



# Strategia di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027

in attuazione del Piano Strategico Nazionale PAC 2023-2027  
art. 123, par. 2 lett. k) del Reg. (UE) 2021/2115  
art. 126, paragrafi 3 e 4, del Reg. (UE) 2021/2115  
artt. 5 e 6, allegati II e III del Reg. di esecuzione (UE) n. 2022/129

Aggiornato al 19 luglio 2023

Il presente documento è stato redatto da:

- Elena Sico, Autorità di Gestione del PSR Abruzzo 2014-2022 e del CSR Abruzzo 2023-2027 e Direttore del Dipartimento Agricoltura
- Patrizio Buccioni, Responsabile dell'Ufficio Monitoraggio PSR e Coordinamento Aiuti di Stato
- Maria Rosaria Di Renzo, Assistenza Tecnica all'Autorità di Gestione del PSR Abruzzo 2014-2022

## Sommario

<b>1. Premessa</b> .....	3
<b>2. I riferimenti eurounitari, nazionali e regionali</b> .....	3
<b>3. Esperienze e risultati della Programmazione 2014-2022</b> .....	4
3.1 I principali elementi della Strategia di Comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022.....	4
3.2 Attività di comunicazione e informazione realizzate nell'anno 2022.....	5
<b>4. Il contesto e le peculiarità della programmazione 2023- 2027</b> .....	7
<b>5. Le caratteristiche della strategia di comunicazione 2023-2027</b> .....	7
<b>6. Contenuti, approcci e messaggi</b> .....	8
<b>7. Obiettivi e target</b> .....	9
<b>9. Budget</b> .....	11
<b>10. Organizzazione e governance della comunicazione</b> .....	11
<b>11. Monitoraggio e Valutazione</b> .....	12
<b>12. Procedure di evidenza pubblica per l'attuazione della strategia di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027</b> .....	14

## 1. Premessa

Il presente documento descrive la Strategia di comunicazione del Complemento di Sviluppo Rurale (CSR) 2023-2027 adottato con DGR n. 904 del 29 dicembre 2022, in attuazione del Piano Strategico Nazionale PAC (PSP) 2023-2027 ai sensi del Regolamento (UE) n. 2021/2115 e degli interventi del Piano Strategico della PAC, approvato dalla Commissione europea con decisione di esecuzione CCI: 2023IT06AFSP001 C(2022) 8645 del 2 dicembre 2022, di interesse del territorio regionale. La Strategia fa inoltre menzione dei raccordi e delle sinergie, dal punto di vista della comunicazione, con gli interventi finanziati dalle risorse della Politica di Coesione e dal PNRR che risultano essere di interesse del settore agricolo, forestale, rurale e agroalimentare. In linea con quanto definito a livello unionale e nazionale, con il presente documento l'AdGR (Autorità di Gestione Regionale):

- i. definisce le finalità e le caratteristiche della strategia di comunicazione;
- ii. individua gli obiettivi, i destinatari, le attività e gli strumenti idonei a garantire l'informazione e la pubblicità del CSR Abruzzo 2023-2027, degli interventi del Primo Pilastro della PAC di interesse regionale, rinviando a specifici documenti di pianificazione annuale (Piani di Comunicazione) l'indicazione delle singole azioni.

## 2. I riferimenti eurounitari, nazionali e regionali

La cornice normativa delle attività di programmazione e di comunicazione 2023-2027 è data dal Reg. (UE) n. 2021/2115, del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021, sui Piani strategici della PAC, nonché dal Reg. di esecuzione (UE) n. 2022/129.

Nello specifico le attività di comunicazione sono regolate:

- dall'**art. 123**, par. 2 lett. k) del **Reg. (UE) n. 2021/2115** in cui è stabilito *“che sia data pubblicità al piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la rete nazionale della PAC, informando sia i i) potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi coinvolti nella promozione della parità di genere e le organizzazioni non governative interessate (incluse le organizzazioni che operano nel settore dell'ambiente) circa le possibilità offerte dal piano strategico della PAC e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti dello stesso che ii) gli agricoltori, gli altri beneficiari e il pubblico circa i contributi dell'Unione all'agricoltura e allo sviluppo rurale tramite il piano strategico della PAC”*;
- dall'**art. 126**, paragrafo 3, lettere d) e g) del medesimo Regolamento, che nel descrivere gli obiettivi e le funzioni della Rete nazionale della PAC, prevede espressamente di *“contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari circa la PAC e le possibilità di finanziamento”* e di *“contribuire alla diffusione dei risultati dei piani strategici della PAC”*;
- dagli **artt. 5 e 6**, allegati II e III del **Reg. di esecuzione (UE) n. 2022/129**, che contengono le specifiche tecniche sui requisiti di informazione, pubblicità e visibilità.

La presente strategia fa altresì riferimento ai documenti nazionali condivisi dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (MASAF), Direzione Generale Sviluppo rurale, con specifico riferimento al *“PIANO DI COMUNICAZIONE GENERALE del Piano strategico nazionale della PAC per il periodo di programmazione 2023-2027”* (di seguito *Piano di Comunicazione Generale della PAC*)<sup>1</sup>.

In un'ottica di programmazione integrata e sviluppo di sinergie a livello territoriale la presente strategia tiene conto, altresì, di taluni documenti/strumenti definiti a livello regionale. Nello specifico si tiene conto:

- dell'esperienza e dei risultati del periodo di programmazione 2014-2022 (essendo tale programmazione ancora in corso ed i relativi dati sono in fase di continuo aggiornamento);
- dei principali documenti strategici regionali (Documento di Programmazione Economico e Finanziaria Regionale (DEFR), Piano di Rafforzamento Amministrativo (PRA) del periodo 2014/2020;

---

<sup>1</sup> MASAF, Piano di Comunicazione Generale, versione giugno 2023

- della Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) da ultimo approvata con la DGR n. 172 del 04/04/2022, con particolare riferimento al Dominio “Agrifood”;
- delle risorse finanziarie a disposizione;
- dell’evoluzione della normativa europea in materia.

