



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



# **COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ: STRATEGIA DEL CSR 2023-2027 REGIONE MOLISE**

**Novembre 2024**



## INDICE

<b>1. PREMESSA.....</b>	<b>2</b>
<b>2. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL CSRM 2023-2027: OBIETTIVI E MODALITÀ .....</b>	<b>4</b>
<b>3. DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE.....</b>	<b>9</b>
<b>4. DESCRIZIONE DELLE AZIONI, STRUMENTI E PRODOTTI DI COMUNICAZIONE DA REALIZZARE.....</b>	<b>11</b>
4.1 INFORMAZIONI E PUBBLICITÀ: CONTENUTI E STRUMENTI.....	11
4.1.1 <i>Il Logo</i> .....	11
4.1.2 <i>Prodotti editoriali cartacei</i> .....	12
4.1.3 <i>Prodotti multimediali</i> .....	13
4.1.4 <i>Eventi</i> .....	15
<b>5. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA.....</b>	<b>17</b>
<b>6. LA GOVERNANCE DELL’AZIONE DI COMUNICAZIONE E MONITORAGGIO .....</b>	<b>18</b>
6.1 INDICATORI.....	19
6.1.1 <i>Indicatori di Output</i> .....	19
<b>7. ALLEGATI- DISPOSIZIONI REGOLAMENTARI IN MATERIA DI COMUNICAZIONE: OBBLIGHI DELL’AUTORITÀ DI GESTIONE E DEI BENEFICIARI POTENZIALI ED EFFETTIVI DEGLI AIUTI A VALERE SUL FONDO FEASR.....</b>	<b>24</b>
7.1 ESTRATTI DI ORDINE FORMALE.....	24



## 1. PREMESSA

La comunicazione riveste un ruolo fondamentale tra le attività che l'Autorità di Gestione regionale deve svolgere nell'ambito del CSR della Regione Molise 2023-2027. Per tali motivazioni è necessario predisporre una strategia regionale che guidi la pianificazione e l'implementazione efficace ed efficiente di tutte le attività di disseminazione previste a livello regionale. Il CSR Molise è parte integrante del PSP Italia 2023-2027 approvato con Decisione di esecuzione della Commissione europea C (2022) 8645 del 02/12/2022, ai fini del sostegno dell'Unione finanziato dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR). Il CSR Molise viene approvato dalla Giunta regionale con deliberazione n. 57 dell'8/03/2023 e DGR n. 46 del 30/07/2024.

La cornice normativa della Programmazione 2023-2027 è fornita dal Regolamento (UE) n. 2021/2115, del Parlamento europeo e del Consiglio del 2 dicembre 2021, recante norme sul sostegno ai Piani strategici della PAC, finanziati dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR). Nello specifico le attività di comunicazione sono regolate:

- dall'art. 123, par. 2 lett. k) del Regolamento (UE) n. 2021/2115 che prevede “che sia data pubblicità al Piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la Rete nazionale della PAC”, informando sia i potenziali beneficiari, le parti economiche e sociali e i portatori d'interesse circa le opportunità offerte sia gli agricoltori e, in generale, il grande pubblico circa i contributi dell'Unione all'agricoltura;
- dall'art. 126, paragrafi 3 e 4 del Regolamento (UE) n. 2021/2115, che nel descrivere gli obiettivi e le funzioni della Rete nazionale della PAC, prevede espressamente l'attività di informazione del pubblico e dei beneficiari, nonché attività di raccolta, analisi e diffusione di informazioni e buone pratiche;
- dagli artt. 5 e 6, allegati II e III del Regolamento di esecuzione (UE) n. 2022/129, che contengono le specifiche tecniche sui requisiti di informazione, pubblicità e visibilità.

Le responsabilità delle funzioni di comunicazione sono in capo all'Autorità di Gestione Nazionale che funge da raccordo delle diverse strategie regionali, in modo da garantire coerenza e uniformità nella progettazione e attuazione delle azioni di informazione, pubblicità e visibilità, delle diverse azioni attuate a livello locale dalle Regioni.

