al fine di migliorare la gestione e le prestazioni ambientali;
 - incoraggiare l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita e la formazione professionale nel settore agricolo e forestale;
- **Potenziare la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende agricole**
 - migliorare le prestazioni economiche di tutte le aziende agricole e incoraggiare la ristrutturazione e l'ammodernamento delle aziende agricole, in particolare per aumentare la quota di mercato e l'orientamento al mercato nonché la diversificazione delle attività;
 - favorire l'ingresso di agricoltori adeguatamente qualificati nel settore agricolo e, in particolare, il ricambio generazionale;
- **Promuovere l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo**
 - migliorare la competitività dei produttori primari integrandoli meglio nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, la creazione di un valore aggiunto per i prodotti agricoli, la promozione dei prodotti nei mercati locali, le filiere corte, le associazioni e organizzazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali;
 - sostenere la prevenzione e la gestione dei rischi aziendali
- **Preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalle foreste**
 - salvaguardia, ripristino e miglioramento della biodiversità, tra l'altro nelle zone Natura 2000, nelle zone soggette a vincoli naturali o ad altri vincoli specifici e nell'agricoltura ad alto valore naturalistico, nonché dell'assetto paesaggistico dell'Europa;
 - migliore gestione delle risorse idriche, compresa la gestione dei fertilizzanti e dei pesticidi;
 - prevenzione dell'erosione dei suoli e migliore gestione degli stessi;
- **Incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale**
 - rendere più efficiente l'uso dell'acqua nell'agricoltura;
 - rendere più efficiente l'uso dell'energia nell'agricoltura e nell'industria alimentare;
 - favorire l'approvvigionamento e l'utilizzo di fonti di energia rinnovabili, sottoprodotti, materiali di scarto, residui e altre materie grezze non alimentari ai fini della bioeconomia;
 - ridurre le emissioni di gas a effetto serra e di ammoniaca prodotte dall'agricoltura;
 - promuovere la conservazione e il sequestro del carbonio nel settore agricolo e forestale.
- **Adoperarsi per l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali**
 - favorire la diversificazione, la creazione e lo sviluppo di piccole imprese e l'occupazione;
 - stimolare lo sviluppo locale nelle zone rurali;
 - promuovere l'accessibilità, l'uso e la qualità delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nelle zone rurali.

2.2 Priorità e risorse

Per potenziare la competitività dell'agricoltura regionale (Priorità 2) sono previsti 127,4 M€ (il 18,2% del PSR). Le priorità ambientali (Priorità 4 e 5) hanno a disposizione all'incirca 333 M€, mentre le azioni sulle filiere agroalimentari (Priorità 3) assorbono il 13,7% delle risorse. Allo sviluppo delle aree rurali (Priorità 6), infine, è destinato il 15.1% delle risorse, ovvero 101,7 M€.



3. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO RURALE

Il PSR della Regione Basilicata 2014-2020, in maniera coerente con la sfida lanciata dalla Strategia Europa 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, promuove uno sviluppo rurale sostenibile che possa affrontare gli squilibri strutturali e rilanciare lo sviluppo del territorio regionale. La sfida perseguita dal Programma è incentrata sul superamento di alcune criticità legate a processi di spopolamento e al depotenziamento dei sistemi economici locali, alla bassa dinamicità del sistema economico, al livello formativo degli imprenditori agricoli ancora piuttosto modesto, alla carenza di servizi integrati, alla scarsa familiarità delle imprese con gli strumenti assicurativi per la gestione del rischio. Pertanto le attività di comunicazione rafforzeranno le azioni alla base della strategia regionale per lo sviluppo rurale volta a: 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 e salvaguardare la struttura sociale delle aree interne.

