



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2007-2013
(REGOLAMENTO (CE) N. 1698/2005)
PIANO DI COMUNICAZIONE

Indice

Premessa

1. Il Programma di Sviluppo rurale FEASR 2007-2013

2. Analisi di contesto

- 2.1. Popolazione e territorio
- 2.2. La governance
- 2.3. La società dell'informazione
- 2.4. L'esperienza 2000-2006

3. Analisi SWOT del contesto di attuazione del Piano

4. Strategia

5. Obiettivi generali

6. Obiettivi operativi

7. Gruppi di destinatari

- 7.1. Beneficiari potenziali
- 7.2. Beneficiari effettivi
- 7.3. Grande pubblico
- 7.4. Partenariato
- 7.5. Organi di informazione
- 7.6. Pubblici interni all'organizzazione regionale

8. Attività e strumenti

9. Contenuti

10. Tempi di realizzazione del Piano

11. Risorse

12. Procedure, modalità e gruppo responsabile dell'attuazione del Piano di Comunicazione

13. Monitoraggio e valutazione

Introduzione

Premessa

Il Piano di Comunicazione pluriennale del Programma di Sviluppo rurale 2007/2013 della Regione Sardegna delinea gli obiettivi, i destinatari, le scelte strategiche, le azioni ed i principali strumenti di informazione e comunicazione a supporto del Programma.

L'Amministrazione regionale riconosce l'importanza strategica della comunicazione nell'attuazione delle politiche pubbliche perché solo comunicando la sua missione e la sua identità l'ente pubblico ottiene collaborazione e consenso da parte dei cittadini, riuscendo a svolgere al meglio la propria missione istituzionale. Parallelamente, l'accesso alle informazioni amministrative, legislative, finanziarie o comunque pubbliche, consente ai cittadini di prendere decisioni pienamente informate e rende la Pubblica amministrazione più trasparente e più vicina alla vita quotidiana.

La normativa comunitaria in tema di sviluppo rurale attribuisce agli strumenti di informazione la funzione fondamentale di garantire la trasparenza del sostegno del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR), e di far conoscere il ruolo svolto dall'Unione Europea nella programmazione e nel finanziamento degli interventi di sviluppo rurale.

Il quadro normativo di riferimento in materia di informazione e pubblicità del Programma di Sviluppo Rurale è costituito:

- dall'articolo 76 del Regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio del 20 settembre 2005¹, che assegna agli Stati membri il compito di provvedere “all'informazione e alla pubblicità relative ai piani strategici nazionali, ai programmi di sviluppo rurale e al contributo della Comunità”. Tale informazione è destinata al pubblico, ai beneficiari, potenziali ed effettivi, dei contributi comunitari, alle organizzazioni professionali, alle parti economiche e sociali, agli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e alle organizzazioni non governative interessate, incluse le organizzazioni ambientali;
- dall'articolo 58 del Regolamento (CE) 1974/2006 della Commissione del 15 dicembre 2006², che impone agli Stati membri di adottare, contestualmente al Programma di sviluppo rurale, un piano di comunicazione indicante gli obiettivi e i destinatari, i contenuti e la strategia delle attività di comunicazione e d'informazione e le misure da adottare, il bilancio indicativo, i servizi

¹ Recante disposizioni sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR).

² Recante disposizioni particolareggiate per l'applicazione del Regolamento (CE) n. 1698/2005.

amministrativi o gli organismi competenti per l'esecuzione, i criteri per la valutazione dell'impatto delle misure di informazione e pubblicità in termini di trasparenza, sensibilizzazione ai programmi di sviluppo rurale e ruolo della Comunità;

- dall'Allegato VI del Regolamento (CE) n. 1974/2006³, che individua il contenuto delle misure di informazione rivolte ai beneficiari potenziali ed effettivi e delle azioni pubblicitarie rivolte al pubblico, le caratteristiche tecniche delle azioni informative e pubblicitarie, le istruzioni per la creazione dell'emblema e definizione dei colori standard;
- dal Regolamento (CE) n. 259/2008 della Commissione del 18 marzo 2008⁴, che impone agli Stati membri di rendere pubblici i nominativi dei beneficiari di stanziamenti del FEASR e gli importi percepiti da ciascuno.

Gli obblighi in materia di informazione rientrano nell'ambito dell'Iniziativa Europea per la Trasparenza⁵, e della Strategia di comunicazione della Commissione europea⁶, che attribuiscono alle Autorità di gestione dei programmi il compito di garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi e la più ampia diffusione delle informazioni riguardanti i finanziamenti.

Nella prospettiva europea, l'Autorità di gestione del PSR non può, peraltro, limitare la comunicazione ad una semplice diffusione di informazioni, ma deve far comprendere l'azione e gli obiettivi della politica di sviluppo rurale promuovere la partecipazione dei cittadini ai processi di elaborazione delle politiche comunitarie ed, infine, far capire che il contributo economico dell'Unione europea, nell'ambito di programmi cofinanziati, integra gli investimenti nazionali, moltiplicandone gli effetti.

1. Il Piano di Sviluppo rurale FEASR 2007-2013

Il settore agricolo sardo sta vivendo attualmente una fase cruciale: se da un lato vi è la consapevolezza che non si può vincere la concorrenza globale omologandosi ai modelli intensivi dell'Italia del Nord e degli agguerriti concorrenti europei e intercontinentali, dall'altro è opinione condivisa che è necessario promuovere un modello di sviluppo agricolo regionale multifunzionale, forte, autonomo, competitivo e differenziato, che crei le condizioni per superare gli squilibri strutturali che ancora oggi condizionano il mondo agricolo sardo e nel cui ambito l'agricoltura possa essere

³ Recante "Informazione e pubblicità sul sostegno da parte del FEASR".

⁴ Recante modalità di applicazione del Regolamento (CE) n. 1290/2005 del Consiglio per quanto riguarda la pubblicazione di informazioni sui beneficiari dei finanziamenti provenienti dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo di sviluppo rurale (FEASR).

⁵ Libro Verde "Iniziativa europea per la trasparenza" COM(2006) 194 definitivo.

⁶ I principali documenti chiave di attuazione della strategia di comunicazione europea:

1. Il contributo della Commissione al periodo di riflessione e oltre: Un Piano D per la democrazia, il dialogo e il dibattito COM(2005) 494 definitivo;
2. Libro bianco su una politica europea di comunicazione COM(2006) 35 definitivo;
3. Comunicazione alla Commissione - Insieme per comunicare l'Europa - COM(2007) 568 definitivo;
4. Comunicazione alla Commissione - Comunicare l'Europa attraverso internet far partecipare i cittadini - SEC/2007/1742.

considerata non soltanto un settore produttivo, sebbene importante in quanto soddisfa bisogni primari, ma anche strumento fondamentale di tutela dell'ambiente e di presidio del territorio rurale.

