

REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA, DELLO SVILUPPO RURALE
E DELLA PESCA MEDITERRANEA



FONDO EUROPEO AGRICOLO
PER LO SVILUPPO RURALE:
EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



Piano di Comunicazione PSR Sicilia 2014-2020

**ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA, DELLO SVILUPPO RURALE
E DELLA PESCA MEDITERRANEA**



"IN... VESTIRE IN VERDE"

Strategia di Comunicazione
PSR SICILIA
2014 - 2020



1. INTRODUZIONE

Ai sensi del regolamento (UE) n. 1305/2013, il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) prevede sostegni all'agricoltura per il periodo 2014 -2020.

Lo sviluppo rurale deve contribuire al conseguimento degli obiettivi di coesione economica e sociale, così come stabilito dalle priorità della strategia "Europa 2020".

“Il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) Sicilia 2014-2020, approvato con Decisione CE C(2015)8403 del 24 novembre 2015, modificato e approvato nella versione 3.1 con Decisione C(2017) 7946 del 27/11/2017., rappresenta lo strumento di finanziamento e di attuazione del Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale (FEASR) dell'Isola.

Nell'ambito della programmazione delle risorse FEASR, per il periodo 2014-2020, sono stati assegnati alla Regione Siciliana **2.212.747.000 di euro** con un incremento di oltre 27 milioni rispetto alla dotazione del PSR Sicilia 2007-2013. I fondi assegnati alla Sicilia costituiscono la maggiore dotazione finanziaria assegnata tra le regioni italiane a livello nazionale.

La novità più importante dell'attuale programmazione è un approccio più flessibile nel definire le specifiche azioni che utilizzerà una nuova struttura basata su sei “priorità di intervento”.

Per il periodo 2014-2020 sono stati individuati tre obiettivi strategici di lungo periodo: competitività del settore agricolo, gestione sostenibile delle risorse naturali e sviluppo equilibrato dei territori rurali (art. 4 Reg. 1305/2013).

Nell'ambito della programmazione 2014-2020, lo Sviluppo rurale dovrà quindi stimolare la competitività del settore agricolo, garantire la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima, realizzare uno sviluppo territoriale equilibrato delle economie e comunità rurali, compresi la creazione e il mantenimento di posti di lavoro attraverso le seguenti **6 PRIORITA'**:

- PROMUOVERE IL TRASFERIMENTO DELLA CONOSCENZA E L'INNOVAZIONE NEL SETTORE AGRICOLO E FORESTALE E NELLE ZONE RURALI;
- POTENZIARE LA REDDITIVITÀ DELLE AZIENDE AGRICOLE E LA COMPETITIVITÀ DELL'AGRICOLTURA IN TUTTE LE SUE FORME, PROMUOVERE TECNICHE INNOVATIVE PER LE AZIENDE AGRICOLE E LA GESTIONE SOSTENIBILE DELLE FORESTE;
- PROMUOVERE L'ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA ALIMENTARE, COMPRESA LA TRASFORMAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI, IL BENESSERE ANIMALE E LA GESTIONE DEI RISCHI NEL SETTORE AGRICOLO;
- PRESERVARE, RIPRISTINARE E VALORIZZARE GLI ECOSISTEMI CONNESSI ALL'AGRICOLTURA E ALLA SILVICOLTURA;
- 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;
- ADOPERARSI PER L'INCLUSIONE SOCIALE, LA RIDUZIONE DELLA POVERTÀ E LO SVILUPPO ECONOMICO NELLA ZONE RURALI”. (cfr. “Presentazioni e obiettivi” - <http://www.psr Sicilia.it>)

Al fine di garantire la trasparenza degli aiuti, e di fornire informazioni idonee riguardo le attività del PSR finanziate da parte del FEASR, il regolamento (UE) n. 1305/2013 (articolo 66.1.i) ¹ in deroga al Regolamento (CE) n. 1698/2005 stabilisce che l'Autorità di Gestione si doti di una Strategia di Comunicazione per pubblicizzare il programma e per informare i beneficiari effettivi e potenziali, nonché il pubblico in generale, attraverso anche l'utilizzo della Rete Rurale Nazionale (RRN) ed attraverso i siti web dei GAL (Gruppo Azione Locale) siciliani.

L'articolo 13 del regolamento (UE) n. 808/2014 della Commissione, del 17 Luglio 2014, recante disposizioni di applicazione del regolamento (UE) n. 1305/2013, sugli aiuti previsti per lo sviluppo rurale da parte del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) stabilisce che l'Autorità di Gestione dovrà presentare una strategia di informazione e pubblicità, ed eventuali modifiche ad esso, al Comitato di sorveglianza per l'informazione. ²

L'allegato III dello stesso regolamento stabilisce le responsabilità dell'Autorità di Gestione e dei beneficiari in materia di informazione e pubblicità.

La strategia mira a sviluppare le misure necessarie di informazioni e pubblicità per dare maggiore visibilità e trasparenza dell'azione comunitaria e determinare con chiarezza le responsabilità e le funzioni che hanno i diversi soggetti coinvolti nella gestione del Programma al fine di rispettare gli obblighi stabiliti dalla normativa comunitaria.

