



Regione Lombardia

Agricoltura

Programma di sviluppo rurale 2007-2013

Allegato 9:

PIANO DI COMUNICAZIONE

INTRODUZIONE	3
1. SCENARIO	3
2. OBIETTIVI	4
3. PUBBLICI DI RIFERIMENTO.....	5
4. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE.....	6
5. I CONTENUTI.....	6
6. AZIONI E STRUMENTI	8
7. MISURAZIONE DEI RISULTATI	13

Introduzione

Il **Piano di comunicazione (PDC) del PSR 2007-2013 della Regione Lombardia** delinea gli obiettivi, i destinatari, le scelte strategiche, le azioni e i principali strumenti che caratterizzeranno le attività di informazione e comunicazione a supporto del PSR 2007-2013.

Il PDC è redatto dall'Unità Organizzativa Programmazione e Interventi per le Filiere Agroindustriali e lo Sviluppo Rurale insieme con l'Unità Operativa Strumenti e Iniziative di Comunicazione della Direzione Generale Agricoltura.

L'importo finanziario previsto per la sua esecuzione fa parte della componente di assistenza tecnica del PSR 2007-2013.

Altre iniziative di comunicazione, non previste nel PDC, potranno essere promosse e realizzate per particolari e contingenti esigenze sopravvenute nel corso degli anni, compatibilmente con le risorse disponibili.

1. Scenario

Il contesto di settore

E' in atto nel sistema agroalimentare lombardo un profondo **cambiamento**. Alcuni dei principali elementi che ne definiscono lo scenario di riferimento sono:

- la **riforma della Politica Agricola Comunitaria (PAC)**, approvata dai ministri europei dell'agricoltura il 26 giugno 2003, ed entrata in vigore in Italia a partire dal 1° gennaio 2005 che introduce **disaccoppiamento, modulazione ed ecocondizionalità**;
- la **globalizzazione e la progressiva maggiore liberalizzazione** dei mercati agricoli. Mentre i mercati dell'UE e del Giappone stanno attraversando una fase di stagnazione, quelli dei Paesi in via di sviluppo e della Cina sono in forte evoluzione. A ciò si aggiunge una maggiore competizione all'interno dello stesso mercato europeo, in seguito all'**allargamento dell'Unione Europea** da 15 a 25 paesi;
- l'attenzione dei cittadini verso l'ambiente rurale, le risorse naturali, la qualità e la sicurezza alimentare e il **dibattito sul sostegno pubblico comunitario** nei confronti delle **produzioni agricole**.

L'**obiettivo del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013** è **accompagnare il sistema agricolo lombardo nella sua transizione verso il nuovo modello di agricoltura**. Più in particolare con l'attuazione delle misure del PSR si vuole:

- favorire negli imprenditori agricoli la piena consapevolezza delle dinamiche di mercato ed una maggiore propensione alla innovazione e all'integrazione di filiera;
- promuovere uno sviluppo agricolo e forestale sostenibile in armonia con la tutela della biodiversità, la valorizzazione del paesaggio e lo sviluppo di fonti energetiche rinnovabili;
- garantire la permanenza delle popolazioni rurali nelle zone svantaggiate attraverso il potenziamento del contributo dell'agricoltura al miglioramento della qualità della vita e la diversificazione dell'economia rurale per creare nuova occupazione;
- integrare gli aspetti agricoli nelle attività di sviluppo locale per accrescere l'efficacia della governance locale e costruire la capacità locale di occupazione e diversificazione.

Per raggiungere gli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013, verranno investiti 400 milioni di euro di fondi comunitari e altri 500 milioni di euro messi a disposizione dallo Stato e dalla Regione, per arrivare ad un monte contributivo totale per la programmazione 2007/2013 di **900 milioni** di fondi pubblici.

Il Piano di comunicazione deve raggiungere un **elevato numero di potenziali beneficiari** (solo le aziende agricole presenti sul territorio lombardo ammontano a **circa 45.000**) e **circa 9 milioni di cittadini** consumatori.

La Regione Lombardia sta consolidando **logiche e processi di governo territoriale**. Quindi dalla centralità della gestione amministrativa si è passati al governo con il territorio. C'è stato quindi un progressivo spostamento del cuore dell'attività di amministratori e tecnici da "realizzare direttamente" a "ottenere i risultati attesi attraverso il concorso di una molteplicità di soggetti istituzionali e sociali".

Risultati di rilevante impatto per il territorio e in grado di generare benefici per i cittadini e per le imprese possono essere conseguiti solo attraverso il contributo di attori diversificati, siano essi istituzionali e sociali, pubblici e privati.

L'attuazione di un modello sussidiario di governo determina la necessità di **un'attenzione sempre maggiore alle reti di relazioni** che, opportunamente promosse e orientate, possono consentire di incrementare l'efficacia delle politiche.