La presente strategia rappresenta l'attuazione regionale delle azioni di comunicazione. In coerenza con il Piano di Comunicazione del PSP Italia 2023-2027 si pone i seguenti obiettivi generali:



1. pubblicizzare la nuova programmazione, attraverso il coinvolgimento diretto di tutti i soggetti coinvolti nella programmazione e attuazione;
2. comunicare le opportunità, assicurando trasparenza, semplificazione, accesso a dati e informazioni e tutela della privacy;
3. incoraggiare i potenziali beneficiari ad accedere alle opportunità offerte, creando occasioni di ascolto, riflessione, approfondimento e formazione, in collaborazione con tutte le amministrazioni coinvolte;
4. promuovere la conoscenza e l'informazione degli interventi, assegnando ai beneficiari un ruolo attivo, come ambassador della PAC 2023-2027;
5. facilitare lo scambio di esperienze tra portatori d'interesse e le azioni di rete, anche attraverso la creazione di piattaforme, forum ed eventi;
6. diffondere i risultati raggiunti e le ricadute sui territori, promuovendo la conoscenza delle buone pratiche.

Obiettivi finalizzati anche rispondere alle sfide e opportunità legate alla transizione digitale, ecologica e generazionale del settore agricolo, alimentare e forestale, attraverso un coinvolgimento ampio dei soggetti interessati e l'animazione e costruzione di reti partenariali, in particolare con i media, per aumentare la conoscenza e la consapevolezza sui benefici e le opportunità che gli strumenti della nuova politica Agricola Comune offrono ai territori rurali.

Le modalità di attuazione saranno fortemente in sinergia con quelle nazionali all'interno di un approccio sistemico che vede il coinvolgimento di tutte le AdG regionali e nazionali. La comunicazione rappresenta una leva strategica, essenziale e costitutiva dell'attività stessa della pubblica amministrazione e deve diventare uno strumento di partecipazione, collaborazione, interazione, crescita e sviluppo, capace di orientare scelte consapevoli. Per un maggior coinvolgimento diretto, la comunicazione sarà impostata rispettando la sua natura bidirezionale, dando rilevanza alle idee proposte dai target di riferimento e valorizzando le competenze e i talenti dei giovani, nell'ottica di accelerare i processi di innovazione e integrazione generazionale, in termini di percorsi tecnico formativi e rapporti tra formazione-ricerca-impresa. Inoltre, sarà riservato, all'interno di tale approccio, un ruolo di rilievo ai cittadini in genere cercando di coinvolgerli e renderli partecipi delle azioni e dei risultati ottenuti nei processi attuativi del programma.



## 2. LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL CSRM 2023-2027: OBIETTIVI E MODALITÀ

L'esperienza maturata nel periodo di programmazione 2014-2022 rappresenta un utile elemento di cui tenere conto nella definizione della strategia di informazione e pubblicità del CSR della Regione Molise 2023-2027. L'attuazione del Piano di comunicazione del PSR 2014-2022 ha visto la realizzazione di numerosi interventi informativi e pubblicitari, rivolti al grande pubblico e ai beneficiari, effettivi e potenziali, capaci di rendere maggiormente consapevole l'intera comunità locale sulle opportunità offerte dal Programma, sui risultati raggiunti, grazie al sostegno del Feasr, nel territorio regionale e sul ruolo dell'Unione europea.

Le attività realizzate e gli strumenti utilizzati sono stati vari e differenziati secondo il target di destinatari, allo scopo di garantire la massima copertura informativa.

Nello specifico si è fatto ricorso a:

- comunicazione via web: si è registrato un costante incremento nel numero di visitatori delle pagine dello sviluppo rurale, ospitate dal sito internet istituzionale. Indubbiamente, la comunicazione via web si è rivelata uno degli strumenti più efficaci per fornire ampia varietà di informazioni sulle politiche, gli interventi realizzati e i loro risultati;
- informazione attraverso i mass media: reti televisive locali, stampa cartacea (quotidiani e periodici);
- allestimento di punti informativi in occasione di eventi di particolare rilevanza per il mondo agricolo e rurale regionale che hanno permesso di raggiungere, con azioni di informazione e comunicazione, un target decisamente ampio di cittadini;
- attività seminariali, divulgative e convegnistiche rivolte a imprenditori e operatori di settori produttivi specifici, professionisti, rappresentanti degli enti locali, rappresentanti di ordini professionali e delle organizzazioni di categoria, funzionari di pubbliche amministrazioni locali e spesso al grande pubblico;
- divulgazione e diffusione di materiale esplicativo nei punti informativi e in occasione delle attività seminariali, divulgative e convegnistiche.