### 3. Esperienze e risultati della Programmazione 2014-2022

#### 3.1 I principali elementi della Strategia di Comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022

Considerato che la programmazione del PSR 2014-2022 terminerà il prossimo 31 dicembre 2025, alla data del presente documento non si dispone di dati definitivi relativi all’attività di comunicazione, bensì di quelli riferiti allo stato di avanzamento al 31 dicembre 2022. Nel rispetto di quanto previsto dalla normativa europea, nello specifico dai Reg. (UE) n.1305/2013 e Reg. (UE) n. 808/2013, la Strategia di Comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2022 ha inteso conseguire i seguenti obiettivi generali:

- **sensibilizzare il pubblico (*public awareness*) di riferimento sul ruolo svolto dall’Unione Europea**, in collaborazione con le Autorità nazionali e locali, in favore dell’attuazione dell’intervento, aumentando in modo trasparente la conoscibilità del sostegno fornito dal FEASR;
- **avviare le azioni intese a far conoscere, ai target di riferimento, le opportunità di finanziamento nell’ambito del Programma**, nonché le modalità attuative degli interventi finanziati, i risultati raggiunti e i loro impatti.

A partire da tali **obiettivi** sono stati definiti quelli specifici, come di seguito declinati:

- accrescere il grado di consapevolezza del ruolo svolto dall’Unione europea, dallo Stato e dalla Regione nel cofinanziamento del PSR;
- diffondere la conoscenza degli obiettivi e dei risultati attesi del PSR che la Regione persegue per la ricerca e l’innovazione, l’accrescimento della redditività e competitività delle aziende, l’ambiente sostenibile e l’uso efficiente delle risorse, la sicurezza del territorio e l’inclusione sociale;
- valorizzare i risultati raggiunti dal PSR attraverso una diffusa informazione sui progetti realizzati e in corso di realizzazione;
- diffondere un’immagine coordinata che favorisca la facile riconoscibilità delle informazioni relative al PSR;
- mettere a disposizione dei potenziali beneficiari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerte dal PSR;
- informare i beneficiari dei loro obblighi e delle loro responsabilità in termini di informazione e comunicazione anche attraverso il coinvolgimento dei principali organismi rappresentativi delle imprese agricole, delle organizzazioni professionali per la loro capacità di diffondere le relative informazioni a livello territoriale;
- fornire assistenza ai beneficiari nella comunicazione del progetto e far diventare loro testimonial diretti dei vantaggi del programma nello sviluppo economico e sociale della Regione;
- comunicare le attività di valutazione.

Particolare attenzione è stata riservata all’individuazione degli specifici **target** di riferimento - quelli esterni al processo pubblico di attivazione del PSR Abruzzo 2014-2022 e quelli interni a tale processo - per differenziare i messaggi - chiave da veicolare pur mantenendo la coerenza con la Strategia.

La strategia di comunicazione e pubblicità del PSR Abruzzo 2014-2022 ha individuato come target:

- Opinione pubblica in generale;
- Potenziali beneficiari;
- Beneficiari effettivi;
- Partner e stakeholder.

In attuazione della Strategia di informazione e comunicazione del PSR Abruzzo 2014-2020, presentata al Comitato di Sorveglianza in data 10 maggio 2016, dal 2021 è stato definito con cadenza annuale il **Piano di Comunicazione**.

Per quanto riguarda la **governance della comunicazione**, la Strategia e relativo Piano di Comunicazione, prevedono che l'Autorità di Gestione operi in collegamento con i seguenti soggetti:

- Dirigenti e funzionari del Dipartimento Agricoltura, responsabili dell'attuazione delle misure del Programma;
- **RTI Mirus s.r.l.** (mandataria) e FPA s.r.l. (mandante): fornitore selezionato tramite procedura negoziata per affidamenti sotto soglia. Periodo di validità del contratto: dal 28/01/2021 al 31/12/2023. Importo di aggiudicazione: € 195.200,00 (compreso IVA).

I principali **strumenti** individuati dall'AdG, per realizzare la Strategia di comunicazione del PSR Abruzzo 2014/2022, sono quelli di seguito specificati:

- Campagne di comunicazione su stampa;
- Pubblicazioni tematiche;
- Prodotti audiovisivi (video);
- Comunicazione digitale (sito internet);
- Comunicazione attraverso i social (facebook);
- Eventi (annuali, workshop, webinar);
- Gadget promozionali.

Nel rispetto di quanto previsto dai sopra menzionati Regolamenti (UE) n. 1305/2013 e n. 808/2014, le misure e le attività di informazione e comunicazione, realizzate in esecuzione del Piano di Comunicazione riferito a ciascuna annualità, sono monitorate e valutate attraverso due principali **indicatori**:

- **di realizzazione**, per misurare gli output della comunicazione;
- **di risultato**, per misurare il livello di soddisfazione.

I dati relativi agli indicatori di realizzazione vengono rilevati prevalentemente tramite le attività di monitoraggio, mentre quelli relativi agli indicatori di risultato sono acquisiti attraverso rilevazioni di tipo qualitativo, effettuate presso cittadini e beneficiari con il supporto del Valutatore indipendente.

### 3.2 Attività di comunicazione e informazione realizzate nell'anno 2022

Si rappresentano di seguito le attività di comunicazione e informazione attivate e realizzate nel corso dell'anno 2022 in coerenza con la Strategia del PSR Abruzzo 2014-2022.

