

PSR Campania 2014 – 2020



L'Europa investe nelle zone rurali



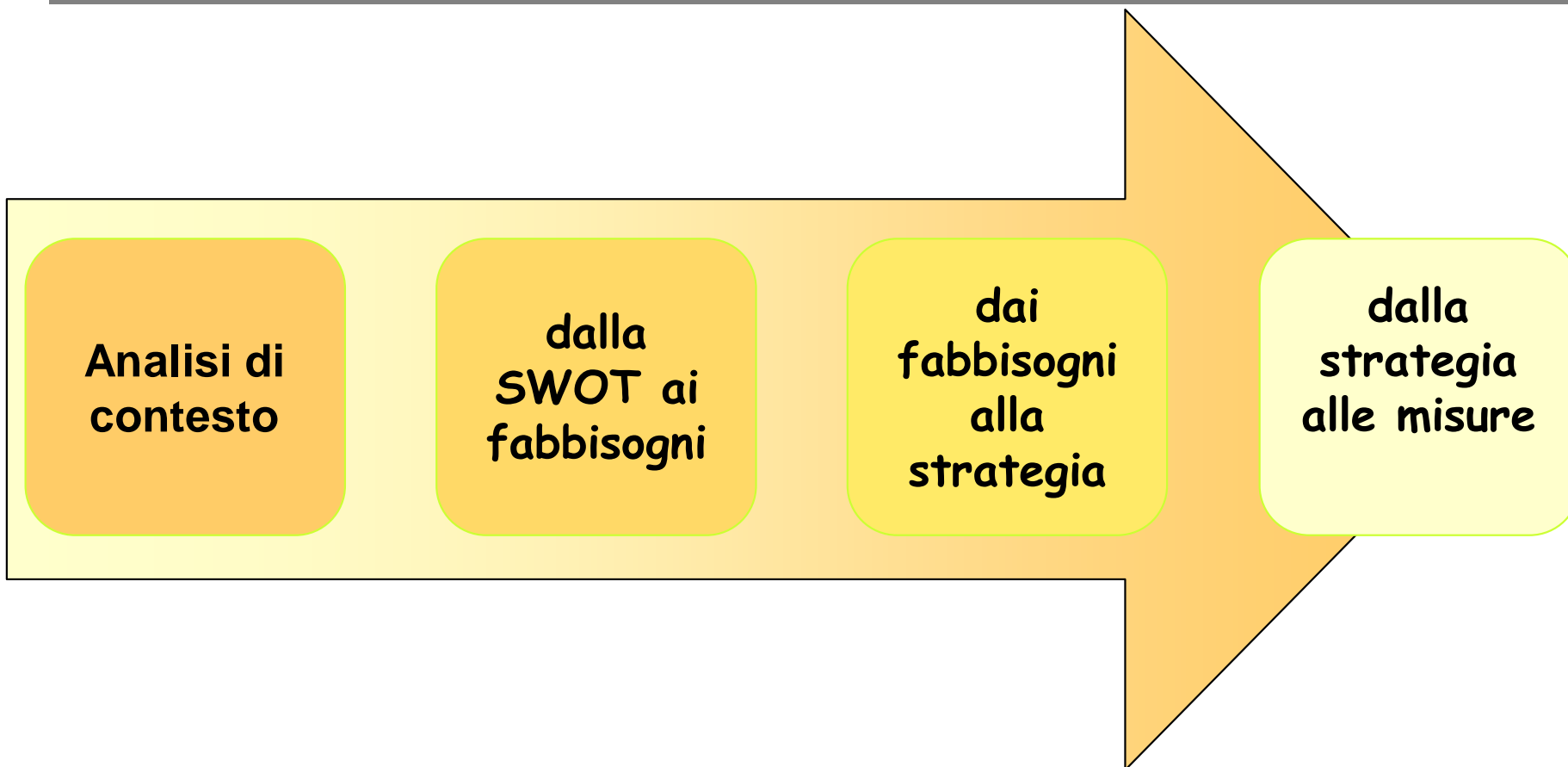
Assessorato Agricoltura

Comitato di Sorveglianza
Napoli, 14 dicembre 2015



PSR14-20
Campania

Il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Campania (PSR) è stato adottato formalmente dalla Commissione Europea il 20 novembre 2015 con decisione n. C(2015) 8315



Il PSR individua le priorità per utilizzare la somma di € 1.836 milioni di spesa pubblica, disponibile per il periodo 2014-2020 (Circa € 1.110 milioni di budget comunitario e € 726 milioni di cofinanziamento nazionale e regionale).

Il PSR della Campania è in linea con gli obiettivi del Documento Strategico Regionale (DGR 527 del 9 dicembre 2013):

- **Campania Regione Innovativa**
- **Campania Regione Verde**
- **Campania Regione Solidale**

Campania Regione Innovativa

- **16.000** operatori riceveranno una formazione finalizzata a promuovere l'innovazione, la cooperazione e la diffusione di pratiche agricole sostenibili;
- **3.300** imprese agricole (incluse quelle dei giovani agricoltori) riceveranno un aiuto per migliorare le loro performance economiche, per opere di ristrutturazione ed ammodernamento;
- **1.500** giovani agricoltori riceveranno un premio quale aiuto all'avvio della loro attività.

Campania Regione Verde

- **60.000** ha saranno protetti con contratti di gestione a sostegno della biodiversità, di una migliore gestione della risorsa idrica e della prevenzione dell'erosione dei suoli;
- **8.000** ha di terreni agricoli riceveranno aiuti per convertirsi o mantenere l'agricoltura biologica.

Campania Regione Solidale

- **290** nuovi posti di lavoro saranno creati attraverso lo sviluppo locale e la diversificazione;
- il **6%** della popolazione rurale avrà accesso alle TIC nuove o migliorate ed alla banda larga.

