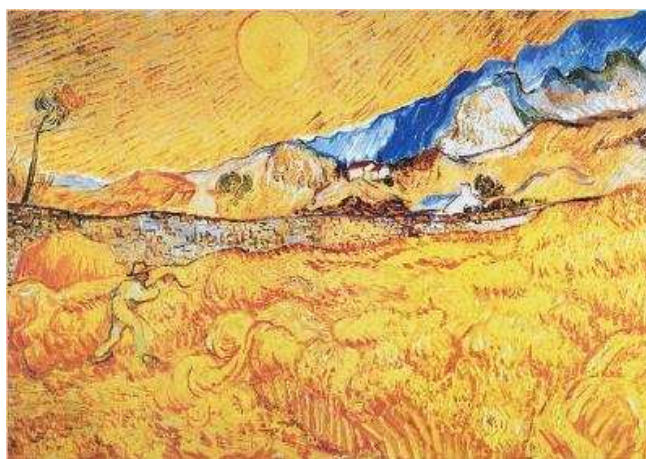




Piano di comunicazione per gli interventi del PSR 2007-2013

[Regolamento (CE) n. 1698/2005]

Informazione e pubblicità



INDICE

1. PREMESSA.....	3
2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE – OBIETTIVI GENERALI.....	3
3. LE INIZIATIVE – OBIETTIVI SPECIFICI.....	4
3.1 Iniziative miranti a informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche, sociali e ambientali, gli organismi per la promozione della parità tra uomo e donna e le organizzazioni non governative, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti	4
3.1.1 <i>Obiettivi delle azioni di comunicazione</i>	4
3.1.2 <i>Contenuti, strategia delle attività e misure</i>	4
3.1.3 <i>Bilancio indicativo</i>	5
3.2 Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario ..	5
3.2.1 <i>Obiettivi delle azioni di comunicazione</i>	5
3.2.2 <i>Contenuti, strategia delle attività e misure</i>	6
3.2.3 <i>Bilancio indicativo</i>	6
3.3 Iniziative miranti a informare il pubblico circa il ruolo svolto dalla Comunità nell’ambito del programma e dei relativi risultati	6
3.3.1 <i>Obiettivi delle azioni di comunicazione</i>	6
3.3.2 <i>Contenuti, strategia delle attività e misure</i>	7
3.3.3 <i>Bilancio indicativo</i>	7
4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.....	8
5. SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ORGANISMI COMPETENTI PER L’ESECUZIONE.....	9
6. LA COMUNICAZIONE INTERNA	10
7. COORDINAMENTO CON ALTRI PIANI.....	10
8. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELL’IMPATTO DELLE INIZIATIVE.....	11
9. TIMING DELLE INIZIATIVE.....	11
10. ALLEGATI.....	12

1. PREMESSA

La comunicazione istituzionale è definita dalla Giunta Regionale come leva strategica di governo e fattore di armonizzazione del rapporto tra la programmazione e la fruizione dei benefici apportati dalle attività di governo della comunità.

Il percorso legislativo che regola la comunicazione pubblica ed istituzionale, intrapreso dalla legge n. 142/1990¹, ha reso le attività di comunicazione un obiettivo irrinunciabile per un ente pubblico, come successivamente ribadito dalla legge 150/2000². In particolare, il Piano di comunicazione è uno strumento obbligatorio per la PA (artt. 12-13 della legge 150/2000) che consente di programmare e gestire le azioni di comunicazioni per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione dell'organizzazione.

In coerenza con i principi richiamati si ritiene quindi indispensabile sia incrementare il livello qualitativo della comunicazione tra gli operatori agricoli e le strutture regionali di riferimento sia migliorare i processi di comunicazione interna ai vari Settori dell'Assessorato all'Agricoltura e tra quest'ultimo e gli altri attori istituzionali interessati dal Programma di sviluppo rurale, migliorandone l'efficacia del rapporto con i cittadini.

2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE – OBIETTIVI GENERALI

Attraverso l'esperienza di gestione della comunicazione maturata nel corso della precedente programmazione del Programma di sviluppo rurale 2000-2006, il presente Piano di comunicazione pluriennale mira alla creazione di una cabina di regia in grado di coordinare i diversi interventi comunicativi dei Settori interessati dal Programma di sviluppo rurale 2007-2013, coordinandoli tra loro e con altre iniziative di comunicazione avviate dalla Regione Piemonte.

Il Piano di comunicazione pluriennale si propone di organizzare strategicamente le attività di promozione e informazione inserendole in un contesto omogeneo in modo da rispettare criteri di organicità, integrazione e sinergia delle azioni, trasparenza, massima visibilità, rispetto dei principi trasversali di pari opportunità e sviluppo sostenibile.