#### 1. UFFICIO STAMPA E MEDIA RELATIONS

L'attività di "Ufficio stampa e media relations" è organizzata e gestita direttamente dalla **RTI Mirus s.r.l.** in stretto rapporto con l'AdG regionale e gli uffici preposti del Dipartimento Agricoltura.

La suddetta attività è reputata strategica per incrementare la *brand awareness* (conoscenza del brand) del PSR Abruzzo e per comunicare programmi e attività rivolti a tutti gli *opinion maker*, *media* e *stakeholder*.

Nel periodo gennaio-dicembre 2022 sono stati realizzati dall'ufficio stampa **15 comunicati** veicolati tramite **70 diverse testate** per un totale complessivo di circa **180 indirizzi selezionati**. I comunicati stampa sono stati diffusi nel tradizionale formato cartaceo, in versione elettronica 4.0 (smartphones e tablets), sul portale web istituzionale e sulla principale piattaforma di social network del PSR (Facebook e Instagram).

#### 2. SOCIAL MEDIA STRATEGY

L'attività promossa sui social media è curata dalla **RTI Mirus s.r.l.** sempre in condivisione con i referenti regionali. L'obiettivo principale della *Social Media Strategy* relativamente all'anno 2022 è stato quello di aumentare il coinvolgimento dei target di riferimento rispetto alla politica di sviluppo rurale in Abruzzo.

I canali social attualmente attivi sono Facebook e Instagram.

Il calendario editoriale social è programmato ed attuato nel modo seguente:

- 2/3 post ogni settimana per un totale di ca. 10/12 post mensili;
- ogni post pubblicato è stato corredato di immagini pertinenti, di un link al sito istituzionale del PSR Abruzzo o di ogni altra fonte e degli hashtag pertinenti.

##### 2.1 LA GESTIONE DEI PROFILI FACEBOOK E INSTAGRAM DEL PSR ABRUZZO

Nel 2022 le attività intraprese hanno prodotto il seguente gradimento social:

- **pagina facebook 3743 follower;**
- **profilo instagram 193 follower.**

In generale, il pubblico d'elezione si attesta nella fascia di età tra i 34 e i 65 anni, dove la fascia tra i 35 e 44 anni risulta essere la più attiva e ricettiva. Le donne raggiungono una percentuale del 47%, mentre gli uomini del 53%. Nell'ultimo semestre del 2022 sono stati pubblicati circa 50 post, con una media di 8 post al mese. Il tasso di coinvolgimento e copertura è stato di oltre 65.560 visualizzazioni della pagina Facebook e di circa 1.550 visualizzazioni su Instagram. Relativamente al canale social "Facebook" si conferma il principale strumento di divulgazione delle informazioni sul PSR Abruzzo 2014-2022. L'immagine di copertina scelta per la pagina FB è stata creata *ad hoc* per rendere chiaro e coinvolgente il messaggio informativo rivolto al target di riferimento: una donna che stringe una cesta di vimini dove sono raccolti i prodotti della terra, il tutto su uno sfondo rappresentato da un campo arato. La pagina viene costantemente aggiornata con le notizie più rilevanti del PSR Abruzzo (uscita bandi, comunicazioni di notizie ed eventi rilevanti sul tema). Per quanto concerne Instagram, nel futuro sarà implementata una strategia che opera maggiormente per l'interazione diretta con gli utenti attraverso strade comunicative dal maggior impatto visivo e con contenuti fruibili in modo rapido (ad esempio attraverso l'uso dello strumento "Stories").

### 3. SITO WEB

Il sito istituzionale del PSR 2014-2022, disponibile all'indirizzo <https://www.regione.abruzzo.it/content/programma-di-sviluppo-rurale-2014-2020-psr-e-transizione>, rappresenta il più importante canale di informazione e di comunicazione al pubblico. Esso è costantemente e tempestivamente aggiornato direttamente dal personale interno alla Regione. All'interno della pagina istituzionale sono presenti sezioni dedicate a divulgare informazioni specifiche relative alle procedure di attuazione del programma, alle modalità di presentazione delle domande, alla pubblicazione dei bandi e a tutti i comunicati stampa della Regione relativi al PSR. In particolare, è presente una sezione contenente la documentazione utile al PSR (linee guida operative, manuali delle procedure, disposizioni attuative, check list AGEA ed altro). I contenuti del sito spesso sono rilanciati sui canali social.

### 4. EVENTI

- **23 marzo 2022:** nell'ambito del workshop "**Prezzario macchine agricole PSR Abruzzo 2014-2022**" è stato presentato il Prezzario redatto in collaborazione con L'Informatore Agrario", strumento rilevante in quanto aggiorna i costi e semplifica le procedure legate ai finanziamenti nell'ambito del Piano di sviluppo rurale. Gli operatori del settore coinvolti nell'iniziativa sono stati **170** con una partecipazione di circa **100 persone**. L'evento si è svolto a Pescara presso il Museo delle Genti d'Abruzzo, Auditorium L. Petruzzi;
- **30 giugno 2022:** nell'ambito del workshop "**La nuova piattaforma digitale per l'agricoltura abruzzese**" è stata presentata **AbruzzoFarmer**, la nuova piattaforma informatica regionale sviluppata a beneficio delle aziende agricole e dei tecnici del settore, con lo scopo di semplificare gli adempimenti normativi legati alla direttiva nitrati e all'agricoltura ecocompatibile (agricoltura biologica, produzioni integrate, misure PSR...). L'evento si è svolto a Pescara presso il Museo delle Genti d'Abruzzo, Auditorium L. Petruzzi e ha visto una partecipazione di circa **50 persone**;
- **08 luglio 2022:** nell'ambito dell'evento "**Siamo L'Abruzzo, generiamo valore**" è stata presentata la programmazione dei fondi comunitari (FESR-FSE-FEASR-FEAMPA) assegnati all'Abruzzo per il periodo 2021-2027. L'evento si è svolto presso Villa Giulia, L'Aquila;