I risultati delle attività di comunicazione del precedente periodo di programmazione permettono di evidenziare diverse opportunità di miglioramento, quali:

- affinamento delle modalità di circolazione delle notizie e delle conoscenze attraverso gli attori competenti per l'esecuzione del Programma, in quanto un migliore scambio



documentale e di dati relativi all'attuazione dello stesso tra i referenti regionali di misura e gli altri attori dello sviluppo rurale e locale, è fondamentale al fine di garantire una corretta, puntuale ed efficace comunicazione;

- potenziamento dell'immagine coordinata del Programma, chiara e identificabile e che ne renda l'identità facilmente riconoscibile al grande pubblico e incisiva nella crescita del senso di vicinanza tra le istituzioni e la società civile;
- incremento del livello di integrazione tra strumenti e modalità di comunicazione: negli anni si è lavorato al potenziamento e costante aggiornamento dei contenuti delle pagine web dedicate allo sviluppo rurale per garantire la disponibilità di un'ampia ed esaustiva varietà di informazioni sulle politiche, sugli interventi realizzati, sui risultati degli interventi.

In continuità con l'esperienza 2014-2022, le azioni di comunicazione saranno focalizzate su progetti significativi e su un uso ampio dei media digitali che, soprattutto dopo la pandemia da COVID-19, sono diventati una fonte primaria di informazione per i cittadini, risultando in grado di orientare la conoscenza e gli impatti delle politiche. A questi elementi si aggiungeranno soluzioni tecniche volte ad assicurare visibilità agli interventi di rilevanza strategica e a garantire coerenza e uniformità dei messaggi, dei contenuti e delle forme di comunicazione, rafforzando messaggi e strumenti già sperimentati nelle esperienze passate e su richiamate.

Le priorità a cui è mirata la presente strategia sono le seguenti:

- migliorare il livello di percezione e conoscenza dello Sviluppo rurale in Molise tra cittadini, imprenditori agricoli e coloro che operano nei territori rurali, in termini di opportunità offerte e di risultati attesi e raggiunti, a prescindere dalla connessione stretta con gli anni di programmazione, facendo comprendere come lo sviluppo rurale nella regione e nelle politiche italiane in generale sia un impegno costante che parte dalle precedenti programmazioni fino ai giorni nostri;
- rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Unione europea attraverso una valorizzazione del suo intervento nell'ambito delle politiche regionali in un'ottica di sviluppo innovativo e sostenibile dei territori rurali;
- accorciare la distanza tra istituzioni e società regionale, promuovendo una maggiore trasparenza e semplicità di accesso alle informazioni e rafforzando il dialogo e la partecipazione tra potenziali beneficiari e responsabili della PA;
- migliorare la conoscenza dell'opinione pubblica sui risultati delle politiche Ue per l'agricoltura e per lo sviluppo rurale, focalizzando l'attenzione su progetti e buone pratiche percepibili;
- rafforzare le reti di partenariato locale rendendo soprattutto più sinergiche le azioni per migliorare l'efficacia di informazione e comunicazione su tutto il territorio.



Tali priorità tengono conto anche delle esperienze precedenti, mettendo in evidenza quali aspetti/ambiti necessitano di una maggiore attenzione o rafforzamento in termini di azioni o strumenti di comunicazione da adottare. Rispetto a questo, si utilizzeranno modalità che consentiranno di contestualizzare i messaggi e gli strumenti di comunicazione, al fine di ottenere soluzioni calibrate sia rispetto allo strumento utilizzato, sia rispetto ai destinatari che si intendono raggiungere. Si cercherà di avere soluzioni, in termini di modi di comunicare, facili, chiare e comprensibili a tutte le categorie di destinatari utilizzando l'approccio bidirezionale, cioè l'ottenimento di un *feedback* diretto, capace di instaurare un dialogo continuo e costante nel tempo con tutti.