La Campania ha un basso tasso di occupazione, pari al 43.7% (inferiore a quello medio nazionale), mentre la disoccupazione si attesta al 19.3% e quella giovanile al 48.2%.

Il PIL è in costante diminuzione ed i risultati economici sono peggiori della media nazionale.

Circa i 2/3 del territorio regionale fanno parte delle "Aree interne", che sono caratterizzate da bassa infrastrutturazione e/o da difficoltà di accesso ai servizi di base. La diffusione della banda larga e delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) è insufficiente, l'uso di internet a livello familiare è al di sotto della media nazionale (44.2 % contro 54.8%).

Il settore agricolo in Campania si trova ad affrontare diversi cambiamenti strutturali, con molte piccole aziende agricole che stanno scomparendo, assorbite da quelle di medie dimensioni che, di conseguenza, si ingrandiscono.

Le zone rurali della Campania subiscono una costante diminuzione delle attività economiche, una migrazione della forza lavoro ed una riduzione della popolazione, che è caratterizzata dall'invecchiamento degli agricoltori e da un basso numero di giovani agricoltori.

Le problematiche ambientali connesse all'agricoltura sono legate:

- alla pressione crescente dell'agricoltura e degli allevamenti intensivi sulle risorse naturali;
- all'erosione del suolo, superiore alla media italiana e dovuta principalmente ad un'intensa erosione laminare;
- all'agricoltura biologica che è ancora poco sviluppata e copre solo il 2,6% del totale della superficie agricola utilizzata (la media italiana è del 5%), nonostante le buone potenzialità in questo settore.

La Campania è caratterizzata da un patrimonio naturalistico eccezionale: la rete NATURA 2000 (124 siti) copre il 27,5% della superficie totale e più della metà della superficie forestale totale. Le aree agricole di grande pregio naturale costituiscono il 40,6% della SAU.

OBIETTIVI

Offrire risposte mirate alle esigenze di sviluppo dei diversi territori in cui si articola la Campania.

CONTESTO

Eterogeneità degli scenari territoriali.

Fabbisogni diversificati.

Diversificazione delle politiche in base alle caratteristiche distintive dei territori.

L'articolazione territoriale delle strategie



L'analisi territoriale non è più sviluppata a livello degli STS, ma sulla base di aggregati di comuni omogenei per fascia altimetrica per ogni provincia.

Il metodo considera due variabili chiave (rapporto SAT/superficie territoriale; densità di popolazione).

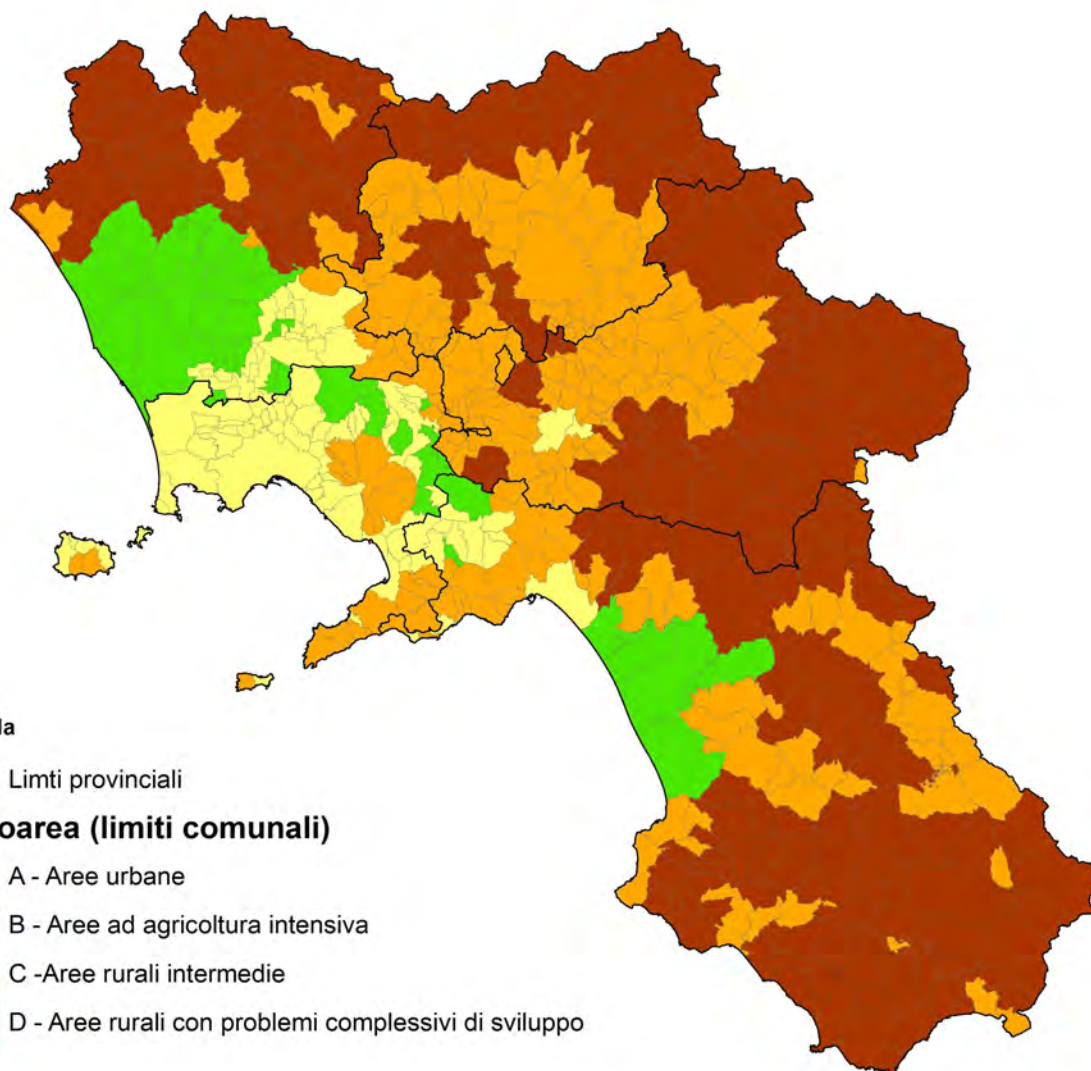
Sulla base della zonizzazione definita dall'AdP si è proceduto all'affinamento dei risultati ottenuti per renderla maggiormente rappresentativa delle peculiarità che caratterizzano i diversi sistemi rurali regionali. In questo caso, per singolo comune, si è tenuto conto della densità abitativa, della percentuale di superficie rurale rispetto alla superficie territoriale totale e della classificazione in comuni interamente montani.