### 5. RETE RURALE NAZIONALE (RRN)

- Partecipazione dell'Abruzzo alle riunioni di coordinamento sulla comunicazione, fra i referenti regionali e i referenti della RRN della comunicazione;
- Partecipazione dell'Abruzzo all'evento organizzato dalla Rete Rurale Nazionale per la Sesta tappa nazionale del Roadshow "Armonie di territori" svoltosi il 14 dicembre 2022 a Pescara presso il Museo delle Genti d'Abruzzo, Auditorium L. Petruzzi.

### 6. INCONTRI CON IL PARTENARIATO

Incontri periodici e coinvolgimento del partenariato del programma, con particolare riferimento allo stato di attuazione della programmazione attuale (estensione) e al Piano Strategico Nazionale della PAC, in particolare si segnala:

- 4/5/2022: proposta di riparto finanziario tra gli interventi regionali;

- 8/7/2022: presentazione della strategia regionale condivisa nel documento “Abruzzo Prossimo” relativa a tutti i Programmi regionali dei fondi strutturali (FESR, FSE, FEASR, FEAMPA);
- Luglio/agosto 2022: n. 11 incontri per acquisire le osservazioni del Partenariato relativamente alle schede di intervento individuate per l’attuazione a livello regionale;
- 13 febbraio 2023 “Insieme per lo sviluppo”: evento aperto alla cittadinanza tenutosi all’Aurum di Pescara per illustrare e informare sul bilancio delle attività, alla data del 31 dicembre 2022, condotte dagli uffici regionali impegnati nei Programmi FEASR (Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale), FEAMP (Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca), FESR (Fondo europeo di sviluppo regionale), FSE (Fondo sociale europeo) e FSC (Fondo per lo sviluppo e la coesione).

## 4. Il contesto e le peculiarità della programmazione 2023- 2027

Si evidenziano di seguito le principali peculiarità della programmazione 2023-2027, in particolare per gli aspetti che hanno maggiori ricadute sulla strategia e sugli strumenti di comunicazione:

- a) **Nuovo modello di governance** generale nella gestione del Piano Strategico della PAC che comporta anche a livello di strategie comunicative la necessità di un attivo coordinamento tra istituzioni di livello territoriale diverso, nonché l’elaborazione di strategie regionali che si affianchino e si integrino con la programmazione del MASAF e della Rete della PAC, oltre che con gli attori europei. Il dialogo, per assicurare il necessario raccordo, è stato intenso sin dai mesi precedenti all’avvio del nuovo Piano Strategico della PAC con l’obiettivo di condividere le nuove modalità di interazione e raccordo;
- b) **Ciclo di programmazione più breve**, della durata di cinque anni rispetto ai consueti sette anni, a causa del prolungamento del precedente ciclo con un biennio “di estensione”. Questo impone non solo a livello gestionale ma anche informativo una maggiore tempestività e celerità nella diffusione di informazioni e messaggi e una pianificazione più serrata, che – unitamente all’accento posto sulle ricadute e sui risultati – deve restituire, in maniera ancor più pregnante di quanto avvenuto in passato, feedback misurabili e azioni concrete;
- c) Per la prima volta **i due cicli di programmazione** e di conseguenza le rispettive strategie di comunicazione **si sovrappongono** per tre annualità. In particolare occorrerà svolgere un’attenta e puntuale attività di comunicazione in quanto nelle predette annualità risulteranno attivi bandi sulla programmazione 2014/2022, congiuntamente con quelli della programmazione 2023/2027. Sotto il profilo comunicativo, questa sovrapposizione può indurre confusione nei beneficiari e implica, dunque, talune scelte sulle modalità e sulle tempistiche nella veicolazione delle informazioni e dei dati;
- d) Nell’ambito della nuova PAC, per la prima volta sono stati ricondotti ad unico quadro normativo e programmatico il **“primo” ed il “secondo” pilastro**, ovvero da un lato gli aiuti sotto forma di pagamenti diretti alle imprese e i pagamenti settoriali, dall’altro lo sviluppo rurale. Tradizionalmente gli interventi legati al primo pilastro sono sempre stati al di fuori della sfera d’azione informativa delle Regioni (fatta salva la gestione dei bandi OCM), mentre in questa programmazione l’orizzonte comunicativo dovrebbe riguardare – sulla base delle indicazioni regolamentari – l’intera PAC, anche in relazione a elementi nuovi di importanza strategica, quali gli ecoschemi di particolare interesse del territorio regionale. A tal riguardo, è preferibile parlare di “Strategia di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027” piuttosto che riferirla esclusivamente al CSR Abruzzo 2023-2027;
- e) Infine, alcuni **elementi di contesto** influenzano in maniera sempre più forte le scelte comunicative, dalle emergenze climatiche e fitosanitarie sempre più frequenti, ai cambiamenti repentini negli scenari internazionali, alla fluidità della comunicazione digitale che, anche a seguito alla pandemia da Covid 19, ha avuto un forte impatto sulle consuetudini e sugli approcci comunicativi delle persone. Di questi elementi deve necessariamente tenere conto una strategia di comunicazione e non a caso si sceglie di delineare, per l’intero ciclo di programmazione, una linea generale con obiettivi, target, approcci e tipologie di attività rinviando ai Piani di Comunicazione annuali la pianificazione di dettaglio, da progettare nel rispetto di quanto previsto dal presente documento.