L'obiettivo del Programma di sviluppo rurale 2007/2013 è dunque quello di accompagnare il sistema agricolo sardo nel processo di transizione verso un nuovo modello di agricoltura, attraverso:

- il miglioramento della competitività del settore agricolo e forestale;
- la diffusione della cultura d'impresa tra gli imprenditori agricoli;
- l'incentivazione delle forme di aggregazione delle produzioni agricole e forestali e la diversificazione delle produzioni;
- il miglioramento delle capacità professionali degli addetti del settore agricolo;
- la promozione di uno sviluppo agricolo e forestale sostenibile che garantisca la salvaguardia delle risorse naturali e il miglioramento dell'ambiente e del paesaggio, il miglioramento della qualità delle produzioni, il miglioramento delle condizioni di igiene e benessere degli animali;
- la creazione di condizioni che garantiscano la permanenza delle popolazioni rurali nelle zone svantaggiate.

2. Analisi di contesto

2.1. Popolazione⁷ e territorio

La Sardegna si estende su una superficie di 24.090 Km², pari a circa l'8% dell'intero territorio nazionale. L'isola è costituita in prevalenza da colline (67,88%) e solo in minima parte da montagne (13,64%) e pianure (18,48%).

La densità abitativa, pari a 68 abitanti per Km², con una popolazione di un milione e 632 mila abitanti, si presenta attualmente come la più bassa del Mezzogiorno, nonché sensibilmente al di sotto della media nazionale (192,20 abitanti per Km²) ed europea (114,20 abitanti per Km²).

Appaiono interessanti le discriminanti a livello sub-regionale: la disaggregazione del dato a livello provinciale evidenzia una persistente caduta del presidio insediativo nelle zone interne ed un rafforzamento dei poli urbani e metropolitani attraverso lo spostamento di interi nuclei familiari verso la città e le coste.

L'81,4% dell'intero territorio regionale, è caratterizzato da fenomeni di spopolamento molto accentuati e da un indice di invecchiamento piuttosto elevato (170 %), superiore sia alla media regionale (116 %) e nazionale (135%) per la stessa categoria.

⁷

Fonte Elaborazioni su dati ISTAT - Censimento della popolazione 2001

In queste aree, e soprattutto nelle zone interne, l'agricoltura rappresenta una fonte di reddito primaria: la percentuale media di occupati in agricoltura rispetto agli occupati totali risulta del 15,8%, ovvero quasi doppia rispetto alla media regionale (8%) e leggermente inferiore alla media nazionale della stessa categoria (18%).

Per quanto attiene al capitale umano, la Sardegna si colloca tra le aree con il minor livello di istruzione e con la più bassa percentuale di laureati (6,2% al 2001 contro una media nazionale del 7,5%) e di diplomati (22,40% contro la media nazionale del 25,90%).

Con specifico riferimento al settore agricolo, l'esame del titolo di studio dei capi di azienda fornito dall'ultima rilevazione censuaria ha evidenziato un basso livello di scolarizzazione degli agricoltori: in Sardegna, infatti, il 12% dei capi di azienda non possiede un titolo di studio; il 44,9% possiede soltanto la licenza elementare, il 28,7% la licenza di scuola media inferiore; il 12% il diploma di scuola media superiore e solo il 2,6% il diploma di laurea.

Ancora, solo il 5,9% dei capi d'azienda frequentano, o hanno frequentato corsi professionali.

Tali dati, oltre ad evidenziare una situazione di forte disagio sociale tra gli agricoltori ed una perdita di competitività della professione agricola, condizionano profondamente la scelta degli strumenti di comunicazione, che deve necessariamente tenere conto del basso livello di scolarizzazione dei destinatari.

2.2. La Governance

Le strutture amministrative regionali operanti nel settore agricolo sono state oggetto di un profondo processo di riforma che ha dato vita ad un sistema di *governance* che attribuisce all'Assessorato dell'agricoltura e riforma agro pastorale funzioni di programmazione, indirizzo e controllo e quindi un ruolo più marcatamente orientato alla elaborazione di politiche pubbliche, e assegna alle tre Agenzie (ARGEA Sardegna, LAORE Sardegna e AGRIS Sardegna) funzioni operative di erogazione dei contributi, di assistenza tecnica agli operatori agricoli, di gestione delle misure di intervento e di ricerca.

Parallelamente al processo di riforma degli enti operanti nel settore agricolo, la Regione Sardegna ha avviato iniziative di consolidamento di logiche e processi di governo territoriale, che attribuiscono un ruolo fondamentale agli attori sociali nell'elaborazione e raggiungimento degli obiettivi della politica agricola regionale.

L'attuazione di un modello sussidiario di governo ha comportato la necessità di prestare maggiore attenzione alle reti di relazioni che, opportunamente promosse e orientate, consentono di incrementare l'efficacia delle politiche.

Gli aspetti più rilevanti del modello richiamato sono individuabili:

- nel Partenariato tra parti sociali, organizzazioni pubbliche e private e associazioni portatrici di interessi rilevanti ai fini dello sviluppo;
- nel nuovo ruolo assunto dagli enti locali nella programmazione e implementazione delle politiche pubbliche e nella mobilitazione di risorse socio economiche locali;
- nel processo di aggregazione dei produttori agricoli e zootecnici che consente agli imprenditori agricoli di presentarsi più forti sul mercato anche grazie al rafforzamento e diffusione della cultura d'impresa.

2.3. La società dell'informazione⁸

La diffusione del personal computer nelle imprese con più di 10 addetti vede la Sardegna allineata con le regioni del Centro-Nord: su 100 imprese, il 96,7 possiedono un personal computer (93,4 nel Mezzogiorno, 96,4 in Italia e 96,1 nel Centro-Nord). Per quanto riguarda le imprese di minore dimensione, la diffusione del personal computer è pari al 54,5% (Italia 55,9%). Il grado di diffusione di internet raggiunge livelli pari a 36,7% nelle famiglie (Italia 35,6%) e 17% nelle imprese con più di 10 addetti nell'industria e servizi (Italia 28,2%).

Per quanto attiene al processo di infrastrutturazione telematica, si stanno progressivamente colmando i ritardi strutturali, che sino alla fine del 2005 apparivano particolarmente preoccupanti, soprattutto con riferimento ai territori rurali.

Alla fine del 2005, infatti, il fenomeno del "digital divide", cioè della disparità di condizioni tra quanti hanno la possibilità di accedere alle moderne tecnologie di comunicazione a banda larga e quanti non vi possono accedere, era rappresentato dai seguenti dati:

1. solo 100 comuni su 377 (circa il 27%, pari al 64% della popolazione residente) erano raggiunti dal servizio ADSL e non sempre con un copertura completa dell'utenza;
2. per la restante parte, una quota consistente era servita da centrali raggiunte dalla rete in fibra ottica (e pertanto potenzialmente già in possesso di idonei requisiti per supportare la banda larga), che tuttavia erano sprovviste del servizio ADSL per deficit di mercato valutato in termine di carenza della domanda e ridotta redditività per gli operatori;
3. i rimanenti comuni erano situati in aree servite da centrali ancora non raggiunte dalla rete in fibra ottica, per cui risentivano di un ulteriore deficit di tipo infrastrutturale che condizionava l'attivazione di servizi a banda larga.