Territorializzazione



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



Legenda

□ Limiti provinciali

Macroarea (limiti comunali)

□ A - Aree urbane

□ B - Aree ad agricoltura intensiva

□ C - Aree rurali intermedie

□ D - Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo

A

“Aree urbane” - capoluoghi di provincia urbani in senso stretto e gruppi di comuni “prevalentemente urbani”

B

“Aree rurali ad agricoltura intensiva” - comuni rurali prevalentemente di pianura del paese, dove, sebbene in alcuni casi la densità media sia elevata, la superficie rurale appare sempre avere un peso rilevante (superiore ai 2/3 del totale)

C

“Aree rurali intermedie” - comuni rurali di collina e montagna a più alta densità di popolazione e sede di uno sviluppo intermedio

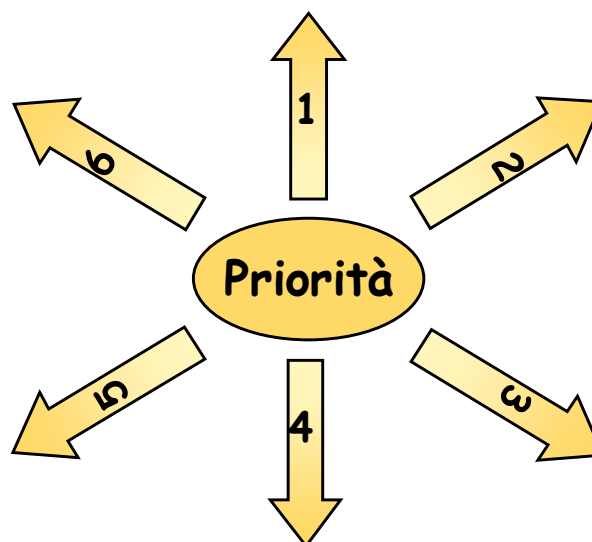
D

“Aree rurali con problemi di sviluppo” - comuni significativamente e prevalentemente rurali di collina e di montagna a più bassa densità di popolazione

Promuovere il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali.

adoperarsi per l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali

Potenziare la redditività delle aziende agricole e la competitività dell'agricoltura, promuovere tecnologie innovative per le aziende agricole e la gestione sostenibile delle foreste.



incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale

Promuovere l'organizzazione della filiera alimentare, il benessere degli animali e la gestione dei rischi nel settore agricolo.

Preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi connessi all'agricoltura e alla silvicoltura.

Il sistema di trasferimento delle conoscenze (seminari, coaching, attività dimostrative, azioni di informazione e visite alle imprese) sarà rafforzato mediante una formazione specifica destinata agli agricoltori riguardante in particolare:

- il cambiamento climatico;
- l'agricoltura sostenibile;
- la qualità degli alimenti.

Sarà prestata particolare attenzione alla formazione dei nuovi imprenditori, specialmente i giovani agricoltori.

Sarà sostenuto lo sviluppo dell'innovazione attraverso la cooperazione e il trasferimento di informazioni e conoscenze tra il settore agroalimentare, i ricercatori e le altre parti interessate.

Saranno finanziati più di 180 diversi progetti di cooperazione (tra i quali lo sviluppo di progetti pilota e la creazione di reti), saranno sostenuti 40 gruppi operativi del partenariato europeo per l'innovazione e saranno resi disponibili quasi 16 000 posti nei corsi di formazione.

Denominazione della misura	Valore (€)
M01 - Trasferimento di conoscenze e azioni di informazione (art. 14)	29.000.000
M02 - Servizi di consulenza, di sostituzione e di assistenza alla gestione delle aziende agricole (art. 15)	14.000.000
M16 - Cooperazione (art. 35)	57.500.000
TOTALE	100.500.000

Il sostegno sarà mirato all'innovazione dei processi e dei prodotti nelle aziende agricole, agroindustriali e forestali, con l'obiettivo di migliorare la produzione e la qualità dei prodotti, riducendo inoltre i costi di produzione.

Sarà sostenuto il miglioramento della capacità produttiva, l'ammodernamento delle attrezzature (compresi i sistemi TIC) e la diversificazione della produzione.

Sarà promossa la creazione e lo sviluppo di attività extra-agricole al fine di creare nuove possibilità di reddito.

Sarà incentivato l'ingresso di giovani lavoratori qualificati nel settore agricolo per garantire il futuro dell'agricoltura, l'innovazione e il miglioramento della produttività e della competitività.

Nel settore forestale si interverrà sostenendo gli investimenti in tecnologie silvicole e nella trasformazione dei prodotti forestali.

Saranno sostenuti più di 1.900 progetti di investimento per la ristrutturazione e/o l'ammodernamento delle aziende agricole, inoltre saranno concessi aiuti all'avviamento di imprese a 1.500 giovani agricoltori per l'attuazione dei loro piani aziendali. Sono previsti più di 2.400 partecipanti alla formazione finalizzata a questa priorità.