¹ i) a dare pubblicità al programma, tra l'altro attraverso la rete rurale nazionale, informando 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 circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti, nonché informando i beneficiari dei contributi dell'Unione e il pubblico in generale sul ruolo svolto dall'Unione nell'attuazione del programma.

² 1. L'autorità di gestione presenta una strategia di informazione e pubblicità nonché le relative modifiche al comitato di sorveglianza per l'informazione. 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 in merito alle azioni di informazione e pubblicità da realizzare nel corso dell'anno successivo. 2. Le norme particolareggiate relative alle responsabilità dell'autorità di gestione e dei beneficiari in materia di informazione e pubblicità sono definite nell'allegato III.

2. Gli obiettivi strategici macro e i gruppi target

Questa strategia di comunicazione fissa tre macro obiettivi strategici che si identificano e si relazionano con i gruppi target, come indicato nella tabella allegata:

| Obiettivi Strategici | Descrizione | Target |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| OS1 | Presentazione del PSR. Far conoscere il contenuto del programma e migliorare la diffusione delle azioni dell'Unione Europea e della Regione Siciliana | Pubblico in generale |
| OS2 | Attività di informazione e pubblicità specifiche e continue, dalla presentazione del PSR, alla fase intermedia, fino alla chiusura di tutti i bandi (e relativo esaurimento fondi) per garantire la trasparenza ai beneficiari, offrendo loro la possibilità che offre l'azione congiunta della UE e della Regione Siciliana. Informare sugli obblighi di informazione e pubblicità. | Beneficiari effettivi e potenziali <i>Gli Influencer</i> Associazioni di categoria Organizzazioni non governative interessate Imprese agricole, agro-industriali e forestali, singole o associate Imprese ed organizzazioni che operano nell'ambito dei servizi alla produzione alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali Enti locali e altri soggetti pubblici a livello regionale e locale Operatori e promotori dei progetti integrati di filiera Organismi di ricerca e promozione dell'innovazione Altri soggetti individuati quali beneficiari nelle schede di misura del PSR |
| OS3 | Evento conclusivo del PSR. Comunicazione dei risultati finali, presentazione delle best practices e dei contesti svolti per le scuole e le università, nonché la predisposizione degli atti propedeutici per l'avvio della nuova programmazione | Pubblico in generale |

2.1. Elementi della Strategia di Comunicazione

La strategia di comunicazione redatta dall'Autorità di gestione conterrà i seguenti elementi:

a) una descrizione dell'approccio adottato, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione che l'autorità di gestione deve adottare, destinato ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, ai soggetti moltiplicatori (Influencer) e al grande pubblico;

b) una descrizione dei materiali che saranno resi disponibili in formati accessibili anche per le persone con disabilità;

c) una descrizione di come i beneficiari saranno sostenuti nelle loro attività di comunicazione;

d) il bilancio indicativo per l'attuazione della strategia;

e) una descrizione degli organismi amministrativi, tra cui le risorse umane, responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione;

f) le modalità per le misure di informazione e comunicazione di cui al punto 2, compreso il sito web o portale web in cui tali dati possono essere reperiti;

g) l'indicazione di come le misure di informazione e comunicazione debbano essere valutate in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione e in termini di sensibilizzazione nei loro confronti;

h) ove pertinente, una descrizione dell'utilizzo dei principali risultati del precedente programma operativo;

i) un aggiornamento annuale che riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo sulla base delle attività svolte nell'anno precedente.

2.2. Definizione della metodologia adottata e suoi approcci.

Il trattamento delle informazioni, tenuto conto dei destinatari, avrà due tipi di approcci:

- Informativo/comunicativo e
- pubblicitario.

Nell'approccio informativo/comunicativo, le informazioni saranno mirate a tutti i beneficiari potenziali ed effettivi, al fine di garantire la trasparenza e in modo che essi percepiscano le possibilità che offre la programmazione del PSR per aumentare il livello di concorrenza, e con il fine di facilitare la comprensione dei requisiti normativi necessari e il modo di come adeguarsi ad essi.

Nell'approccio pubblicitario, l'informazione sarà indirizzata al grande pubblico con l'obiettivo di migliorare la diffusione delle attività del programma, cercando di far comprendere ai diversi pubblici che la politica di sviluppo rurale è uno strumento anche di loro interesse e che riguarda la loro qualità della vita.

3. Contenuti informativi e pubblicitari

- Pubblicazione del programma

- Pubblicazione del PSR nella pagina Web istituzionale

- Accesso generale alle informazioni, gestione, monitoraggio e valutazione della programmazione.