Il contesto normativo

Il Regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio del 20 settembre 2005, recante disposizioni sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), individua nel Piano di comunicazione lo **strumento più idoneo a rendere efficaci le attività d'informazione e pubblicità**, inserendolo all'interno delle attività di programmazione del PSR (Titolo IV "Sostegno allo sviluppo rurale", Capo II "Assistenza tecnica", articolo 66 "Finanziamento dell'assistenza tecnica"; Titolo VI "Gestione, controllo e informazione", Capo II "informazione e pubblicità", articolo 76 "Informazione e pubblicità").

L'art. 58 del *Regolamento (CE) n.1974/2006* della Commissione del 15 dicembre 2006, recante disposizioni particolareggiate per l'applicazione del Regolamento (CE) n. 1698/2005 (Capo IV "Disposizioni in materia di Ammissibilità e disposizioni amministrative", Sezione 3 "Informazione e pubblicità", articolo 58; Allegato VI "informazione e pubblicità riguardante l'assistenza da parte del FEASR), affida all'Autorità di Gestione il compito di assicurare che gli interventi finanziati siano resi pubblici e i potenziali beneficiari finali e l'intera opinione pubblica siano informati circa:

- l'adozione del Programma di Sviluppo Rurale da parte della Commissione ed i relativi aggiornamenti;
- i principali risultati intermedi nell'esecuzione del programma;
- gli esiti finali del programma.

2. Obiettivi

Obiettivo generale del piano di comunicazione è **portare a conoscenza dei cittadini e dei beneficiari attuali e potenziali le finalità e le modalità operative degli interventi finanziati con il PSR 2007-2013**, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di incentivazione.

Il piano di comunicazione deve evidenziare la partecipazione della Commissione europea e dei fondi strutturali alla programmazione ed al finanziamento degli interventi. Tale obiettivo non può prescindere da un coordinamento della comunicazione tra Regione Lombardia e i vari enti ed attori economici e sociali coinvolti nel Programma di Sviluppo Rurale.

Gli **obiettivi specifici** del Piano, conformi a quelli indicati dalla normativa comunitaria di riferimento, sono i seguenti:

1. assicurare **trasparenza e promozione** alle attività legate al Programma di Sviluppo Rurale;
2. **informare** i beneficiari attuali e potenziali circa i tempi, le modalità e le opportunità di **accesso** ai contributi, garantendo così i diritti di informazione e accesso agli atti e partecipazione;
3. **informare** l'opinione pubblica **sul ruolo svolto dall'Unione europea** e dagli Stati membri nella realizzazione degli interventi e sui risultati effettivamente conseguiti;
4. **assicurare l'informazione** sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma;
5. **ottimizzare l'utilizzo dei finanziamenti, coinvolgere e motivare** le **categorie economiche** potenzialmente interessate a presentare domande di finanziamento e i **partner** che collaborano con l'Autorità di Gestione per la realizzazione degli interventi previsti dal Programma di Sviluppo Rurale;
6. **valorizzare l'immagine degli enti** coinvolti (in particolare trasferire un'immagine di Regione Lombardia e della Commissione Europea vicine al territorio);
7. **pubblicizzare i vantaggi** derivanti per la collettività dall'attuazione del Programma.

3. Pubblici di riferimento

Il **target del Piano di Comunicazione** è suddiviso in cinque categorie:

1. i beneficiari attuali e potenziali degli interventi:
 - a) imprese:
 - ✓ le aziende agricole e forestali
 - ✓ le industrie alimentari
 - ✓ le industrie di trasformazione e commercializzazione
 - ✓ gli altri soggetti individuati come beneficiari nelle schede di misura
 - b) enti (possono essere considerati anche partner dell'Autorità di Gestione):
 - ✓ comunità montane
 - ✓ comuni
 - ✓ consorzi di bonifica
 - ✓ consorzi forestali
 - ✓ parchi
 - ✓ enti gestori SIC e ZPS
 - ✓ gruppi di azione locale

- ✓
- 2. i cittadini
- 3. i partner:
 - ✓ le autorità locali e regionali
 - ✓ organizzazioni professionali
 - ✓ le parti economiche e sociali
 - ✓ le organizzazioni non governative, in particolare organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e organizzazioni ambientaliste
 - ✓ centri di informazione sull'Europa
 - ✓ rappresentanze della Commissione in Italia
- 4. gli organi di informazione e gli opinion leader
- 5. i pubblici interni all'organizzazione regionale

4. Strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione è differenziata a seconda dei destinatari, come di seguito esplicitato.

La scelta delle azioni e degli strumenti è legata alle diverse fasi di implementazione del Programma e al tipo di comunicazione necessaria. Nella fase iniziale di presentazione del Programma, la strategia di comunicazione adottata sarà centrata sulla promozione del Programma e delle principali novità da esso introdotte. Quindi verrà data ampia pubblicità al Programma appena approvato anche facendo ricorso ai media. Dal momento successivo al lancio dell'iniziativa le attività di comunicazione, informazione e pubblicità saranno volte prevalentemente a illustrare i contenuti, le modalità di attuazione e i risultati in itinere del Programma di Sviluppo Rurale.