Pertanto, gli obiettivi specifici della strategia sono:

1. far conoscere il CSR Molise 2023-2027 a tutti i potenziali beneficiari presenti sul territorio regionale e ai *partner* (autorità locali, organizzazioni professionali, enti, ecc.) che svolgeranno un ruolo attivo di informazione nei confronti degli attuali e potenziali beneficiari (OS1);
2. rendere noti a tutti i potenziali beneficiari, le opportunità di cofinanziamento, i contributi del FEASR e le modalità per l'accesso ai contributi (OS2);
3. fornire ad attuali e potenziali beneficiari, oltre ai partner di settore, informazioni chiare, complete e aggiornate sull'adozione del CSRM, sul suo avanzamento, sugli esiti degli interventi attivati e sulla sua conclusione (OS3);
4. fornire informazioni su bandi, procedure e tutte le condizioni da rispettare per poter beneficiare delle risorse disponibili, creando le condizioni per un accesso trasparente e semplificato ai regimi di sostegno e alla conoscenza dei risultati ottenuti nell'ambito dello sviluppo rurale (OS4);
5. informare i cittadini molisani in merito alla politica dello sviluppo rurale, al CSRM 2023-2027, alle realizzazioni e ai risultati ottenuti grazie agli aiuti garantiti dal programma regionale (OS5);
6. rafforzare la collaborazione con il partenariato locale (OS6);
7. fornire servizi e prodotti con un approccio centrato sul ruolo del cittadino e del partenariato, aumentando il coinvolgimento e rafforzando il dialogo (OS7);
8. creare un nuovo sistema identitario del CSR Molise 2023-2027, in linea con le indicazioni del PSP Italia (OS8);
9. dare evidenza ai progetti particolarmente significativi, allo scopo di far comprendere all'opinione pubblica, all'Unione europea e allo Stato italiano che si lavora insieme per obiettivi comuni e concreti, creando una posizione paritaria e familiare nei confronti della regione Molise, per stimolare l'accesso ai servizi (OS9);





10. attivare una relazione sinergica e continua con la rete rurale nazionale (OS10).

Le modalità di attuazione seguiranno il quadro logico descritto nella tabella seguente.

**Tabella 1 – Quadro logico azioni di comunicazione**

Categorie di utenti/Destinatari	Azioni	Strumento	Esito
Beneficiari attuali e potenziali degli interventi	Attività di restituzione frontale	Incontri; riunioni; eventi territoriali.	Comunicare i vantaggi nell'utilizzo del fondo FEASR ai potenziali beneficiari Condividere contenuti specifici delle azioni previste con un linguaggio semplice e immediato
	Comunicazione on-line	Siti Web del CSR 2023-2027 della Regione Molise Social media.	Creare una comunicazione continua e puntuale su aspetti specifici del CSR (opportunità, scadenze, vincoli e obblighi, referenti regionali)
	Pubblicità	Esterna su testate giornalistiche locali; Eventi; Manifestazioni sul territorio molisano, italiano ed europeo.	Trasmettere il valore aggiunto della politica comunitaria sul territorio regionale (in particolare della politica di sviluppo rurale)
	Attività di supporto diretto	Via telefono ed e-mail	Creare un sistema di supporto per i beneficiari effettivi che li accompagni lungo tutta la durata dei progetti finanziati
Intera cittadinanza	Comunicazione on-line	<i>Siti WEB:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sito istituzionale della Regione Molise-sezione Notizie della Home Page</li> <li>Sito istituzionale del CSR 2023-2027 della Regione Molise</li> <li><i>Social media.</i></li> </ul>	Creare una comunicazione continua e puntuale su aspetti specifici del CSR (opportunità, scadenze, vincoli e obblighi, referenti regionali)
	Pubblicità	Esterna su testate giornalistiche locali;	Trasmettere il valore aggiunto della politica comunitaria sul