- Implementazione e gestione del sito web, dove saranno pubblicati:
 - cronoprogramma indicativo del previsto periodo di pubblicazione dei bandi per tutte le operazioni programmate che sarà regolarmente aggiornato;
 - i bandi con le relative informazioni;
 - i principali risultati ottenuti nell'attuazione del programma e il contributo che questi danno alla diffusione delle priorità dello sviluppo rurale;
 - i risultati della valutazione secondo il piano di valutazione del programma;
 - l'esito dei bandi con l'elenco dei beneficiari ammessi al finanziamento;
 - le News sul PSR (incluse le relazioni relative gli esiti dei lavori di ogni tavolo tecnico itinerante);
 - la raccolta delle Best practices;
 - gli aggiornamenti costanti delle F.A.Q., raggruppate per sezioni omogenee;
 - i collegamenti del sito web con i siti istituzionali regionali, nazionali o europei per fornire informazioni sulla politica e lo sviluppo rurale;
 - i collegamenti ai canali Social del PSR utilizzati dalla presente SdC (Facebook, Twitter, Youtube);
 - i risultati del Concorso di idee;
- Aggiornamento delle pagine Social utilizzate dalla presente SdC (Facebook, Twitter e Youtube) ed implementazione del canale di supporto customer "Psr Sicilia Risponde" ;
- Implementazione del canale di supporto customer previsto con l' eventuale installazione e gestione di almeno due canali telefonici dedicati anche di tipo *mobile*;

- Pubblicazioni relative ad altre eventuali news di tipo informativo;

- Pubblicazioni

- Realizzazione di varie pubblicazioni di carattere informativo riguardanti la programmazione e i risultati in relazione al raggiungimento degli obiettivi.

- Divulgazione dei risultati dei progetti innovativi

- Attraverso il sito web
- Attraverso i canali social predisposti
- Attraverso gli incontri informativi e gli eventi

3.1. Contenuto delle azioni di informazione e di pubblicità rivolte ai beneficiari potenziali ed effettivi

- Distribuire e diffondere informazioni sulla descrizione delle procedure, i criteri di ammissibilità, criteri di selezione per accedere ai finanziamenti , gli impegni richiesti e i rischi connessi nelle operazioni finanziate dal PSR

- Pubblicazione dei criteri di selezione e dei criteri di ammissibilità nella pagina Web ufficiale del PSR;
- Pubblicazione delle stesse informazioni nei siti web dei GAL siciliani;
- Pubblicazione delle stesse informazioni attraverso la RRN (Rete Rurale Nazionale);
- Diffusione delle informazioni di cui sopra sui Social utilizzati tramite link di rimando alla pagina web ufficiale (FB,TW, YouTube);
- Creazione e distribuzione di Vademecum digitali (distribuiti nei canali predisposti) e cartacei;
- Dati **generali** riguardanti l'osservanza delle vigenti disposizioni in materia di procedure degli appalti pubblici, in particolare in materia di pubblicità;
- Dati **generali** riguardanti il sistema del credito agevolato ;
- Informazioni sui rischi: impegni finanziari da assumere, regole del PSR, scadenze bandi, sanzioni, conseguenze delle revoche, modalità di rendicontazione etc...

- Facilitare l'accesso dei beneficiari potenziali ed effettivi alle richieste di assistenza attraverso la:

- Pubblicazione delle F.A.Q aggiornate nel sito ufficiale del PSR;
- Creazione di canali di assistenza e supporto attraverso il web (FB-TW) e attraverso i due canali telefonici dedicati previsti anche di tipo *mobile* ("*Psr Sicilia Risponde*");
- Informazioni riguardo la natura dei progetti, la quantità di risorse a disposizione e il numero di beneficiari che possono essere ammessi, nonché la diffusione attraverso i media di: comunicati stampa, spot radiofonici e televisivi, ecc.;

- Attività di comunicazione riguardanti le riunioni previste dal Comitato di sorveglianza;

- Incontri informativi sul territorio regionale.

Si svolgeranno incontri informativi nelle 9 province siciliane, attraverso gli uffici regionali periferici, allo scopo di fare incontrare i tecnici, i referenti dell'Amministrazione e i beneficiari potenziali ed effettivi.

A supporto di tutta la strategia di comunicazione, utilizzata dal PSR Sicilia 2014-2020, gli incontri consentiranno un'informazione diffusa e di immediata efficacia.

L'Appaltatore fornirà ogni mezzo utile per l'organizzazione e lo svolgimento di detti incontri, compreso il materiale divulgativo necessario (schede illustrative, presentazioni etc...).

Si prevede, per il periodo di programmazione, la realizzazione di almeno 200 incontri.

3.2. Mezzi e strumenti di comunicazione

I mezzi :

- Internet;
- Social (FB-TW-YT);
- Vademecum cartacei e digitali;
- Giornali cartacei e on line;
- TV e radio;
- Etc.

Gli strumenti :

- Sito Autorità di gestione;
- Rete Rurale Nazionale;
- Pagine web dei gruppi di azione locale GAL;
- Comitato di sorveglianza;
- Pubblicazioni;
- Incontri informativi ed eventi;
- Opuscoli informativi;
- Comunicati stampa;
- Poster;
- Cartelloni e manifesti;
- Report sulle prestazioni annuali;
- Relazioni di valutazione specifiche;
- Etc.

4. Bilancio indicativo

Il bilancio delle azioni previste per il periodo 2014-2020 è pari a:

- Media (TV, Radio, Stampa e Affissioni) € 1.000.000,00
- Eventi (Conferenze stampa, Tavoli tecnici, seminari, contest, convegni) € 700.000,00
- Web (Sito, Faq, Social) € 150.000,00
- Pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli) € 100.000,00
- Gadget PSR € 50.000,00
- Concorso di idee € 100.000,00

L'importo complessivo è di € 2.100.000,00

Le attività, gli strumenti e le voci di spesa di cui ai precedenti paragrafi, potranno essere meglio definite in sede di redazione dei documenti di gara.

