



**PSR**  
2014-2020

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE  
DELLA REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA

DIREZIONE CENTRALE RISORSE AGRICOLE, FORESTALI E ITTICHE - SERVIZIO POLITICHE RURALI E SISTEMI INFORMATIVI IN AGRICOLTURA



Fondo europeo agricolo  
per lo sviluppo rurale: l'Europa  
investe nelle zone rurali



REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA



Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020

## **Strategia di comunicazione**

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

## Indice

---

<b>PREMESSA</b>	<b>3</b>
<b>1. IL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020</b>	<b>5</b>
<b>2. LINEE GUIDA DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE</b>	<b>6</b>
2.1. TIPOLOGIE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	7
2.2. FINALITÀ E OBIETTIVI	9
2.3. MESSAGGI CHIAVE	9
2.4. I DESTINATARI	11
<b>3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE</b>	<b>12</b>
3.1. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	12
3.2. AZIONI INFORMATIVE E PUBBLICITARIE	13
3.2.1. INDIVIDUAZIONE DI UNA HEAD-LINE	13
3.2.2 TESTATE REGIONALI SU CARTA, RADIOTELEVISIVE E ON LINE	13
3.2.3 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DIGITALI E SU CARTA	14
3.2.4 SOCIAL NETWORK	14
3.2.5. FILMATI DOCUMENTARI SUL TERRITORIO E COLLEGATI ALLE “BUONE PRATICHE”	14
3.2.6. GADGETS	14
<b>4. ORGANIZZAZIONE DI EVENTI, COMITATI DI SORVEGLIANZA, INCONTRI INFORMATIVI</b>	<b>14</b>
4.1. EVENTO DI LANCIO PSR 2014- 2020	14
4.2. RIUNIONI DEL COMITATO DI SORVEGLIANZA	15
4.3. INCONTRI INFORMATIVI E CONVEGNI	15
4.4. CORSI DI FORMAZIONE E LEZIONI	15
4.5. EVENTI DI PRESENTAZIONE DELLE “BUONE PRATICHE”	15
4.6. EVENTO DI CHIUSURA	15
<b>5. PARTECIPAZIONE AD EVENTI FIERISTICI</b>	<b>16</b>
<b>6. ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA E PUBBLICHE RELAZIONI</b>	<b>16</b>
<b>7. LA COMUNICAZIONE SUL WEB</b>	<b>16</b>
7.1 LIVELLO REGIONALE	16
7.2 LIVELLO NAZIONALE	16
7.3 OPEN DATA	17
7.4 MAILING LIST	17
<b>8. RESTYLING E CARATTERISTICHE DEL LOGOTIPO</b>	<b>17</b>
<b>9. CARATTERISTICHE TECNICHE DELLE AZIONI INFORMATIVE E PUBBLICITARIE</b>	<b>18</b>
<b>10. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE</b>	<b>19</b>
<b>11. ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLE STRATEGIE</b>	<b>20</b>
<b>12. BUDGET</b>	<b>20</b>
<b>13. AGGIORNAMENTI ANNUALI DELLA STRATEGIA</b>	<b>20</b>
<b>14. PIANO DI COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2016</b>	<b>21</b>
<b>15. AZIONI REALIZZATE NEL 2015</b>	<b>22</b>
<b>16. AZIONI GIÀ REALIZZATE A MARZO 2016</b>	<b>23</b>

---

## PREMESSA

**Il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020** è lo strumento di attuazione del Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale (FEASR) attraverso cui la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia realizza gli interventi necessari a orientare lo sviluppo del territorio regionale secondo le finalità delle politiche comunitarie che mirano a sostenere e sviluppare le potenzialità delle zone rurali. Approvato dalla Commissione europea con decisione CE (2015) il 24 settembre 2015, è un importante mezzo di investimento a favore della crescita e dell'occupazione a disposizione del territorio e dei cittadini della Regione: 297 milioni di EUR per il periodo 2014-2020, destinati a conseguire gli obiettivi della strategia Europa 2020 per promuovere innovazione e ricerca, per fornire sostegno ai territori rurali e al ricambio generazionale, per sostenere un'economia a basse emissioni di carbonio e valorizzare le peculiarità del territorio.

L'Unione europea indica l'informazione e la comunicazione per l'attuazione delle politiche europee quale valore strategico per la realizzazione degli interventi e per rendere i cittadini consapevoli e partecipi delle politiche e dei programmi; a questo scopo il Regolamento (UE) 1303/2013 dispone che le Autorità di Gestione elaborino una strategia di comunicazione per ciascun Programma operativo e definisce strettamente gli elementi specifici che la strategia deve contenere (art. 115 e 116 e Allegato XII).

In considerazione delle finalità poste dal legislatore comunitario, questa Strategia di comunicazione si pone quali obiettivi prioritari quelli di dare informazioni sulle opportunità di finanziamento e sui risultati del programma, di comunicare in maniera chiara e trasparente le modalità di gestione dei fondi aggiornando costantemente i cittadini sul loro utilizzo e sui risultati visibili a breve e lungo termine nonché di favorire sinergie fra programmi e progetti del proprio territorio ottimizzando così la strategia complessiva. L'intento principale è quello di riuscire a comunicare in modo trasparente e in tempo reale, rendendo i cittadini europei sempre più consapevoli del loro ruolo diretto nelle politiche dell'Europa.

L'Autorità di Gestione del PSR svilupperà la strategia utilizzando al meglio l'opportunità data dalla comunità di lavoro composta dai partner istituzionali del Programma, dai beneficiari dei singoli interventi e dai cittadini europei stessi.

La Strategia di comunicazione tiene conto delle esperienze e dei risultati della precedente programmazione e presenta l'approccio scelto per comunicare il Programma attraverso le sue priorità e i suoi obiettivi ai destinatari, descrive la struttura organizzativa e di governance, ne definisce il budget previsionale e, attraverso azioni e canali/strumenti, determina le proprie finalità il cui raggiungimento sarà misurato attraverso il monitoraggio e la valutazione dei risultati conseguiti.

I piani di comunicazione annualmente predisposti daranno il dettaglio delle attività operative programmate per l'anno successivo e saranno lo strumento di integrazione e coordinamento con le strategie e le attività di comunicazione elaborate nell'ambito degli altri Programmi Operativi finanziati dai fondi strutturali e di investimento europei (SIE) regionali, nonché con le attività di comunicazione istituzionale della Regione.

**Il quadro normativo di riferimento nell'elaborazione della Strategia di comunicazione rinvia ai regolamenti comunitari, alla normativa nazionale ed al programma operativo cui si riferisce, in particolare:**

- Regolamento (UE) n. 1301/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e a disposizioni specifiche concernenti l'obiettivo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione";