Il presente Piano promuove e coordina l'adozione e il rispetto di procedure unitarie in materia di informazione e pubblicità, assicurandosi che nelle comunicazioni ai potenziali destinatari degli interventi e in quelle rivolte alla popolazione vi sia omogeneità e coerenza dei messaggi proposti.

A tal fine, ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698/2005 (Titolo VI, Capo II, Articolo 76 "Informazione e pubblicità"), si prevede la realizzazione di tre iniziative di comunicazione distinte per obiettivi, target e allocazione di budget, elencate nella seguente tabella.

INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698/2005	
1.	Iniziative miranti a informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche, sociali e ambientali, gli organismi per la promozione della parità tra uomo e donna e le organizzazioni non governative, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti
2.	Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario
3.	Iniziative miranti a informare il pubblico circa il ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati

¹ "Ordinamento delle autonomie locali", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 135 del 12 giugno 1990.

² "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 136 del 13 giugno 2000.

Il presente Piano è un documento di indirizzo da considerarsi come uno strumento dinamico, il quale potrà essere aggiornato e integrato in corso d'opera per poter rispondere rapidamente ed efficacemente a bisogni ed esigenze emergenti.

Il Piano di comunicazione verrà attuato direttamente dalla Regione per tutte le iniziative che richiedono un'impostazione unitaria, ma sarà attuato anche tramite iniziative realizzate dalle Province a livello locale, in modo da sensibilizzare e coinvolgere le comunità locali con iniziative sul territorio.

Lo strumento principale è costituito dai servizi Web, organizzati in modo da mettere a disposizione delle Province e degli altri soggetti interessati tutti i materiali necessari per l'organizzazione di iniziative locali di comunicazione.

3. LE INIZIATIVE – OBIETTIVI SPECIFICI

3.1 Iniziative miranti a informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche, sociali e ambientali, gli organismi per la promozione della parità tra uomo e donna e le organizzazioni non governative, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti

3.1.1 Obiettivi delle azioni di comunicazione

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- fare conoscere il Programma di sviluppo rurale a tutti i potenziali beneficiari presenti sul territorio regionale e ai partner (autorità locali, organizzazioni, enti, ...) che svolgeranno un ruolo attivo di informazione nei confronti dei potenziali beneficiari;
- fornire ai potenziali beneficiari e ai partner informazioni chiare, complete ed aggiornate sull'adozione del Programma, sul suo aggiornamento, sugli esiti degli interventi attivati e sulla sua conclusione;
- rendere noti a tutti i potenziali beneficiari, anche attraverso azioni promosse dai partner, le opportunità di cofinanziamento, i contributi del FEASR e le modalità per l'accesso ai contributi.

3.1.2 Contenuti, strategia delle attività e misure

Le strategie di comunicazione sono state elaborate con l'intento di raggiungere la maggior parte dei potenziali beneficiari, cercando di superare le disparità derivanti dalla dispersione sul territorio e dalle differenze culturali. In particolare sono state individuate le seguenti priorità:

- raggiungere il pubblico più marginale, cioè distante dai centri abitati sede dei servizi essenziali, utilizzando anche le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per l'informazione (ICT) messe a disposizione dalla Regione Piemonte attraverso programmi di infrastrutturazione del territorio regionale;
- differenziare il messaggio a seconda dei destinatari, adeguando il linguaggio alle diverse esigenze, utilizzando sia strumenti tradizionali, basati sulle reti informali di comunicazione tra partner e potenziali beneficiari, sia strumenti innovativi multimediali ;
- coinvolgere nel processo di informazione i partner che svolgono il ruolo di collegamento tra le amministrazioni e i potenziali beneficiari, facendo crescere nelle persone la consapevolezza delle opportunità offerte dai fondi comunitari per promuovere lo sviluppo locale, il ruolo di tutela

dell'ambiente svolto, in attualità ed in potenza, dall'agricoltura sostenibile e la conoscenza delle regole di erogazione dei contributi in materia di agricoltura e sviluppo rurale;

- prevedere forme di comunicazione che consentano un'informazione tempestiva e continuativa dei potenziali beneficiari e dei partner coinvolti.

Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi:

- a) Realizzazione di campagne stampa e multimediali per diffondere le politiche perseguite dal Programma di sviluppo rurale e produzione di materiale informativo specifico in formati diversi.
- b) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Piemonte e degli enti locali e territoriali piemontesi attraverso lo sviluppo di pagine web inerenti le opportunità offerte dal Programma, le modalità operative e gli eventi formativi collegati.
- c) Attivazione di servizi interattivi multimediali di colloquio tra l'autorità di gestione, i potenziali beneficiari e i partner coinvolti (forum su temi specifici, newsletter, servizi di avviso via sms e caselle vocali, aree di scambio documentale e presentazione delle best practice, ecc).
- d) Organizzazione di seminari, convegni o altri eventi tematici per la diffusione delle iniziative promosse dal Programma, per lo scambio di esperienze tra i partner e per la trattazione di temi specifici. Saranno messi a disposizione delle Province tutti i materiali prodotti allo scopo di agevolare l'organizzazione da parte loro di incontri presso le comunità locali.
- e) Attività di formazione per il personale della Regione e delle autorità locali coinvolte, ivi incluse le azioni di aggiornamento del personale che svolgerà attività di informazione.