L'indisponibilità della connessione a banda larga determinava un'indubbia condizione di svantaggio delle zone rurali, per le quali la possibilità di disporre delle moderne tecnologie rappresenta un fattore

⁸ Fonte: Piano d'azione per il superamento del digital divide nelle aree svantaggiate della Sardegna - Regione Sardegna - 2005

chiave per il superamento del fenomeno dello spopolamento, nonché condizione necessaria per la promozione di efficaci azioni di sviluppo economico e sociale. Le aree più interessate dal malessere demografico sono, infatti, quelle meno servite dalla viabilità stradale e dalla rete ferroviaria statale e l'indisponibilità della connessione a banda larga ne acuisce la condizione di svantaggio, in particolare delle zone più interne.

La Regione Sardegna si è quindi attivata direttamente per sopperire alla carenza di adeguate infrastrutture garantendo la più ampia diffusione possibile della banda larga, coerentemente, peraltro, a quello che costituisce uno degli obiettivi prioritari della stessa Unione europea⁹.

Al tal fine è stato adottato un Piano d'azione per il superamento del *digital divide* nelle aree svantaggiate della Sardegna, che delinea una strategia d'intervento articolata in tre linee d'azione:

1. attivazione servizi a banda larga nelle aree servite da centrali connesse in fibra
2. coordinamento di interventi infrastrutturali della rete in fibra ottica
3. soluzioni di completamento con impiego di tecnologie wireless.

La prima linea d'azione è stata attuata col progetto Sics, grazie al quale è stato attivato il servizio Adsl in 105 comuni, portando la percentuale di comuni coperti al 65% (la percentuale era del 27% alla fine del 2005) e la percentuale di popolazione coperta all'82% (rispetto al 64% di fine 2005).

La seconda linea, ad opera del Ministero delle Comunicazioni, prevede la connessione in fibra ottica di 16 comuni, di cui la metà già portata a termine. Per il completamento della copertura del territorio regionale l'Amministrazione regionale ha adottato una strategia a due velocità, ossia una strategia di medio - lungo termine - consistente nell'abbattimento "definitivo" del digital divide mediante la progressiva infrastrutturazione con backhauling in fibra ottica degli agglomerati urbani e produttivi - ed una strategia di breve termine caratterizzata dalla adozione di soluzioni ponte che consentano di fornire al territorio un profilo minimo di connettività a costi competitivi (nelle aree che continuano ad essere di scarso interesse per gli operatori).

E' in fase di completamento la realizzazione di un'infrastruttura che assicuri l'erogazione dei servizi di connessione in banda larga in tutti i comuni della Sardegna (compresi quelli con popolazione inferiore a 1.500 abitanti).

Sulla base degli interventi già realizzati o in fase di completamento, lo stato della diffusione della banda larga, al 31.12.2008, può essere riassunto dai dati di seguito riportati:

⁹ Si veda, al riguardo, il piano di azione "eEurope 2005" ed il Piano Strategico per la Società dell'Informazione d'Europa "i2010 - A European Information Society for growth and employment" nel quale viene posta particolare attenzione sia all'obiettivo rivolto alla copertura a banda larga a livello geografico, sia al superamento del digital divide sociale ed economico.

- dei 377 comuni sardi, ben 294 verranno serviti da una connessione di tipo “full” (tra i 2 e 7 Mbit/sec) e 83 da una connessione di tipo “light” (640 Kbit/sec);
- con specifico riferimento ai comuni aventi le caratteristiche per essere eleggibili LEADER, ben 202 saranno serviti da una connessione di tipo “full” e 79 da una connessione di tipo “light”.

Nel 2007 è stato realizzato il Sistema Informativo Agricolo Regionale (SIAR), ovvero un sistema informativo che raccoglie e gestisce in maniera coerente e condivisa le informazioni relative alle imprese agricole che intrattengono rapporti con l'Amministrazione regionale e le Agenzie.

I moduli applicativi e i servizi già realizzati o in corso di realizzazione confluiscono in un portale web dell'agricoltura, integrato nel sistema dei portali regionali e coerente per caratteristiche tecniche e funzionali, al quale accedono tutti gli operatori autorizzati (Amministrazione Regionale, Agenzie, Enti Locali, organismi pubblici e privati operanti nel settore agricolo, operatori agricoli).

La base del sistema è rappresentata dalla costituzione dell'anagrafe aziendale, integrata con l'anagrafe nazionale delle aziende agricole istituita ai sensi del DPR 503/99, che conterrà tutte le informazioni anagrafiche, strutturali e produttive aziendali. Le informazioni contenute nell'anagrafe regionale, integrate con le banche dati nazionali di settore, consentiranno la creazione di un *datawarehouse* e costituiranno, pertanto, non solo la base di riferimento per tutti i procedimenti amministrativi gestiti dalle Pubbliche Amministrazioni locali in materia di agricoltura, ma anche uno strumento di conoscenza delle dinamiche che caratterizzano il settore, guidando l'attività di pianificazione delle politiche pubbliche.

2.4. L'esperienza 2000-2006.

Nell'ambito del Piano di comunicazione dei Fondi Strutturali per il periodo 2000 – 2006, rivolto al grande pubblico, ai potenziali beneficiari e ai beneficiari finali sono state effettuate tre indagini, negli anni 2004, 2005 e 2006, per rilevare il livello di interesse e di conoscenza degli interventi realizzati in Sardegna, le esigenze informative, i canali di comunicazione maggiormente utilizzati e quelli ritenuti più efficaci per informare e comunicare i Fondi strutturali.

Dai dati delle indagini del 2004 e del 2005 è emerso che:

- la percentuale della popolazione che dichiara di essere a conoscenza dei programmi comunitari è passata dal 20% del 2004 al 32% del 2005;
- i mezzi di comunicazione più utilizzati dalla popolazione sono quelli tradizionali, radio e tv (23% nel 2004 e 42% nel 2005), stampa locale e nazionale e internet (17% nel 2004 e 57% nel 2005) ;
- nel 2004 solo il 32% dei rappresentanti degli Enti locali conosce il Por, mentre il 42% (62% nel 2005) dei portatori di interesse ritiene di essere abbastanza informata riguardo alle opportunità

di investimento offerte dal POR. Internet risulta essere la fonte di informazione preferita sia per gli Enti locali (46% dato 2005) e dai portatori di interesse (54% dato 2005).

L'indagine del 2006, realizzata telefonicamente attraverso la somministrazione di un questionario, appare più significativa rispetto alle precedenti in quanto è stata condotta su un campione di 8000 individui residenti in Sardegna. Per quanto riguarda l'universo campione esso è costituito per il 57% da donne e per il 43% da uomini, di età compresa tra i 20 e gli oltre 60 anni. L'indagine, effettuata nelle 8 Province sarde sulla base della ripartizione geografica e demografica, è rivolta a impiegati (25%), pensionati (16%) e casalinghe (15%), liberi professionisti (10%), studenti (7%) e disoccupati (7%), imprenditori (6%) e dirigenti (1%).