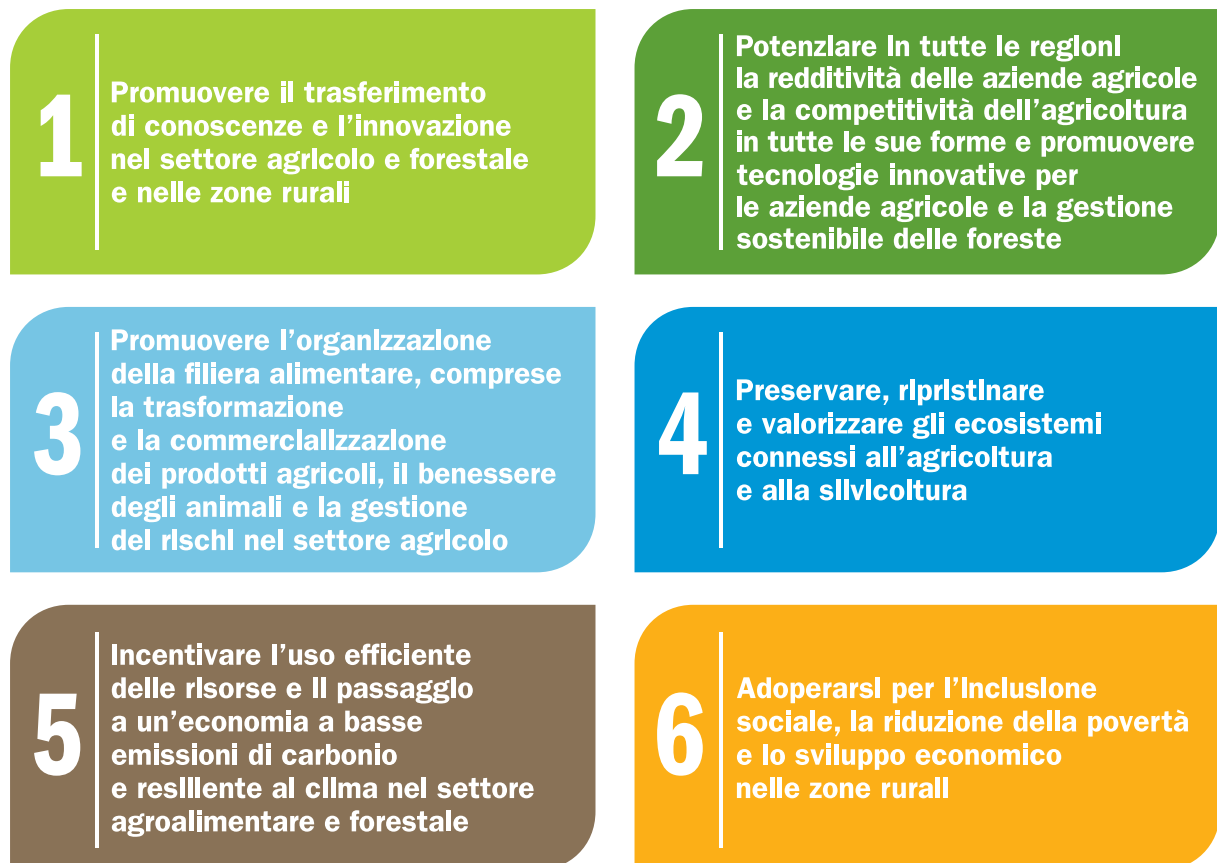
- Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione (Fondi SIE 2014-2020), relativamente, in particolare:
  - > agli articoli 115, 116, 117, in virtù dei quali l'Autorità di Gestione è tenuta a definire una Strategia di comunicazione per ciascun programma operativo (o una strategia comune che copra più programmi) da sottoporre al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dalla decisione della CE di adozione del Programma operativo;
  - > all'allegato XII, che descrive le modalità di applicazione delle misure di Informazione e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi;
- Regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento Europeo art. n. 113;
- Regolamento (CE) n. 1974/2006 della Commissione europea del 15 dicembre 2006, recante disposizioni di applicazione del regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio, con particolare riguardo all'art. n. 58 a all'allegato VI che stabiliscono norme particolareggiate sull'informazione e pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale e lo sviluppo del medesimo da parte del FEASR;
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione europea del 17 luglio 2014, con riferimento all'art. n. 13 su informazione e pubblicità (allegato III);
- Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014 (art. 115, paragrafo 4 Reg. (UE) n. 1303/2013) relativamente alle caratteristiche tecniche delle misure d'informazione e di comunicazione relative alle operazioni e istruzioni per la creazione dell'emblema dell'Unione e per la definizione dei colori standard.

## 1. IL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020

Il Programma di Sviluppo Rurale (PSR) è lo strumento di attuazione del Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale (FEASR) attraverso cui la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia realizza gli interventi necessari a orientare lo sviluppo del territorio regionale secondo le finalità delle politiche comunitarie che mirano a sostenere e sviluppare le potenzialità delle zone rurali.

Beneficiari del PSR sono gli agricoltori, gli operatori del sistema agroalimentare e forestale, gli imprenditori e aspiranti imprenditori che operano nei territori rurali, sia in forma singola che associata, gli enti e le istituzioni pubbliche, i prestatori di servizi di formazione, di consulenza e assistenza alle imprese, i partenariati locali.

Il nuovo PSR del Friuli Venezia Giulia - come quello delle altre Regioni d'Italia e degli altri paesi membri - discende direttamente dalla strategia disegnata dalla Commissione europea per l'Europa 2020, sintetizzata nelle tre ben note priorità per l'Unione: **crescita intelligente, sostenibile e inclusiva**. Da queste, e dagli obiettivi tematici del QSC (Quadro strategico comune, documento anch'esso di produzione Europea), si arriva alle **sei priorità** dell'Unione in materia di sviluppo rurale in funzione degli obiettivi specifici:



Le priorità sono state declinate - sempre a livello comunitario - in una serie di 18 obiettivi tematici (**focus area**). La Regione Friuli Venezia Giulia nell'ambito della sua strategia ne ha selezionate 14 articolati a loro volta in una serie di **interventi** o misure volti al potenziamento strutturale delle imprese agricole e forestali, al ricambio generazionale, al miglioramento della qualità dei prodotti, delle infrastrutture a servizio della produzione, delle capacità imprenditoriali e professionali, al mantenimento delle attività nelle aree montane, alla diffusione di pratiche agro ambientali, allo sviluppo dell'utilizzo delle fonti rinnovabili per la produzione di energia, alla diversificazione del reddito nelle zone rurali, al rafforzamento del capitale sociale e delle capacità di governo dei processi di sviluppo locale.

## **2. LINEE GUIDA DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE**

La Strategia di comunicazione avrà quale obiettivo principale l'avvicinare i cittadini alle istituzioni e per raggiungerlo promuoverà e valorizzerà gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dai fondi europei, nazionali e regionali di intervento per l'attivazione del Programma collegandoli in modo evidente con i risultati che saranno raggiunti.

La Strategia si caratterizzerà per diversi elementi innovativi sulla spinta della continua ricerca di coerenza e sinergia tra le politiche europee e regionali in materia di sviluppo rurale.

Sarà prioritaria, come previsto dalla Commissione europea, una forte concentrazione di attenzione dedicata all'individuazione e alla pianificazione di iniziative che possano informare la cittadinanza.

Si presenteranno le opportunità offerte dal Programma anche attraverso gli stessi protagonisti del sistema. Le testimonianze dei cittadini che hanno concretamente usufruito del Programma 2007-2013 costituiranno uno strumento di comunicazione in grado di raggiungere e coinvolgere un pubblico più ampio. Non più solo l'Istituzione che comunica quanto ha fatto per i cittadini europei ma il cittadino stesso che testimonia quanto la Regione e l'Unione europea gli hanno consentito di realizzare.

Non solo il rafforzamento della comunicazione verso i potenziali beneficiari attraverso una comunicazione chiara, semplice e in tempo reale (con la creazione di modalità di contatto on line con i tecnici regionali) ma anche una Strategia allargata e mirata che parli ai cittadini europei con l'obiettivo di aumentare la loro consapevolezza del sentirsi parte di una comunità, quella europea.

Una particolare sinergia sarà ricercata e attuata, sia per il Programma in generale che per le azioni su specifici target e tematiche, con le strategie di comunicazione istituzionale della Regione e con l'Ufficio stampa *in primis*.

La Strategia di comunicazione terrà conto e sarà allineata costantemente con le linee guida date dalla Rete Rurale Nazionale 2014-2020 tramite il suo programma di Strategia di comunicazione, informazione e pubblicità redatto con riferimento al medesimo quadro normativo citato in premessa.

L'approccio alla Strategia sarà, dal punto di vista attuativo (strumenti e canali), caratterizzato dall'utilizzo di media tradizionali, dal ricorso al web e alle nuove applicazioni come i social network e i social media che potranno rappresentare una risorsa da utilizzare come strumento privilegiato per raggiungere il grande pubblico e alcuni gruppi di destinatari mirati.

La comunicazione sarà comprensibile, accessibile, tempestiva, chiara e trasparente circa le modalità di accesso e fruizione dei finanziamenti, nonché sul loro utilizzo.

In particolare sigle e acronimi saranno resi comprensibili attraverso didascalie o testi esplicativi. Rivolgendosi, infatti, anche alla cittadinanza, il linguaggio dovrà essere alla portata di coloro che non hanno una specifica conoscenza dell'argomento e del linguaggio degli "addetti ai lavori".

In generale, toni e linguaggio usati varieranno a seconda dei gruppi di destinatari e degli obiettivi tematici da perseguire. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla comunicazione e agli strumenti destinati alle persone diversamente abili.