3.1.3 Bilancio indicativo³

Per la realizzazione delle azioni per informare i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, i partner economici, sociali e ambientali, gli organismi impegnati nella promozione della parità tra uomo e donna e le organizzazioni non-governative verranno destinati 400.000,00 Euro all'anno per i primi tre anni e 300.000,00 Euro all'anno per il periodo successivo.

3.2 Iniziative miranti a informare i beneficiari del contributo comunitario

3.2.1 Obiettivi delle azioni di comunicazione

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- fare conoscere ai beneficiari le finalità perseguite dalle politiche comunitarie attraverso gli interventi finanziati nell'ambito del Programma di sviluppo rurale, per accrescere la consapevolezza del ruolo svolto dall'agricoltura nella promozione e nella tutela dell'ambiente e della salubrità degli alimenti anche attraverso lo strumento rappresentato dalla Valutazione Ambientale Strategica (VAS);
- fornire informazioni chiare, complete ed aggiornate sull'iter dei procedimenti amministrativi attivati, sul regime di verifica e controllo, sullo stato di avanzamento delle singole pratiche, sul loro esito e la loro conclusione;
- favorire la partecipazione dei beneficiari all'attività amministrativa connessa all'erogazione degli aiuti, fornendo informazioni chiare ed esaustive sulle modalità di accesso alla documentazione
- dare precise indicazioni sulle norme da rispettare in materia di comunicazione dei sussidi ricevuti (allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006.)

³ D.G.R. 28-9037 del 25 giugno 2008.

3.2.2 Contenuti, strategia delle attività e misure

Sulla base degli obiettivi citati sono state individuate le seguenti strategie:

- sviluppare un canale di comunicazione diretto con i beneficiari per far conoscere le finalità perseguite dall'Unione Europea con il finanziamento delle iniziative di sviluppo rurale, anche mediante l'utilizzo di tecnologie innovative multimediali;
- coinvolgere nel processo di informazione i partner che svolgono il ruolo di collegamento tra le amministrazioni e i beneficiari;
- incentivare forme di comunicazione tempestive ed efficaci in merito all'andamento dei procedimenti di erogazione degli aiuti, anche attraverso l'uso di tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) che garantiscano la trasparenza dell'azione amministrativa;
- sensibilizzare i beneficiari relativamente agli obblighi, in materia di pubblicità del contributo ottenuto, previsti dal punto 2.2 dell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006.

Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi.

- a) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Piemonte attraverso il periodico di informazione socio-economica per gli agricoltori e lo sviluppo di pagine web inerenti il Programma di sviluppo rurale con particolare riferimento alle azioni finalizzate alla promozione e tutela dell'ambiente e della salubrità degli alimenti.
- b) Organizzazione, , di seminari, convegni o altri eventi per la diffusione presso i beneficiari di una maggiore conoscenza delle tematiche ambientali e di sicurezza alimentare e di una maggiore consapevolezza del ruolo attivo svolto dall'agricoltura in questo campo. . Saranno messi a disposizione delle Province, tramite il sito, tutti i materiali prodotti allo scopo di agevolare l'organizzazione da parte loro di incontri presso le comunità locali.
- c) Diffusione di servizi interattivi multimediali che garantiscano al beneficiario l'accesso diretto agli atti e la trasparenza dell'azione amministrativa.
- d) Attivazione di servizi interattivi multimediali di comunicazione tra l'Autorità di gestione/enti locali e beneficiari (newsletter, servizi di avviso via sms e caselle vocali, ...);
- e) Esposizione da parte dei beneficiari delle targhe informative nei luoghi in cui sorgono le infrastrutture finanziate dai contributi comunitari, sulla base delle specifiche contenute nell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006.

3.2.3 Bilancio indicativo⁴

Per la realizzazione delle azioni di informazione dei beneficiari verranno destinati 300.000,00 € l'anno.