L'indagine ha riguardato, in particolare, il livello di conoscenza e diffusione del Por Sardegna 2000-2006, le opinioni circa l'utilità di tale Programma, la percezione e diffusione della comunicazione, gli strumenti di comunicazione e informazione più diffusi e considerati più idonei dalla popolazione a fornire l'informazione migliore circa i finanziamenti comunitari. Dalla lettura dei dati è emerso che la popolazione è a conoscenza dell'esistenza dei finanziamenti europei per lo sviluppo delle Regioni (il 77%) ed ha un'opinione positiva sul ruolo svolto dall'Unione europea (il 71%). Internet ha rappresentato la principale fonte di informazione per chi ha cercato maggiori informazioni sui Fondi per lo sviluppo economico. Circa la metà degli intervistati conosce il sito istituzionale dedicato alla Programmazione europea e il 42% conosce le specifiche sezioni dedicate ai finanziamenti, per le quali si rileva la necessità di un maggiore aggiornamento (21,43%) con criteri di ricerca dei bandi per temi (14,29%) e di disporre di pagine web più facilmente navigabili.

In merito alla visibilità delle iniziative di comunicazione, i mezzi più efficaci sono risultati essere la radio e internet, seguiti da quotidiani, periodici e tv locali. Per gli approfondimenti sono state suggerite newsletter, internet, spazi redazionali, eventi e seminari. Quanto alla fruizione dei media gli intervistati hanno risposto che "sempre o quasi sempre" guardano la tv (54%), leggono i quotidiani (38%), utilizzano internet (30%) e ascoltano la radio (18%).

Infine in merito alle infrastrutture e agli strumenti di comunicazione è stato rilevato il problema del *digital divide*, determinato dal fatto che alcune zone della Sardegna non sono ancora coperte dalla banda larga e che l'utilizzo di internet da parte dei cittadini e delle stesse imprese è piuttosto limitato.

3. L'analisi SWOT del contesto di attuazione del piano

L'analisi SWOT è stata elaborata sulla base dei risultati della valutazione del Piano di Comunicazione dei Fondi Strutturali 2000-2006, dell'esperienza maturata finora dall'Ufficio relazioni con il pubblico dell'Assessorato dell'Agricoltura e Riforma Agro Pastorale e dall'analisi di contesto svolta in sede di predisposizione del Programma di Sviluppo Rurale 2007/2013.

Punti di forza	Punti di debolezza
<p>Esistenza nel sito istituzionale ww.regione.sardegna.it di una pagina dedicata all'Agricoltura e del sito tematico www.SardegnaAgricoltura.it</p> <p>Implementazione Sistema Informativo Agricolo Regionale (SIAR)</p> <p>Approvazione Piano d'Azione riduzione Digital divide</p> <p>Elevata conoscenza specialistica in materia di FEASR e PSR da parte di funzionari e dirigenti regionali</p> <p>Esistenza rete URP regionali e delle Agenzie operanti nel settore agricolo</p> <p>Elevato coinvolgimento dell'URP Assessorato nella comunicazione del PSR</p> <p>Elevata sensibilizzazione dei cittadini sulle politiche regionali in materia agricola</p>	<p>Assenza di figure professionali con elevato livello di qualificazione in materia di comunicazione</p> <p>Ritardi nell'implementazione strumenti di raccordo tra URP Assessorato, URP Agenzie e URP enti locali</p> <p>Difficoltà ad implementare forme di raccordo tra URP e responsabili di misura</p>
Opportunità	Minacce
<p>Esistenza di una rete di Centri Assistenza Agricola (CAA) dislocati sull'intero territorio regionale</p> <p>Miglioramento sistema di <i>governance</i> interna ed esterna</p> <p>Elevato radicamento nel territorio della struttura amministrativa regionale (Assessorato + Agenzie)</p> <p>Nuovo ruolo degli enti locali</p> <p>Progressiva estensione delle fasce di popolazione raggiunta da internet</p> <p>Vivacità del sistema informatico e delle telecomunicazioni che caratterizza il sistema produttivo regionale</p> <p>Alto indice di lettura dei quotidiani da parte della popolazione adulta (55%)</p>	<p>Carente qualificazione del capitale umano del settore agricolo</p> <p>Elevato livello di senilizzazione degli operatori agricoli</p> <p>Ridotto utilizzo di internet tra le imprese</p> <p>Scarsa presenza nel territorio di risorse umane qualificate dedicate all'informazione e comunicazione</p> <p>Complessità della materia</p>

4. Strategia di comunicazione

L'Autorità di gestione attribuisce alla comunicazione un ruolo strategico per la realizzazione degli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale 2007/2013, in particolar modo per quanto riguarda gli interventi previsti negli Assi 3 e 4 (Approccio LEADER), dove è di fondamentale importanza il coinvolgimento degli attori locali, in primo luogo i Gruppi di Azione Locale (GAL), nel processo di pianificazione e di attuazione delle strategie di sviluppo locale. In tale prospettiva le azioni di comunicazione diventano strumento indispensabile per favorire sia l'impiego completo ed efficiente delle risorse finanziarie da parte degli operatori istituzionali, economici e sociali, sia l'affermazione della politica di sviluppo rurale nel sistema Regione.

La comunicazione sarà indirizzata all'intera popolazione regionale, con priorità nei confronti della popolazione rurale.

Il processo di comunicazione, per scelta strategica dell'Amministrazione, coinvolgerà i responsabili dell'esecuzione delle operazioni e i destinatari del sostegno, che in tal modo saranno testimoni diretti dei vantaggi portati dall'attuazione delle politiche comunitarie.

Per raggiungere più facilmente i potenziali beneficiari un ruolo fondamentale sarà svolto dalla rete dei partner istituzionali dell'Autorità di gestione presenti sul territorio, nonché dai partner economici e sociali, che dovranno collaborare in sinergia al fine di garantire l'efficacia delle azioni di comunicazione.

L'Autorità di gestione coordinerà i soggetti, pubblici e privati, coinvolti nel processo di comunicazione e indicherà i contenuti della comunicazione e le strategie da utilizzare per diffondere i messaggi, in modo da garantire la massima visibilità e l'immediata identificazione delle campagne e delle iniziative di promozione del Programma di Sviluppo Rurale.

L'Autorità di gestione, inoltre, per garantire la massima trasparenza nell'impiego delle risorse pubbliche, pubblicherà sul sito web istituzionale l'elenco dei beneficiari dei finanziamenti

5. Obiettivi generali

Gli obiettivi generali delle azioni informative e pubblicitarie, sulla base della normativa comunitaria richiamata in premessa, sono:

- diffondere l'informazione sulla Politica Agricola Comunitaria ed sul Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Rurale, sensibilizzando l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione Europea nella programmazione e nel finanziamento degli interventi e sul valore aggiunto dell'intervento comunitario nel territorio, anche attraverso la diffusione e valorizzazione dei risultati del Programma di Sviluppo Rurale;

- facilitare l'accesso agli incentivi fornendo informazioni dettagliate e chiare sulle opportunità offerte, sugli strumenti, e le fonti di finanziamento.