L'analisi del contesto di riferimento definisce le linee - guida generali in sintesi di seguito indicate:

- comunicare in modo trasparente e semplificato ai cittadini i benefici attesi e i risultati del PSR 2014-2020, sensibilizzandoli sul valore aggiunto della programmazione europea a sostegno dello sviluppo innovativo e sostenibile dei territori rurali e della società regionale stessa;
- far conoscere ai potenziali beneficiari le finalità e le opportunità offerte dal Programma regionale, inclusi i tempi e le modalità per accedere ai fondi;

- fornire informazioni e assistenza ai beneficiari, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi e ai loro obblighi informativi;
- informare i cittadini sul ruolo svolto dall'Unione Europea e dagli Stati membri nella realizzazione degli interventi e sui risultati effettivamente conseguiti;
- assicurare l'informazione sull'andamento della programmazione, sui lavori del Comitato di Sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma (gestione, sorveglianza e valutazione);
- coinvolgere e motivare le categorie economiche potenzialmente interessate a presentare domande di finanziamento, e i partner per la realizzazione degli interventi previsti dal PSR 2014-2020;
- divulgare e comunicare il contenuto del PSR 2014-2020, sottolineando la partecipazione finanziaria del FEASR;
- mantenere una relazione costante con i rappresentanti delle testate giornalistiche su scala regionale attraverso l'attività di ufficio stampa operativo e di pubbliche relazioni su scala regionale;
- partecipare a eventi di settore e di territorio, organizzare eventi informativi e divulgativi;
- attivare e mantenere aggiornata una pagina dedicata al PSR 2014-2020 sul sito web istituzionale della Regione che contenga tutte le informazioni relative alla programmazione attuale e passata FAQ (Frequently Asked Questions) comprese, in tempo reale al fine di offrire l'accessibilità dell'informazione on line, garantendo così trasparenza, chiarezza, correttezza informativa, semplificazione;
- riservare particolare attenzione alle giovani generazioni quali attuali o futuri potenziali beneficiari e imprenditori nel comparto;
- adottare, nel rispetto dell'articolo 9 della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità, misure adeguate atte a garantire alle persone con disabilità l'accesso agli ambienti, all'informazione e alla comunicazione. Strumenti di comunicazione specifici per persone con disabilità verranno definiti attraverso il confronto con soggetti specializzati in tali strumenti e con la Direzione centrale salute, integrazione socio- sanitaria, politiche sociali e famiglia in modo da rendere fruibili a tutti la maggior parte dei canali individuati (il sito web ufficiale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia è già attualmente accessibile a persone con disabilità fisiche e sensoriali in linea con la normativa nazionale vigente);
- rendere flessibile la Strategia di comunicazione per poter migliorarne sempre di più i risultati.

## 2.1. Tipologie della strategia di comunicazione

Considerata l'esperienza e i risultati conseguiti nella passata programmazione in termini di comunicazione e del contesto mutato entro cui si colloca l'attuale periodo di programmazione dei fondi europei, le principali peculiarità della Strategia che qui si presenta sono riportate in sintesi di seguito.

**Strategia integrata:** sia con la comunicazione istituzionale della Regione che con quella degli altri programmi europei per ottimizzare le risorse finanziarie e massimizzare i risultati della comunicazione del PSR. La comunicazione istituzionale organizzata dall'Autorità di Gestione promuoverà specifiche azioni indirizzate prevalentemente ai potenziali beneficiari, ai beneficiari, al grande pubblico e alla cittadinanza volte all'attuazione delle attività informative e pubblicitarie sul sostegno fornito dai fondi previste dall'Allegato XII del Regolamento (UE) 1303/13. Garantirà inoltre, attraverso il coinvolgimento del partenariato e dei media, che la Strategia del PSR, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dall'Unione europea, dallo Stato e dalla Regione vengano ampiamente divulgati ai cittadini della Regione, ai potenziali beneficiari, ai beneficiari effettivi ed a tutte le parti interessate.



**Strategia differenziata:** attraverso strumenti, toni e linguaggi idonei a seconda dei destinatari di riferimento, sarà attuata una strategia mirata a raggiungere i singoli gruppi/target, per i quali saranno utilizzati azioni e canali specifici (ad esempio le imprese e, in generale, i target sui quali si concentrano la maggior parte delle azioni del Programma), ma nel contempo attenta a garantire la maggiore diffusione possibile delle informazioni sul territorio contribuendo così a una maggiore diffusione dell'immagine dell'Unione europea quale co-finanziatore della politica di coesione.

Particolare attenzione sarà dedicata all'inclusione dei destinatari maggiormente a rischio di esclusione dalle informazioni, quali le persone portatrici di disabilità (visiva e uditiva, in special modo), a favore dei quali verranno identificati strumenti di comunicazione idonei.

**Strategia di informazione partecipata:** sia a livello di *governance* che di coinvolgimento dei diversi interlocutori nella programmazione, gestione e attuazione dei fondi comunitari, *in primis* dei destinatari che diverranno parte attiva nell'implementazione della strategia.

Rientrano in questa tipologia le iniziative integrate e sinergiche, definite in maniera specifica per singoli gruppi di destinatari, con il duplice obiettivo di rafforzare la consapevolezza del ruolo che l'Unione europea riveste nella politica di coesione, indicando il contributo fornito dal PSR alle iniziative sostenute e fornire ai beneficiari, potenziali ed effettivi, informazioni puntuali sulle diverse opportunità previste dal Programma, nonché specifico supporto ai beneficiari effettivi.

In particolare nei confronti dei beneficiari potenziali, conformemente al punto 3.1 dell'Allegato XII del regolamento (UE) 1303/2013, l'Autorità di Gestione assicura che la strategia del Programma, gli obiettivi e le opportunità di finanziamento offerte dal sostegno congiunto dell'Unione, dello Stato membro e della Regione vengano ampiamente divulgati con l'indicazione del sostegno finanziario fornito dai fondi in questione.

Con riguardo all'informazione ai beneficiari effettivi saranno garantite le informazioni a sostegno delle procedure amministrative richieste per dare attuazione agli interventi.

L'Autorità di Gestione presenterà le linee guida, che verranno pubblicate sul sito web ufficiale, nelle quali saranno precisati e dettagliati gli obblighi in capo ai beneficiari in modo semplice e chiaro, le caratteristiche tecniche adottate dalla Commissione europea, gli elementi minimi ed obbligatori, le modalità di documentazione degli stessi ed una serie di indicazioni su come valorizzare in chiave divulgativa le azioni e le attività cofinanziate dal PSR.

L'Autorità di Gestione e le strutture attuatrici potranno, inoltre, prevedere nei singoli bandi, tra le spese ammissibili, anche quelle relative all'attività di comunicazione e promozione degli stessi progetti o interventi.

Anche i cosiddetti "moltiplicatori dell'informazione" ovvero le parti economiche e sociali, le organizzazioni non governative, le organizzazioni che rappresentano il mondo economico, gli organismi che promuovono le pari opportunità, le associazioni e, più in generale i portatori di interesse, rivestiranno un ruolo determinante in queste azioni.

Le azioni di informazione e comunicazione li vedranno sia soggetti attivi sia *target* di iniziative specifiche e mirate anche all'ascolto e al confronto.

**Strategia "Web&Social oriented":** per sfruttare appieno gli strumenti multimediali e le loro potenzialità, in particolare per quanto riguarda l'efficacia nel raggiungere sia il grande pubblico che gruppi/*target* identificati e mirati. Adeguatamente gestiti, questi strumenti rappresentano una grande opportunità, non solo di condivisione, ma anche di ascolto e di contatto con un pubblico allargato.

Le azioni da includere nella comunicazione digitale sono trasversali e rivolte a tutti i gruppi di destinatari, nella consapevolezza che il *target* si trova nelle fasce di età più giovani.



## 2.2 Finalità e obiettivi

Considerate le finalità del PSR 2014-2020 del Friuli Venezia Giulia si individuano i seguenti obiettivi generali della comunicazione:

- garantire a tutti i cittadini un'informazione completa e dettagliata in merito alle opportunità di finanziamento offerte dal Programma di Sviluppo Rurale, ponendo in evidenza i contenuti e la Strategia del Programma stesso;
- favorire una comprensione precisa e accessibile delle informazioni sia di carattere generale che specifico riguardo al PSR 2014-2020, garantendo la trasparenza dei contenuti;
- mettere in evidenza presso i potenziali beneficiari le principali novità introdotte dal PSR rispetto alla precedente programmazione;
- informare in maniera chiara e esauriente i potenziali beneficiari circa le opportunità disponibili, specificando criteri di selezione e procedure amministrative;
- informare i beneficiari su impegni, obblighi e adempimenti procedurali connessi all'aiuto comunitario;
- definire e comunicare un'immagine generale coordinata del logotipo istituzionale PSR differenziandosi dall'immagine grafica della precedente programmazione pur mantenendone le caratteristiche principali;
- assicurare una concreta promozione della trasparenza nell'utilizzo delle risorse del Programma attraverso la pubblicazione on line dell'elenco dei beneficiari, sia attraverso la pagina web del sito istituzionale della Regione dedicata al PSR 2014-2020 sia sul portale unico nazionale OpenCoesione. A questo si collega anche la necessità di rendere disponibili dati e informazioni sui progetti finanziati in formato aperto (open data) per agevolare un accesso veloce e semplice nonché per aumentare la fiducia dei cittadini verso la pubblica amministrazione;
- informare i cittadini sui risultati ottenuti in seguito all'attivazione delle azioni previste dal Programma;
- valorizzare il ruolo attivo degli enti coinvolti, trasferendo un'immagine della Commissione europea e della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia vicine al territorio e attente alle sue esigenze;
- costruire una rete informativa rivolta sia al network interno che a quello esterno, ovvero sia all'Autorità di Gestione per il coinvolgimento dei referenti per la comunicazione dei servizi e degli uffici centrali e periferici coinvolti nell'attuazione del programma, sia al partenariato;
- aumentare la conoscenza del PSR 2014-2020 da parte del grande pubblico attraverso la presenza sui principali media regionali;
- perseguire un'integrazione sempre maggiore fra l'Autorità di Gestione e il partenariato.