3.3 Iniziative miranti a informare il pubblico circa il ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati

3.3.1 Obiettivi delle azioni di comunicazione

In coerenza con le specifiche indicate nell'allegato VI del reg. (CE) n. 1974/2006, gli obiettivi strategici di comunicazione individuati sono i seguenti:

- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella gestione sostenibile dell'ambiente, realizzata attraverso l'utilizzo delle corrette pratiche produttive e di gestione del

⁴ D.G.R. 28-9037 del 25 giugno 2008.

territorio, promosse dalle politiche per lo sviluppo rurale e dalle politiche di tutela ambientale applicate alle attività agricole ed all'ambiente rurale;

- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella conservazione dei paesaggi e degli ambienti rilevanti dal punto di vista ambientale e della fruizione turistico-ricreativa;
- informare e sensibilizzare i cittadini sul ruolo svolto dall'agricoltura nella costruzione dell'identità dei territori attraverso produzioni tipiche e nella certificazione della salubrità delle produzioni;
- informare il pubblico sui risultati delle politiche di sviluppo rurale per la tutela della biodiversità, la diffusione delle produzioni biologiche e per la promozione del benessere degli animali negli allevamenti;
- sensibilizzare i consumatori all'esistenza e alle caratteristiche dei prodotti tutelati dai sistemi comunitari o nazionali di qualità dei prodotti alimentari (che garantiscono circa la qualità del prodotto o del metodo di produzione) e sull'importanza di seguire corrette abitudini alimentari.

3.3.2 Contenuti, strategia delle attività e misure

Sulla base degli obiettivi citati sono state individuate le seguenti strategie:

- differenziare il messaggio a seconda dei destinatari, adeguando il linguaggio alle diverse esigenze, utilizzando sia strumenti tradizionali, basati su campagne di informazione mirate e sulle reti informali di comunicazione verso i cittadini e i consumatori, sia strumenti innovativi multimediali;
- adeguare la comunicazione all'evoluzione del Programma nel tempo, partendo da messaggi finalizzati alla sua conoscenza e arrivando a messaggi inerenti i risultati conseguiti durante il periodo di programmazione;
- illustrare al pubblico gli obiettivi e le caratteristiche del Programma di sviluppo rurale 2007-2013 partendo dai risultati conseguiti nel periodo di programmazione precedente, sottolineando la continuità e coerenza delle azioni promosse dall'Unione Europea

Gli obiettivi di comunicazione vengono perseguiti attraverso i seguenti interventi:

- a) Potenziamento dei servizi di informazione istituzionale della Regione Piemonte attraverso lo sviluppo di pagine web rivolte specificamente al pubblico e inerenti le azioni del Programma di sviluppo rurale.
- b) Organizzazione di eventi per la diffusione di una maggiore consapevolezza del ruolo attivo svolto dall'agricoltura nella gestione sostenibile dell'ambiente, nella conservazione dei paesaggi, delle tematiche sulla sicurezza alimentare e dell'azione di promozione svolta attraverso le politiche dello sviluppo rurale⁵.
- c) Predisposizione di materiale informativo in merito all'adozione, gestione e risultati degli interventi finanziati con il Programma di sviluppo rurale, ivi comprese le segnalazioni previste al punto 2.2 dell'allegato VI del regolamento (CE) n. 1974/2006 e secondo conforme alle caratteristiche tecniche indicate al punto 3 del medesimo allegato.
- d) Realizzazione di campagne stampa su tematiche specifiche per valorizzare aspetti particolari delle azioni finanziate, svolte anche attraverso canali multimediali.

3.3.3 Bilancio indicativo⁶

Per la realizzazione delle azioni per informare la collettività verranno destinati 300.000,00 € l'annoper i primi tre anni e 400.000,00 € l'anno per il periodo successivo.

⁵ Si ricorda a riguardo, viste anche le Misure del PSR (Misura 322 Sviluppo e rinnovamento dei villaggi e Misura 323 Tutela e riqualificazione del patrimonio rurale - Asse IV Leader) che rispetto alle tematiche del paesaggio le attività previste dal Piano di comunicazione saranno attuate in collaborazione con la Direzione Programmazione Strategica e Politiche Territoriali.

⁶ D.G.R. 28-9037 del 25 giugno 2008.

4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti realizzati concorreranno ad assolvere alle funzioni di informazione, condivisione, diffusione delle opportunità, evidenza dei risultati, motivazione della comunità e dovranno favorire la percezione delle azioni come coerenti ad una strategia complessa.

Tutti gli “strumenti operativi” necessitano dell’individuazione di un portfolio minimo di elementi di identificazione omogenea e coordinata, in grado di richiamare immediatamente al contesto generale e di far percepire un’identità visiva attraverso una grafica dedicata e riconoscibile, dei format di collocazione di loghi, messaggi e immagini⁷.

a) L’area web e il Sistema informativo

L’area web regionale dedicata allo Sviluppo rurale (http://www.regione.piemonte.it/agri/psr2007_13) richiede una razionalizzazione delle aree di gestione e dell’organizzazione dei contenuti. Il gruppo di lavoro predisporrà l’ammodernamento dell’area web istituzionale verso una struttura di tipo “portale”⁸ e organizzerà le informazioni da veicolare, oltre che la definizione di nuove modalità interattive (ricezione newsletter, sms, forum, blog, form di registrazione ai seminari ecc.). Si prevede inoltre la razionalizzazione delle apposite sezioni nell’area web dell’assessorato, organizzandola rispetto ai criteri del presente piano, con l’individuazione dei principali link utili e la connessione con altri portali già esistenti, al fine di dare adeguata visibilità alle strategie e agli step di avanzamento, a specifiche sezioni di servizio, a spazi di dialogo e alla documentazione scaricabile.