5. I contenuti

Al di là della comunicazione prescrittiva (es. cartelloni, targhe informative che illustrano i progetti finanziati, pubblicazione degli elenchi dei beneficiari...), i messaggi che verranno veicolati dall'Autorità di Gestione riguarderanno sia i contenuti tecnici del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013, sia le principali novità introdotte dal Programma rispetto al precedente (es. introduzione di nuove modalità di accesso ai contributi), sia le novità introdotte nel settore agricolo, agroindustriale e forestale dalla riforma della Politica agricola comunitaria (disaccoppiamento, ecocondizionalità, modulazione). In particolare verrà evidenziato che il nuovo assetto comunitario impone di passare da una politica agricola di settore a una politica di sistema rurale.

Spazio rurale non è più sinonimo di spazio agricolo. E' un'area dove l'agricoltura rappresenta la spina dorsale, economica e sociale, ma dove insistono altre attività che con essa si integrano per lo sviluppo globale della zona rurale.

Di seguito sono evidenziati, i principali contenuti del piano riferiti ai singoli target:

Beneficiari potenziali

L'Autorità di gestione fornisce ai beneficiari potenziali informazioni chiare, esaurienti e aggiornate sui seguenti aspetti:

- a. le possibilità di finanziamento offerte dalle varie misure del Programma di Sviluppo Rurale;
- b. le procedure amministrative da seguire per poter ottenere finanziamenti nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale;
- c. le procedure di esame delle domande di finanziamento;
- d. le condizioni di ammissibilità e/o i criteri di selezione e valutazione dei progetti sovvenzionati;
- e. i nomi delle persone o gli uffici a livello nazionale, regionale o locale, presso i quali è possibile ottenere spiegazioni su come funzionano i programmi di sviluppo rurale e sui criteri di selezione e valutazione delle operazioni.

Beneficiari attuali

L'Autorità di gestione provvede affinché i beneficiari a cui viene notificata l'attribuzione dell'aiuto siano informati che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dal FEASR e sia portato a loro conoscenza l'asse prioritario del relativo Programma di Sviluppo Rurale.

Verranno inoltre informati in merito all'obbligo di realizzare ed esporre:

- se beneficiari di finanziamenti superiori a 50.000,00 €, una targa informativa con una descrizione del progetto, slogan e logo della Commissione Europea e dell'Autorità di Gestione;
- se beneficiari di finanziamenti superiori a 500.000,00 €, un cartellone con una descrizione del progetto, slogan e logo della Commissione Europea e dell'Autorità di Gestione da esporre nel luogo in cui sorge l'infrastruttura.

Verranno inoltre periodicamente (almeno una volta all'anno) pubblicate online (sulla sezione del sito www.agricoltura.regione.lombardia.it dedicata al Programma di Sviluppo Rurale), a partire dal 2008, le **liste dei beneficiari** delle misure del PSR, con relativi nominativi, titolo delle operazioni finanziate e importi assegnati.

Cittadini

L'Autorità di gestione informa il cittadino riguardo al ruolo multifunzionale svolto dall'agricoltura e ai relativi benefici per lui derivanti in termini di qualità e sicurezza dei prodotti alimentari nonché di tutela e fruibilità del territorio. La consapevolezza dei benefici sociali della spesa agricola dovrebbe favorire l'accettabilità della spesa stessa.

La conoscenza degli strumenti predisposti a favore dell'imprenditore agricolo socialmente responsabile incrementa l'attrattività del sistema agricolo nei confronti dei cittadini in quanto consumatori, potenziali investitori o imprenditori del settore.

La visibilità data attraverso l'azione informativa alle logiche e ai meccanismi delle politiche comunitarie alimenta il senso di appartenenza del cittadino all'Unione Europea.

Il cittadino dovrebbe così comprendere che attraverso l'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale si stanno realizzando le aspettative che lui nutre nei confronti del settore agricolo.

Partner

L'Autorità di gestione provvede affinché i partner che fungono da organi di collegamento a livello nazionale, regionale o locale siano coinvolti nel processo di informazione dei potenziali beneficiari. Questo significa che nei confronti dei partner l'Autorità di Gestione veicolerà informazioni tempestive e sempre aggiornate attraverso canali preferenziali in modo da garantire la veicolazione di messaggi a contenuto tecnico e specialistico anche elevato.

Organi di informazione e opinion leader

L'Autorità di gestione provvede a fornire ai media e agli opinion leader informazioni declinate a seconda delle caratteristiche del media (tipologia di fruitore, copertura territoriale, frequenza). Quindi i contenuti saranno più generalisti quando destinati a media che si rivolgono ai cittadini, saranno più tecnici quando destinati a testate di tipo tecnico e di settore.