## 2.3. Messaggi chiave

La Regione Friuli Venezia Giulia in fase di programmazione coordinata dei fondi strutturali ha scelto di concentrare le risorse a propria disposizione principalmente su tre obiettivi tematici rispondendo alle esigenze prioritarie del territorio, al contesto di riferimento e alle indicazioni della Commissione europea e dell'Accordo di Partenariato.

Questa scelta determina come immediata conseguenza che a dover essere comunicati, quali messaggi chiave della Strategia, saranno quelli legati ai concetti di una crescita del territorio: intelligente, sostenibile, inclusiva.

Il PSR 2014-2020 del Friuli Venezia Giulia nel quadro della politica regionale europea:

- promuove il trasferimento di conoscenze 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 e promuovere tecnologie innovative per le aziende agricole e la gestione sostenibile delle foreste;
- promuovere l'organizzazione della filiera alimentare, compresa la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti agricoli, il benessere degli animali e la gestione dei rischi nel settore agricolo;
- preserva, ripristina e valorizza gli ecosistemi connessi all'agricoltura e alla silvicoltura;
- incentiva 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;
- si adopera per l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali;
- migliora la qualità della vita nel territorio regionale con particolare attenzione alle aree con differenziali di sviluppo più marcati;
- utilizza i fondi in maniera efficace e trasparente;
- favorisce la partecipazione attiva della cittadinanza;
- favorisce il miglioramento della capacità amministrativa.

Allo scopo di rendere efficace la comunicazione, si ritiene che i messaggi chiave debbano essere scelti e trasmessi tenendo in considerazione alcuni fattori determinanti, tra i quali l'identificazione dei bisogni comunicativi di chi li riceve (*cosa ha bisogno di sapere? In che modo il messaggio può raggiungere il destinatario in modo chiaro e conciso ed essere efficace?*). È importante inoltre generare una realistica aspettativa rispetto ai risultati attesi, nonché gestire il flusso comunicativo nel corso dell'intera programmazione, anche attraverso messaggi ripetuti, così da mantenere alta l'attenzione sull'attuazione del Programma ed incidere sulla consapevolezza delle tematiche affrontate.

## 2.4. I destinatari

La Strategia di comunicazione si rivolge necessariamente a una pluralità di destinatari che, sono in sintesi presentati di seguito per macro-gruppi:

### PUBBLICO ALLARGATO

Tutti i cittadini europei

**Obiettivo di comunicazione:** l'Autorità di Gestione informerà il pubblico allargato sul contenuto del PSR, sulla sua adozione da parte della Commissione e sui suoi aggiornamenti, sui principali risultati conseguiti nell'attuazione del Programma e sulla sua chiusura, nonché sul contributo al conseguimento delle priorità dell'Unione stabilite nell'accordo di partenariato al fine di rendere i cittadini europei consapevoli del ruolo svolto dall'Unione europea nello sviluppo sostenibile dei territori rurali.

### POTENZIALI BENEFICIARI

Tutti coloro che possono accedere alle opportunità previste dal PSR 2014-2020: imprese, aziende agricole e forestali, imprese del settore agroalimentare, Comunità montane, Comuni, Consorzi forestali, Enti Parco, Enti gestori SIC e ZPS, GAL e altri soggetti individuati come beneficiari nel Programma.

**Obiettivo di comunicazione:** garantire trasparenza e accessibilità relativamente alle opportunità offerte, fornendo informazioni chiare rispetto alle modalità di accesso, agli obblighi e alle scadenze attraverso il sito web regionale dedicato (Area PSR) con incontri informativi ed eventi.

### BENEFICIARI

Tutti coloro che accedono alle opportunità previste dal PSR 2014-2020.

**Obiettivo di comunicazione:** fornire informazioni e assistenza adeguata, sensibilizzandoli rispetto alla promozione degli interventi; ai loro obblighi informativi; ai risultati ottenuti oltre che a coinvolgerli nei diversi momenti divulgativi, informativi e di presentazione delle "Buone pratiche".

### PARTENARIATI

Istituzioni, organizzazioni e associazioni coinvolti nell'attuazione del PSR 2014-2020: organizzazioni professionali e associazioni di categoria; organizzazioni no profit e associazioni a difesa dei consumatori; organizzazioni attive nella difesa e tutela dell'ambiente e nel perseguimento della parità tra uomini e donne.

**Obiettivo di comunicazione:** rendere costante e produttivo il flusso di informazioni tra Autorità di Gestione e stakeholders, ottenere una diffusione capillare delle notizie presso i potenziali beneficiari, cogliere tempestivamente segnali di criticità provenienti dal territorio.

### MEDIA REGIONALI

Testate giornalistiche quotidiane, settimanali, periodiche, cartacee, radiotelevisive, on line; pubblicazioni e programmi radiotelevisivi specializzati nel comparto agricolo e agroalimentare; agenzie di stampa; blogger e giornalisti free lance specializzati nel settore; uffici stampa delle Associazioni di categoria.

**Obiettivo di comunicazione:** originare e mantenere un flusso di informazioni chiare, puntuali e costanti sugli interventi realizzati, i risultati raggiunti, le "Buone pratiche" e le ricadute effettive sul territorio regionale. In generale creare una buona reputazione intorno e sul PSR 2014-2020 FVG. Contribuire ad una maggiore conoscenza delle tematiche del nuovo Programma e dei suoi strumenti di attuazione.

### **3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E MODALITÀ DI REALIZZAZIONE**

La Strategia di comunicazione si articolerà in una serie di azioni di informazione e comunicazione specifiche e tra loro integrate per i gruppi di destinatari identificati, al fine di assicurare una diffusione omogenea dei contenuti, degli obiettivi e delle opportunità di finanziamento del PSR 2014-2020.

Le modalità di realizzazione della Strategia prevedono un coinvolgimento ed un ruolo attivo dei destinatari stessi.

Questo approccio risulterà di particolare importanza al fine di raggiungere il più generale obiettivo della Strategia ovvero la sensibilizzazione dei cittadini europei in merito al ruolo svolto dall'Unione Europea per lo sviluppo socio-economico della Regione Friuli Venezia Giulia. Il coinvolgimento dei destinatari consente infatti di far percepire in modo più concreto l'intero percorso svolto, dalla programmazione alle opportunità, dall'attuazione ai risultati conseguiti.

#### **3.1. Comunicazione istituzionale**

• **Pubblicazione sul Bollettino Ufficiale (BUR) della Regione** dei bandi, dei regolamenti, delle delibere, dei decreti;

• **Pubblicazione sul sito web della Regione, nell'Area PSR 2014-2020, e sul portale web unico nazionale (OpenCoesione)** della documentazione ufficiale quale:

- il Programma completo;
- l'elenco delle operazioni finanziate nell'ambito del Programma, in formato aperto (open data). Tali informazioni saranno rese accessibili anche mediante il portale unico nazionale (OpenCoesione);
- planning indicativo dei bandi (e la relativa ripartizione indicativa dell'allocazione finanziaria);
- gli esempi di operazioni e le principali realizzazioni al fine di favorire lo scambio di Buone pratiche e le sinergie tra progettualità anche in una lingua ufficiale dell'Unione europea diversa dalla lingua italiana;
- le aperture e le chiusure dei bandi con le modalità di accesso, gli obblighi e le scadenze;
- i referenti e i contatti;
- le informazioni aggiornate in merito all'attuazione del Programma;
- i risultati del Programma;
- le informazioni relative ai Comitati di Sorveglianza (esiti e atti);
- le informazioni relative a incontri, convegni e partecipazione ad eventi e fiere con i relativi calendari e inviti;
- la pubblicazione del notiziario periodico;
- la pubblicazione del manuale di applicazione e declinazione del logotipo istituzionale del Programma;
- l'archivio relativo alle programmazioni precedenti.