6. Obiettivi operativi

Per garantire un'efficace attuazione delle strategie di comunicazione, si individuano, nell'ambito degli obiettivi generali, i seguenti obiettivi specifici:

- assicurare trasparenza nell'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale, informando i cittadini sulle modalità di accesso ai finanziamenti e su come questi ultimi sono stati spesi;
- consentire ai beneficiari attuali e potenziali di conoscere con precisione i contenuti del Programma, fornendo tempestivamente informazioni sui tempi, le modalità e le opportunità di accesso ai contributi, garantendo, altresì, i diritti di informazione e accesso agli atti e di partecipazione;
- ottimizzare l'utilizzo dei finanziamenti, coinvolgere e motivare le categorie economiche potenzialmente interessate a presentare domande di finanziamento e i partner che collaborano con l'Autorità di Gestione per la realizzazione degli interventi previsti dal Programma di Sviluppo Rurale;
- informare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'Unione europea e dagli Stati membri nella realizzazione degli interventi e sui risultati effettivamente conseguiti attraverso il PSR;
- fornire agli effettivi beneficiari informazioni dettagliate sul fatto che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dal Fondo Europeo Agricolo di Sviluppo Regionale e sui loro obblighi di informazione al pubblico;
- assicurare l'informazione sulle fasi di monitoraggio e valutazione, sui lavori del Comitato di sorveglianza e sui risultati effettivamente conseguiti dal Programma;
- valorizzare l'immagine degli enti coinvolti (in particolare della Regione Sardegna e della Commissione Europea come enti particolarmente vicini al territorio);
- pubblicizzare i vantaggi per la collettività derivanti dall'attuazione del Programma.

7. Gruppi di destinatari

I destinatari delle azioni di comunicazione, (target) sono:

- I beneficiari potenziali
- I beneficiari effettivi
- Il grande pubblico
- I partner

- Gli organi di informazione
- I pubblici interni all'organizzazione regionale

Le azioni di comunicazioni verranno differenziate a seconda del destinatario.

7. 1. Beneficiari potenziali

Sono beneficiari potenziali tutti coloro che possono accedere agli interventi previsti dal PSR, in qualità di responsabili dell'esecuzione delle operazioni o di destinatari del sostegno:

- imprese agricole (aziende agricole e forestali; industrie di trasformazione e commercializzazione; altri soggetti individuati come beneficiari nelle schede di misura);
- alcune categorie di enti (enti locali e loro associazioni, consorzi di bonifica, ecc.);
- partenariati pubblico/privati per la costituzione dei Gruppi di azione locale (GAL);
- Gruppi di azione locale (GAL);
- organismi di gestione dei servizi turistici;
- soggetti privati.

7.2. Beneficiari effettivi

I beneficiari effettivi sono coloro che usufruiscono dei finanziamenti previsti dal PSR e che diventano essi stessi artefici della comunicazione.

7.3. Grande pubblico

Questa categoria individua l'opinione pubblica, segmentata sulla base delle specificità emerse nell'analisi di contesto (gruppi di età, grado di istruzione, diffusione nuove tecnologie, ecc.).

7.4. Partenariato

Questo gruppo comprende gli organismi pubblici e privati che fanno parte del Partenariato istituzionale ed economico e sociale, come le Agenzie regionali operanti nel settore agricolo, gli enti locali, le Università, i Centri di ricerca ed i Centri di formazione, le organizzazioni non governative con particolare riguardo agli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e organizzazioni ambientaliste, le organizzazioni di produttori (costituite o in via di costituzione), i rappresentanti dei consumatori, i consorzi di tutela, i Consorzi di garanzia Fidi.

Un ruolo fondamentale nella diffusione delle informazioni verrà svolto dagli organismi più vicini agli operatori agricoli, quali i Centri di Assistenza Agricola (CAA), le Organizzazioni professionali agricole regionali, le Organizzazioni regionali della cooperazione agricola e agroalimentare, le Organizzazioni regionali industriali, artigianali e commerciali del settore agro-alimentare.

All'interno di questa categoria si collocano anche le Reti di informazione europea presenti nel territorio regionale.

7.5. Organi di informazione

Questo gruppo è costituito dagli operatori della comunicazione nazionale e locale. Vi rientrano i mass media regionali e nazionali (televisioni, quotidiani, periodici, agenzie di stampa).

7.6. Pubblici interni all'organizzazione regionale

In questo gruppo rientrano tutti i dirigenti e funzionari regionali coinvolti nell'attuazione degli interventi del Programma di Sviluppo Rurale. L'Autorità di gestione intende sviluppare una rete interna di referenti per la comunicazione del Programma, al fine di facilitare la circolazione delle informazioni e garantire una maggiore efficacia nella gestione e attuazione delle azioni di comunicazione.

Al fine di ottimizzare l'informazione al cittadino, si intende coinvolgere nell'attuazione di alcune azioni del Piano anche la rete degli URP interna all'Amministrazione.

L'Autorità di gestione opererà, inoltre, in raccordo con le Autorità di gestione degli altri Programmi Operativi approvati per la Regione Autonoma della Sardegna.

8. Attività e strumenti

La comunicazione dovrà essere trasparente, semplice, rapidamente disponibile, coordinata e adeguata alla domanda. Potrà essere realizzata utilizzando tutti gli strumenti di informazione disponibili a seconda dei destinatari da raggiungere.

Nella tabella di seguito riportata vengono descritte le attività di comunicazione ed i relativi strumenti.

Attività di comunicazione	Strumenti
<p>Informazione e comunicazione sul web</p> <p>Promozione del PSR presso il grande pubblico</p> <p>Informazione sullo stato di attuazione degli interventi, sulle attività del Comitato di sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR</p> <p>Informazione sui contenuti, le opportunità e le modalità di attuazione delle singole misure del programma operativo</p> <p>Informazione sui beneficiari degli interventi</p>	<p>Sito istituzionale della Regione</p> <p>Sito web www.SardegnaAgricoltura.it</p> <p>Posta elettronica dedicata</p> <p>Newsletter</p> <p>FAQ</p> <p>Rete intranet</p> <p>Banca dati beneficiari</p>
<p>Relazioni con i media</p> <p>Diffusione di informazioni presso i potenziali beneficiari relativamente alle azioni specifiche del PSR</p> <p>Sensibilizzazione dell'opinione pubblica sulla rilevanza strategica del PSR per lo sviluppo socio-economico della Sardegna</p> <p>Informazione sullo stato di attuazione degli interventi, sulle attività del</p>	<p>Note e comunicati stampa</p> <p>Annunci pubblicitari</p> <p>Spot radiofonici e televisivi</p> <p>Acquisto spazi su programmi radiofonici e televisivi</p> <p>Inserti sui giornali più diffusi</p>