## 5. Le caratteristiche della strategia di comunicazione 2023-2027

La strategia di comunicazione per la PAC Abruzzo 2023-2027 presenta tre aspetti peculiari:



1) Strategia **integrata** nei seguenti profili:

- con il **partenariato istituzionale** e socio economico, per aumentare la capacità di analisi dei bisogni informativi e favorire una diffusione più mirata delle informazioni e moltiplicarne la portata;
- con le attività del **primo e secondo pilastro** del PSP 2023-2027. Per quanto già esposto al capitolo 4, lettera d) del presente documento, la strategia di comunicazione definita dall'Abruzzo per la programmazione 2023-2027 propone azioni finalizzate sia a garantire la comunicazione degli interventi di sviluppo rurale del CSR Abruzzo 2023-2027 nonché di quelli settoriali del primo pilastro, ad esempio tutte le attività di comunicazione relative ai bandi che vengono attuati a livello regionale (OCM/RRV) come pure tutte le attività di informazione e di formazione che la Regione svolge attraverso i competenti uffici con i tecnici che supportano le aziende e in generale con gli stakeholder. Inoltre, la strategia di comunicazione della Regione Abruzzo intende mettere in evidenza le attività informative finalizzate a trasferire in maniera più capillare quanto comunicato dal MASAF, ad esempio in materia di eco-schemi, laddove la Regione adotti specifiche deroghe, ovvero laddove sia necessario chiarire alcuni profili applicativi di interesse del territorio regionale. È evidente che la comunicazione afferente a profili concernenti il primo pilastro della PAC terrà conto di tutte le iniziative programmate e messe in campo da parte del MASAF nell'ambito della propria strategia di comunicazione e come specificato nel presente documento, mentre per lo sviluppo rurale avrà quale principale riferimento la strategia di comunicazione regionale;
- con le attività promosse da **altri Fondi europei** quando esse offrono opportunità di finanziamento nel settore agricolo (FESR, FSC, FSE, PNRR). A tal fine si evidenzia ad esempio che l'attività di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027 dovrà portare a conoscenza dei potenziali beneficiari dell'AKIS (*Agricultural Knowledge and Innovation System*) le opportunità di finanziamento offerte dal Programma Regionale FSE+ 2021/2027 che concorre con il CSR a promuovere il rafforzamento delle competenze e delle conoscenze.

2) Strategia **mirata**, ossia destinata prioritariamente ai gruppi target del programma, declinando strumenti di comunicazione e linguaggio in relazione ai destinatari;

3) Strategia **partecipata**, che si fonda su un maggior coinvolgimento e responsabilizzazione dei beneficiari e del grande pubblico per renderli testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto delle politiche dell'Unione europea. La partecipazione è da intendersi anche nei confronti del Comitato di Monitoraggio Regionale del CSR sia in fase di presentazione della strategia che in fase di effettiva realizzazione.

## 6. Contenuti, approcci e messaggi

Nella definizione dei contenuti prioritari sui quali realizzare l'attività di comunicazione regionale si fa riferimento, oltre che alle linee strategiche e programmatiche definite nel documento nazionale, *Piano di Comunicazione Generale della PAC*, alle risultanze della programmazione 2014-2022 e all'esito dell'analisi dei fabbisogni che nel 2022 è stata condotta dal Dipartimento Agricoltura e che ha visto coinvolti tutti gli stakeholder del territorio. Sulla base della suddetta analisi sono state individuate le principali esigenze alle quali la politica di sviluppo rurale 2023-2027 intende assicurare priorità come per altro specificato nel CSR Abruzzo 2023-2027 approvato con la DGR n. 904 del 29/12/2022. La Strategia regionale di Comunicazione tiene pertanto conto dei seguenti obiettivi prioritari:

- favorire l'ingresso e la permanenza di **giovani** e nuovi imprenditori qualificati;
- facilitare l'accesso al **credito**;
- promuovere l'orientamento al **mercato** delle aziende agricole, agroalimentari e forestali;
- sostenere l'agricoltura e zootecnia **biologica**;
- sostenere la **progettazione integrata** nelle aree rurali;
- favorire la **diversificazione** del reddito delle aziende agricole e forestali.

I suddetti obiettivi prioritari sono strettamente correlati ai temi messi in evidenza dal Piano di Comunicazione Generale del PSP, ovvero la **transizione digitale, ecologica e generazionale** del settore agricolo, forestale e del mondo rurale.

Al fine di realizzare una comunicazione efficace, in grado di sensibilizzare e coinvolgere tutti i soggetti interessati, protagonisti del mondo agricolo, viene definita una strategia di comunicazione che prevede una declinazione di temi e linguaggi mirati ai diversi target nonché l'utilizzo di canali e strumenti comunicativi di

diversa natura e fortemente integrati tra loro. Messaggi informativi e formativi veicolati sia tramite canali e strumenti tradizionali (tv, radio, cartellonistica, brochure, riviste cartacee, incontri in presenza) più adatti ad intercettare un certo target di destinatari che tramite canali e strumenti digitalizzati (Sito web, pagina Facebook, profilo Instagram, community, app) per il superamento di ogni barriera spazio temporale.