3.1 I PRINCIPI SU CUI SI FONDA LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

In considerazione della precedente esperienza di attuazione del piano di comunicazione e dell'analisi di contesto del mercato locale della comunicazione, dove emergono l'utilizzo della TV quale mezzo di comunicazione preferito dal pubblico della comunità lucana e sempre di più internet (nel caso specifico www.regione.basilicata.it e www.basilicatapsr.it) e i canali social Twitter (@ruralbasilicata), Facebook, Youtube (Basilicata Rurale), si sono scelti i seguenti principi fondanti la strategia di comunicazione perché favoriscono la conoscenza e l'interazione diretta, oltre che dare continuità alla strategia precedente basata sul presidio dei territori e sul contatto con i destinatari degli interventi, attraverso la partecipazione a eventi, fiere e seminari informativi:

Visibilità: accrescere nei cittadini la conoscenza e la consapevolezza sull'importanza degli investimenti europei, in particolare del Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale per lo sviluppo del mondo agricolo e rurale lucano;

Integrazione di mezzi e strumenti: favorire il contatto di diretto con i diversi destinatari delle azioni di informazione e comunicazione utilizzando gli strumenti più idonei ai target da raggiungere di volta in volta per accrescere la possibilità di partecipazione agli investimenti e diffondere la comunicazione dei risultati ottenuti. Particolare attenzione viene prestata ai canali social e ai nuovi strumenti offerti sul mercato attuale e futuro, a

cui adeguarsi, tra cui anche chat line e supporti online, per il contatto costante e l'interazione con i diversi pubblici di riferimento;

Trasparenza: favorire l'accesso alle informazioni in modo semplice e immediato, anche con l'utilizzo di dati aperti sugli interventi finanziati, la spesa sostenuta e la geolocalizzazione degli investimenti;

Partecipazione: nelle diverse fasi di attuazione delle misure del PSR Basilicata 2014-2020, la strategia di comunicazione prevede il coinvolgimento dei rappresentanti del tavolo regionale del partenariato e delle parti sociali relativamente alle scelte da compiere e ai bandi da proporre per condividere le informazioni con tutti gli attori che partecipano al processo di attuazione. (Tavolo Verde). Tra questi anche gli altri organismi che fungono da collegamento: Rete Rurale Nazionale, Centri di informazione sull'Europa, nonché gli uffici di rappresentanza della Commissione e gli uffici di informazione del Parlamento europeo negli Stati membri e gli istituti di istruzione e di ricerca.

Presidio del territorio: in continuità con quanto realizzato durante la precedente programmazione, per rafforzare e rendere maggiormente efficace l'azione di promozione del PSR sul territorio lucano, si intende essere presenti nelle aree rurali per presentare via via le opportunità offerte e i bandi emanati e rafforzare la rete di promotori di progetto (denominati gli Ambasciatori del PSR) già coinvolti nella campagna di mantenimento 2007-2013, con cui condividere i materiali informativi realizzati. Per "Ambasciatori del PSR" si intende quei soggetti attivi nei processi di promozione e divulgazione dei contenuti tecnici di accesso alle misure del PSR. Il processo di coinvolgimento degli "Ambasciatori del PSR" prevede l'acquisizione della disponibilità ad operare in modalità volontaria per svolgere l'azione di promozione/divulgazione, garantendo da parte di questi ultimi capacità e competenze tecnico-organizzative per la realizzazione di incontri informativi sul territorio e la diffusione di materiali informativi e pubblicitari (Kit PSR Basilicata 2014-2020), in collaborazione con l'Autorità di gestione. Come catalizzatori di attenzione delle politiche e delle azioni di sviluppo rurale, si prevede di coinvolgere anche i beneficiari effettivi della precedente programmazione, selezionando tra questi i responsabili dei migliori progetti finanziati - esempi di buone pratiche -, sia pubblici che privati, per creare un effetto di emulazione positivo e stimolare la crescita della competitività e della cultura della qualità.

Le azioni di presidio sul territorio, di informazione e pubblicità sono rivolte anche ai giovani e alle scuole per diffondere la cultura rurale come foriera di opportunità e innovazioni e stimolare e favorire l'insediamento di agricoltori under 40 per rinnovare il capitale umano del settore primario lucano.

3.2 Parole Chiave

Nella creazione dei contenuti, la strategia prevede l'utilizzo di alcune **parole chiave** identificate per accrescere lo sviluppo e favorire il cambiamento verso **l'innovazione, la competitività la sostenibilità ambientale e la governance territoriale**. Le parole chiave da associare alle sei priorità sono: **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**.