In particolare i contenuti delle azioni informative dell'Autorità di Gestione nei confronti dei media e degli opinion leader saranno volti a pubblicizzare il Programma di sviluppo rurale 2007-2013 e ad assicurare trasparenza alle attività ad esso collegate, tra cui, in particolare, i risultati dei monitoraggi e della valutazione finale.

Interlocutori interni all'organizzazione regionale

L'Autorità di gestione provvede a fornire ai pubblici interni all'organizzazione regionale tutte le informazioni relative al Programma e alla sua attuazione necessarie per la sua corretta promozione.

6. Azioni e strumenti

Nelle pagine che seguono sono descritte le azioni di comunicazione previste dal piano di comunicazione e i relativi strumenti.

Comunicazione interpersonale (incontri, tavoli tecnici, riunioni, seminari)

Si prevede l'organizzazione di **incontri** e **tavoli tecnici** periodici finalizzati all'informazione del personale operante nelle amministrazioni provinciali e nelle comunità montane, e a coloro (Organizzazioni Professionali Agricole, Centri di Assistenza Agricola, Ordini Professionali, Gruppi di Azione Locale, ecc.) che collaboreranno alla attuazione del Programma di Sviluppo Rurale. In questo modo si vuole assicurare integrazione e coordinamento con la rete esterna di operatori che interagisce con l'Autorità di Gestione del Programma nonché raccogliere suggerimenti ed indicazioni utili al miglioramento organizzativo al fine di far conoscere e diffondere le buone pratiche che si sono sperimentate e realizzate.

In particolare sarà realizzato un **ciclo di seminari tecnici** prima dell'approvazione del Programma da parte della Commissione Europea destinati ai partner dell'Autorità di Gestione, volti a illustrare i contenuti tecnici del Programma, e quindi a facilitare la partecipazione alle misure da parte dei potenziali beneficiari.

Sono inoltre già attivi:

- un **tavolo tecnico** con Province e Sedi Territoriali
- un **tavolo tecnico** con le Comunità Montane

- un **tavolo tecnico** con gli Enti Gestori Parco
- un **tavolo istituzionale** con le Province e le Comunità Montane
- un **tavolo agricolo** con le organizzazioni agricole professionali
- un **tavolo di confronto** con le parti economiche e sociali

Inoltre nel 2007 è stato attivato il **progetto** “Sviluppo della **rete di comunicazione interistituzionale** tra Regione Lombardia ed Enti Delegati a supporto della comunicazione e della promozione del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013”. Il progetto ha come obiettivo, attraverso interventi di formazione accompagnamento, il rafforzamento del sistema di comunicazione interistituzionale tra Regione Lombardia e i diversi enti (Province, Comunità Montane) e altri soggetti (Centri di Assistenza Agricola...) chiamati a collaborare al governo dei sistemi agroalimentari e forestali e, in particolare, all’attuazione del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2007-2013. Questo consentirà di ottimizzare la circolazione delle informazioni tra gli enti sopra citati e quindi di favorire una efficace ed efficiente promozione dei contenuti del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Lombardia anche attraverso strumenti di comunicazione gestiti da altri Enti.

Il progetto verrà sviluppato in **due fasi**. Per la **prima fase**, l’invito a prendere parte al progetto è rivolto a funzionari della Regione Lombardia e a 2 Province. Nella **seconda fase** il progetto prevede il coinvolgimento dell’Ente Regionale per i Servizi all’Agricoltura e alle Foreste (ERSAF), di tutte le Province e le Comunità Montane lombarde, dei Parchi, delle principali Organizzazioni Professionali agricole, dei Centri di Assistenza Agricoli e dei Gruppi di Azione Locale.

Per sviluppare il progetto sono previsti:

- workshop;
- seminari di studio;
- incontri.

Il progetto è già stato attivato. La sua conclusione è prevista per la fine del 2007.

Destinatari principali di queste azioni sono: beneficiari potenziali, partner, pubblici interni all’organizzazione regionale.

Comunicazione online (siti internet, intranet, newsletter, direct mail, caselle di posta dedicate, FAQ)

Gli strumenti di comunicazione online che verranno utilizzati nel periodo 2007-2013 saranno individuati tra i seguenti:

- sito **Internet della Direzione Generale Agricoltura** (www.agricoltura.regione.lombardia.it): continuerà l’attività di coordinamento editoriale della **sezione** del sito internet creata per illustrare i contenuti della Politica Agricola Comunitaria e dello Sviluppo Rurale. Le informazioni saranno costantemente aggiornate così come i link ai siti delle altre Amministrazioni coinvolte nel Programma (Ministero, Unione Europea, INEA o altri enti di ricerca).