Comitato di sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR.	Press tour/workshop
<p>Produzione di materiale a stampa e audiovisivi</p> <p>Promozione del PSR presso il grande pubblico</p> <p>Sensibilizzazione dell'opinione pubblica sulla rilevanza strategica del PSR per lo sviluppo socio-economico della Sardegna</p>	<p>Pubblicazioni</p> <p>Opuscoli</p> <p>Dossier informativi</p> <p>Supporti audiovisivi e dimostrativi</p> <p>Manifesti e locandine</p>
<p>Iniziative di comunicazione diretta</p> <p>Informazione sui contenuti, le opportunità e le modalità di attuazione delle singole misure del programma operativo, mirata a tutti coloro che accedono agli interventi previsti dal PSR</p> <p>Informazione mirata a soddisfare esigenze informative specialistiche e/o di assistenza tecnica</p>	<p>URP</p> <p>Workshop/seminari su temi specifici</p> <p>Sportelli informativi sul territorio</p> <p>Mailing list mirata</p>
<p>Campagne informative ed eventi</p> <p>Promozione del programma presso il grande pubblico e le aree sociali sensibili a temi specifici, come i giovani, le donne, gli operatori sociali</p> <p>Promozione di una maggiore conoscenza dell'Unione europea e del ruolo strategico che essa svolge per lo sviluppo della Sardegna attraverso l'erogazione dei fondi strutturali previsti dal POR</p> <p>Informazione sullo stato di attuazione degli interventi, sulle attività del Comitato di sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR.</p> <p>Animazione territoriale</p>	<p>Acquisto di spazi nei quotidiani e nei giornali di settore</p> <p>Seminari</p> <p>Convegni</p> <p>Partecipazione eventi pubblici</p> <p>Workshop di interesse regionale o locale</p> <p>Progetti di informazione/formazione e sensibilizzazione diretti a target specifici di utenti</p> <p>Gadget</p>
<p>Sensibilizzazione su obblighi informativi</p> <p>Definizione dei temi e degli indirizzi da utilizzare per diffondere i messaggi</p> <p>Informazione rivolta ai beneficiari relativa al contenuto delle azioni pubblicitarie rivolte al pubblico, le caratteristiche tecniche delle azioni informative e pubblicitarie, le istruzioni per la creazione dell'emblema e definizione dei colori standard</p> <p>Informazioni e supporto nell'attuazione degli interventi</p>	<p>Comunicazioni scritte</p> <p>Linee guida</p> <p>Incontri</p>
<p>Attività di partenariato</p> <p>Promozione della cultura della comunicazione tra tutti i soggetti coinvolti nell'attuazione del PSR</p> <p>Creazione di un sistema interno di scambio e di condivisione delle informazioni basato sull'impiego di nuove tecniche di comunicazione e strumenti informativi innovativi</p> <p>Creazione di un canale privilegiato di comunicazione fra tutti i portatori di interesse ed i soggetti che svolgono attività di divulgazione dell'informazione comunitaria</p> <p>Formazione del personale operante nelle amministrazioni regionali e nei punti di informazione territoriale</p>	<p>Workshop</p> <p>Seminari tecnici</p> <p>Iniziative di formazione</p> <p>Iniziative di consolidamento partenariato</p> <p>Iniziative di sviluppo della rete di comunicazione interistituzionale</p>

Tutte le azioni e gli strumenti di comunicazione del PSR 2007-2013 della Regione Sardegna sopra descritte, per essere immediatamente identificabili, saranno caratterizzati da una linea grafica coordinata. In particolare ogni azione informativa e pubblicitaria conterrà i seguenti elementi:

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

9. Contenuti

Al di là della comunicazione obbligatoria (es. cartelloni, targhe informative che illustrano i progetti finanziati, pubblicazione degli elenchi dei beneficiari...), i messaggi dell'Autorità di Gestione riguarderanno i contenuti tecnici del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013, le principali novità introdotte dal Programma rispetto al precedente (es. introduzione di nuove modalità di accesso ai contributi), le novità introdotte nel settore agricolo, agroindustriale e forestale dalla riforma della Politica agricola comunitaria (disaccoppiamento, ecocondizionalità, modulazione).

In particolare verrà evidenziata l'evoluzione della politica agricola di settore in una politica di sviluppo rurale che considera lo spazio rurale non più sinonimo soltanto di spazio agricolo ma un'area dove ancora l'agricoltura rappresenta la spina dorsale, economica e sociale, ma dove insistono altre attività che con essa si integrano per lo sviluppo globale della zona rurale.

Principali contenuti del piano riferiti ai singoli target:

Beneficiari potenziali

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

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

Beneficiari effettivi

L'Autorità di gestione provvede affinché i beneficiari degli interventi siano informati che l'azione fa parte di un programma cofinanziato dal FEASR e sia portato a loro conoscenza l'asse prioritario del Programma di Sviluppo Rurale e le linee per la corretta applicazione della Misura.

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

- una targa informativa, se l'investimento (nelle aziende agricole o nelle imprese agroalimentari) oggetto del finanziamento ha un costo superiore a 50.000,00 euro. Una targa informativa sarà affissa anche presso le sedi dei gruppi di azione locale finanziati dall'Asse 4.- un cartello, nel caso di realizzazione di interventi infrastrutturali di costo complessivo superiore a 500.000,00 euro.

I cartelli e le targhe dovranno contenere le specifiche riportate nell'allegato VI del Reg. (CE) n. 1974/2006 (descrizione del progetto/dell'operazione, slogan e logo della Commissione Europea e della Regione Sardegna, ecc.) .

Cittadini

L'Autorità di Gestione e tutti i soggetti coinvolti a vario titolo nel processo di comunicazione, provvederanno ad informare i cittadini in merito all'approvazione del Programma di sviluppo rurale da parte della Commissione europea, ai successivi aggiornamenti del Programma stesso, alle Misure finanziate e agli interventi previsti e ai principali esiti del programma, evidenziando il valore aggiunto della programmazione europea a sostegno dello sviluppo rurale.

Verranno inoltre periodicamente (almeno una volta all'anno) pubblicate online (sulla sezione del sito www.regione.sardegna.it dedicata al Programma di Sviluppo Rurale e/o sul sito tematico www.sardegnaagricoltura.it) le liste dei beneficiari delle misure del PSR, con relativi nominativi, titolo delle operazioni finanziate e importi assegnati.

Inoltre, l'Autorità di gestione informa il cittadino riguardo al ruolo multifunzionale svolto dall'agricoltura e ai relativi benefici per lui derivanti in termini di qualità e sicurezza dei prodotti alimentari, nonché di tutela e fruibilità del territorio.

La conoscenza degli strumenti predisposti a favore dell'imprenditore agricolo socialmente responsabile incrementa l'attrattiva del sistema agricolo per i cittadini in quanto consumatori, potenziali investitori o imprenditori del settore e aiuta il cittadino a comprendere che l'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale realizza le aspettative che si hanno nei confronti del settore agricolo.