4. OBIETTIVI GENERALI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

L'Autorità di gestione assicura che le azioni di informazione e pubblicità siano implementate in coerenza con quanto definito nella strategia di comunicazione per il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Favorire la comprensione e la conoscenza diffusa del nuovo assetto del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 legato alle sei priorità;
- Diffondere l'informazione e l'accessibilità alle opportunità offerte dal PSR Basilicata (bandi) per i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche, sociali e ambientali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative;

- Diffondere gli obiettivi perseguiti e gli interventi realizzati con i relativi benefici per la comunità regionale, evidenziando il ruolo svolto dall'Unione europea e dallo Stato italiano nel cofinanziamento del programma e i relativi risultati;
- Promuovere la conoscenza delle procedure di esame delle domande di finanziamento, della tempistica, delle condizioni di accesso ai regimi di sostegno e aiuto, tra cui i criteri di selezione e valutazione dei progetti da sovvenzionare;
- Rafforzare il dialogo tra i beneficiari degli interventi e gli amministratori pubblici attraverso l'adozione di criteri di trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche semplificando il più possibile la comunicazione;
- Favorire l'abilitazione interna ed esterna degli operatori sulle capacità amministrative per rispondere sul funzionamento del PSR Basilicata 2014-2020 e le relative procedure;
- Sostenere la creazione di sistemi di rete tra gli operatori per costituzione di partnership e networking;
- Diffondere la conoscenza sui risultati raggiunti insieme con l'Europa, lo Stato italiano e gli enti locali, evidenziando quelli particolarmente significativi.

5. DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE

Le azioni di comunicazione inerenti il PSR Basilicata 2014-2020 sono rivolte a differenti pubblici di riferimento:

5.1 Pubblico Esterno

Comunità rurale e intera popolazione regionale

Cittadini provenienti da tutte le aree del territorio regionale

Attuali beneficiari degli interventi previsti nel PSR:

- 1) Aziende agricole, forestali e agroindustriali, singole o associate;
- 2) Organizzazioni dei produttori e imprese che operano nell'ambito dei servizi alla produzione e alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali;
- 3) Enti pubblici; comuni; consorzi di bonifica; parchi, enti gestori;
- 4) Proprietari di aree rurali;
- 5) Operatori e promotori dei progetti integrati di filiera;
- 6) Gruppi operativi PEI (ricercatori, consulenti);
- 7) Università, centri di ricerca, agenzie di sviluppo;
- 8) Gal - Gruppi di Azione Locale;
- 9) Atri soggetti individuati quali beneficiari nelle schede di misura del PSR;

Potenziali beneficiari degli interventi previsti nel PSR:

- 1) Autorità regionali e locali;
- 2) Organizzazioni professionali e Associazioni di categoria;
- 4) Parti economiche e sociali;
- 5) Organizzazioni non governative (ONG), organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e organizzazioni ambientaliste, associazioni dei consumatori;
- 6) Giovani e scuole.

5.2 Pubblico Interno

- 1) Autorità di gestione;
- 2) Organismo Pagatore (AGEA - UECA);
- 3) Valutatore indipendente;
- 4) Enti strumentali e agenzie regionali, dirigenti e funzionari di altri settori interdipendenti (ambiente, cultura, attività produttive).

5.3 Moltiplicatori dell'informazione – Mass Media

- 1) Sistema dei media locali, regionali, nazionali;
- 2) Profili social media e social network (Twitter, Facebook, Youtube);
- 3) Centri d'informazione sull'Europa;
- 4) Rappresentanza della Commissione europea in Italia;
- 5) Portatori di interesse;