Nella sezione, già articolata in sottosezioni con un **indirizzo di posta elettronica** a cui rivolgersi per ottenere ulteriori informazioni (nuovosvilupporurale@regione.lombardia.it), verrà ulteriormente implementata l’area dedicata al Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013.

Sempre in questa sezione del sito verranno inoltre periodicamente (almeno una volta all’anno) pubblicate, a partire dal 2008, le **liste dei beneficiari** delle misure del PSR, con relativi nominativi, titolo delle operazioni finanziate e importi assegnati.

La sezione ospiterà infine una serie di **FAQ** (Frequent Asked Question) sul Programma di Sviluppo Rurale, per dare risposta immediata ai quesiti più ricorrenti sul Programma così come rilevato dalle domande giunte via telefono e via e-mail.

- **Intranet della Direzione Generale Agricoltura.** Verrà dedicata una **sezione** all'aggiornamento delle informazioni inerenti il Programma di Sviluppo Rurale.
- **Newsletter elettronica Agrifolium:** continuerà per il periodo 2007-2013 la redazione e l'invio della newsletter elettronica nata per promuovere i contenuti del sito Internet della DG Agricoltura e in particolare le **novità** pubblicate in merito al **Programma di Sviluppo Rurale**. La newsletter viene inviata mensilmente a una mailing list di circa **800 destinatari** costituita da referenti (tutti operanti sul territorio regionale) della Regione Lombardia, delle Province, delle Comunità Montane, degli Enti Parco, dei Gruppi di Azione Locale, dell'Ente Strumentale per lo Sviluppo Agricolo e Forestale, delle principali organizzazioni professionali agricole e dei centri di assistenza agricoli.
- **Attività di informazione mirata** attraverso l'invio di comunicati e documenti di lavoro a ben definite **mailing list** (per esempio ai componenti dei tavoli tecnici). Sempre attraverso le tecnologie informatiche si prevede di continuare l'invio di documenti e informative a liste di destinatari raggruppati per target omogenei individuati tra i soggetti coinvolti, a vario titolo, nell'attuazione del PSR 2007-2013.

Destinatari principali di queste azioni sono: tutte le tipologie di target.

Publicità

Al fine di promuovere, con riferimento al Programma di Sviluppo Rurale e alle politiche agricole europee, il ruolo multifunzionale svolto dall'agricoltura e ai relativi benefici derivanti per i cittadini in termini di qualità e sicurezza dei prodotti alimentari nonché di tutela e fruibilità del territorio, si prevede di realizzare e veicolare attraverso l'acquisto di spazi su media:

- almeno **tre filmati**,
 - ✓ uno da utilizzare per la promozione del Programma nel suo complesso;
 - ✓ uno che promuova i risultati intermedi conseguiti nell'implementazione delle misure previste dal Programma;
 - ✓ uno che pubblicizzi i risultati finali conseguiti e valutati alla fine del periodo di programmazione;
- **un dossier** di *Lombardia Verde* (il mensile della Direzione Generale Agricoltura) dedicato ai cittadini e veicolato in abbinamento con un' importante testata generalista a diffusione nazionale (la distribuzione riguarderà solo il territorio della Regione Lombardia);
- **redazionali** o **annunci pubblicitari** per promuovere i contenuti e i risultati del PSR su testate generaliste.

L'obiettivo è dare visibilità all'azione regionale, nazionale e comunitaria per le politiche agricole e far comprendere al cittadino che attraverso l'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale si stanno realizzando le aspettative che lui nutre nei confronti del settore agricolo.

Inoltre, per i beneficiari potenziali e attuali si prevede di acquistare spazi su **testate specializzate** per la pubblicazione di **redazionali** o **annunci pubblicitari**.

Destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini e i beneficiari.

Relazioni con i media (comunicati e conferenze stampa, editoriali, articoli, interviste)

Per quanto riguarda le relazioni con i media, si prevede di attivare i seguenti strumenti:

- **comunicati stampa:** in occasione di comunicazioni di rilievo sul PSR (es. approvazione da parte della Giunta della Regione Lombardia, approvazione da parte della Commissione Europea, presentazione dei risultati intermedi e finali, ecc.)
- **conferenze stampa:** in occasione di comunicazioni di rilievo, oltre al comunicato stampa, verrà organizzata una conferenza stampa alla presenza di giornalisti della stampa generalista e di settore.
- **press tour/workshop** con i giornalisti: saranno organizzate visite per i giornalisti, che saranno accompagnati da una guida in grado di descrivere particolari tecnici di strutture e luoghi. La finalità è quella di far conoscere ai giornalisti i dettagli tecnici di alcuni interventi finanziati dal PSR e i risvolti che tali attività o servizi possono avere anche in termini di risparmio energetico e salvaguardia ambientale (es. finanziamenti per agroenergie o per rimboschimento di zone rurali).
- **supporti audiovisivi e dimostrativi:** possono essere realizzati per essere utilizzati all'interno delle conferenze stampa per meglio illustrare i contenuti del Programma.