Denominazione della misura	Valore (€)
M4.1.1 - Supporto per gli investimenti nelle aziende agricole	217.000.000
M4.1.2 - Investimenti per il ricambio generazionale nelle aziende agricole e l'inserimento di giovani agricoltori qualificati	174.000.000
M4.3.1 - Viabilità agro-silvo-pastorale e infrastrutture accessorie a supporto delle attività di esbosco	25.000.000
M6.1.1 - Riconoscimento del premio per giovani agricoltori che per la prima volta si insediano come capo azienda agricola	75.000.000
M6.4.1 - Creazione e sviluppo della diversificazione delle imprese agricole	62.000.000
M8.6.1 - Sostegno investimenti tecnologie forestali e trasformazione, movimentazione e commercializzazione dei prodotti forestali	8.700.000
TOTALE	561.700.000

È concesso un sostegno agli agricoltori e alle loro associazioni per partecipare per la prima volta a regimi di qualità e ad attività di informazione e promozione.

L'obiettivo è migliorare la logistica e i canali commerciali e sensibilizzare i consumatori alla qualità dei prodotti sul mercato. Gli agricoltori sono inoltre incoraggiati a partecipare a progetti di cooperazione, al fine di sviluppare filiere corte, con una particolare attenzione ai progetti innovativi e ai progetti che contribuiscono alla riduzione degli effetti sull'ambiente e sul clima.

Circa 2.200 agricoltori riceveranno sostegno per partecipare a regimi di qualità e filiere corte.

Il programma di sviluppo rurale prevede anche il sostegno ad azioni volte alla prevenzione dei danni causati dalle calamità naturali ed al ripristino dei terreni agricoli e del potenziale produttivo danneggiati, in sinergia con le azioni specifiche del programma di sviluppo rurale nazionale.

Denominazione della misura	Valore (€)
M3.1.1 - Sostegno alla nuova adesione ai regimi di qualità	3.000.000
M3.2.1 - Sostegno per attività di informazione e promozione svolte da associazioni di produttori nel mercato interno	5.000.000
M4.2.1 - Trasformazione, commercializzazione e sviluppo dei prodotti agricoli nelle aziende agro-industriali	70.000.000
M5.1.1 - Prevenzione danni da avversità atmosferiche e da erosione suoli agricoli in ambito aziendale ed extraaziendale	5.500.000
M5.2.1 - Ripristino del potenziale produttivo danneggiato da calamità naturali, avversità atmosferiche ed eventi catastrofici	5.000.000
M9.1.1 - Costituzione di associazioni e organizzazioni di produttori nei settori agricolo e forestale	5.000.000
M14.1.1 - Benessere animale	2.000.000
TOTALE	95.500.000

Sono sostenute pratiche agricole che tengano conto degli aspetti ambientali e che vadano al di là degli obblighi imposti dalla legislazione ambientale e dall'inverdimento della PAC.

Quasi l'11% della superficie agricola sarà oggetto di contratti di gestione a sostegno della biodiversità e della gestione delle risorse idriche e del suolo.

Sono sostenuti gli investimenti ambientali in agricoltura e silvicoltura, nonché azioni a sostegno della biodiversità nelle zone Natura 2000 e in altre zone di grande pregio naturale.

Sarà sostenuta l'agricoltura biologica.

Quasi 2.300 ettari riceveranno un sostegno per il passaggio all'agricoltura biologica e altri 10.600 ettari per mantenerla.

Sarà incentivata la presenza degli agricoltori nelle zone montane ed in quelle soggette ad altri vincoli specifici, al fine di evitare il rischio di abbandono di questi territori.

Oltre 150.000 ettari saranno oggetto di impegno.

Denominazione della misura	Valore (€)
M4.4 - Sostegno ad investimenti non produttivi connessi all'adempimento degli obiettivi agro-climatico-ambientali	37.000.000
M7.1.1 - Sostegno per la stesura e l'aggiornamento dei Piani di tutela e di gestione dei siti Natura 2000	6.000.000
M8.3.1 - Sostegno alla prevenzione dei danni arrecati alle foreste da incendi, calamità naturali ed eventi catastrofici	77.000.000
M8.4.1 - Sostegno al ripristino delle foreste danneggiate da incendi, calamità naturali ed eventi catastrofici	14.400.000
M8.5.1 - Sostegno agli investimenti destinati ad accrescere la resilienza e il pregio ambientale degli ecosistemi forestali	38.000.000
M10.1 - Pagamento per impegni agro-climatico-ambientali	220.000.000
M10.2.1 - Conservazione delle risorse genetiche autoctone a tutela della biodiversità	5.000.000
M11 - Agricoltura biologica	35.000.000
M13 - Indennità a favore delle zone soggette a vincoli naturali o ad altri vincoli specifici	220.416.000
M15 - Servizi silvo-climatico-ambientali e salvaguardia della foresta	33.000.000
TOTALE	685.816.000

Il PSR interviene per mitigare e favorire l'adattamento ai cambiamenti climatici con:

- la promozione dell'uso razionale delle risorse idriche (modernizzazione degli impianti e conversione dei sistemi di irrigazione, delle tecnologie e dei sistemi di distribuzione);
- lo sviluppo delle bioenergie;
- l'uso di sottoprodotti agricoli e agroindustriali.

Oltre 600 progetti beneficeranno di un sostegno per rendere più efficienti i sistemi di irrigazione, per un totale di oltre 1.800 ettari di terreni irrigati. Saranno investiti 10 milioni di euro nella produzione di energie rinnovabili.

Si favorirà la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, di PM10 e di ammoniaca provenienti da attività agroindustriali e l'aumento del sequestro di carbonio mediante le azioni forestali.

1.625 ettari di terreni agricoli saranno oggetto di contratti di gestione al fine di promuovere il sequestro e la conservazione del carbonio.