## 7. Obiettivi e target

Dal *Piano di Comunicazione Generale della PAC* si desume che: *“Il contenuto specifico del Piano di Comunicazione Generale del PSP 2023 – 2027 è orientato a rispondere alle sfide e opportunità legate alla transizione digitale, ecologica e generazionale del settore agricolo, alimentare e forestale, attraverso il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati e la costruzione di reti partenariali, in particolare con i media, per aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui benefici e le opportunità della PAC, potenziare l’identità europea sui territori e contribuire alla diffusione dei risultati e vantaggi generati dal PSP. All’interno di questa cornice, il MASAF e le Regioni e PP.AA. collaborano alla definizione degli elementi fondanti di una strategia di comunicazione che sia funzionale, da un lato, a coinvolgere tutte le Autorità di Gestione dei CSR in un progetto unitario e condiviso, garantendo il rapporto di sinergia e complementarietà con le strategie di comunicazione regionali; dall’altro, a delineare il perimetro attuativo degli interventi relativi al primo e al secondo pilastro e ad assicurare il raccordo con il Piano di comunicazione del MASAF, che si basa sull’idea che “la comunicazione sia una leva strategica, essenziale e costitutiva dell’attività stessa della P.A. e che possa diventare uno strumento di partecipazione, collaborazione, interazione, crescita e sviluppo, capace di orientare scelte consapevoli”.*

In conformità con quanto previsto dalla normativa europea e dal richiamato *Piano di Comunicazione Generale della PAC*, la strategia regionale di comunicazione 2023-2027 è finalizzata a:

- a. **pubblicizzare la nuova programmazione** attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione del PSP e in particolare del CSR Abruzzo 2023-2027 e degli interventi settoriali attuati dalla Regione. Tale attività di comunicazione riguarda anche i profili degli ecoschemi di particolare interesse del territorio regionale in raccordo con tutte le iniziative assunte a riguardo dal MASAF;
- b. **comunicare ai portatori d’interesse** le opportunità e i vantaggi che la nuova PAC 2023-2027 può offrire al territorio regionale in termini di ricerca e innovazione, accrescimento della redditività e competitività delle aziende, sostenibilità e uso efficiente delle risorse, sicurezza del territorio, inclusione sociale, privilegiando l’approccio integrato e sinergico tra le diverse opportunità di investimento. In tal senso l’azione di comunicazione deve tendere a favorire l’allargamento della platea dei potenziali beneficiari, al fine di evitare che siano finanziati sempre gli stessi. Con specifico riferimento all’intervento SRA-ACA I “Produzione Integrata”, l’attività di comunicazione sarà altresì rivolta a favorire la conoscenza, da parte delle aziende, dei condizionatori, dei trasformatori e dei distributori, delle opportunità derivante dall’adesione al Sistema di Qualità Nazionale Produzione integrata (SQNPI) che consente di utilizzare uno specifico marchio sul prodotto oggetto di certificazione;
- c. **incoraggiare i potenziali beneficiari ad accedere alle opportunità offerte dal PSP e dal CSR Abruzzo 2023-2027**, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione, con un focus a quegli interventi che rendono agevole l’accesso al credito combinato con gli investimenti (Strumenti Finanziari);
- d. **promuovere la conoscenza e l’informazione degli interventi del PSP relativi al primo e al secondo pilastro**, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo;
- e. **facilitare lo scambio di esperienze tra portatori d’interesse e le azioni di rete**, anche attraverso la creazione di piattaforme, forum ed eventi;
- f. **diffondere i risultati raggiunti nell’ambito del PSP e del CSR Abruzzo 2023-2027** e le ricadute sul territorio, promuovendo la conoscenza delle buone pratiche. Nell’ambito di suddetto obiettivo vi sono altresì tutte le iniziative finalizzate a far conoscere ai tecnici, che supportano le aziende agricole, gli esiti di maggiore rilevanza degli audit della Commissione europea, al fine di rafforzare la consapevolezza delle disposizioni relative all’utilizzo delle risorse del FEASR e del FEAGA;

- g. **sensibilizzare e informare** i potenziali beneficiari con l'obiettivo di ampliare la platea delle aziende e dei soggetti interessati a partecipare ai bandi pubblicati da parte della Regione e dal MASAF, con riferimento anche agli altri fondi (ad es. PNRR, FESR, FSE+, FEAMPA e FSC).

L'azione informativa e comunicativa regionale intende principalmente rivolgersi ai seguenti destinatari (**target di riferimento**):

- l'opinione pubblica in generale;
- i potenziali beneficiari (con particolare riferimento ai giovani);
- i beneficiari effettivi (inclusi quelli della programmazione 2014-2022);
- il Tavolo di partenariato della PAC 2023/2027 della Regione Abruzzo, istituito con la DGR 230 del 28/04/2020;
- gli organi di informazione e gli opinion leader;
- utenti interni all'amministrazione regionale.

## 8. Attività e strumenti

La strategia regionale di comunicazione 2023-2027 intende dare continuità a canali e strumenti utilizzati nella programmazione 2014-2022, con una maggiore attenzione ai canali digitali. Si riportano di seguito le attività di comunicazione previste con indicazione dei relativi strumenti.

Tabella 1 – Attività e strumenti di comunicazione

Attività di comunicazione	Strumenti di Comunicazione
Comunicazione web	Aggiornamento continuo della sezione "Politica Agricola Comune (PAC) 2023-2027" disponibile all'indirizzo web <a href="https://www.regione.abruzzo.it/agricoltura">https://www.regione.abruzzo.it/agricoltura</a>
Comunicazione social	Pagina Facebook e profilo Instagram (In fase di valutazione altri canali social)
Pubblicazioni e materiali promozionali	Materiali di comunicazione cartacei e digitali (cartoline, pieghevoli, poster, ecc)
Eventi e altre iniziative sul territorio	Convegni, workshop, seminari, webinar Incontri sul territorio e presentazione degli interventi e bandi Eventi e fiere Evento annuale (Comitato di Monitoraggio) Corsi di formazione/E-learning/Study visit
Campagna media	Tutte le attività di ufficio stampa: conferenze stampa, redazione comunicati stampa, rassegna stampa, aggiornamento news su siti web istituzionali, contatti istituzionali.
Logo e immagine coordinata	Rafforzamento del concetto di sostenibilità anche attraverso l'utilizzo del logo del CSR Abruzzo
Video e prodotti multimediali	Video informativi/video-infografiche. In continuità con il PSR 2014-2022 saranno realizzati video che raccontano storie di agricoltori abruzzesi i quali, attraverso finanziamenti concessi dal FEASR, hanno realizzato il sogno imprenditoriale e aumentato la competitività aziendale.
Comunicazione interna	Incontri, vademecum, attività di formazione e supporto alle strutture tecniche