Sono inoltre previsti il potenziamento e diffusione dei nuovi strumenti di comunicazione in produzione quali Groupware (area di interscambio documentale ad uso interno) e Newsletter (uso interno/esterno) nonché un potenziamento dei servizi SIAP (Sistema informativo Agricolo Piemontese) e dell’Anagrafe agricola e una loro più efficace integrazione con l’area web dell’Assessorato. Lo scopo è sia quello di facilitare l’uso di questi servizi telematici sia quello di aumentare l’autonomia nella conoscenza dei contenuti delle banche dati collegate per ognuno dei procedimenti gestiti dagli Organi decentrati, in modo da rendere più agevole e fruibile l’informazione sulla effettiva ricaduta territoriale degli interventi attivati dal PSR.

b) I seminari

E’ previsto il ricorso all’attività convegnistica, attraverso tipologie diverse di:

- workshop e seminari per la condivisione di buone pratiche;
- incontri sul territorio tramite iniziative realizzate dalle Province;
- convegni di approfondimento di tematiche;
- rendicontazione dei risultati periodici e finali.

c) Educazione e informazione agroalimentare e agroambientale

Saranno attivate iniziative di educazione agroalimentari e agroambientali nelle scuole e negli istituti professionali (coinvolgimento di scuole ed istituti pubblici, in conformità agli artt. 1-2-3 della legge 150/2000).

d) La produzione editoriale.

E’ necessaria la realizzazione di materiale informativo e divulgativo, e sinteticamente costituito da: brochures, folder, opuscoli, vademecum, newsletter, manuali, adesivi, poster, locandine, CD rom, supporti audiovisivi, studi e ricerche.

Articoli e approfondimenti periodici verranno pubblicati sulla collana “Agricoltura” dei Quaderni della Regione Piemonte.

⁷ Ai sensi dell’Allegato VI Regolamento (CE) n. 1974/2006, “le pubblicazioni, i manifesti, il materiale comunicato per via elettronica e il materiale audiovisivo prodotto devono recare una chiara indicazione della partecipazione comunitaria e l’emblema della Comunità, qualora vi figurino anche l’emblema nazionale o regionale. Le pubblicazioni devono inoltre menzionare l’organismo responsabile dell’informazione e l’autorità di gestione designata per l’esecuzione dell’intervento in questione”.

⁸ Vedere l’allegato C - Linee guida per la riorganizzazione del sito web in versione “portale”.

e) Le inserzioni media

Costituisce azione di supporto la pianificazione mezzi e l'utilizzo di spazi pubblicitari e pubblicitari su quotidiani nazionali, riviste, testate locali e di settore e la veicolazione di alcuni supporti editoriali in abbinamento a testate informative di interesse specifico.

Si prevede la programmazione di spot e radiocomunicati sul circuito di emittenti nazionali e locali del Piemonte, così come il ricorso al canale televisivo. Il circuito regionale delle sale cinematografiche verranno privilegiate per la circuitazione di materiali che richiedano un contesto "protetto" e ad alta attenzione dello spettatore.

f) Eventi, fiere e saloni

Si prevede di agganciare momenti informativi alla sponsorizzazione di eventi culturali in ambito agricolo (ad es. Salone del vino, Salone del gusto, Terra madre, CAMPUS ecc.) e alla produzione di apposite iniziative (spettacoli, mostre fotografiche ecc.).

La consistente attività espositiva della Regione Piemonte, con presenze istituzionali e specialistiche in fiere e saloni con grande impatto sul territorio, costituiscono un canale preferenziale di comunicazione. A questo proposito, si prevede la personalizzazione di un "corner" negli stand regionali per la distribuzione di informazioni e supporti divulgativi in modo da assolvere ad un importante compito di territorializzazione della comunicazione.

g) Rete di sportelli informativi (URP) e call center regionale

Al fine di amplificare l'informazione sul PSR e facilitare l'accesso del pubblico ai servizi informativi e di anagrafe agricola è previsto il ricorso al sistema decentrato di Uffici Relazione con il Pubblico⁹ e al servizio di call-center informativo regionale. Sarà presa in considerazione l'apposita formazione di personale (già in organico presso l'ente Regione) e una sua eventuale dislocazione presso l'Assessorato all'Agricoltura.