5. Il sistema di controllo e di valutazione delle azioni di informazione e pubblicità

Le valutazioni hanno lo scopo di migliorare la qualità e di aumentare l'efficienza e l'efficacia dell'attuazione del programma e quindi della strategia di comunicazione. L'efficienza e l'efficacia saranno misurati utilizzando indicatori e indagini.

L'attività di monitoraggio e valutazione si pone anche l'obiettivo di fornire le informazioni utili a verificare lo stato di avanzamento della SdC e a valutarne l'impatto. A tale scopo sono individuati gli indicatori riportati nella tabella che segue.

| Tipo di attività | Indicatori di realizzazione | Indicatori di risultato |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Fase di pre-avvio | | |
| | | |
| Pubblicazione del nuovo PSR sul Web | | Prodotti digitali |
| Creazione database/datawarehouse | | Raccolta e caricamento dati |
| Calendario informazione e pubblicità | | Compilazione |
| Strumenti editoriali | | |
| | | |
| Opuscoli informativi | Numero | Destinatari raggiunti |
| Schede informative | Numero | Destinatari raggiunti |
| Rassegne stampa | Numero | Destinatari raggiunti |
| Prodotti multimediali e comunicazioni online | | |
| FAQ | Pubblicazione | Numero di FAQ pubblicate |
| Mailing list | Numero indirizzi inseriti | Utilizzo da parte dell'appaltatore e degli uffici periferici |
| Sito internet | Aggiornamento | Accessi -Valore assoluto -Tasso di incremento |
| Social network | Aggiornamento | Destinatari raggiunti |
| | | |
| Pubblicità e relazione con i media | | |
| Pubbliredazionali | Numero servizi | Destinatari raggiunti |
| Radio e tv | Numero passaggi | Destinatari raggiunti (costo/contatto) |
| Comunicati stampa | Numero | Destinatari raggiunti |
| Conferenze stampa | Numero | Destinatari raggiunti |
| Comunicazione interpersonale | | |
| Incontri informativi | Numero | Partecipanti |
| Convegni | - Numero | Partecipanti |

| Eventi | | |
|---------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------|
| Eventi presentazione best practices | Numero | Partecipanti |
| Contest scuole e università (Concorso di idee) | - Numero | Studenti e neo-laureati |
| Azioni di supporto | | |
| Monitoraggio e verifica dei risultati | Numero | Rilevazione risultati attesi e conseguiti |
| Relazioni periodiche e report annuali sull'attuazione del SdC | Numero | Rilevazione risultati attesi e conseguiti |
| Sondaggi sull'efficacia della SdC e degli strumenti adottati | Numero | Rilevazione risultati attesi e conseguiti |

6. Obblighi dei beneficiari

I beneficiari hanno la responsabilità di fornire informazioni in merito al contributo FEASR di cui hanno beneficiato i loro progetti secondo le modalità previste dal comma 2 (**Responsabilità dei beneficiari**) dell' Allegato III del Regolamento di esecuzione (UE) N. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014 - Informazione e pubblicità di cui all'articolo 13 – Parte 1 - Azioni informative e pubblicitarie -

7. Sondaggi

Dal 2018, per valutare l'efficacia delle attività di pubblicità e di informazioni in relazione agli obiettivi fissati da questa strategia comunicativa, dovranno essere condotti sondaggi nei confronti dei beneficiari e del pubblico in generale. I dati saranno resi noti e pubblicati nei canali ufficiali previsti:

- Sito web ufficiale;
- Siti web GAL;
- Attraverso la RRN (Rete Rurale Nazionale);
- Attraverso i canali Social (FB-TW-YT);
- Etc.

8. Aggiornamenti

Sono previsti aggiornamenti annuali della strategia comunicativa che riguarderanno le attività di informazione e di pubblicità da effettuare durante l'anno successivo.

Le azioni previste per il 2016/2017 sono le seguenti:

- Anno 2016.
 - Relazione annuale;
 - Aggiornamento del sito web;
 - Pubblicazione del programma sul web;
 - Pubblicazione del quadro normativo del PSR;
 - La pubblicazione dei primi bandi;
 - Aggiornamento dei profili social;
 - Incontri di presentazione del nuovo PSR;
 - Rapporto di Monitoraggio Annuale;

- Anno 2017
 - Relazione annuale;
 - Aggiornamento del sito web;
 - Pubblicazione delle news sul web;
 - La pubblicazione dei bandi;
 - Aggiornamento dei profili social;
 - Incontri informativi per l'illustrazione dei bandi;
 - Rapporto di Monitoraggio Annuale.
 - Etc.

In appendice uno schema dettagliato della presente Strategia di Comunicazione che fa parte integrante del presente documento.

APPENDICE



"IN... VESTIRE IN VERDE"

Strategia di Comunicazione PSR SICILIA 2014 - 2020

Introduzione

Obblighi regolamentari:

Reg. UE 1305/2013

Indica gli obiettivi della strategia di comunicazione dei Programmi di Sviluppo Rurale.