• **organizzazione dell'evento di lancio** per pubblicizzare l'avvio del programma, gli obiettivi, i contenuti, l'articolazione, le fonti di finanziamento ed i risultati attesi;

• **organizzazione un'attività informativa principale** all'anno che promuova l'avvio del Programma, le opportunità di finanziamento da esso offerte e che presenti i risultati raggiunti in attuazione del Programma stesso, i progetti realizzati, le Buone pratiche;

• **organizzazione di un evento di chiusura** per dare la massima visibilità ai risultati ottenuti sul territorio

• **esposizione dell'emblema** dell'Unione Europea presso la sede dell'Autorità di Gestione.

L'Autorità di Gestione garantirà, inoltre, che i potenziali beneficiari abbiano accesso alle informazioni pertinenti ed aggiornate, tenendo conto dell'accessibilità e di altre tipologie di comunicazione, almeno relativamente ai seguenti punti:

- le opportunità di finanziamento e gli inviti a presentare proposte nell'ambito del PSR 2014-2020;
- le procedure amministrative da seguire per poter beneficiare del finanziamento nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale;
- le procedure di esame delle domande di finanziamento;
- le condizioni di ammissibilità e/o i criteri di selezione e valutazione dei progetti sovvenzionabili;
- l'indicazione delle persone o dei contatti in grado di spiegare il funzionamento del PSR 2014-2020 e i criteri per la selezione e la valutazione delle operazioni;
- la responsabilità dei beneficiari di informare il pubblico circa le finalità dell'intervento e il sostegno del FEASR;
- le procedure per l'esame dei reclami a norma dell'articolo 74, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1303/2013.

### **3.2. Azioni informative e pubblicitarie**

Le azioni informative e pubblicitarie saranno predisposte secondo le seguenti linee guida:

- gli spazi pubblicitari varieranno graficamente a seconda del pubblico a cui saranno destinati;
- si utilizzerà un corredo iconografico che attingerà ad un archivio immagini del territorio del Friuli Venezia Giulia;
- saranno utilizzati caratteri chiari e leggibili per garantire una buona fruizione anche alle persone ipovedenti;
- i testi di accompagnamento saranno semplici, chiari e non eccessivamente lunghi per garantire l'immediatezza e l'efficacia dei messaggi;
- si agirà in modo diffuso su tutte le più significative testate giornalistiche regionali;
- tutti gli strumenti di comunicazione saranno resi anche in formato digitale e accessibili agevolmente dal sito web della Regione, oltre che inviati via mail a tutti i soggetti (beneficiari, stakeholder, partenariato).

#### **3.2.1. Individuazione di una head-line**

È stata individuata una head-line generale che sintetizza la filosofia e gli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale del Friuli Venezia Giulia:

#### **PER COLTIVARE UN FUTURO SOSTENIBILE**

L'head-line sarà riportata, ove possibile, su tutti gli stampati, le pubblicità, gli allestimenti e in tutte le azioni di comunicazione che si intraprenderanno e sarà sempre accompagnata al logotipo istituzionale.

#### **3.2.2 Testate regionali su carta, radiotelevisive e on line**

- **Carta stampata:** verranno utilizzati spazi su testate giornalistiche regionali di larga diffusione; notiziari e riviste tecnico- divulgative di settore;
- Campagne radiofoniche su network radiofonici su scala regionale;
- Campagne televisive sulle principali televisioni private locali;
- On line: banner istituzionali nelle versioni on line delle principali testate regionali.

### **3.2.3 Strumenti di comunicazione digitali e su carta**

Si opterà per un approccio “green” cercando di realizzare i materiali informativi il più possibile in formato digitale riducendo al minimo gli elaborati cartacei.

Si prevedono:

- brochure esplicative che presentino le particolarità del nuovo PSR 2014-2020 FVG e le “Buone pratiche”, utilizzando un linguaggio chiaro ed esplicito;
- un calendario annuale con un corredo iconografico composto da immagini di territorio legate a temi ambientali;
- il notiziario “PSR News” con periodicità stagionale, in un formato maneggevole e con un corredo iconografico originale che sarà realizzato in cartaceo per l’anno 2016 e a seguire solo in formato digitale;
- il template delle presentazioni in formato PPT del PSR 2014-2020 FVG sarà aggiornato con il nuovo logotipo del PSR completo e riporterà in ogni sua pagina l’emblema dell’Unione europea.

### **3.2.4 Social network**

Pur operando in un contesto di imprenditoria rurale che ancora (quantomeno in parte) non ha consuetudine di utilizzo del web (come emerso dalla precedente programmazione), per raggiungere il grande pubblico e alcuni gruppi di destinatari mirati si tenderà a utilizzare le nuove applicazioni del web (social network e social media) che rappresentano una risorsa e uno strumento di informazione e contatto. Lo strumento social rappresenta una novità per la comunicazione nell’ambito del PSR del Friuli Venezia Giulia, sicuramente consente messaggi in tempi ridotti e un coinvolgimento maggiore di una determinata fascia di popolazione (giovani) e di fornire informazioni in tempo reale.

### **3.2.5. Filmati documentari sul territorio collegati alle “Buone pratiche”**

Realizzazione di filmati territoriali con riprese e interviste ai referenti delle buone pratiche e ai principali protagonisti del PSR FVG 2014-2020, da presentare in l’occasione di fiere, manifestazioni di territorio, eventi e convegni di presentazione dei risultati ottenuti.

### **3.2.6. Gadgets**

Eventuale realizzazione di alcuni oggetti personalizzati e utili (bloc-notes, borse, penne, quaderni, ecc...) quali veicoli promozionali dell’immagine del PSR 2014-2020 e dell’indirizzo del sito web che possano entrare nella vita quotidiana dei cittadini e dei destinatari della comunicazione.

## **4. ORGANIZZAZIONE DI EVENTI, COMITATI DI SORVEGLIANZA, INCONTRI INFORMATIVI**

### **4.1. Evento di lancio PSR 2014-2020**

Come previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, organizzazione di un evento di lancio per comunicare l’avvio del nuovo PSR e trasmettere al pubblico dei beneficiari e dei potenziali beneficiari, ai cittadini europei e ai rappresentanti delle testate e agenzie stampa regionali le novità introdotte nel nuovo PSR e i risultati attesi ponendo l’attenzione sulle ricadute positive per il territorio. Particolare attenzione è posta nell’organizzare gli eventi in un luogo facilmente raggiungibile, accessibile anche ai diversamente abili, si raccolgono le adesioni, gli indirizzi; si organizza un servizio di accoglienza con personale qualificato; offrendo informazioni chiare e complete anche attraverso la distribuzione di una breve guida sul nuovo Programma dalla grafica semplice ma contemporanea, con immagini di territorio e testi sintetici ma esaustivi.

All'evento di lancio si è data un'adeguata visibilità tramite attività di ufficio stampa con predisposizione e inoltro di comunicati stampa su scala regionale; inserzioni pubblicitarie sui principali quotidiani regionali sia in versione cartacea che on line; invio di inviti digitali, via mail e resi facilmente scaricabili dalla pagina dedicata al PSR sul sito web istituzionale della Regione.

Le registrazioni audio degli interventi e gli slide show dei relatori sono stati messi a disposizione on line nell'area dedicata sul sito web istituzionale della Regione.

#### **4.2. Riunioni del Comitato di Sorveglianza**

L'Autorità di Gestione organizzerà le riunioni periodiche previste del Comitato di Sorveglianza, al quale tra l'altro verrà presentata la Strategia di comunicazione e, a seguire, le attività di comunicazione svolte e in programma. Particolare attenzione verrà posta nella scelta del luogo di svolgimento che dovrà essere facilmente raggiungibile e accessibile anche alle persone diversamente abili. Gli incontri saranno aperti al pubblico e prevedono una registrazione audio che verrà messa a disposizione on line nell'area dedicata sul sito web istituzionale della Regione.