Infine, le azioni informative riguardo alle logiche e ai meccanismi delle politiche comunitarie alimentano il senso di appartenenza del cittadino all'Unione Europea.

Partner

L'Autorità di gestione provvede affinché i partner che fungono da organi di collegamento a livello nazionale, regionale o locale siano coinvolti nel processo di informazione dei potenziali beneficiari.

Questo significa che l'Autorità di Gestione fornirà ai partner informazioni tempestive e sempre aggiornate anche con contenuto tecnico e specialistico elevato attraverso canali preferenziali.

Organi di informazione e opinion leader

Il contenuto delle azioni informative rivolte ai media e agli opinion leader sarà volto a pubblicizzare il Programma di sviluppo rurale 2007-2013 e a rendere trasparenti le attività ad esso collegate, in particolare i risultati del monitoraggio e della valutazione finale.

L'Autorità di gestione fornisce ai media e agli opinion leader le informazioni più adatte alle loro caratteristiche (tipologia di fruitore, copertura territoriale, frequenza): i contenuti saranno più generalisti se destinati a media che si rivolgono ai cittadini, più tecnici se destinati a testate di tipo tecnico e di settore.

Pubblici interni all'organizzazione regionale

L'Autorità di gestione provvede a fornire ai pubblici interni all'organizzazione regionale tutte le informazioni relative al Programma e alla sua attuazione necessarie per la sua corretta promozione, attraverso l'intranet della direzione generale e la posta elettronica. Verranno inoltre organizzati seminari di approfondimento e studio dedicate a specifiche problematiche.

10. Tempi di realizzazione del Piano

La realizzazione del Piano si articola in tre fasi distinte:

- fase iniziale (2008-2009), nella quale gli interventi saranno concentrati sull'obiettivo di garantire un'ampia diffusione delle informazioni e delle conoscenze sul Programma di Sviluppo Rurale, sugli obiettivi che ci si pone e sulle opportunità offerte, sui risultati attesi. In tale fase verranno svolte prevalentemente attività di informazione, promozione e supporto tecnico;
- fase intermedia (2010-2012), nella quale si continueranno a diffondere le informazioni relative alla fase iniziale, con l'obiettivo di consolidare le conoscenze ed ampliare la platea dei beneficiari potenziali. In questa fase si inizieranno anche a comunicare i risultati raggiunti;
- fase finale (2013-2015), prevalentemente concentrata sulla comunicazione dei risultati e delle prospettive per lo sviluppo innovativo e sostenibile del sistema rurale regionale.

La pianificazione temporale indicativa delle attività nel periodo 2008-2015 è evidenziata nel cronoprogramma di seguito riportato:

Azioni di comunicazione	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Informazione e comunicazione sul web									
Sito istituzionale della Regione									

Sito web www.SardegnaAgricoltura.it									
Posta elettronica dedicata									
FAQ									
Rete intranet									
Banca dati beneficiari									
Relazioni con i media									
Note e comunicati stampa									
Annunci pubblicitari									
Spot radiofonici e televisivi									
Acquisto spazi su programmi radiofonici e televisivi									
Acquisto di spazi nei quotidiani e nei giornali di settore									
Inseri sui giornali più diffusi									
Press tour/workshop									
Produzione di materiale a stampa e audiovisivi									
Pubblicazioni									
Brochure									
Opuscoli									
Dossier									
Supporti audiovisivi e dimostrativi									
Manifesti e locandine									
Iniziative di comunicazione diretta									
URP									
Workshop/seminari su temi specifici									
Newsletter									
Sportelli informativi sul territorio									

Seminari									
Mailing list mirata									
Campagne informative ed eventi									
Seminari									
Convegni									
Partecipazione eventi pubblici									
Progetti di informazione/ sensibilizzazione									
Gadget									
Sensibilizzazione su obblighi informativi									
Comunicazioni scritte									
Linee guida									
Attività di partenariato									
Workshop									
Seminari tecnici									
Iniziative di formazione									
Iniziative di consolidamento partenariato									
Iniziative di consolidamento della rete di comunicazione interistituzionale									

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

Il presente Piano di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Sardegna avrà un'articolazione annuale e nei Piani di comunicazione annuali verranno pianificate le iniziative di volta in volta individuate come più idonee in funzione delle esigenze e dei tempi di attuazione degli interventi programmati nell'ambito del PSR 2007-2013.

11. Risorse

Alla progettazione e realizzazione del Piano di comunicazione è destinato un importo non superiore al 15% delle risorse finanziarie stanziare nell'ambito dell'Attività di Assistenza tecnica di cui alla Misura

511 del Programma di sviluppo rurale, per un importo complessivamente pari a circa 1.879.261 euro, di cui 826.875 euro di quota FEARS.

Lo stanziamento sopra riportato ha carattere esclusivamente indicativo e pertanto potrà essere rimodulato dall'Autorità di Gestione in relazione a specifiche esigenze che eventualmente emergeranno in sede di attuazione.

La tabella che segue indica la previsione di spesa per ciascun strumento individuato ed il peso sul totale delle risorse disponibili.

Attività	PESO (%)	RISORSE DISPONIBILI (IN EURO)	QUOTA FEASR (44%) (IN EURO)
Informazione - comunicazione sul web	5%	75.000	33.000
Relazioni con i media	15%	225.000	99.000
Produzione di materiale a stampa e audiovisivi	25%	375.000	165.000
Iniziative di comunicazione diretta	15%	225.000	99.000
Campagne informative ed eventi	25%	375.000	165.000
Sensibilizzazione su obblighi informativi	10%	150.000	66.000
Attività di partenariato	5%	75.000	33.000
Totale	100%	1.500.000	660.000

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

La tabella seguente illustra la ripartizione indicativa delle risorse finanziarie nel periodo di programmazione 2007-2013. Una quota rilevante delle risorse disponibili (circa il 40%), sarà impiegata nella fase di avvio (2008-2009) del Programma, in cui si dovranno predisporre ed avviare gran parte degli strumenti programmati; circa il 35% delle risorse saranno destinate alla fase conclusiva (2012-2013) dedicata alla diffusione dei risultati; le risorse residue saranno utilizzate nella fase intermedia per il "mantenimento" delle attività avviate.

ANNO	RISORSE INDICATIVE (IN EURO)	%	QUOTA FEASR (IN EURO)
-------------	-------------------------------------	----------	----------------------------------

2007			
2008	75.000	5	33.000
2009	450.000	30	198.000
2010	225.000	15 %	99.000
2011	225.000	15 %	99.000
2012	150.000	10 %	66.000
2013	375.000	25 %	165.000
TOTALE	1.500.000	100%	660.000

12. Procedure, modalità e gruppo responsabile dell'attuazione del Piano di Comunicazione

L'Autorità di gestione è responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione.