Denominazione della misura	Valore (€)
M4.1.3 - Investimenti finalizzati alla riduzione delle emissioni gassose negli allevamenti zootecnici, dei gas serra e ammoniacca	11.000.000
M4.1.4 - Gestione della risorsa idrica per scopi irrigui nelle aziende agricole	15.000.000
M4.3.2 - Invasi di accumulo ad uso irriguo in aree collinari	20.000.000
M7.2.2 - Investimenti finalizzati alla realizzazione di impianti pubblici per la produzione di energia da fonti rinnovabili	10.000.000
M8.1.1 - Imboschimento di superfici agricole e non agricole	35.000.000
TOTALE	91.000.000

Le principali azioni del PSR per questa priorità mettono l'accento sulla promozione dello sviluppo locale nelle zone rurali mediante:

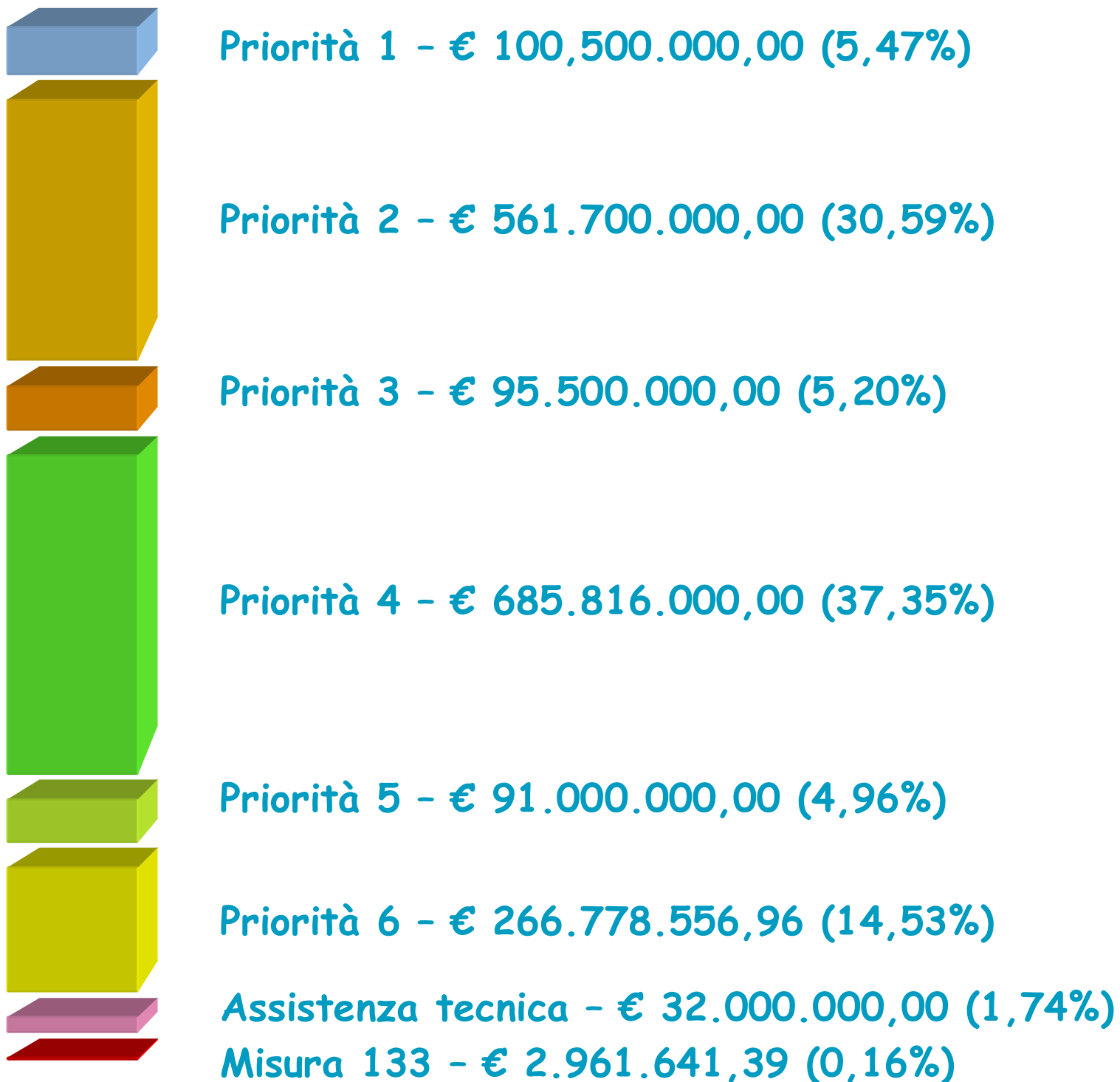
- incentivi per l'avviamento d'impresa per attività extra agricole;
- sostegno ad investimenti nei settori dell'artigianato, del turismo del commercio, dei servizi e del sociale;
- creazione di servizi di base (in primo luogo, per le infrastrutture a banda ultralarga), ma anche servizi socio-assistenziali, socio-sanitari e socio-culturali;
- sostegno ad investimenti in infrastrutture ricreative, informazioni e infrastrutture turistiche su piccola scala che abbiano finalità di fruizione pubblica;
- riqualificazione del patrimonio rurale.

- Saranno creati circa 150 posti di lavoro, coinvolgendo oltre 450 aziende con l'avviamento/sostegno agli investimenti per attività non agricole nelle zone rurali.
- Il 6% della popolazione rurale beneficerà di servizi/infrastrutture nuovi o migliorati (TIC).

Saranno sostenute le strategie di sviluppo locale (LEADER) con il coinvolgimento di quasi 1 milione di persone nelle zone rurali, con conseguente creazione di circa 130 posti di lavoro supplementari.