6. OBIETTIVI SPECIFICI, TARGET E STRUMENTI

6.1 Target: 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;

6.2 Target: Beneficiari potenziali

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

6.3 Target: Beneficiari attuali

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

6.4 Target Group e misure del PSR

Misure	Target-group*
M01 - Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione	Formazione e consulenza/Enti di formazione
M02 - Servizi di consulenza, di sostituzione e di assistenza alla gestione delle aziende agricole	
M03 - Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari	Promozione/soggetti collettivi
M04 - Investimenti in immobilizzazioni materiali	<ul style="list-style-type: none"> • Investimenti/Privati • Pacchetto Giovani • Progetti Integrata di Filiera
M06 - Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese	
M08 - Investimenti nello sviluppo delle aree forestali e nel miglioramento della redditività delle foreste	
M07 - Servizi di base e rinnovamento dei villaggi nelle zone rurali	Infrastrutture e servizi/beneficiari pubblici e privati
M05 - Ripristino del potenziale produttivo agricolo danneggiato da calamità naturali e da eventi catastrofici e introduzione di adeguate misure di prevenzione	Interventi infrastrutturali/beneficiari pubblici e privati
M10 - Pagamenti agro-climatico-ambientali	Premi a superficie/beneficiari privati
M11 - Agricoltura biologica	
M12 - Indennità Natura 2000 e indennità connesse alla direttiva quadro sulle acque	
M13 - Indennità a favore delle zone soggette a vincoli naturali o ad altri vincoli specifici	
M09 - Costituzione di associazioni e organizzazioni di produttori	Soggetti collettivi
M16 - Cooperazione	Immateriale/soggetti collettivi
M19 - Sostegno allo sviluppo locale LEADER	Metodo LEADER/GAL

7. IDENTITÀ VISIVA

L'identità visiva del PSR Basilicata 2014-2020 segue gli standard definiti nel documento di Corporate Identity approvato con Delibera di Giunta Regionale n.621 del 14 maggio 2015 per l'adozione del marchio unico di identificazione comunitaria 2014-2020 della Regione Basilicata, declinata sui singoli Programmi/fondi (Fse – Fesr- Feasr) con i rispettivi manuali di linea grafica, in conformità il con il Regolamento Ue n. 1303/2013 (artt. 115-116-117 e Allegato XII. Anche i beneficiari degli interventi hanno la responsabilità di pubblicizzare e

informare sul sostegno ottenuto attenendosi a quanto stabilito dal Regolamento Ue n. 808/2014 (Allegato III Parte 1 e 2).

Le caratteristiche tecniche di tutte le azioni informative e pubblicitarie, i materiali di informazione e comunicazione devono recare sul frontespizio una chiara indicazione della partecipazione dell'Unione e dei loghi istituzionali dello Stato Membro e della Regione Basilicata, oltre che il logo del PSR Basilicata 2014-2020. Per le misure finanziate attraverso il Leader, deve essere presente il logo del Leader. Le pubblicazioni cartacee e digitali devono menzionare l'organismo responsabile dell'informazione e l'Autorità di designata per l'esecuzione dell'aiuto FEASR, nel rispetto dei formati e delle composizioni riportate nel manuale di linea grafica del PSR Basilicata 2014-2020.

8. LE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE NEL SETTENNIO 2014-2020

Nei confronti dei pubblici di riferimento, a seconda delle esigenze specifiche, l'Autorità di gestione intende realizzare campagne di comunicazione per le diverse fasi che caratterizzeranno il periodo di attuazione del PSR Basilicata durante il settennio 2014-2020: campagna di lancio, mantenimento e chiusura del programma nel corso del periodo 2014-2020.

Campagna di lancio - Informazione generale e coinvolgimento dei partner

Obiettivo della campagna di lancio è presentare il nuovo documento di programmazione alla platea dei beneficiari attuali e potenziali e all'intera comunità regionale per ampliare le conoscenze su Europa 2020 e sul contributo del Programma al raggiungimento dei risultati, sul ruolo dell'Europa per il sostegno allo sviluppo locale, e accrescere il coinvolgimento di tutti i portatori di interesse e dei componenti del tavolo del partenariato regionale impegnati nell'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale.

Campagna di mantenimento

Durante la campagna di mantenimento si intende garantire l'informazione costante presso il pubblico generale e i beneficiari attuali e potenziali sui bandi emanati e le modalità operative, l'aggiornamento del programma, i lavori del Comitato di Sorveglianza, gli investimenti realizzati, i progetti in fase di realizzazione, anche con focus tematici su argomenti specifici. La Campagna di mantenimento prevede la presenza e il presidio sul territorio per il contatto diretto con i potenziali ed effettivi beneficiari del PSR Basilicata 2014-2020 e l'organizzazione di eventi anche con il valutatore indipendente per la diffusione dei risultati della valutazione sia per il pubblico interno che esterno.