Reg. UE 1303/2013

Da indicazioni sui contenuti della strategia di comunicazione dei Programmi di Sviluppo Rurale.

Art. 13 Reg. UE 808/2014

Stabilisce che l'Autorità di Gestione dovrà presentare una strategia d'informazione e pubblicità, ed eventuali modifiche ad esso, al Comitato di sorveglianza per l'informazione.

L'allegato III dello stesso regolamento stabilisce le responsabilità dell'Autorità di Gestione e dei beneficiari effettivi e potenziali in materia di informazione e pubblicità.



Obiettivi

Obiettivi Globali

Reg. UE 1305/2013

Nell'ambito generale della PAC, il sostegno allo sviluppo rurale, comprese le attività nel settore alimentare e non alimentare, nonché forestale, contribuisce al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- A) stimolare la competitività del settore agricolo;
- B) garantire la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima;
- C) realizzare uno sviluppo territoriale equilibrato delle economie e comunità rurali, compresi la creazione e il mantenimento di posti di lavoro.

Obiettivi

Obiettivi specifici



1. Informare i beneficiari effettivi e potenziali, gli EE.LL. e gli “ *influencer* ” (CIA, ANCI, ASAEL, USA, GAL, CONAF, ORDINI PROFESSIONALI, RAPPRESENTANTI DI CATEGORIA e ASSOCIAZIONI, DIVULGATORI AGRICOLI) sulle opportunità di finanziamento offerte dal FEASR - PRS SICILIA.
2. Informare l'opinione pubblica dell'esistenza e dei benefici del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR)

CIA:Confederazione italiana agricoltori

ANCI : Associazione nazionale comuni italiani

ASAEL: Associazione siciliana amministratori enti locali

USA: Ufficio servizio agricoltura

GAL: Gruppo azione locale

CONAF: Consiglio dell'ordine nazionale dei dottori agronomi e dei dottori forestali



Linee guida della SdC

Obiettivi Globali e Specifici

Destinatari: Beneficiari
effettivi e potenziali e
soggetti Influenti

Azioni
continue e
specifiche

Presentazione
PSR Sicilia
2014-2020

Occasioni di
sviluppo offerte
dal PSR

Comunicazione
dei risultati

Destinatari

Beneficiari:

Beneficiari potenziali e d effettivi , Gruppi di interesse, operatori economici e sociali, così come le P.A. interessate (EE.LL.) delle zone rurali siciliane:

- Imprese agricole, agro-industriali e forestali, singole o associate;
- Imprese ed organizzazioni che operano nell'ambito dei servizi alla produzione e alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali;
- Enti locali e altri soggetti pubblici a livello regionale e locale;
- Operatori e promotori dei progetti integrati di filiera;
- Organismi di ricerca e promozione dell'innovazione;
- Altri soggetti individuati quali beneficiari effettivi e potenziali nelle schede di misura del PSR;
- Cittadini.

Destinatari



Gli Influencer (Influenti: soggetti moltiplicatori che hanno influenza sui loro pubblici di riferimento):

- Tecnici;
- Rappresentanze delle Autonomie locali;
- Associazioni/Organismi che svolgono un ruolo significativo nella società civile, in particolare per la promozione delle pari opportunità e delle non discriminazioni, quelli che operano per la tutela ed il miglioramento dell'ambiente, le associazioni dei consumatori;
- Organi di informazione;
- Il personale della struttura centrale e periferica dell'Assessorato dell'Agricoltura, dello Sviluppo rurale e della pesca mediterranea;

Dati censimento ISTAT 2010

Totale imprese agricole 219.667



Le Province di Messina e di Enna sono le prime per superficie adibita alla coltivazione biologica

Strategia



Tre tappe fondamentali:

1. Presentazione del PSR per far conoscere il contenuto del programma.
2. Attività di comunicazione specifiche e continue, dalla presentazione del PSR alla fase intermedia, fino alla chiusura di tutti i bandi (e relativo esaurimento fondi).
3. Comunicazione dei risultati, presentazione delle best practices e contest per scuole e università. Predisposizione atti propedeutici per avvio programmazione successiva.

Contestualmente alle attività di comunicazione previste per le fasi sovraesposte, saranno realizzate in parallelo delle attività di comunicazione specifiche create *ad hoc* sulla base delle necessità e degli indirizzi dell'AdG.

Azioni specifiche

Le azioni specifiche , eseguite in modo tempestivo in base alle indicazioni dell'AdG, saranno svolte con il coinvolgimento necessario degli USA (Uffici Servizi Agricoltura) e dei divulgatori agricoli all'interno di un gruppo misto di lavoro costituito ad hoc. L'approccio utilizzato dovrà essere basato su un modello di tipo **Bottom - Up** :



FASI DI PRE AVVIO E PRESENTAZIONE DEL PSR

Azioni da realizzare entro *Marzo 2016*

1. Pubblicazione del programma del PSR nella pagina web istituzionale
2. Creazione di un DATABASE/DATA WAREHOUSE.
3. Elaborazione di un Calendario di Informazioni e Pubblicità.