L'art. 76 del reg. 1698/2005, paragrafo 2, prescrive che "L'autorità di gestione provvede a pubblicizzare il programma nei modi seguenti: a) informa i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative interessate, incluse le organizzazioni ambientali, circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti; b) informa i beneficiari del contributo comunitario; c) informa il pubblico del ruolo svolto dalla Comunità nell'ambito del programma e dei relativi risultati".

La funzione di Autorità di gestione del Programma di Sviluppo Rurale 2007/2013 è attribuita al Direttore Generale pro tempore della struttura sottoindicata:

Struttura competente: Assessorato dell'Agricoltura e Riforma Agro Pastorale

Indirizzo: via Pessagno, 4 – 09126 Cagliari

Posta elettronica: agricoltura@regione.sardegna.it

Per l'attuazione di tutte le attività previste dal Piano l'Autorità di gestione si avvarrà del Servizio Affari generali, legali, programmazione finanziaria, credito ed agenzie dell'Assessorato, cui, in particolare, compete la redazione dei piani di comunicazione annuali 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.

Le azioni e/o gli strumenti di comunicazione previsti dal Piano saranno realizzati col supporto delle Agenzie regionali operanti nel settore agricolo (ARGEA Sardegna, LAORE Sardegna e AGRIS Sardegna).

Alle attività previste dal Piano parteciperanno i Dirigenti responsabili delle linee di attività del Programma, attraverso la costituzione di un apposito Gruppo direttivo.

Con riferimento a specifiche problematiche o attività potranno essere attivati gruppi di lavoro composti da personale appartenente ai vari servizi dell'Assessorato ed eventualmente da dipendenti delle Agenzie operanti nel settore agricolo.

Il Comitato di sorveglianza sarà informato sull'attuazione del Piano di comunicazione con specifici rapporti opportunamente documentati. Al termine del Comitato di sorveglianza verrà emanato un comunicato stampa con le decisioni adottate dal Comitato stesso.

13. Monitoraggio e valutazione

Al fine di consentire un'adeguata valutazione delle azioni di comunicazione verrà elaborato un sistema di indicatori di realizzazione e di risultato, per monitorare l'efficacia delle azioni/strumenti implementati con il Piano di Comunicazione, ed un sistema di indicatori di impatto, per verificare il conseguimento degli obiettivi generali del Piano.

Gli indicatori di realizzazione riguarderanno essenzialmente output fisici di attività, suscettibili di conteggio:

- sito web
- manifestazioni pubbliche (convegni, presentazioni, etc.)
- seminari
- partecipazione di operatori del piano di comunicazione ad eventi esterni organizzati da altri soggetti
- prodotti promozionali
- newsletters
- comunicati-stampa
- conferenze-stampa
- pubblicazioni (volumi, reports, documenti)
- materiale divulgativo (brochures, schede, guide, etc.)
- manifesti e relative affissioni

- inserzioni e/o spot pubblicitari, con relativa collocazione e frequenza
- punti di informazione
- stand mobili
- prodotti multimediali (cd-rom interattivi, video, etc.).

Gli indicatori di risultato verranno utilizzati per misurare il grado di miglioramento dell'informazione e della sensibilizzazione dell'opinione pubblica e dei beneficiari riguardo alle azioni del Programma di Sviluppo Rurale, in un arco di tempo prefissato. I risultati genericamente intesi verranno quindi tradotti in risultati attesi, con riguardo ai tempi di realizzazione, alla quantità dei fruitori, alla qualità e alla correttezza delle conoscenze fornite.

Gli indicatori di impatto, invece, saranno utilizzati per misurare il rapporto tra attività di comunicazione e modificazioni delle condotte degli attori e dell'andamento dei sistemi.

Per quanto riguarda gli indicatori di risultato e di impatto, si terranno distinti i risultati e l'impatto riguardanti l'opinione pubblica da quelli riguardanti settori di popolazione circoscritti, ed in particolare potenziali beneficiari finali. In secondo luogo, i sondaggi d'opinione verranno effettuati, distintamente con riferimento all'opinione pubblica ed ai beneficiari, finalizzandolo alla rilevazione sia dei risultati che dell'impatto.

Le azioni di comunicazione dovranno essere monitorate e valutate mediante rilevazioni qualitative e quantitative.

Rilevazioni qualitative

La rilevazione qualitativa verterà sui principali pubblici di riferimento (*beneficiari, partner, cittadini*), ed andrà ad inserirsi lungo tutto il percorso di attuazione del Piano di Comunicazione:

- in fase *ex-ante*, per esplorare lo scenario di riferimento al fine di progettare in modo strategico gli interventi di comunicazione;
- nella fase intermedia, per monitorare l'attenzione suscitata e rilevare i primi effetti;
- in fase *ex-post* (termine del Piano di Comunicazione), per valutare l'impatto delle azioni di comunicazione sui target di riferimento.

Per ciascun target, tra quelli sopra indicati, è previsto uno strumento di indagine ad hoc a fronte di presupposti strategici diversi:

PARTNER

Strumenti di indagine: interviste individuali o focus group.

L'indagine verrà svolta attraverso interviste individuali approfondite o focus group (max 10 persone). Tale strumenti di indagine risultano particolarmente efficaci per indagare tematiche complesse, consentendo un maggior approfondimento delle logiche e delle motivazioni profonde che regolano gli atteggiamenti e i comportamenti rispetto ad uno specifico argomento.

BENEFICIARI

Strumenti di indagine: interviste individuali e/o questionari.

L'indagine è diretta a verificare il grado di chiarezza e comprensibilità della comunicazione attraverso la somministrazione di questionari, che verranno diffusi attraverso riviste di settore e pubblicati sul sito istituzionale della Regione Sardegna, nella pagina tematica dedicata all'agricoltura, e sul sito tematico www.SardegnaAgricoltura.it.

CITTADINI

Strumenti di indagine: focus group.

L'indagine è diretta a verificare in che misura la comunicazione ha avuto un impatto positivo sull'immagine della Regione Sardegna e dell'Unione Europea. La dinamica relazionale che si instaura nel gruppo favorisce infatti l'emersione di giudizi, criticità, stereotipi, modelli interpretativi e, più in generale, aree concettuali d'interesse.

Rilevazioni quantitative

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

Pertanto, la rilevazione quantitativa verterà prevalentemente sugli strumenti di comunicazione.

Mediante *un'analisi secondaria* - ad intervalli temporali cadenzati - si renderà conto delle attività di comunicazione realizzate a consuntivo. Si valuteranno in particolare:

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

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

Verrà, infine, condotta attraverso la metodologia CATI (Computer Aided Telephone Interview) un'indagine campionaria sui diversi target (durante l'attuazione del Piano di Comunicazione e alla sua conclusione) finalizzata a valutare gli esiti del Piano nel suo complesso.

Al fine di garantire imparzialità alle analisi quantitative e qualitative messe in campo e alle conclusioni in merito alla visibilità, trasparenza e sensibilizzazione del pubblico, le attività di valutazione verranno affidate ad un valutatore esterno o al Nucleo regionale di valutazione.