Campagna di chiusura

Al termine delle attività, si intende coinvolgere la comunità di riferimento e il pubblico locale attraverso un mix di strumenti di comunicazione pubblicitari e informativi al fine di pubblicizzare e promuovere i risultati ottenuti.

Per il communication mix da definire nelle campagne di comunicazione (lancio, mantenimento, chiusura) si prevede l'utilizzo dei seguenti mezzi e strumenti;

- **Internet:** sito web (400 visite al giorno), newsletter (più di 700 iscritti con email e numero di telefono), posta elettronica;
- **Canali social media e social network** (Pagina Facebook, Profilo Twitter, Canale Youtube);
- **Media relation:** conferenze stampa, comunicati stampa, redazionali, speciali su Tv e carta stampata;
- **Dirette tv e/o streaming:**
- **Editoria:** bollettino ufficiale della Regione Basilicata, magazine e numeri speciali su magazine di settore con report sull'attuazione del PSR e articoli di approfondimento su iniziative in corso;
- **Inserzioni pubblicitarie:** acquisto spazi pubblicitari su testate televisive (spot), internet e carta stampata, radio;
- **Affissioni:** manifesti, locandine, vele itineranti e camper per pubblicità dinamica;

- **Installazioni e operazioni di guerrilla marketing** (opere site specific, attività di coinvolgimento e partecipazione della comunità attraverso azioni di marketing non convenzionale);
- **Eventi:** di lancio, conferenze, convegni, seminari, partecipazione a fiere, workshop;
- **Gadget:** merchandising personalizzato;
- **Front office:** Urp;
- **Direct marketing:** telefono, numero verde, invio postale;
- **Collaborazioni e partnership:** sostegno ad eventi inerenti gli argomenti del PSR da pubblicizzare attraverso iniziative organizzate da terzi con partecipazione attiva dell'Autorità di gestione.

9. RESPONSABILITÀ DELL'AUTORITÀ DI GESTIONE E GOVERNANCE

L'Autorità di gestione provvede affinché le azioni informative e pubblicitarie siano realizzate conformemente alla propria strategia di informazione e pubblicità.

La strategia è presentata non oltre sei mesi dopo l'adozione del Programma di Sviluppo Rurale. L'Autorità di gestione informa il Comitato di sorveglianza almeno una volta all'anno in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di informazione e pubblicità e in merito all'analisi dei risultati, nonché sulle **azioni di informazione e pubblicità da realizzare nel corso dell'anno successivo.**

L'Autorità di gestione è responsabile dei procedimenti amministrativi per l'attuazione delle attività di informazione e pubblicità, realizzate in collaborazione con gli uffici amministrativi competenti e supportata da risorse umane con profili professionali adeguati a svolgere attività di comunicazione pubblica istituzionale secondo la normativa vigente (Legge 150 del 2000). Nel rispetto dell'art 54, paragrafo 3, punto vi), del regolamento (UE) n. 1305/2013, le attività di informazione e comunicazione sono coordinate insieme alle postazioni regionali della Rete Rurale Nazionale per informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative, sulle possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti, e i beneficiari dei contributi dell'Unione e il pubblico in generale sul ruolo svolto dall'Unione nell'attuazione del programma.

Nella fase di implementazione del piano, si prevede di coordinare le strategie e le azioni di comunicazione con l'Ufficio Comunicazione Istituzionale e l'Ufficio stampa della Giunta regionale di Basilicata, secondo il piano editoriale regionale, e con l'Ufficio relazioni con il pubblico del Dipartimento Politiche Agricole e Forestali della Regione Basilicata.

In conformità con il Regolamento (UE) n. 1303/2013 artt115, l'Autorità di gestione garantisce la propria presenza sul sito web unico dei fondi di investimento europeo (Fondi SIE) e dei programmi operativi regionali per l'accesso al portale dedicato al PSR Basilicata 2014-2020

10. LA VALUTAZIONE

La valutazione, condotta anche con il supporto del Valutatore Indipendente, prevede un riscontro periodico sull'efficacia e sull'impatto delle azioni di informazione e pubblicità realizzate in termini di sensibilizzazione e socializzazione ai temi del Programma di Sviluppo Rurale. L'attività di valutazione copre l'intera fase di conduzione delle attività di comunicazione del PSR Basilicata 2014-2020 e misura il raggiungimento degli obiettivi sull'impatto delle azioni di comunicazione proposte ai destinatari.