Azioni specifiche della fase di pre avvio

1. Pubblicazione del programma del PSR nella pagina web istituzionale

2. Creazione di un DATABASE/DATA WAREHOUSE

Per potere avviare tempestivamente le attività previste dalla presente Strategia di Comunicazione e nello specifico per la prima azione (“Presentazione del PSR per far conoscere il contenuto del programma” entro il mese di **gennaio 2016**), dovrà essere creato un data warehouse propedeutico allo svolgimento delle ulteriori fasi operative (invio mail, raccolta best practices, raccolta contatti, etc.)

Il data warehouse sarà creato raccogliendo i dati delle aziende (anagrafici, e-mail, recapiti telefonici, tipologia dell’azienda) e le best practices. Tutto ciò consentirà di avere informazioni complete sui beneficiari effettivi e potenziali.

Azioni specifiche della fase di pre avvio

3. Informazione e Pubblicità

Dovrà essere garantita una aggiornata calendarizzazione e la costante pubblicazione delle notizie più significative del PSR:

- ✓ Uscita bandi PSR;
- ✓ Calendario delle date degli incontri informativi;
- ✓ Relazioni incontri ;
- ✓ Lancio del concorso d'idee su progetti innovativi, destinato a studenti delle ultime classi degli Istituti tecnici Agrari e per le Università siciliane su tematiche inerenti il PSR ;
- ✓ Pubblicazione delle best practices;
- ✓ Etc.;

Azioni specifiche



1. SITO WEB

- ✓ Implementazione;
- ✓ Aggiornamento contenuti;
- ✓ Manutenzione;
- ✓ Gestione CMS (Content Management System);
- ✓ Etc.

Azioni specifiche



2. AFFISSIONI

- Campagna generale di informazione

Obiettivo specifico: trasmettere un'immagine altamente positiva circa l'importanza dell'uso dei fondi europei in Sicilia.

- Campagna specifica a supporto di singoli eventi

Obiettivo specifico: Realizzare ogni singolo strumento per comunicare attività/eventi di rilievo sul territorio

Strumenti:

- Impianti speciali 70x100;
- Impianti speciali 100x140;
- Impianti in luoghi pubblici 400x300;
- Impianti su manufatti di arredo urbano 50x70;
- Impianti su manufatti di arredo urbano 100x140;

Azione specifica



3. Campagna Media a mezzo RADIO E TV

- Campagna generale di informazione

Obiettivo specifico: trasmettere un'immagine altamente positiva circa l'importanza dell'uso dei fondi europei in Sicilia.

- Campagna specifica a supporto di singoli eventi

Obiettivo specifico: Realizzare ogni singolo strumento per comunicare attività/eventi di rilievo sul territorio

Strumenti:

- Spot radio da 15''
- Spot radio da 30''
- Spot TV da 15''
- Spot TV da 30''

Azioni specifiche



4. Campagna Media a mezzo STAMPA

- Avvisi ed inserti speciali sulla stampa locale siciliana

Dovranno essere utilizzate le testate con maggiore diffusione sul territorio regionale.

Azioni specifiche



5. Campagna Media a mezzo Quotidiani On Line

- Pubbl-redazionali e Banner sui maggiori quotidiani siciliani online.

REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO REGIONALE
DELL' AGRICOLTURA,
DELLO SVILUPPO RURALE
E DELLA PESCA MEDITERRANEA



MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



UNIONE EUROPEA
FEASR

Azioni specifiche

6. Incontri periodici con i gruppi di interesse

Dovranno essere organizzati degli incontri informativi e divulgativi sulle Misure del PSR Sicilia 2014-2020 e sui Bandi che abbiano come target tutti i potenziali beneficiari effettivi e potenziali nonché i tecnici e gli organi preposti all'assistenza degli stessi per la redazione e presentazione di progetti.

Gli incontri dovranno essere realizzati tempestivamente nelle 9 province siciliane in base alle tematiche e alle esigenze di interesse del territorio e secondo le indicazioni dell' AdG metteranno in contatto gli esperti del PSR, i tecnici che operano sul territorio e gli imprenditori agricoli locali.



Azioni specifiche



Saranno organizzati:

- 9 incontri subito dopo la presentazione del PSR Sicilia 2014-2020;
- Almeno un incontro per ogni provincia per la presentazione delle misure e delle relative sotto misure e per le procedure di accesso ai benefici previsti;

Pertanto si prevede la realizzazione di almeno 500 tavoli itineranti nell'arco di tempo compreso tra il 2014 e il 2022.

Azioni specifiche

7. PSR Sicilia Risponde

Sarà costituito e gestito un sistema rapido di accesso alle informazioni del PSR Sicilia 2014-2020.

Il servizio di gestione dei rapporti con l'utenza «*PSR Sicilia Risponde*» sarà svolto dall'appaltatore.

Il «*PSR Sicilia Risponde*» è un servizio di assistenza customer, dotato di due canali telefonici dedicati anche di tipo *mobile* (predisposte dalla società appaltatrice).



Azioni specifiche

8. Conferenze stampa

- Dovranno essere previste almeno n. 14 conferenze stampa, almeno due per ogni anno di riferimento del PSR Sicilia 2014-2020, da organizzare in base alle indicazioni dell'AdG;
- Sarà necessario provvedere alle attività di comunicazione per i Comitati di sorveglianza su espressa indicazione dell' AdG.