Denominazione della misura	Valore (€)
M6.2.1 - Aiuto all'avviamento d'impresa per attività extra agricole in zone rurali.	12.000.000
M6.4.2 - Creazione e sviluppo di attività extragricole nelle aree rurali	16.000.000
M7.2.1 - Sostegno ad investimenti finalizzati alla viabilità comunale nelle aree rurali per migliorare il valore paesaggistico	15.000.000
M7.3.1 - Realizzazione di infrastrutture di accesso in fibra ottica	20.500.000
M7.4.1 - Investimenti per l'introduzione, il miglioramento, l'espansione di servizi di base per la popolazione rurale	39.000.000
M7.5.1 - Sostegno a investimenti di fruizione pubblica in infrastrutture ricreative e turistiche su piccola scala	20.000.000
M7.6.1 - Riqualificazione del patrimonio architettonico dei borghi rurali nonché sensibilizzazione ambientale	42.500.000
M19 - Sostegno allo sviluppo locale LEADER - (SLTP - sviluppo locale di tipo partecipativo)	101.778.557
TOTALE	266.778.557

Distribuzione finanziaria



PSR Campania 2014 – 2020



L'Europa investe nelle zone rurali



Assessorato Agricoltura

Comitato di Sorveglianza
Napoli, 14 dicembre 2015



PSR14-20
Campania



PSR 14-20
Campania



Unione Europea

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



MINISTERO POLITICHE AGRICOLE
ALIMENTARI E FORESTALI



Assessorato Agricoltura

Piano di comunicazione PSR 14-20





La strategia

Sul precedente periodo di programmazione abbiamo dovuto preparare un piano di comunicazione per il periodo 2007-2013 e attendere l'approvazione della Commissione.

Questa volta la responsabilità dell'approvazione sarà del Comitato di Sorveglianza.

✓ Occorre, infatti, entro sei mesi dall'adozione del Programma presentare la Strategia di Comunicazione al Comitato di Sorveglianza.





Condividiamo la strategia

Il Piano di Comunicazione del PSR definirà la strategia di comunicazione per assicurare le azioni di informazione e pubblicità nel periodo di programmazione comunitaria 2014-2020.

Esso individua

- ✓ Obiettivi
- ✓ Destinatari
- ✓ Bilancio
- ✓ Interventi previsti





Condividiamo la strategia

Multicanalità

Con l'attivazione di più canali di interazione e l'integrazione dei canali stessi.

Nuovi media:

Si punta su Social Network, Blog, Forum di discussione, Wiki, piattaforme per la condivisione di strumenti di lavoro, chiamate e videochiamate, web tv e mobile tv.





La valutazione



Le scelte inerenti la nuova strategia di comunicazione nascono anche dalla precedente esperienza del PSR 2007/2013, sulla quale è stata operata un'analisi delle attività svolte e una valutazione.

Le indagini realizzate nel corso della programmazione 2007/2013 hanno fatto emergere un giudizio complessivamente favorevole nei confronti della campagna di comunicazione e degli strumenti attuati.





La valutazione

Il grado di conoscenza del PSR e dei suoi aspetti valoriali è **risultato medio-alto**.

Positivi sono i giudizi sul gradimento della campagna di comunicazione e degli **strumenti** messi in atto.

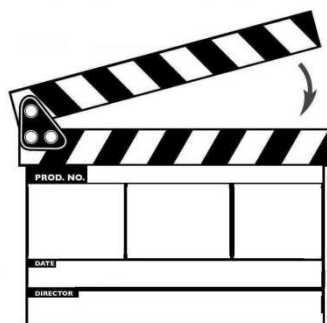
Gli strumenti **informativi** e **pubblicitari** realizzati sono stati **giudicati utili, chiari ed efficaci**





La valutazione

Emerge la opportunità di un **ripensamento sulle modalità di distribuzione** di alcuni output comunicativi, come ad esempio gli spot, in relazione al radicale cambiamento dei modelli di fruizione delle informazioni affermatosi negli ultimi anni.



Si punta a:

- **allargare spot e audiovisivi** all'interno di grandi *hub* (stazioni, aeroporti, centri commerciali, etc.), su più piattaforme sociali; su bus, metropolitane e funicolari.
- **utilizzare** strumenti non convenzionali che amplificano il messaggio coinvolgendo direttamente i target che, a loro volta, diventano canale di diffusione.

CIAK



La valutazione

Forte è la richiesta espressa dai tecnici durante i **focus group di “valutazione”** di disporre di strumenti, anche immateriali, dedicati alle loro specifiche esigenze di progettisti.

Inoltre

Le iniziative devono **tenere conto delle aree interne** e di quelle svantaggiate. In tali aree, l'accesso alle nuove tecnologie è ancora scarso e, per questo, gli strumenti di informazione e pubblicità diretti sono ancora importanti.





La strategia

I Grandi Eventi

La linea, già intrapresa dall'Amministrazione di un approccio integrato di comunicazione, è quella di **cogliere le opportunità di visibilità** che offrono i grandi eventi o, più in generale, le grandi tematiche (ambiente, ecologia, qualità, eccellenza, ecc.) per la diffusione delle informazioni relative al PSR





La strategia



Sull'ampio tema dei modelli di comunicazione interna delle Amministrazioni complesse è auspicabile **intensificare quei processi volti a fluidificare la circolazione delle informazioni** e a “uniformare” i comportamenti in fase di:

- ❖ istruttorie tecnico-amministrative;
- ❖ di approvazione del progetto;
- ❖ di controllo e rendicontazione del progetto.

Inoltre

Vanno intensificate le azioni di “comunicazione” dinamiche e sintetiche, volte ad affermare i principi di condivisione e vicinanza con l'utente finale, come **SMS, mail sullo stato d'attuazione dell'iter amministrativo o sulle scadenze.**



La strategia

I concetti chiave da tenere a mente sono tre:



Miglioramento della trasparenza e dell'accessibilità alle informazioni

Semplificazione delle procedure

Chiara definizione di compiti e responsabilità



La strategia

Si ritiene che vadano mantenuti i **canali di ascolto** già attivati dall'Amministrazione ed univocamente apprezzati dagli utenti, quali:

- la gestione del **numero verde**
- i **focus group** con gli stakeholder
- i **rapporti diretti** che le **OOPPAA** che rappresentano le esigenze degli operatori agricoli





IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Obiettivi

Comunicare, in modo tempestivo e capillare, le opportunità di finanziamento e le procedure ai potenziali beneficiari nonché i valori ed i risultati del programma ai cittadini tutti.