5. SERVIZI AMMINISTRATIVI ED ORGANISMI COMPETENTI PER L'ESECUZIONE

La pianificazione, il coordinamento e la gestione delle attività vengono gestite da un gruppo di lavoro interno alla Regione Piemonte, Assessorato all'Agricoltura e composto da:

1. il dirigente della Direzione Programmazione, con compiti di coordinamento e pianificazione;
2. uno o più funzionari con competenze nell'ambito delle strategie di programmazione, di marketing istituzionale e territoriale, di comunicazione, di programmazione e pianificazione di azioni promo-pubblicitarie e nella gestione di iniziative istituzionali di informazione e di comunicazione, di pianificazione finanziaria e di azioni comunitarie;
3. un addetto stampa per la comunicazione istituzionale e verso i mass-media, individuato dalla Direzione Comunicazione;
4. un collaboratore con competenze nell'ambito della comunicazione e della pianificazione editoriale e web;
5. un collaboratore con competenze specifiche nella comunicazione delle tematiche ambientali connesse all'agricoltura ed al territorio rurale, presso l'Autorità Ambientale del PSR 2007-2013 (Direzione Ambiente).

La Regione Piemonte intende inoltre coinvolgere, all'interno del suddetto gruppo di lavoro, le pubbliche amministrazioni che sono il diretto prolungamento della Amministrazione Regione sul territorio quali gli Organi decentrati (O.D.) Province e Comunità montane, l'Autorità di Pagamento (ARPEA) nelle fasi programatorie ed esecutive del Piano.

⁹ La rete territoriale di URP consente di disporre di avanzati standard tecnologici oltre che di fruire di un'importante funzione di feedback e di analisi delle aspettative dell'utenza. La rete è presente presso la sede della Giunta Regionale e presso i capoluoghi di Provincia piemontesi.

Il gruppo di lavoro si può avvalere, a seconda delle specifiche necessità, di professionisti interni ed esterni dei settori pubblicità, marketing, pianificazione mezzi, progettazione, studi, ricerca e monitoraggio. Al gruppo parteciperanno di volta in volta dirigenti e/o funzionari regionali competenti nella materia trattata e di conseguenza i ruoli e le competenze professionali possono essere modificati ed integrati in maniera dinamica in relazione a necessità emergenti.

Al gruppo di lavoro compete la redazione del piano di comunicazione e degli eventuali documenti di approfondimento tematico e progettuale del piano stesso, il coordinamento e la verifica delle azioni, l'attività di relazione e di supervisione con i professionisti interni ed esterni, la gestione strategica degli interventi previsti nel piano.

Destinatari/target	Servizi amministrativi /organismi competenti	Personale coinvolto
Mass-media	Ufficio stampa	Addetto stampa
<ul style="list-style-type: none"> • potenziali beneficiari /associazioni/ parti sociali • beneficiari • pubblico/cittadini 	<ul style="list-style-type: none"> • Redazione interna Assessorato • URP Direzione Comunicazione • Redazione Quaderni agricoltura 	<ul style="list-style-type: none"> • coll. addetto comunicazione • funzionari addetti ai servizi web e SIAP • Direttore Quaderni agricoltura
Dipendenti Assessorato/Province/ARPEA	Redazione interna	<ul style="list-style-type: none"> • funzionari addetti ai servizi web e SIAP • coll. addetto comunicazione • coll. addetto comunicazione ambientale (Dir. Ambiente) • funzionario provinciale delegato

6. LA COMUNICAZIONE INTERNA

Oggetto di attenzione prioritaria è il perfezionamento della circolazione delle notizie e delle conoscenze attraverso gli attori pubblici competenti per l'esecuzione del PSR: un migliore scambio documentale e di dati relativi all'attuazione del Programma tra i referenti di misura, gli assessorati interessati nell'esecuzione del PSR, gli O.D. Province e Comunità montane e il personale tecnico di ARPEA è fondamentale al fine della gestione e dell'avanzamento del Programma.

A questo scopo è prevista l'implementazione di nuovi servizi di comunicazione interna e interscambio documentale resi disponibili dal sistema informativo (di cui par. 4.b) oltre che il ricorso a specifiche pratiche e seminari (di cui par. 4.b).

7. COORDINAMENTO CON ALTRI PIANI

Sarà cura della Direzione creare sinergie con i Piani di comunicazione dei Programmi Operativi dei Fondi afferenti alla politica regionale di coesione, POR FESR e POR FSE, e con il Piano di comunicazione del Programma Attuativo del Fondo cofinanziato Aree Sottoutilizzate.

E' inoltre prevista la collaborazione con la Direzione Comunicazione istituzionale per la realizzazione e l'implementazione di un unico portale regionale di accesso ai Fondi strutturali europei (<http://www.regione.piemonte.it/europa/>) e relativa campagna di comunicazione.

8. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO DELLE INIZIATIVE

L'attività di monitoraggio costituisce un elemento fondamentale per:

1. la verifica della corretta realizzazione del piano, attraverso l'osservazione delle singole azioni in relazione al raggiungimento dei risultati desiderati;
2. la rilevazione della crescita del livello di conoscenza e soddisfazione del target.