#### **4.3. Incontri informativi e convegni**

Si sono organizzati e si organizzeranno incontri informativo - divulgativi - come previsto dal Regolamento (UE) n. 1303/ 2013 (allegato XII) - tenuti da tecnici per la presentazione delle opportunità offerte dal PSR 2014-2020 del Friuli Venezia Giulia. Durante questi incontri è prevista anche la presentazione dei bandi e gli approfondimenti sulle tematiche del nuovo Programma.

Gli incontri si svolgeranno su tutto il territorio della regione. Il luogo prescelto dovrà permettere l'accesso a persone diversamente abili. Il calendario degli incontri sarà adeguatamente pubblicizzato sul sito della Regione FVG, a mezzo di annunci pubblicitari sui principali quotidiani locali su carta e on line e tramite inoltro via mail di inviti digitali anche scaricabili dal sito della Regione.

#### **4.4. Corsi di formazione e lezioni**

- Organizzazione di corsi di aggiornamento per operatori della comunicazione (in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti del Friuli Venezia Giulia) sul tema "nuova ruralità e linguaggio giornalistico" con l'obiettivo di far conoscere in modo approfondito le tematiche e le opportunità del nuovo PSR, per aggiornare sui risultati ottenuti e ricordare il ruolo della Comunità europea e della Regione FVG.
- Organizzazione di lezioni introduttive sulle tematiche principali del PSR 2014-2020 negli Istituti tecnico - agrari (ma anche del settore turistico-alberghiero e della ristorazione) della regione per creare interesse di approfondimento e stimolare il dibattito sulla nuova ruralità presso le nuove generazioni di cittadini europei e potenziali beneficiari.

#### **4.5. Eventi di presentazione delle "Buone pratiche"**

Organizzazione di eventi su scala regionale dedicati alla presentazione delle "Buone pratiche" dove presentare i dati emersi, portare *case-history* significative, sensibilizzare e coinvolgere il pubblico di tecnici e non sui risultati ottenuti e sulle opportunità offerte al territorio dal PSR 2014-2020, evidenziando il ruolo della Comunità europea e della Regione, e presentando filmati e interviste.

#### **4.6. Evento di chiusura**

Organizzazione di un evento di chiusura per dare la massima visibilità ai risultati ottenuti sul territorio al pubblico dei beneficiari, ai cittadini e ai rappresentanti dei media regionali. A tale evento sarà data visibilità tramite annuncio sui principali quotidiani locali, inoltro via mail di invito digitale e caricamento dello stesso sulla pagina dedicata al PSR 2014-2020 del sito della Regione, stesura e inoltro ai media di comunicati stampa su scala regionale.



## **5. PARTECIPAZIONE AD EVENTI FIERISTICI**

Il PSR 2014-2020 FVG è stato e sarà presente a diversi eventi fieristici e di territorio con un allestimento in linea con l'immagine coordinata, organizzando incontri e convegni su tematiche collegate al Programma e divulgando il relativo materiale informativo. Durante questi eventi si raccolgono indirizzi e richieste specifiche di invio dei materiali e si divulga l'indirizzo del sito web istituzionale della Regione - Area PSR. Alle partecipazioni ad eventi e fiere è data visibilità tramite: annuncio sui principali quotidiani locali su carta e on line; inoltre via mail di invito digitale e caricamento dello stesso sulla pagina PSR del sito della Regione; stesura e inoltre alla stampa di comunicati stampa; conferenze stampa; attività di ufficio stampa operativo per l'organizzazione di interviste radio e video sulle principali testate regionali.

## **6. ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA E PUBBLICHE RELAZIONI**

L'ufficio stampa operativo provvederà a monitorare e divulgare i diversi momenti del PSR 2014-2020 predisponendo comunicati stampa ad hoc sulle diverse novità.

Organizzerà interviste televisive e radiofoniche dei tecnici regionali durante le principali trasmissioni di settore e nei format dedicati ad un pubblico più allargato.

Curerà altresì l'organizzazione di conferenze stampa con l'obiettivo di aggiornare i rappresentanti della stampa regionale e tramite loro il pubblico allargato relativamente alle opportunità e all'andamento del PSR 2014-2020, ai risultati raggiunti e alle "Buone pratiche" emerse, al ruolo della Comunità europea. Sarà cura dell'ufficio stampa stabilire dei rapporti continuativi con i direttori e i redattori specializzati delle diverse testate giornalistiche regionali per il mantenimento di un flusso costante di informazioni chiare ed esaustive sulle tematiche e sulle caratteristiche del PSR 2014-2020 del Friuli Venezia Giulia.

Le uscite stampa saranno monitorate e raccolte per la predisposizione di una rassegna stampa cartacea e digitale. L'ufficio stampa del PSR 2014-2020 lavorerà in stretta sinergia con l'Ufficio stampa istituzionale della Regione Friuli Venezia Giulia.

## **7. LA COMUNICAZIONE SUL WEB**

### **7.1 LIVELLO REGIONALE**

Nel contesto del sito Internet istituzionale della Regione autonoma Friuli Venezia Giulia verrà aggiornata l'area PSR, visibile al link:

<http://www.regione.fvg.it/rafvfg/cms/RAFVG/economia-imprese/agricoltura-foreste/psr-programma-sviluppo-rurale/>

L'area PSR è facilmente raggiungibile dalla home page tramite il bottone "fondi europei FVG internazionale" o "economia imprese" e quindi "agricoltura e foreste". L'aggiornamento porterà in primo piano la programmazione 2014-2020, mantenendo in evidenza i rimandi alle programmazione precedenti. In evidenza (posizione in alto a destra) lo spazio dedicato alle "ultime notizie", dove si prevede l'inserimento di almeno 2 "news" ogni 15 giorni (sempre cinque notizie visibili) per garantire un aggiornamento costante. In posizione centrale (massima visibilità) la sezione "bandi in evidenza".

L'Area dedicata al PSR 2014-2020 risponderà alle caratteristiche di accessibilità in materia di disabilità.

### **7.2 LIVELLO NAZIONALE**

Va premesso che per l'Italia, OpenCoesione ([www.opencoessione.gov.it](http://www.opencoessione.gov.it)) ha assunto il ruolo di "portale unico nazionale" per la programmazione 2014-2020 (cfr. paragrafo 4.2 dell'Accordo di Partenariato Italia 2014-2020 e Nota PCMDPC n. 553 del 23 luglio 2015) operando in continuità con quanto online per il ciclo 2007-2013, ma allargando lo spettro di pubblicazione di dati e informazioni anche a FEASR e FEAMP e dotandosi di nuove e potenziate funzionalità volte a soddisfare appieno i requisiti regolamentari, nazionali e comunitari, in materia di informazione e comunicazione.

Per tutta la durata dell'attuazione della programmazione 2014-2020, la pubblicazione primaria di dati e informazioni sulle opportunità di finanziamento e sui bandi nell'ambito dei Programmi rimane sotto la diretta responsabilità delle singole Amministrazioni titolari dei Programmi: il portale OpenCoesione costituisce lo snodo centralizzato verso tali dati e informazioni per consentire agli utenti di accedere, attraverso un unico punto di accesso, a opportunità e bandi a valere sulle risorse delle politiche di sviluppo territoriale e di coesione cofinanziate dai fondi SIE e dalle risorse nazionali dedicate.

L'Autorità di Gestione titolare del Programma di Sviluppo Rurale del Friuli Venezia Giulia trasmetterà per posta elettronica all'indirizzo: [opencoesione@dps.gov.it](mailto:opencoesione@dps.gov.it) una comunicazione contenente la URL della pagina con le opportunità di finanziamento, inserendo nell'oggetto dell'e-mail il Programma e la denominazione "URL opportunità". E per consentire l'utilizzo di procedure automatiche la URL sarà fissa e non conterrà riferimenti alle date di aggiornamento.

Saranno inviate tutte le informazioni necessarie in modo chiaro e in tempo reale.

### 7.3. OPEN DATA

È prevista la pubblicazione di un elenco delle operazioni finanziate che conterrà: le informazioni sul beneficiario, la denominazione dell'operazione, una breve sintesi, le informazioni sulla spesa totale ammissibile e sul tasso di co-finanziamento dell'Unione. I dati dell'elenco affinché siano aperti, saranno resi disponibili in formato XML o CSV. L'aggiornamento dei dati sarà semestrale e i titoli dei campi di dati saranno forniti anche in almeno un'altra lingua ufficiale dell'Unione.

### 7.4. MAILING LIST

Gli elenchi degli indirizzi raccolti saranno aggiornati e implementati costantemente.