Accanto a questi strumenti, la strategia di comunicazione prevede la realizzazione di progetti specifici, che si distinguono dalle attività e dagli strumenti sopra indicati, in quanto si tratta di iniziative che hanno un ciclo di vita definito (annuale o pluriennale), con obiettivi, destinatari e budget specifici e che spesso prevedono il coinvolgimento di più attori e partner, istituzionali o meno (ad esempio progetti con le scuole per coinvolgere i giovani).

Per meglio precisare la segmentazione dei target e l'approccio mirato sulle varie attività, si riporta una matrice che incrocia attività e macro-target.

Tabella 2 - Attività di comunicazione per tipologia di target

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	TARGET CITTADINI	TARGET BENEFICIARI	TARGET STAKEHOLDER	TARGET GIOVANI	TARGET UTENTI INTERNI
Comunicazione web	X	X	X	X	
Comunicazione social	X	X	X	X	
Pubblicazioni e materiali promozionali	X	X	X	X	
Eventi e altre iniziative sul territorio	X	X	X		
Campagna media	X	X	X		
Logo e immagine coordinata	X	X			
Video e prodotti multimediali	X	X	X	X	
Comunicazione interna					X

## 9. Budget

Le attività di comunicazione rientrano nel budget complessivo dell'Assistenza Tecnica.

Per l'attuazione delle attività integrate di comunicazione relative all'intero periodo di programmazione 2023-2027 sono stanziati € 500.000,00.

## 10. Organizzazione e governance della comunicazione

Le disposizioni di base della nuova Programmazione ribadiscono le responsabilità in capo all'Autorità di Gestione nello svolgimento delle funzioni di comunicazione, in modo da garantire coerenza e uniformità nella progettazione e nell'attuazione delle azioni di informazione, pubblicità e visibilità, che sono parte integrante di una strategia di comunicazione unitaria del Piano Strategico nazionale della PAC (PSP).

Come evidenziato dal *Piano di Comunicazione Generale della PAC*, la **Direzione Generale Sviluppo rurale del MASAF** è individuata quale organismo responsabile della comunicazione del Piano Strategico nazionale della PAC (PSP) (cfr. PSP\_7.1 Identificazione degli organismi di coordinamento e *governance*) e svolge le seguenti funzioni:

- assicura la redazione del Piano di Comunicazione generale del PSP;
- indirizza e coordina le attività di comunicazione generali, incluse eventuali procedure di affidamento a terzi della realizzazione delle stesse;
- assicura le attività di comunicazione e pubblicità degli interventi di pertinenza dell'Autorità di Gestione Nazionale (AdGN);
- assicura il rispetto delle disposizioni regolamentari in merito agli obblighi di pubblicazione dei documenti connessi al PSP.

Nella gestione e nell'attuazione della strategia di comunicazione, è assicurato il **coinvolgimento delle Regioni** e della PP.AA. nel rispetto della *governance* multilivello, attraverso la costituzione di un **Gruppo di Coordinamento dei Responsabili della Comunicazione (GCC)** composto dal personale DISR, dai referenti della Rete della PAC per la comunicazione e dai Responsabili della Comunicazione Regionali (designati dalle proprie AdGR).

Il GCC, al fine di condividere e pianificare le attività di comunicazione, viene chiamato a riunirsi con cadenza periodica al fine di:

- stabilire il calendario delle attività di comunicazione da realizzare congiuntamente e di condividere il calendario delle attività stabilito a livello nazionale e regionale;
- definire l'elenco delle attività da svolgere in sinergia, stabilendo nel dettaglio i contenuti e le strategie attuative;
- informare ciascun componente delle iniziative di comunicazione portate avanti in autonomia, in modo tale da creare un canale unitario di informazioni "in ingresso" e "in uscita" (es. bacheca degli annunci) per consentire l'eventuale adesione e/o promozione.

La **Regione Abruzzo**, nel quadro della nuova governance della PAC per il periodo di programmazione 2023-2027, oltre a essere parte attiva del Gruppo di Coordinamento dei Responsabili della Comunicazione istituito a livello nazionale, con l'obiettivo di realizzare un virtuoso confronto con il MASAF e le altre Regioni, procede alla pianificazione e all'attuazione delle attività di comunicazione proprie del CSR Abruzzo 2023-2027 e degli interventi del PSP di interesse regionale, sulla base delle specificità del proprio territorio e in coerenza con le strategie già attuate nelle programmazioni precedenti. Come specificato nel *Piano di Comunicazione Generale della PAC*, l'AdGR svolge altresì le seguenti attività:

- supporto al coordinamento del Piano di Comunicazione Generale;
- collaborazione alle attività previste dal Piano di Comunicazione Generale;
- informazione periodica sulle attività svolte e su quelle in programma verso l'AdG Nazionale e il monitoraggio delle attività di comunicazione e condivisione degli indicatori con l'AdG Nazionale.

## 11. Monitoraggio e Valutazione

In conformità a quanto definito nel Piano di Comunicazione Generale, si riporta di seguito un set di indicatori comuni, rispettivamente di prodotto e di risultato, tramite cui sono monitorate le attività di comunicazione regionale (*in fase di definizione*).