		Eventi; Manifestazioni sul territorio molisano, italiano ed europeo.	territorio regionale (in particolare della politica di sviluppo rurale)
Partenariato socioeconomico e soggetti interni all'Amministrazione direttamente coinvolti nelle attività del Programma (Associazioni professionali e di categoria, Ordini professionali, Enti locali, organizzazioni no-profit, associazioni in difesa dei consumatori, tutela dell'ambiente e della promozione della parità tra uomo e donna, etc....)	Attività di restituzione frontale	Incontri; tavoli tecnici; riunioni; seminari.	Stabilire una relazione collaborativa ed attiva con i principali <i>stakeholder</i> del Programma attraverso la realizzazione di eventi pubblici sia "convenzionali" e allargati, sia incontri mirati a un pubblico specifico con conoscenze specialistiche. Coinvolgimento nei processi decisionali.
	Attività innovativa di ricerca ed acquisizione di partecipazione di target in precedenza non coinvolti	Incontri; tavoli tecnici; riunioni.	Accrescimento, condivisione e restituzione delle conoscenze specifiche e tecniche.
<b>Organi di informazione principali</b> ( <i>sistema dei mass media a livello locale e regionale, centri di informazione europea, etc....</i> )	Relazioni con i media	<i>Comunicati; Conferenze stampa; Articoli e interviste.</i>	Trasmettere il valore aggiunto della politica comunitaria sul territorio regionale (in particolare della politica di sviluppo rurale)
<b>Opinion leader</b> ( <i>imprenditori ed operatori di settori produttivi specifici, funzionari di pubbliche amministrazioni, GAL, etc....</i> )	Attività di restituzione frontale	<i>Incontri; tavoli tecnici; riunioni; seminari.</i>	Coinvolgimento nei processi decisionali. Accrescimento, condivisione e restituzione delle conoscenze specifiche e tecniche.



### 3. DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE

Le azioni di comunicazione sono differenziate a seconda dei destinatari. I destinatari delle azioni di informazione e comunicazione possono essere suddivisi in quattro principali tipologie:

- l'opinione pubblica in generale;
- i beneficiari potenziali ed effettivi;
- i media e i moltiplicatori dell'informazione;
- il partenariato e gli *stakeholder*.

Per cittadini (opinione pubblica) si intendono tutte le categorie di soggetti residenti e operanti in Molise, sia nelle zone rurali che altrove. Particolare attenzione verrà data a specifici *focus target* in base alle esigenze espresse nei piani annuali e derivanti dai risultati del monitoraggio quali-quantitativo, come avvenuto anche in passato.

I beneficiari attuali e potenziali degli interventi sono: le imprese agricole, agroforestali e agroindustriali, singole e associate, che operano nell'ambito della produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti; le imprese operanti in zone rurali; i proprietari e i gestori delle aree forestali; gli enti locali e territoriali (Comuni, comunità montane, consorzi di bonifica e forestali, parchi, enti gestori SIC e ZPS, ecc.); i Gruppi di azione locale (GAL); i promotori dei progetti integrati di filiera; le università, gli organismi di ricerca e quanti altri individuati dal CSRM; altri potenziali beneficiari del contesto rurale.

I moltiplicatori dell'informazione invece sono essenzialmente riconducibili agli organi di informazione e fra essi: il sistema dei media tradizionali e dei *new media*, locali, regionali e nazionali; i *social media*; i centri d'informazione sull'Europa; i GAL; gli *stakeholder*. Sono ascrivibili fra i partner di settore: le associazioni degli enti locali; le organizzazioni professionali e le associazioni di categoria; le parti economiche e sociali; le organizzazioni no-profit e le associazioni a difesa dei consumatori; i GAL; gli *stakeholder*; le organizzazioni attive nella tutela e difesa dell'ambiente e nel perseguimento della parità tra uomo e donna.

Fra i moltiplicatori dell'informazione particolare importanza sarà assunta dagli specifici canali informativi di alcuni partner di settore, come, ad esempio, le organizzazioni delle imprese agricole, i GAL e altri soggetti del partenariato economico-sociale, la rete rurale nazionale.