Ciò anche attraverso l'attivazione di collaborazioni per:

La realizzazione di azioni di comunicazione unitarie.

La condivisione delle esperienze di comunicazione.



Il principio generale della condivisione delle **best practice**, in particolare delle procedure amministrative di selezione dei fornitori, è portatore, fra l'altro, di un valore aggiunto in quanto garantisce l'utilizzo delle procedure maggiormente rispondenti a quelle che sono le direttive comunitarie in materia di appalti.





IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Destinatari

Destinatari delle azioni di informazione e pubblicità sono:

1. **potenziali beneficiari degli interventi previsti nel PSR**
2. **beneficiari degli interventi previsti nel PSR**
3. **pubblico:**
 - 3.1 *esterno*
 - cittadini in generale, popolazione e operatori economici delle aree rurali in particolare
 - organizzazioni professionali
 - parti economiche, sociali e ambientali
 - organismi per la promozione della parità tra uomini e donne
 - organizzazioni non governative
 - istituzioni locali, nazionali e comunitarie
 - tessuto sociale, economico e produttivo locale
 - università, enti culturali e mondo della scuola
 - associazioni, enti locali
 - enti no-profit e del terzo settore
 - opinion leaders



IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Destinatari

3.2 interno

- i dirigenti e il top management in generale;
- gli impiegati;
- i collaboratori in genere;

3.3 media

- agenzie di stampa;
- testate giornalistiche sia tradizionali che multimediali, redattori, opinionisti, ecc.





IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Prevederà

Una strategia basata su più campi di interesse ed orientata alla multicanalità. Saranno utilizzati in modalità integrata:

- strumenti di informazione e pubblicità **tradizionali** (es. avvisi, bollettino ufficiale, spot video e radiofonici, redazionali, divulgativi cartacei, convegni, seminari, conferenze stampa, sito istituzionale, ecc.)

- strumenti di informazione **innovativi** (es. utilizzo delle piattaforme sociali e web 2.0, sms, creazione di community e forum, app per device mobili, ecc.).





IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Modalità operative



Il Piano di Comunicazione prevederà:

- un **approccio integrato** di comunicazione;
- l'**integrazione** delle attività di informazione con le attività di formazione.
- la **multicanalità** che si pone, oggi, nelle amministrazioni pubbliche come uno dei fattori di successo di un modello di erogazione dei servizi pubblici orientato all'utente.



IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PSR CAMPANIA 2014-2020

Modalità operative

I contenuti delle attività di informazione e promozione devono:

- fornire indicazioni chiare ed esaurienti sulle pratiche amministrative da espletare;
- indicare gli Uffici ed i nominativi dei referenti regionali e locali ai quali rivolgersi per ottenere immediate informazioni;
- rilevare l'impatto economico-sociale che si determinerà con il cofinanziamento comunitario;
- evidenziare il contributo comunitario e il ruolo dell-UE a tutela dell'ambiente;
- stabilire le modalità di realizzazione e sensibilizzare i destinatari delle agevolazioni sugli obblighi comunicativi di propria competenza.



Gli Strumenti di Informazione e Pubblicità

A) **STRUMENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ TRADIZIONALI**

L'Immagine coordinata migliora l'efficacia delle azioni di comunicazione in quanto facilita la riconoscibilità da parte delle diverse tipologie di destinatari del Programma.

Lo sviluppo di un **logo** contribuisce a definire l'identità, la sua diffusione a livello nazionale e internazionale, nonché la sua riconoscibilità rispetto ad altri Programmi e prevede la redazione di un **manuale d'uso per garantire il corretto utilizzo** da parte tutti i soggetti attuatori.

L'identità visiva coordinata prevede l'uso della **bandiera e del simbolo dell'UE** per promuovere la visibilità e la consapevolezza circa il ruolo che essa ricopre nello sviluppo rurale del Paese.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Pubblicazioni cartacee

- **pubblicazioni informative**, ovvero di carattere generale, tese a divulgare solo informazioni chiave sul Programma, come opuscoli e pieghevoli
- **pubblicazioni di approfondimento** sul Programma o su tematiche specifiche ritenute di particolare interesse.

Questi materiali saranno diffusi in base a specifici piani di distribuzione definiti rispetto alle esigenze di raggiungimento dei diversi target di utenza.



Tutte le pubblicazioni saranno inoltre a disposizione degli utenti sul Portale web e potranno essere scaricate e distribuite ai partner.



Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Materiale promozionale

La creazione di materiale promozionale da distribuire è considerata un'attività utile per contribuire all'efficacia di tutte le azioni di informazione e comunicazione durante l'intero periodo di programmazione.

Si prevedono due tipologie principali di materiali:

materiali di cancelleria, come penne, matite, evidenziatori, blocchi, marker e post-it, ecc.

gadget come calendari, laccetti porta badge, shopper, cartelle, zainetti, magneti, ecc.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Comunicazione pubblica

- comunicati stampa;
- conferenze stampa;
- servizi televisivi dedicati;
- interviste agli attori chiave della programmazione: opinion leader, stakeholder, amministratori e rappresentanti delle istituzioni, ricercatori e soggetti attuatori;
- partecipazione dell'AdG a trasmissioni radiofoniche e televisive;
- distribuzione di materiale informativo presso gli uffici stampa regionali.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Eventi

Evento lancio - Obiettivo:

comunicare le novità introdotte dalla nuova programmazione e divulgare a tutti i pubblici interessati le opportunità offerte dal PSR Campania.

Eventi informativi - Obiettivo:

diffondere l'informazione sul PSR Campania creando gli stimoli per la partecipazione attiva al Programma. Gli stessi stakeholder del territorio fungeranno da cassa di risonanza verso i gruppi che rappresentano.