I criteri di valutazione dell'impatto delle iniziative fanno riferimento alle seguenti tipologie di intervento:

- a. Servizi interattivi multimediali:
 - numero di contatti;
 - numero di accessi ai servizi pubblicati.
- b. Seminari e convegni:
 - rapporto fra numero di partecipanti e numero di persone invitate;
 - indice di qualità del servizio sulla base di indagini di *customer satisfaction*.
- c. Campagne di informazione e sensibilizzazione:
 - numero di interventi;
 - numero di siti interessati;
 - numero di passaggi nelle trasmissioni televisive e/o radiofoniche.

Il grado di efficacia delle iniziative sarà valutato attraverso specifiche campagne di audit e rilevazioni qualitative e quantitative attraverso l'utilizzo di questionari, di tecniche di marketing e occasioni di contatto con i target.

9. TIMING DELLE INIZIATIVE (2008-2009)

Anno 2008

1. Conferenza stampa in occasione dell'uscita dei bandi
2. Seminari:
 - Presentazione nuova programmazione
 - Presentazione nuove procedure Sistema informativo
3. Conferenze locali dell'Assessore/Funzionari dell'Assessorato
4. Comitato di sorveglianza
5. Rinnovo sito internet istituzionale:
 - Groupware (area interscambio documentale)
 - Newsletter
 - Gestione bandi
 - Repository delle informazioni e della documentazione divulgativa
6. Articoli su Quaderni agricoltura:
 - Divulgazione novità Sistema informativo/anagrafe agricola
 - Divulgazione notizie dall'UE

Anno 2009

1. Campagna stampa:
 - Inserzioni su quotidiani e tv locali
 - Pieghevoli (x intervento/misure/asse)
 - Schede di sintesi/vademecum delle misure
2. Rinnovamento sito internet istituzionale
 - Evoluzione verso “portale”
 - Newsletter
 - Gestione bandi
 - Repository delle informazioni
3. Iniziative di educazione su tematiche agroalimentari e agroambientali:
 - Scuole medie/Istituti tecnici superiori/Università
4. Iniziative editoriali:
 - Pubblicazioni brochure informative
 - Produzione n° 2 video divulgativi
 - Produzione gadgets (Borse, bloc notes, portabadge)
5. Attivazione di sportelli informativi (URP) e call center
7. Seminari
6. Partecipazione ad eventi
 - Salone nuova agricoltura (CAMPUS)
 - Salone vino (VINITALY)
 - Fiera del formaggio (CHEESE)
7. Comitato di sorveglianza
8. Articoli su Quaderni agricoltura:
 - Divulgazione novità Sistema informativo/anagrafe agricola
 - Monografia/altro materiale

10. ALLEGATI

ALLEGATO A: Elenco partecipanti al gruppo di lavoro.

ALLEGATO B: Iniziative di comunicazione 2008-2009

ALLEGATO C: Linee guida per la riorganizzazione del sito web in versione “portale”

ALLEGATO D: Schema di cartello/targa informativa ai sensi dell’Allegato VI Regolamento (CE) n. 1974/2006.

ALLEGATO A Elenco partecipanti al gruppo di lavoro

Funzionario	Settore	Funzione
Maria Cavallo Perin	DA1101	Dirigente Settore Programmazione
Franco Consogno	DA1101	Raccordo generale comunicazione
Cecilia Savio	DA1100	Responsabile sistema informativo a supporto e assistenza tecnica del programma
Silvia Ogliara	DA1101	Comunicazione del programma e gestione archivi informatici
Mario Perosino	DA1101	Responsabile monitoraggio e rapporti con i valutatori
Teodora Trevisan	DA1108	Direttore Quaderni Agricoltura
Salvatore Vullo	DA1102	Promozione del territorio
Valentina Archimede		Ufficio stampa Assessore
Daniela Caracciolo	DA1100	Segreteria, gestione documentale
Rosanna Monero	DA1101	Segreteria, gestione documentale
Andrea Marelli	DA1101	Comunicazione del programma, gestione delle iniziative editoriali, gestione sito web
Francesca Toffetti	DA1101	Amministrazione groupware e gestione documentale

ALLEGATO C Linee guida per la riorganizzazione del sito web istituzionale in versione “portale”.