Sarà prevista anche una forma di comunicazione intera in cui i destinatari sono: AdG CSRM Regione Molise; AdG FEASR delle altre Regioni; AdGN; Organismo Pagatore



(AGEA); Valutatore indipendente del CSRM regionale e/o nazionale; Agenzie regionali; Dirigenti e altri funzionari regionali coinvolti in azioni di attuazione di strategie legate al sistema agricolo e rurale e finanziate con altri fondi nazionali o comunitari.

La necessità di svolgere un'attività di comunicazione rivolta a target distinti si traduce nell'individuazione di azioni di comunicazione specifiche che saranno pianificate in modo sinergico al fine di poterne garantire una migliore visibilità e una maggiore efficacia.

È prevista, inoltre, una definizione chiara del pubblico di riferimento, per rafforzare l'efficacia dei messaggi di comunicazione e la declinazione degli stessi sulla base di prerequisiti specifici e diversificati, che permettano una migliore taratura dei contenuti ai diversi target. In particolare, nella segmentazione delle fasce di pubblico si terrà conto sempre più delle donne e delle giovani generazioni, intese come *audience* specifica del CSRM, privilegiando gli strumenti e i canali di comunicazione che permettono di costruire azioni di comunicazione immediate ed efficaci oltre che bidirezionali.



#### 4. DESCRIZIONE DELLE AZIONI, STRUMENTI E PRODOTTI DI COMUNICAZIONE DA REALIZZARE

##### 4.1 Informazioni e pubblicità: contenuti e strumenti

###### 4.1.1 Il Logo

Un aspetto fondamentale per poter definire una strategia di comunicazione efficace è la creazione dell'identità visiva del CSR Molise 2023-2027, intesa come espressione grafica del Programma. Tale identità è stata creata e approvata con Determina dirigenziale n. 6031 del 31/10/2024, con la quale è stato approvato il logo “CSR MOLISE SVILUPPO RURALE 2023-2027”. Tale logo caratterizzerà la linea grafica coordinata e riconoscibile per tutti i prodotti collegati al CSR Molise 2023/27 e, nello specifico: bandi e tutti i materiali e supporti cartacei, multimediali, ecc. che saranno utilizzati nel corso dell'espletamento attuativo degli interventi previsti nel CSRM 2023/27.

Il logo è progettato attorno a un germoglio stilizzato, che funge da elemento centrale e rappresenta il simbolo di crescita e rinnovamento nell'agricoltura. Il germoglio è realizzato con linee eleganti e morbide, evidenziando la sua vitalità e il suo legame con la terra. Attorno al germoglio si dispongono quattro foglie, ciascuna delle quali rappresenta una delle quattro stagioni. Sopra il germoglio, il sole è rappresentato in modo stilizzato. Questa rappresentazione non solo simboleggia la fonte di luce e calore essenziale per la vita delle piante, ma la forma del sole è anche progettata per evocare la silhouette della testa di un contadino, sottolineando l'interazione tra natura e lavoro umano. Questa fusione simbolica enfatizza l'importanza del contadino come custode e promotore della terra, elemento quest'ultimo che mette in risalto il forte orientamento del CSRM 2023-2027 verso contadini orientati a pratiche sostenibili ed innovative. Infatti, accanto agli elementi grafici, si trova la scritta “CSR MOLISE”, sviluppo rurale 2023-2027, realizzata con un carattere moderno e chiaro, che comunica professionalità e innovazione. La tipografia è bilanciata e armoniosamente integrata nel design, contribuendo a un'immagine complessiva coesa e riconoscibile. In sintesi, il logo combina in modo sinergico elementi simbolici — germoglio, foglie, sole e la scritta “CSR” — per esprimere i valori di sostenibilità, ciclicità e il ruolo centrale del contadino nell'agricoltura. Questa rappresentazione visiva comunica efficacemente l'impegno del CSR verso un'agricoltura responsabile e innovativa, posizionandosi come un simbolo distintivo e memorabile.

Per entrare nel dettaglio delle caratteristiche dei diversi strumenti, si è deciso di differenziarli rispetto al loro “supporto”: di seguito vengono quindi descritti i prodotti



cartacei, i prodotti multimediali e le attività di comunicazione da realizzarsi attraverso la televisione, i giornali e i *social media*.