L'obiettivo di tale attività è giungere alla creazione e gestione di rapporti continuativi e collaborativi con i giornalisti al fine di ottenere la:

- pubblicazione di articoli su testate tecniche e specialistiche, quali *Agrisole* de *Il Sole24Ore*, *L'Informatore agrario*,....
- presenza all'interno di programmi televisivi;
- presenza all'interno di trasmissioni radio.

Destinatari principali di queste azioni sono: i media.

Organizzazione di eventi e fiere

Il Programma verrà presentato in occasione di eventi, quali convegni e seminari tematici, tavole rotonde, fiere e altre manifestazioni regionali e nazionali. Eventi organizzati dalla Direzione Generale Agricoltura, da altre Direzioni generali o anche da organizzazioni del settore.

Tra gli eventi in programmazione **ogni anno** per gli **operatori del settore** ci sono:

- Vegetalia, il salone della filiera vegetale;
- Vinitaly, Salone internazionale del vino e dei distillati;
- SOL, Salone Internazionale dell'Olio di Oliva;
- Manifestazione agroalimentare, fiera dell'agroalimentare;
- Fiera del bovino da latte;
- Altre fiere a valenza provinciale.

Tra gli eventi che saranno realizzati nel 2007 dalla Direzione Generale Agricoltura c'è il **Forum dell'agricoltura lombarda** che sarà un momento importante per la pubblicizzazione del PSR nei confronti dei partner, dei beneficiari e dei cittadini (attraverso la cassa di risonanza dei media).

Tra gli eventi in programmazione **ogni anno** per i **cittadini** ci sono:

- B.I.T., Borsa Internazionale del Turismo;
- Foreste da Vivere;

- Mostra del Bitto, Fiera dei prodotti della montagna lombarda;
- Fattorie Aperte in Lombardia;
- Artigiano in fiera;
- Altre fiere a valenza provinciale.

Potranno inoltre essere realizzati alcuni **video** a contenuto tecnico rivolti ai partner e ai potenziali beneficiari, da utilizzare in occasione di convegni e seminari.

Destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari, i partner e i media.

Attività di front office

Continueranno per tutto il periodo della programmazione 2007-2013 le attività di front office relative alle richieste di informazione sul Programma di Sviluppo Rurale.

Le attività consistono nella risposta via telefono, fax ed e-mail a quesiti pervenuti da parte del call center e delle sedi territoriali di Spazio Regione oppure direttamente all'Autorità di Gestione attraverso:

- Telefono o fax
- le caselle di posta elettronica:
 - ✓ nuovosvilupporurale@regione.lombardia.it
 - ✓ comunicazione_agricoltura@regione.lombardia.it
 - ✓ direzione_agricoltura@regione.lombardia.it
 - ✓ postaweb@regione.lombardia.it

Destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari e i partner.

Prodotti editoriali (mensile della Direzione Generale Agricoltura, brochure, manifesti, cartelloni,...)

Vari sono i prodotti editoriali che la Direzione Generale Agricoltura utilizzerà per la veicolazione delle informazioni relative al PSR, tra queste:

- **il mensile** della DG Agricoltura *Lombardia Verde*. La testata, che ha una tiratura di 80.000 copie mensili, raggiunge attualmente tutti gli agricoltori lombardi e numerosi altri operatori del settore, comprese le altre Amministrazioni pubbliche della Lombardia. L'indirizzario verrà ampliato in modo che la testata possa raggiungere tutti i potenziali beneficiari;
- **un dossier** di *Lombardia Verde* dedicato ai cittadini e veicolato in abbinamento con un'importante testata generalista a diffusione nazionale (la distribuzione riguarderà solo il territorio della Regione Lombardia);
- **brochure informative e/o promozionali** realizzate ad hoc per rendere nota l'esistenza di determinati contributi a favore delle imprese agricole e per lo Sviluppo rurale. Tali pubblicazioni potrebbero essere distribuite nel corso di eventi e fiere, oppure anche attraverso il mensile *Lombardia Verde*;
- **il Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia** (B.U.R.L.) (consultabile online): tra le altre informazioni, verranno pubblicati periodicamente (almeno una volta all'anno), a partire dal 2008, le liste dei beneficiari delle misure del PSR, con relativi nominativi, titolo delle operazioni finanziate e importi assegnati.

- **manifesti e cartelloni** verranno costruiti ad hoc per le fiere di settore per illustrare le principali novità introdotte dal PSR, le misure finanziate, i principali risultati conseguiti.

Destinatari principali di queste azioni sono: i cittadini, i beneficiari e i partner.