In occasione di entrambi dovrà essere prevista un'attività di ufficio stampa a supporto dell'AdG.

Azioni specifiche

9. Altre azioni specifiche

- Aggiornamento delle news in tempo reale su tutti i canali ufficiali PSR Sicilia 2014-2020
- Raccolta di informazioni, di materiale fotografico e audiovisivo per la promozione e la divulgazione dei progetti finanziati con il PSR Sicilia
- Contest per gli alunni delle ultime classi degli Istituti tecnici Agrari e per le Università siciliane su tematiche inerenti il PSR (Concorso di idee)
- Campagne di informazione e sensibilizzazione mirate su tematiche di particolare interesse (es. Tutela e salvaguardia dell'ambiente e incremento del biologico)
- Pubblicazioni e produzione di video-documentari sulle best practices realizzate

Azioni specifiche

FASE FINALE

1. Eventi di presentazione di idee e progetti innovativi
2. Concorso di idee su progetti innovativi e premiazioni finali (supportati da campagne media create ad hoc)
3. Organizzazioni eventi per premiazioni finali (STUDY VISIT)
4. Video e Spot sui risultati del PSR Sicilia.
5. Organizzazione delle giornate di chiusura:
 - N. 9 "mini-eventi" conclusivi (uno per ogni provincia siciliana)
 - N. 1 conferenza finale istituzionale

Azioni continue

Le azioni continue dovranno essere eseguite durante tutto il periodo di attuazione della SdC (allegato VI Reg. CE 1974/2006)

1. Informazioni agli organismi di settore (gli “Influencer”)
2. Informazioni attraverso la RRN (Rete Rurale Nazionale)
3. Informazioni attraverso il web: Sito ufficiale PSR e i siti dei GAL
4. Informazioni ai mezzi di comunicazione di massa (tv-radio ecc.) e ai social media utilizzati (Facebook – Twitter – Youtube)
5. Informazioni ai beneficiari effettivi e potenziali e ai cittadini in generale
6. Raccolta “Best Practices”
7. Monitoraggio e verifica dei risultati
8. Relazioni periodiche e report annuali sull’attuazione della SdC (attività svolte)
9. Rassegna stampa trimestrale
10. Sondaggi (a partire dal 2018) sull’efficacia della SdC e degli strumenti adottati. I dati saranno pubblicati nei canali predisposti

Azioni continue SOCIAL MEDIA MARKETING

SITO WEB, FACEBOOK, TWITTER

1. Divulgazione flash news sulle misure e sui bandi
2. Servizio di assistenza on line al singolo utente
3. Divulgazione materiale audio-visivo
4. Guida ai bandi

CANALE YOUTUBE

1. Video tutorial sull'utilizzo dei servizi di assistenza
2. Divulgazione materiale audio-visivo (Risultati, Conferenze Stampa ecc.)
3. Guida ai bandi



Azioni continue

SOCIAL MEDIA MARKETING

Sito Web



Azioni continue

SOCIAL MEDIA MARKETING

Facebook



A screenshot of the Facebook page for PSR Sicilia 2014/2020. The page header includes navigation tabs: Pagina, Messaggi, Notifiche, Strumenti di pubblicazione, and Impostazioni. The main content area features a banner with logos for the Italian Republic, Sicilian Region, Ministry of Agriculture, and the European Union. The banner text reads "IN... VESTIRE IN VERDE" and "PAGINA NON ISTITUZIONALE". Below the banner are buttons for "Crea invito all'azione", "Ti piace", and "Messaggio". The left sidebar shows options to "Visualizza le notizie delle Pagine", "Invita i tuoi amici a mettere 'Mi piace' a questa Pagina", and a progress bar for "Raggiungi il tuo obiettivo 100 Mi piace". The "INFORMAZIONI" section includes fields for address, phone number, and website. The main post area shows a post from "PSR Sicilia 2014/2020" with the text "Coming soon !!! #restatecollegati #psrsicilia20142020". Below the post is a "Visualizza traduzione" link and a "PAGINA DI SUPPORTO ONLINE AL PSR SICILIA 2014/2020. IN FASE DI COSTITUZIONE. WORK IN PROGRESS !!!" banner with logos and text: "Area per il coordinamento e gestione dei fondi comunitari e nazionali." The bottom of the page features logos for the Italian Republic, Sicilian Region, Ministry of Agriculture, and the European Union.





Azioni continue

SOCIAL MEDIA MARKETING

Twitter

The screenshot shows a Twitter profile page for @psrsicilia2014. The header includes logos for the Italian Republic, the Sicilian Region, the Ministry of Agriculture, and the European Union. The main banner features the slogan "IN... VESTIRE IN VERDE" and the text "PAGINA NON ISTITUZIONALE". A tweet from the account reads "Coming soon!!! #restatecollegati #psrsicilia20142020" and includes a link to a "PAGINA DI SUPPORTO ONLINE AL PSR SICILIA 2014/2020" with the text "WORK IN PROGRESS !!!". The profile bio states it is the support page for the Mixed Group of Assistance to Information (G.M.A.I.) of the PSR Sicilia 2014/2020.