Strategia e requisiti

Confronto tra i partecipanti al gruppo di lavoro (ved. Tabella A) al fine rispondere alle seguenti domande:

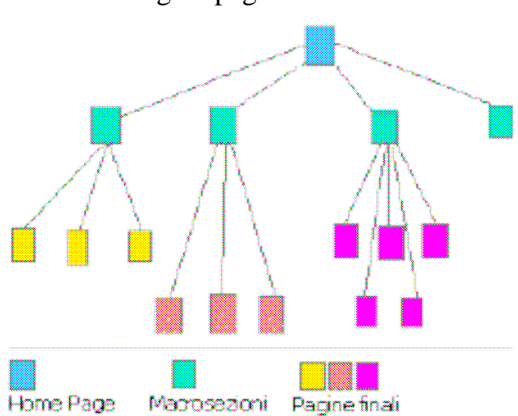
- Quali sono gli obiettivi da raggiungere con il passaggio al “portale”;
- Qual è il target di utenti;
- Quali contenuti offrire;
- Quali servizi offrire/che livello di multimedialità adottare (per la PA in genere basso);
- Quali particolari vincoli e/o requisiti da soddisfare (accessibilità, usabilità ecc.);

Organizzazione dei contenuti

L’organizzazione dei contenuti è alla base dei sistemi di navigazione: i portali si navigano in base al sistema organizzativo scelto inizialmente. Due i sistemi organizzativi principali:

Gerarchico

La struttura gerarchica (o ad albero) si basa su un sistema che si dipana dalla home in macroaree che si dividono a loro volta in aree e sottoaree fino ad arrivare alle singole pagine.

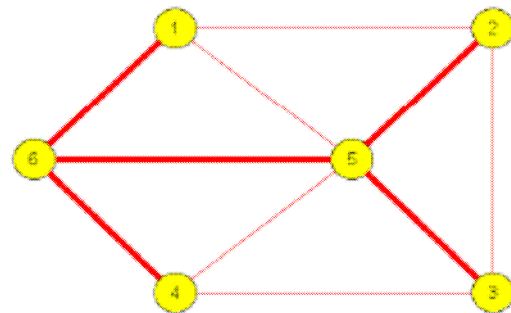


Necessità di un compromesso tra ampiezza e profondità dell’”albero”:

- Più categorie > Minore Profondità (meno livelli per raggiungere i contenuti, ma rischio di indecisione dell’utente)
- Meno categorie > Maggiore Profondità (Facile scegliere una categoria, maggiore flessibilità, ma aumentano i livelli per raggiungere le pagine)

A facce

La struttura di tipo a “facce” è aperto e multidimensionale. Ogni contenuto/servizio viene classificato in base a diversi attributi e non catalogato in una ed una sola categoria.



- Enfasi sull’utente
- Maggiore reperibilità dei contenuti
- Maggiore flessibilità nell’aggiunta di contenuti nuovi
- Sistema “aperto”
- Ancora poco diffusa
- Maggiore complessità nella gestione
- Difficoltà nel pensare in più dimensioni, necessità di progettazione più attenta ed accurata, maggior tempo di sviluppo

Gestione dei contenuti

I contenuti devono essere redatti/adattati utilizzando uno stile e un linguaggio adeguato al target e al servizio scelto. Necessità di maggiore attenzione alla lunghezza dei documenti, alla densità delle parole e alla scelta delle immagini a supporto. Per le pubbliche amministrazioni è necessario adottare “plain language”, ovvero un linguaggio facilmente comprensibile dall’utente finale (come richiesto dal CNIPA).

Importante una maggiore armonizzazione tra portale e i servizi già esistenti e quelli in fase di lancio (Groupware, newsletter).

ALLEGATO D

ISTRUZIONI PER LA CREAZIONE DEL CARTELLO INFORMATIVO SUI CONTRIBUTI PSR

(Ai sensi dell'Allegato VI Regolamento (CE) n. 1974/2006)

E' competenza dei beneficiari dei contributi PSR affiggere una targa informativa per le operazioni dei programmi di sviluppo rurale che comportano investimenti (nelle aziende agricole o nelle imprese alimentari) di costo complessivo o superiore a EUR 50.000.

Nei luoghi in cui sorgono infrastrutture di costo complessivo superiore a EUR 500.000 deve essere affisso un cartello.

Una targa informativa sarà affissa anche presso le sedi dei gruppi di azione locale finanziate dall'asse 4.

I cartelli e le targhe recano una descrizione del progetto/operazione e gli elementi presenti nello schema di pag. 1 del presente documento. Queste informazioni occuperanno almeno il 25% dello spazio del cartello o della targa.

Per le misure e gli interventi finanziati dall'Asse Leader, verrà apposto anche il logo di Leader.

Nella pagina seguente è presentato un modello del suddetto targa/cartello informativo.



FEASR

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

Programma di sviluppo rurale 2007-2013 della Regione Piemonte

ai sensi del Regolamento (CE) n. 1698/2005

Misura *[inserire n°e titolo misura]*

Azione *[inserire n°e titolo sottoazione]*

Sottoazione *[inserire n°e titolo sottoazione]*

Costo complessivo *[inserire importo contributo]*

di cui quota FEASR *[inserire importo contributo]*

Durata *[inserire durata azione]*