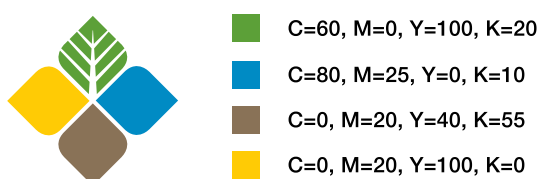
Una buona e corretta mailing list, è uno strumento operativo fondamentale per inoltrare di inviti, programmi, diffusione di news. Garantisce di poter raggiungere e informare velocemente gran parte dei destinatari della comunicazione.

## 8. RESTYLING E CARATTERISTICHE DEL LOGOTIPO



Il logotipo composto dalla rappresentazione grafica di quattro foglie è oggetto di una revisione cromatica a sottolineare la continuità ma anche il rinnovamento rispetto alla precedente programmazione: i colori diventano più chiari, quasi che il PSR 2014-2020 del Friuli Venezia Giulia abbia attinto nuova linfa dall'edizione precedente. Sono colori che richiamano i colori dell'acqua, della linfa, del sole, della terra. Elementi che compongono e caratterizzano i territori rurali.

*Riproduzione in quadricromia*



## **9. CARATTERISTICHE TECNICHE DELLE AZIONI INFORMATIVE E PUBBLICITARIE**

### ***Le azioni di comunicazione riporteranno sempre i seguenti elementi:***

1. L'emblema dell'Unione conforme agli standard grafici quali presentati sul sito: [http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download\\_en.htm](http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_en.htm), unitamente alla seguente indicazione del ruolo dell'Unione: "Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali";
2. Per le misure e gli interventi finanziati da Leader, il logo di Leader: ++ Logo di Leader ++

***Le pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli, poster, bollettini ecc...)*** recheranno sul frontespizio una evidente indicazione della partecipazione dell'Unione europea nonché, qualora vi figurino anche un emblema nazionale o regionale, l'emblema dell'Unione europea stessa. Le pubblicazioni menzioneranno l'organismo responsabile dell'informazione e l'Autorità di Gestione designata per l'esecuzione dell'aiuto del FEASR e/o nazionale in questione. Le pubblicazioni su materiale cartaceo dovranno avvenire su materiale certificato (es. PEFC, FSC) a garanzia dell'uso sostenibile delle foreste.

I criteri si applicano, per analogia, anche al materiale comunicato per via elettronica (sito web, banca di dati ad uso dei potenziali beneficiari, inviti digitali) e al materiale audiovisivo.

### ***Il sito web istituzionale della Regione FVG - Area PSR:***

- in ogni pagina apparirà l'emblema dell'Unione europea;
- menzionerà il contributo del FEASR almeno nella pagina iniziale;
- presenterà un link al sito web della Commissione europea dedicato al PSR 2014- 2020 FVG.

### ***Caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione relative alle operazioni e per la cura dell'emblema dell'Unione europea e per la definizione dei colori standard [articolo 115, paragrafo 4, del regolamento (UE) n. 1303/2013]***

1. L'emblema dell'Unione (di cui all'allegato XII, sezione 2.2, punto 1, lettera a), del regolamento (UE) n. 1303/2013), sul sito web sarà riprodotto a colori. In tutti gli altri mezzi di comunicazione, il colore sarà impiegato ogni qualvolta possibile; una versione monocromatica sarà utilizzata solo in casi giustificati.
2. L'emblema dell'Unione europea sarà sempre chiaramente visibile e occuperà una posizione di primo piano. La sua posizione e le sue dimensioni saranno adeguate alla dimensione del materiale o del documento utilizzato. Resta inteso che agli oggetti promozionali di dimensioni ridotte non si applica l'obbligo di fare riferimento al Fondo.
3. Quando l'emblema dell'Unione europea, il riferimento all'Unione e al Fondo pertinente sono pubblicati su un sito web:
  - in accesso al sito web, l'emblema dell'Unione europea e il riferimento all'Unione saranno resi visibili all'interno dell'area di visualizzazione di un dispositivo digitale, senza che l'utente si trovi a dover scorrere verso il basso;
  - il riferimento al Fondo pertinente è reso visibile sul medesimo sito web.
4. Il nome «Unione europea» sarà sempre scritto per esteso. Il nome di uno strumento finanziario comprende un riferimento al fatto che esso è sostenuto dai fondi SIE. Per il testo che accompagna l'emblema dell'Unione saranno utilizzati uno dei seguenti caratteri: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana, Ubuntu. Non si utilizzeranno il corsivo, le sottolineature od effetti speciali. La posizione del testo rispetto all'emblema dell'Unione non interferirà in alcun modo con l'emblema dell'Unione. La dimensione dei caratteri sarà adeguata e proporzionata alla dimensione dell'emblema. Il colore dei caratteri sarà il Reflex Blue, nero o bianco, secondo lo sfondo utilizzato.
5. Se in aggiunta all'emblema dell'Unione figurano altri logotipi, l'emblema dell'Unione presenterà almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi.

### **Arredi e segnaletica**

I locali che ospitano l'Autorità di Gestione saranno personalizzati con immagini di territorio che riporteranno il logotipo del PSR con l'emblema dell'Unione Europea e in particolare con una targa con l'emblema dell'Unione Europea.

*Obiettivo:* comunicare in modo chiaro e visibile agli ospiti e a quanti lavorano nella sede istituzionale della Regione FVG dove si trova l'Autorità di Gestione del PSR 2014-2020 e la presenza dell'Unione europea.

## **10. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE DELLA COMUNICAZIONE**

Le azioni previste dalla Strategia di comunicazione fanno capo a un responsabile, individuato dall'Autorità di Gestione e incaricato di coordinare le azioni di informazione e comunicazione.

Tra gli obblighi ascritti da Regolamento vi sono anche quelli di:

- presentare la Strategia di comunicazione al Comitato di Sorveglianza per l'approvazione entro 6 mesi dall'adozione del Programma e proporre nel corso della programmazione eventuali modifiche;
- informare annualmente il Comitato di Sorveglianza in relazione ai progressi dell'attuazione della Strategia di comunicazione, predisponendo apposite informative che diano conto dello stato di avanzamento, delle azioni realizzate, dei mezzi di comunicazione utilizzati, dei risultati raggiunti, nonché delle attività pianificate per l'anno successivo;
- informare in merito ai risultati delle attività di valutazione della Strategia di comunicazione;
- inserire nelle relazioni di attuazione annuali presentate nel 2017 e nel 2019, nonché nella relazione di attuazione finale, i risultati delle misure di informazione e comunicazione promosse nell'ambito della Strategia di comunicazione;
- assicurare che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla Strategia di comunicazione e che queste misure mirino alla massima copertura mediatica utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato;

Responsabile dell'informazione e della comunicazione del PSR 2014-2020 è stata individuata dall'Autorità di Gestione in:

Dr.ssa Alba Barbina  
Via Sabbadini, 31- 33100 Udine  
telefono: 0432 555242  
e-mail: [alba.barbina@regione.fvg.it](mailto:alba.barbina@regione.fvg.it)

Il responsabile sopra individuato si occuperà, quindi, con la collaborazione dei funzionari referenti per la gestione del Programma competenti per materia e con le strutture attuatrici di coordinare le azioni di informazione e comunicazione, nonché di raccordarsi con i responsabili delle Strategie di comunicazione degli altri Programmi (e in generale con tutti i soggetti coinvolti a vario titolo nelle attività di comunicazione, quali ad esempio, la Rete Rurale Nazionale) al fine di massimizzarne l'efficacia.

Il responsabile sopra individuato sarà affiancato da tecnici di consolidata esperienza reperiti sul mercato nell'ambito della misura 20 Assistenza tecnica.

Sarà promossa una regolare comunicazione interna sulle tematiche legate alla comunicazione verso gli uffici che collaborano con l'Autorità di Gestione nella consapevolezza che la trasmissione di informazioni aggiornate e puntuali sull'andamento del Programma sia elemento fondamentale per una corretta gestione e attuazione del Programma medesimo.

## **11. ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLE STRATEGIE**

In base a quanto previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013, allegato XII, paragrafo 4, lettera g), la Strategia di comunicazione è oggetto di valutazione al fine di indicare come le misure di informazione e comunicazione abbiano operato in termini di visibilità della politica, dei programmi operativi, delle operazioni e del ruolo svolto dai fondi e dall'Unione in termini di sensibilizzazione nei loro confronti.