Immagine coordinata, loghi e slogan

Tutte le azioni e gli strumenti di comunicazione del PSR 2007-2013 della Regione Lombardia sopra descritti saranno contraddistinti da una **linea grafica coordinata** che valorizzerà il marchio della Direzione Generale Agricoltura della Regione Lombardia e il logo della Comunità Europea. In particolare ogni azione informativa e pubblicitaria conterrà i seguenti elementi:

- il marchio della Direzione Generale Agricoltura della Regione Lombardia;
- la bandiera europea corredata dalla dicitura “Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l’Europa investe nelle zone rurali”;
- il logo di Leader (per le misure e gli interventi finanziati dall’asse Leader).

Tutte le azioni di comunicazione del PSR 2007-2013 Regione Lombardia saranno così facilmente identificabili dall’insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo.

7. Misurazione dei risultati

Le azioni di comunicazione saranno progettate, realizzate, monitorate ed infine valutate mediante rilevazioni qualitative e quantitative.

Rilevazioni qualitative

La rilevazione qualitativa verterà sui principali pubblici di riferimento (*beneficiari, partner, cittadini*), ed andrà ad inserirsi lungo tutto il percorso di attuazione del PDC: pertanto indagini verranno effettuate su ciascun target prima, durante e dopo le specifiche azioni di comunicazione:

- in fase *ex-ante*, per esplorare lo scenario di riferimento al fine di progettare in modo strategico gli interventi di comunicazione;
- durante tutto il periodo di attuazione del PDC, a cadenza annuale, per monitorare l’attenzione suscitata e rilevare i primi effetti;
- in fase *ex-post* (termine del PDC), per valutare l’impatto delle azioni di comunicazione sui target di riferimento per quanto riguarda, ad esempio, notorietà/ricordo spontaneo della comunicazione, interesse suscitato, comprensione delle comunicazioni (chiarezza, completezza delle informazioni veicolate, accessibilità delle informazioni), lettura del nuovo PSR in termini di impatto sul territorio/sulle realtà locali, riconoscimento delle fonti-istituzioni, percezione del ruolo della Regione Lombardia, dello Stato e della Comunità Europea.

Per ciascun target, tra quelli sopra indicati, è previsto uno strumento di indagine ad hoc (*vedi nota metodologica*), a fronte di presupposti strategici diversi:

PARTNER >> interviste individuali o mini-focus group socio-semiotici

L’indagine potrà svolgersi attraverso interviste individuali approfondite o mini-focus group (3-4 persone): tale strumento di indagine consente un maggior approfondimento delle logiche e delle

motivazioni profonde che regolano gli atteggiamenti e i comportamenti rispetto ad uno specifico argomento; risulta perciò particolarmente efficace per indagare tematiche complesse.

BENEFICIARI >> interviste individuali e/o questionario su *Lombardia Verde*

Al fine di indagare il vissuto del PSR presso i beneficiari stessi, nonché l'impatto della comunicazione in termini di comprensione e chiarezza si intende somministrare un questionario quali-quantitativo, che verrà diffuso mediante il mensile *Lombardia Verde*, per il quale si potrà prevedere anche una versione online.

CITTADINI >> focus group socio-semiotici

Per interpellare direttamente i cittadini, il focus group si rivela lo strumento più adeguato, sia per il tipo di argomento sia per gli obiettivi ipotizzati (in particolare rilevare l'immagine della Regione Lombardia e della Unione Europea). La dinamica relazionale che si instaura nel gruppo favorisce infatti l'emersione di giudizi, criticità, stereotipi, modelli interpretativi e più in generale aree concettuali d'interesse.

Rilevazioni quantitative

Le rilevazioni quantitative partiranno con l'attuazione del PDC e avranno **cadenza annuale**, nell'ottica di dimensionare la portata degli interventi di comunicazione effettuati e fornire dati relativamente alla copertura e alla penetrazione delle singole azioni di comunicazione realizzate.

Pertanto, la **rilevazione quantitativa verterà** prevalentemente sugli **strumenti di comunicazione**: mediante *un'analisi secondaria* - ad intervalli temporali cadenzati - si renderà conto delle attività di comunicazione realizzate a consuntivo. Si valuteranno in particolare:

- il numero di strumenti di comunicazione impiegati (n° seminari, convegni, workshop, documenti pubblicati sui siti Internet, newsletter, pubblicazioni, schede tecniche, brochure, guide);
- i comunicati e conferenze stampa realizzati e dati della rassegna stampa (n° passaggi stampa, radio, televisione).

Attraverso il conteggio del numero di contatti - ovvero di persone raggiunte, direttamente o indirettamente, attraverso le iniziative di comunicazione sopraelencate - sarà inoltre possibile rilevare la copertura e la penetrazione delle attività di comunicazione messe in atto.