Tabella 3 – Indicatori di prodotto della Strategia di comunicazione

Canale di veicolazione/ prodotto	Descrizione indicatore	Tipo dato	Obbligatorio (si/no)	Tema (I pilastro/II pilastro)	Fonte dato	Frequenza rilevazione dato
Creazione del Logo e dell'immagine coordinata	Creazione logo	SI/NO	SI	NP	Dipartimento Agricoltura	1 volta sola
	Eventuale revisione logo	SI/NO	NO	NP	Dipartimento Agricoltura	Annuale
Sito web	Creazione di 1 sito web	SI/NO	SI	NP	Dipartimento Agricoltura	1 volta sola
	Utenti (visitatori unici)	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
	Sessioni (visite totali)	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
	Visualizzazioni (n. totale di pagine)	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
Social network (suddividere per Facebook e Instagram)	N. Post pubblicati	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	Follower	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
	Utenti/giorno	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
	Engagement utenti/post	Numerico	NO	NP	Servizi di web analytics	semestrale
Pubblicazioni	n. di pubblicazioni	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	n. di pubblicazioni per tema	descrittivo	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
Eventi (seminari, conferenze tematiche, gruppi di lavoro tematici, eventi formativi – anche attività di capacity building, fiere di settore)	N. eventi realizzati	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	Tipo di evento (internazionale, nazionale, regionale, locale)	descrittivo	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	Tema dell'evento	descrittivo	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	N. di partecipanti	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
Buone Pratiche e casi studio	N. buone pratiche/Casi studio raccolti e diffusi	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	N. buone pratiche/Casi studio raccolti e diffusi per tema	Numerico	SI	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale

Video e prodotti multimediali	N. video	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	N. prodotti multimediali	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	N. per tema (Interventi strutturali, AKIS ecc.)	Descrittivo	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	N. di like	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Servizi di web analytics	semestrale
Attività giornalistica, Media Relations	N. di notizie	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	Articoli pubblicati	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
Campagne Pubblicitarie Radio/ tv	N. di campagne realizzate	Numerico	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale
	Tipo di canali raggiunti (tv/radio nazionali, regionali locali)	Descrittivo	NO	Indicare Pilastro	Dipartimento Agricoltura	semestrale

Tabella 4 – Indicatori di risultato della Strategia di comunicazione

MACRO CATEGORIA	NOME INDICATORE	DESCRIZIONE INDICATORE	METODO DI RILEVAZIONE	FREQUENZA
Livello di interazione con i contenuti digitali	Utilizzo dei canali di veicolazione (sito web, account istituzionali, social ecc)	Descrivere la propria esperienza rispetto a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Frequenza di consultazione</li> <li>• Tipo di informazioni ricercate (approfondimento, bandi,</li> <li>• Finalità nell'utilizzo delle informazioni (studio, ricerca, lavoro)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey presso il grande pubblico</li> <li>• Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)</li> </ul>	Annuale
Conoscenza e opinione sugli strumenti di comunicazione	Efficacia del sito web	Formulazione di un giudizio rispetto a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazioni/aggiornamenti in generale</li> <li>• Usabilità da altri device</li> <li>• Chiarezza espositiva</li> <li>• Accesso alla normativa settoriale</li> <li>• Download di modulistica e documenti</li> <li>• Qualità e completezza delle informazioni veicolate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey presso grande pubblico</li> <li>• Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)</li> </ul>	Annuale
	Efficacia dei canali social	Formulazione di un giudizio rispetto a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Immediatezza e attendibilità delle informazioni/contenuti</li> <li>• Livello di utilità delle informazioni fornite</li> <li>• Costante aggiornamento della pagina</li> <li>• Interazione e contatto con la Redazione</li> <li>• Qualità e completezza delle informazioni veicolate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey presso grande pubblico</li> <li>• Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)</li> </ul>	Annuale
	Efficacia delle pubblicazioni	Formulazione di un giudizio rispetto a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Livello di utilità delle informazioni fornite</li> <li>• Comprensibilità del linguaggio</li> <li>• Livello di fruibilità (facilità di consultazione)</li> <li>• Livello di soddisfazione del prodotto nel complesso</li> <li>• Qualità e completezza delle informazioni veicolate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Survey presso grande pubblico</li> <li>• Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)</li> </ul>	Annuale
	Efficacia degli eventi realizzati (organizzazione)	Profilazione e fidelizzazione dei partecipanti agli eventi	Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio,	Annuale

			evento specifico, incontro GCC ecc.)	
		Livello di partecipazione	Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)	Annuale
		Formulazione di un giudizio rispetto a: • Adeguatezza dei temi trattati • Qualità generale dell'organizzazione dell'evento		
	Efficacia degli eventi realizzati (contenuti)	Formulazione di un giudizio rispetto a: • Chiarezza delle esposizioni dei relatori • Livello di interesse per i contenuti dell'evento • Suggerimenti/approfondimenti per il futuro	Survey presso grande pubblico Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)	Annuale

## 12. Procedure di evidenza pubblica per l'attuazione della strategia di comunicazione della PAC Abruzzo 2023-2027

Per l'attuazione della presente Strategia, il Dipartimento Agricoltura, Ufficio Monitoraggio e Coordinamento Aiuti di Stato svolge, per il tramite dell'ARIC-Agenzia regionale di informatica e committenza (stazione appaltante), la procedura di evidenza pubblica finalizzata ad individuare l'operatore economico affidatario del servizio di comunicazione relativo alla programmazione dello sviluppo rurale 2023/2027 e degli interventi del Primo pilastro di interesse della Regione Abruzzo.