Eventi formativi – Obiettivo:

sviluppare capacity building con incontri e seminari ed incrementare specifiche abilità o competenze (progettazione, rendicontazione, etc.).





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Mostre

Sulla scia della positiva esperienza della mostra interattiva **“Gnam, l’agricoltura conta”**, si prevede la realizzazione di nuove aree espositive a carattere didattico con l’utilizzo di tecnologie multimediali sui temi ritenuti più idonei all’edutainment, all’intrattenimento educativo.

L’obiettivo è di raggiungere un target di difficile portata: gli studenti delle scuole di ogni ordine e grado.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Eventi Nazionali

Si prevede di partecipare a manifestazioni, fiere, convegni e attività organizzate dagli stakeholder e da altri attori locali/nazionali con **l'allestimento di un proprio stand espositivo** attraverso il quale distribuire il materiale promozionale ed informativo.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Comitato di Sorveglianza

Entro 6 mesi dall'adozione del Programma il PdC sarà presentato al CdS.

L'Autorità di Gestione organizzerà annualmente riunioni del Comitato di Sorveglianza sullo stato di attuazione del Programma e del relativo PdC.

Ogni anno sarà possibile aggiornare la strategia e proporla nuovamente al Comitato di Sorveglianza.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Prodotti Audio-visivi

La produzione e la distribuzione di prodotti audio-visivi è necessaria per la divulgazione di informazioni **al grande pubblico** attraverso i media nella prospettiva della multicanalità di fruizione. Saranno prodotti spot video generalisti sulle novità introdotte dal Programma, sui bandi e sulle misure e audiovisivi informativi sulle best practice, sulla progettazione innovativa. Saranno prodotti, inoltre, audiovisivi complessi anche in **tecnica 3D**

Numero verde

Il servizio “numero verde” permette all’amministrazione di mantenere un **contatto diretto** con le varie tipologie di destinatari del Programma e agevola la cittadinanza nel rapporto con l’Ente.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità

B) STRUMENTI DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ DI NUOVA ATTIVAZIONE

Il nuovo portale web del PSR Campania Intende essere uno **strumento integrato di comunicazione** ed erogazione di servizi al cittadino in grado di coniugare la comunicazione indirizzata ai beneficiari del Programma con le esigenze di diffusione dei risultati e degli aspetti valoriali.

Sarà **cross-platform**, con fruizione anche su apparecchi diversi dal pc (tablet, smartphone, ecc). Integra i servizi regionali già esistenti, come il burc on line, la mediateca del PSR, a servizi di nuova generazione.

Punterà molto sugli aspetti legati al **principio di condivisione**: si prevede lo sviluppo di una sezione aperta a tutte le Regioni dedicata alle “buone pratiche”.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Newsletter

Fornirà ai lettori **approfondimenti su specifiche tematiche** legate al Programma e darà conto dello stato di avanzamento di alcune attività di informazione e comunicazione attraverso rubriche. Oltre alla pubblicazione sul portale, sarà inviata ad un database di utenti registrati tramite e-mail.

House Organ

Una pubblicazione realizzata per **aggiornare il personale interno** sulle novità che riguardano il Programma e il lavoro di tutti i collaboratori, i funzionari e i dirigenti coinvolti. Avrà una diffusione solo interna e consentirà una maggiore fluidità del lavoro evitando deficit comunicativi tra le strutture coinvolte.

La pubblicazione sarà in formato digitale.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità E-Magazine

Una rivista che si rivolge ad un pubblico meno specializzato di quello cui si rivolge la newsletter. Un **magazine digitale** a cadenza mensile ricco di immagini e di storie, interviste e case history.

Piattaforme sociali

La presenza sui Social Network consente all'Amministrazione di raggiungere un maggior numero di cittadini in maniera molto più veloce rispetto ai tradizionali canali e a fronte di costi notevolmente minori.

La sola presenza della PA sui Social Network viene interpretata come **“apertura al dialogo”** e tale aspettativa non deve essere mai disattesa.

Si prevede, dunque, l'attivazione di account sui principali Social Network (**facebook, twitter, youtube, etc.**) per favorire un dialogo aperto.



Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità SMS

Attraverso gli Sms (**Short Message System**) è possibile inviare e ricevere informazioni tramite un telefono cellulare.

Permettono all'Amministrazione di informare con costi molto contenuti (un'amministrazione può acquistare dalle compagnie telefoniche "pacchetti" di migliaia di SMS da inviare ai propri utenti) le **varie tipologie e destinatari** con informazioni altamente segmentate e personalizzate.





Gli Strumenti di Informazione è Pubblicità Budget

Il piano di comunicazione individua nella somma di **€ 5.000.000,00** le risorse finanziarie necessarie all'attuazione degli interventi di informazione e pubblicità. Una ridefinizione degli obiettivi e delle risorse è comunque possibile in corso d'opera per rispondere rapidamente ed efficacemente ai bisogni e alle esigenze emergenti.

Attività di informazione e pubblicità	Mln €
Rivolta ai potenziali beneficiari e ai partner che fungono da collegamento a livello nazionale, regionale o locale	2,2
Rivolta al pubblico interno	0,3
Rivolta ai beneficiari del contributo comunitario	1,0
Rivolta all'opinione pubblica	1,5
Totale	5





Gli Strumenti di Informazione e Pubblicità Servizi Amministrativi e Organismi Competenti per L'esecuzione

La responsabilità del Piano di Comunicazione è propria dell'Autorità di Gestione del FEASR "Direzione generale per le politiche agricole, alimentari e forestali".

Nell'ambito di tale Direzione, l'Unità Operativa Dirigenziale (UOD 52.06.09) "Tutela della qualità, tracciabilità dei prodotti agricoli e zootecnici, servizi di sviluppo agricolo" cura l'attuazione del Piano di Comunicazione del PSR 2014-2020 avvalendosi della collaborazione delle altre UOD appartenenti alla Direzione stessa.





Grazie per l'attenzione