A completamento, si può ipotizzare anche un'analisi primaria quantitativa, a supporto delle rilevazioni qualitative sui pubblici di riferimento: si intende infatti condurre una o più indagini campionarie sui diversi target (preferibilmente durante l'attuazione del PDC e alla conclusione) finalizzate a valutare gli esiti del piano nel suo complesso. La metodologia CATI (Computer Aided Telephone Interview) pare essere la più opportuna.

Note metodologiche:

L'*analisi quantitativa* è orientata a risultati di tipo descrittivo e permette di "fotografare" il fenomeno oggetto di analisi, nonché di fornire la dimensione del dato.

L'*analisi qualitativa sociosemiotica* ha una funzione fondamentale **esplicativa**: permette cioè di far emergere le **motivazioni alla base degli atteggiamenti**, di individuarne **le relazioni e la significatività**; a differenza dell'analisi quantitativa, infatti, non si occupa di rilevare la dimensione dei dati, ma spiega i meccanismi che li hanno generati, i modelli culturali sottostanti e le relazioni che intercorrono tra di essi.

6. Pianificazione temporale indicativa e bilancio di previsione

Il presente Piano di comunicazione del PSR 2007-2013 della Regione Lombardia verrà declinato annualmente in specifiche attività di informazione e comunicazione. Nei **Piani di comunicazione annuali** verranno pianificate le iniziative di volta in volta individuate come più idonee a perseguire gli obiettivi del PSR.

Le attività di informazione, promozione e supporto tecnico saranno concentrate prevalentemente nel periodo 2007-2009 mentre per il restante periodo di programmazione si provvederà in particolare alla diffusione delle informazioni relative all'andamento degli interventi (dati, statistiche etc.).

I Piani di comunicazione annuali saranno realizzati in funzione delle esigenze e della tempistica di attuazione degli interventi programmati nell'ambito del PSR 2007-2013. Per le attività programmate per il periodo 2007-2013 l'Amministrazione Regionale ha individuato nella **programmazione finanziaria** del PSR della Regione Lombardia un ammontare di risorse finanziarie indicativamente pari allo 0,3% della spesa pubblica totale disponibile (€2.700.000) che potranno eventualmente essere adeguate.

7. Strutture e personale

L'**Autorità di Gestione** del presente PDC è individuata nella struttura che all'interno della Direzione Generale Agricoltura della Regione Lombardia, si occuperà della Programmazione dello Sviluppo Rurale 2007-2013, individuata nell'Unità Operativa Programmazione e Interventi per le Filiere Agroindustriali e lo Sviluppo Rurale.

Al personale della struttura sarà dato supporto dalla Unità Operativa Strumenti e Iniziative di Comunicazione, dal Comitato di Gestione e dal gruppo di referenti delle misure del PSR individuato tra il personale della DGA.

Le azioni e/o gli strumenti di comunicazione previsti dal PDC verranno realizzati col supporto di enti del sistema regionale (I.Re.F., ERSAF, ecc) che si avvarranno, se necessario, di consulenti esterni esperti in comunicazione.

<div style="text-align: center;">TARGET</div> <div style="text-align: center;">AZIONI</div>	Beneficiari attuali e potenziali	Cittadini	Partner	Organi di informazione e opinion leader	Pubblici interni
<i>Comunicazione interpersonale</i>					
<i>Comunicazione online</i>					
<i>Pubblicità</i>					
<i>Relazioni con i media</i>					
<i>Organizzazione di eventi e fiere (tecnici)</i>					
<i>Organizzazione di eventi e fiere (generalista)</i>					
<i>Attività di front office</i>					
<i>Prodotti editoriali</i>					

AZIONE	TEMPI	2007	A metà programmazione	2013	Con cadenza annuale	Durante tutto l'anno
	STRUMENTI					
<i>Comunicazione interpersonale</i>	Tavoli tecnici					
	Seminari tecnici					
	Rete di comunicazione interistituzionale					
<i>Comunicazione online</i>	Sito internet DG Agricoltura					
	Casella di posta elettronica					
	FAQ					
	Intranet DG Agricoltura					
	Newsletter					
	Direct mail					
<i>Pubblicità</i>	Filmati					
	Dossier "Lombardia Verde"					
	Redazionali o annunci pubblicitari					

<i>Relazioni con i media</i>	Comunicati stampa					
	Conferenze stampa					
	Press tour/workshop					
	Audiovisivi					
<i>Organizzazione di eventi e fiere</i>	Fiere e manifestazioni di settore					
	Convegni e seminari tematici					
	Fiere e manifestazioni di carattere generalista					
<i>Attività di front office</i>	Numero telefonico dedicato					
	Caselle di posta elettronica					
<i>Prodotti editoriali</i>	Mensile della DG Agricoltura "Lombardia Verde"					
	Dossier speciale di "Lombardia Verde"					
	Brochure informative da distribuire in eventi o in allegato a "Lombardia Verde"					
	Bollettino Ufficiale Regione Lombardia					
	Manifesti/cartelloni					