Azioni continue

SOCIAL MEDIA MARKETING

Youtube



0 iscritti Gestione video

PSR SICILIA 2014 2020 PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE

IN... VESTIRE IN VERDE

PAGINA NON ISTITUZIONALE

P.S.R. Sicilia 2014/2020 Visualizza come: Te stesso

0 iscritti

Home page Video Playlist Canali Discussione Informazioni

Condividi i tuoi pensieri

Tutte le attività

Nessuna attività recente

Suggerimenti

- Ricevi aggiornamenti locali
- Le prime impressioni contano

Visualizza tutto »

Canali in primo piano

+ Aggiungi canali

Canali popolari su YouTube

Abilita

Azioni continue

SOCIAL MEDIA MARKETING: WhatsApp



Strumento di comunicazione interna.

Verrà creato un gruppo WA all'interno dell'applicazione che faciliterà la comunicazione e renderà più fluida la diffusione delle informazioni tra i soggetti coinvolti nell'attuazione della Strategia di Comunicazione.

Azioni continue



ATTI CELEBRATIVI

In occasione della festa dell'UE celebrata il 9 maggio di ogni anno si organizzerà un evento dedicato al PSR e alla centralità delle istituzioni europee per il sostegno allo sviluppo del territorio.

Obiettivo specifico: mettere in evidenza il valore dell'essere cittadini europei.

Azioni continue

Produzione e Raccolta permanente dei materiali audiovisivi

Si dovrà prevedere alla realizzazione dei seguenti prodotti:

- Spot radio da 15''
- Spot radio da 30''
- Spot TV da 15''
- Spot TV da 30''
- Clip video da 180''
- Video-documentari da 6'

I materiali prodotti in occasione di eventi o per la diffusione di notizie sul PSR tramite mass media o social media saranno raccolti e conservati in un database oltre che resi fruibili sui canali istituzionali (sito web e canali social).

Azioni continue

Rassegna stampa trimestrale

Saranno redatti report trimestrali (**anche multimediali**) raccogliendo le notizie sul PSR Sicilia 2014-2020 e creando una reportistica funzionale all'implementazione e al miglioramento delle azioni specifiche previste nella SdC.



Azioni continue

- ✓ Pubblicazioni periodiche su canali tradizionali e social
- ✓ Newsletter trimestrale o semestrale per utenti registrati
- ✓ Predisposizione e pubblicazione sul sito istituzionale e sui canali social PSR di documenti consultabili e scaricabili da parte dell'utente:
 - Vademecum sulle misure del PSR;
 - Vademecum sulla costituzione di progetti articolati per la fruizione di più misure e sotto-misure (ES. come fare un focus-area);
 - Vademecum per partecipare ai bandi (i documenti in questo caso riporteranno sia le istruzioni semplificate per l'accesso ai bandi e la partecipazione sia informazioni sui rischi da valutare prima di presentare i progetti);
 - Pubblicazione annuale della lista dei beneficiari, denominazione del progetto etc.;
 - Documenti esemplificativi per facilitare la comprensione delle informazioni e degli iter pubblicati a ridosso delle pubblicazioni ufficiali (decreti, bandi, modifiche, etc.);



Azioni continue

Distribuire e diffondere informazioni sulla descrizione delle procedure, i criteri di ammissibilità, criteri di selezione per accedere ai finanziamenti, gli impegni richiesti e i rischi connessi nelle operazioni finanziate dal PSR

- Pubblicazione dei criteri di selezione e dei criteri di ammissibilità nella pagina Web ufficiale del PSR;
- Pubblicazione delle stesse informazioni nei siti web dei GAL siciliani;
- Pubblicazione delle stesse informazioni attraverso la RRN (Rete Rurale Nazionale);
- Diffusione delle informazioni di cui sopra sui Social utilizzati tramite link di rimando alla pagina web ufficiale (FB, TW, YouTube);
- Dati **generali** riguardanti l'osservanza delle vigenti disposizioni in materia di procedure degli appalti pubblici, in particolare in materia di pubblicità;
- Dati **generali** riguardanti il sistema del credito agevolato ;
- Informazioni sui rischi : impegni finanziari da assumere, regole del PSR, scadenze bandi, sanzioni, conseguenze delle revoche, modalità di rendicontazione etc...

Azioni continue

Sistema di controllo e di valutazione delle azioni di informazione e pubblicità:

- Le valutazioni hanno lo scopo di migliorare la qualità e di aumentare l'efficienza e l'efficacia dell'attuazione del programma e quindi del piano di comunicazione. L'efficienza e l'efficacia saranno misurati utilizzando indicatori e indagini.
- L'attività di monitoraggio e valutazione si pone anche l'obiettivo di fornire le informazioni utili a verificare lo stato di avanzamento della SdC e a valutarne l'impatto.



Autorità responsabile

L'Autorità di Gestione del PSR SICILIA è il Dirigente Generale del Dipartimento regionale dell'Agricoltura.

L'AdG, in qualità di responsabile dell'efficace, efficiente e corretta gestione e attuazione del Programma, coordinerà il sarà responsabile della Strategia di Comunicazione.

Rif: [Regolamento CE 1305/2013](#)