Al fine di verificare l'efficacia della Strategia di comunicazione si individuano una serie di indicatori che si prevede di utilizzare per il monitoraggio e la valutazione:

- rilevazione dei presenti alle manifestazioni ed eventi organizzati;
- numero di "news" pubblicate nell'Area PSR sul sito web della Regione;
- Open data: monitoraggio costante degli aggiornamenti;
- rassegna stampa per il monitoraggio delle uscite stampa (su cartaceo e on line) per la valutazione della ricaduta dei comunicati stampa;
- numero dei comunicati stampa inoltrati
- numero degli eventi
- numero di comunicazioni digitali inviate
- accesso alle pagine dedicate sul sito web della Regione - Area PSR 2014-2020
- presenza sui social network e relativi accesso/utilizzo;

Nell'ambito della complessiva attività di valutazione sul PSR 2014-2020, si terrà eventualmente conto di ulteriori indicatori che potranno essere richiesti dal valutatore indipendente incaricato.

I risultati della costante attività di monitoraggio delle realizzazioni saranno condivisi in sede di Comitato di Sorveglianza ed utilizzati per apportare eventuali modifiche e/o integrazioni alla Strategia iniziale e agli interventi ivi pianificati.

## **12. BUDGET**

Per l'attuazione della Strategia di comunicazione, nell'ambito della misura 20 Assistenza tecnica del PSR 2014-2020 è previsto un budget indicativo di 1.200.000,00 euro. Tale dotazione finanziaria copre i costi relativi all'attuazione delle azioni previste dalla Strategia di comunicazione, il coinvolgimento di figure tecniche professionali esterne e le attività di monitoraggio.

Si precisa che parte delle attività verranno svolte direttamente dal personale facente capo all'Autorità di Gestione e/o da personale di strutture regionali competenti in materia oltre che dai beneficiari. Il gruppo di lavoro interno sarà affiancato, nello svolgimento delle attività, da figure tecniche professionali esterne a cui verrà affidato incarico nel rispetto della normativa comunitaria, nazionale e regionale.

## **13. AGGIORNAMENTI ANNUALI DELLA STRATEGIA**

In conformità a quanto previsto dall'allegato XII paragrafo 4, lettera i) del Regolamento (UE) 1303/2013, la presente Strategia di comunicazione prevede che, con cadenza annuale, ne venga predisposto il suo aggiornamento, attraverso la redazione di appositi Piani di comunicazione contenenti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nell'anno successivo. Si procederà, quindi, ogni anno alla predisposizione di piani annuali di comunicazione che costituiranno l'aggiornamento della presente Strategia.

Ai sensi, inoltre, dell'articolo 116, paragrafo 3 dello stesso Regolamento i piani annuali verranno presentati al Comitato di Sorveglianza che, qualora lo ritenga opportuno, potrà esprimere un parere in merito.

## **14. PIANO DI COMUNICAZIONE PER L'ANNO 2016**

L'attività di avvio della comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia 2014-2020, prevede per l'anno 2016 le seguenti attività:

- Revisione cromatica ed aggiornamento del logotipo istituzionale PSR 2014-2020 FVG.
- Stesura della Strategia di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 e presentazione in sede di Comitato di Sorveglianza.
- Realizzazione di un opuscolo di presentazione del nuovo Programma in 5000 copie cartacee oltre che caricamento sul sito della Regione in pagina dedicata al Programma e invio via mail.
- Realizzazione di 4 uscite del notiziario PSR News per un totale di 6000 copie (invio postale, caricamento sul sito della Regione in pagina dedicata al Programma e invio via mail).
- Organizzazione evento di lancio per la presentazione dei contenuti del Programma.
- Organizzazione di n. 3 incontri informativi, da tenersi sul territorio regionale per la divulgazione dei contenuti e delle modalità di accesso al PSR e delle aperture bandi.
- Organizzazione di un Comitato di Sorveglianza.
- Organizzazione di n. 2 conferenze stampa.
- Partecipazione alla fiera Agriest Land 2016 di Udine Gorizia Fiere con uno stand istituzionale del PSR 2014-2020 e l'organizzazione di 4 incontri informativi.
- Partecipazione alla fiera Ortogiardino 2016 di Pordenone Fiere con uno stand istituzionale del PSR 2014-2020 e l'organizzazione di un incontro informativo.
- Ufficio stampa operativo su scala regionale per la predisposizione dei comunicati stampa da inviare alle testate giornalistiche regionali, relativi agli incontri informativi, all'evento di lancio e per l'organizzazione delle conferenze stampa nonché per l'individuazione e implementazione della strategia di comunicazione radiofonica, televisiva, cartacea ed informatica.
- Aggiornamento costante dei contenuti del sito web della Regione FVG, Area PSR (news, bandi, regolamenti, decreti).
- Implementazione e gestione della mailing list digitale dei potenziali destinatari della comunicazione.
- Uscite promozionali e informative sui principali quotidiani regionali su carta e on line.
- Realizzazione di n. 17 roll up informativi.
- Rapporti di verifica dello stato di avanzamento dell'attività di informazione e comunicazione.

## 15. AZIONI REALIZZATE NEL 2015

### • Comitato di Sorveglianza

10 dicembre 2015, Salone del Parlamento, Sede della Provincia di Udine

### • Incontri informativi

10 novembre ore 17.00, Remanzacco (Udine)

11 novembre ore 17.00, Gradisca d'Isonzo (Gorizia)

12 novembre ore 17.00, Sacile (Pordenone)

16 novembre ore 17.00, Tolmezzo (Udine)

17 novembre ore 17.00, Sgonico-Zgonik (Trieste)

19 novembre ore 17.00, Aviano (Pordenone)

23 novembre ore 17.00, Cervignano (Udine)

24 novembre ore 10.30, Codroipo (Udine)

1 dicembre ore 17.00, Azzano Decimo (Pordenone)



Annunci stampa sui principali quotidiani locali



## 16. AZIONI GIÀ REALIZZATE A MARZO 2016

### • Restyling del logotipo



### • Brochure (su carta/digitale/on line)



### • Notiziario PSR News (su carta/digitale/on line)



### • Conferenza stampa 14 gennaio 2016



Invito digitale



Cartella stampa su carta e su CD



Immagine di retropalco

• **Evento di lancio - Udine Gorizia Fiere - 22 gennaio**



Invito digitale



Pagine pubblicitarie sui principali quotidiani locali su carta e on line

Immagine di retropalco

• n. 3 Incontri informativi - 21 - 22 - 23 gennaio



Il Business Plan



Natura 2000



Agricoltura giovane

• Partecipazione a fiera: Agriest Land - Udine Gorizia Fiere - dal 21 al 24 gennaio



Inviti digitali



Banner web animato

Pagine pubblicitarie sui principali quotidiani locali su carta e on line



• Allestimento stand pad. 8 Agriest Land 2016



• **Partecipazione a fiera: Ortogiardino - Pordenone Fiere - dal 5 al 13 marzo**



Inaugurazione 5 marzo



• **n. 1 Incontro informativo - 11 marzo**



La giovane agricoltura



Invito digitale



Pagine pubblicitarie sui principali quotidiani locali su carta e on line

Banner web animato

## • Allestimento stand pad. 8 OrtoGiardino



## • Roll up

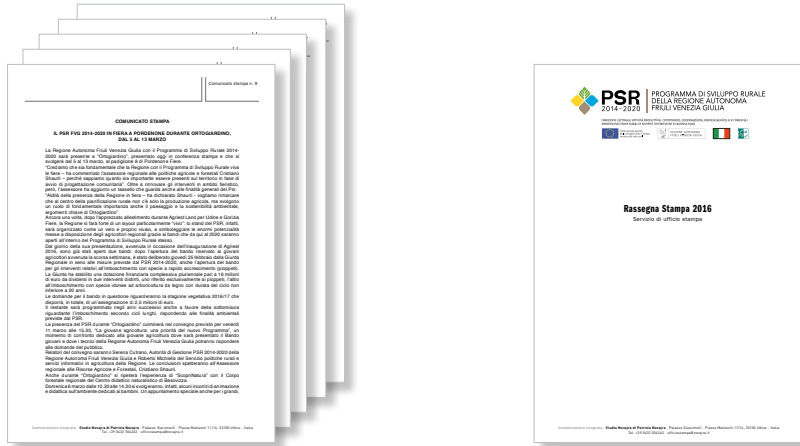




- **Aggiornamento mailing list**

Presa visione e verifica di n. 3500 indirizzi mail

- **Ufficio stampa: Invio comunicati stampa - Rassegna stampa (su carta e digitale)**



- **Aggiornamento sito web**



News

Bandi, Delibere, Regolamenti