11. IL MONITORAGGIO

Le azioni di monitoraggio che si prevede di realizzare puntano alla verifica della corretta realizzazione delle attività contenute nella strategia e al raggiungimento dei risultati attesi. Le rilevazioni previste misurano anche la crescita del livello di conoscenza e di soddisfazione dei destinatari della comunicazione per registrarne

bisogni, percezioni e analizzare l'efficacia dell'azione di comunicazione al fine di definire eventuali azioni correttive. Tra gli strumenti da utilizzare per il monitoraggio, calibrato su azioni e strumenti, anche le rilevazioni quali-quantitative e gli esiti delle riunioni del Comitato di Sorveglianza.

Rilevazioni quali-quantitative

Per le rilevazioni quantitative e qualitative, si prevede di utilizzare questionari, sondaggi e interviste, tecniche di marketing sociale e focus group con momenti di aggregazione, form interattivi per la valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione.

I principali indicatori di output e risultato individuati (susceptibili di modifica e/o integrazione) a supporto, delle attività di monitoraggio e valutazione sono:

- *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;

Tipo di attività	Indicatore di realizzazione	Indicatore di risultato
Pubblicazioni - brochure, opuscoli, prodotti editoriali e gadget	Numero copie da realizzare	Destinatari raggiunti
Pagine Web e account su piattaforme di social media e social network	Numero di pagine realizzate	Accessi: - valore assoluto - tasso di incremento - condivisioni e apprezzamenti - numero di follower e viewer
Media "above the line": spot radiofonici, televisivi, etc.	Numero inserti/spot	Destinatari raggiunti
Media "below the line" (manifesti, cartelloni, totem, stendardi)	Numeri impianti pubblicitari	Destinatari raggiunti
Comunicati / conferenze stampa	Numeri di comunicati realizzati / conferenze realizzate	Destinatari raggiunti
Materiale promozionale	Numero oggetti creati	Destinatari raggiunti
Prodotti audio-video	Numero prodotti realizzati	Destinatari raggiunti
Newsletter	Numeri realizzati	Destinatari raggiunti
Attività seminariale / divulgativa	Numero di eventi realizzati	Partecipanti

Guerrilla marketing e comunicazione non convenzionale	Numero di eventi realizzati	Partecipanti
---	-----------------------------	--------------

- *Indicatori di impatto*: si riferiscono ai cambiamenti del comportamento dei destinatari, conseguenti all'attività di comunicazione, misurabili attraverso interviste semi strutturate, focus group, osservazione diretta del contesto.

Target	Descrizione indicatore
Beneficiari	Conoscenza PSR Basilicata 2014-2020
	Conoscenza fonte di finanziamento, conoscenza bandi e opportunità
Potenziali beneficiari	Conoscenza bandi e progetti da realizzare
	Conoscenza fondo (FEASR) di finanziamento
Pubblico	Conoscenza Programma PSR Basilicata 2014-2020
	Conoscenza risultati e progetti realizzati per lo sviluppo rurale
Partenariato	Partecipazione e conoscenza progetti realizzati, spesa sostenuta
Enti pubblici locali	Enti che hanno partecipato almeno ad un'iniziativa

L'Autorità di gestione provvede ad informare il Comitato di Sorveglianza sulle attività di comunicazione e informazione realizzate e sugli esiti delle valutazioni tra cui quelle condotte dal Valutatore Indipendente.

12. IL BUDGET

Per l'attuazione della strategia di comunicazione del PSR Basilicata 2014-2020 è previsto un importo di €1.000.000,00. Si prevede di ripartire le risorse per ciascuna annualità assegnando le quote in corrispondenza del periodo di attuazione e della fasi delle campagne di comunicazione da realizzare.

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

13. IL CRONOPROGRAMMA

La Strategia di Comunicazione del PSR Basilicata 2014-2020 con le azioni previste annualmente, viene realizzata in funzione delle esigenze e della tempistica di attuazione degli interventi pianificati nell'ambito del programma. Alcune attività (quelle relative ai risultati) possono essere realizzate fino al 2021.

	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									