**Figura 1. Il Logo CSRM 2023-2027**



#### 4.1.2 Prodotti editoriali cartacei

È prevista la realizzazione di materiale divulgativo per fornire notizie facilmente fruibili dagli interessati, in modo da mantenere costante l'attenzione sull'attuazione del CSR. Alla versione cartacea, da distribuire durante eventi e fiere, verrà affiancata sia la versione digitale per dare la maggiore diffusione possibile del documento- da rendere disponibile sul sito dedicato al CSR.

Di seguito si riporta un elenco non esaustivo di quanto si intende realizzare:

- **infografiche riassuntive** su punti salienti del CSR (cosa è, a chi è rivolto, modalità di accesso, link utili);
- **schede informative** su strutture e referenti regionali e locali a cui rivolgersi per ottenere maggiori informazioni relativamente alla partecipazione ai bandi previsti dal CSR;



- **opuscoli informativi e/o brochure** che presentino chiaramente i benefici legati allo sviluppo del CSR sul territorio;
- **cartellonistica/ affissioni statiche e dinamiche/ banner** (su quotidiani locali e riviste di settore) /**affitto di spazi editoriali** per promuovere massivamente i contenuti “minimi” del Programma;

#### 4.1.3 Prodotti multimediali

Di seguito si elencano i principali prodotti di comunicazione che avranno come unico mezzo di diffusione la rete, *in primis* il portale web dedicato al CSRM, e, in secondo luogo, i social media. Il portale sarà consultabile all’indirizzo seguente: <http://csr.regione.molise.it>. Saranno definite nel corso del periodo di programmazione delle attività di adeguamenti e aggiornamenti evolutivi che potrebbero comportare anche modifiche all’attuale indirizzo. Tali adeguamenti saranno comunicati a tutti i potenziali interessati attraverso gli strumenti della comunicazione che saranno utilizzati e predisposti nel corso delle azioni annuali. Gli adeguamenti, inoltre, riguarderanno le modalità di accesso e consultazione della documentazione relativa all’attuazione del CSRM 2023-2027 privilegiando facilità di accesso, chiarezza, caratterizzazione rispetto ai *target* di riferimento.

Di seguito le diverse aree che saranno create sul portale:

- **Home page:** vi saranno riportate le principali notizie relative al Programma (pubblicazione di bandi, scadenze, contatti, articoli di divulgazione) nonché le principali notizie legate al mondo dell’agricoltura provenienti dal territorio molisano e dal resto del mondo. Ciascuna delle notizie sarà linkabile e porterà immediatamente l’utente al contenuto specifico;
- **CSR:** in questa pagina suddivisa in “Programma”, “Interventi”, “Normativa e documentazione” saranno disponibili i documenti di programmazione e di attuazione del CSR nonché la sintetica descrizione delle caratteristiche delle misure d’intervento;
- **Bandi:** in questa sezione saranno riportati i bandi attuativi degli interventi previsti dal Programma. Gli stessi sono classificati in “aperti” e “chiusi”, in base al loro effettivo stato, e nelle pagine resterà sempre disponibile la relativa modulistica (schema di bando, allegati, determine etc...). Nella stessa sezione saranno altresì pubblicate le graduatorie dei beneficiari degli interventi (e anche i non ammessi a contributo) e le FAQ (Frequently Asked Questions) aggiornate con cadenza almeno quindicinale e sottoposte dagli utenti all’Autorità di Gestione del Programma;





- **Organigramma:** in questa sezione saranno descritte le responsabilità, le principali attività e i contatti della struttura di gestione ed indirizzo del Programma (AdG, Assessore, Responsabili degli interventi e Assistenza tecnica);
- **Monitoraggio e valutazione:** a queste due attività sarà dedicata questa sezione in cui saranno pubblicati i documenti relativi all’osservazione e allo studio dell’andamento e delle realizzazioni del Programma (dati di monitoraggio, valutazioni tematiche e valutazioni periodiche obbligatorie e facoltative);
- **Comunicazione:** Anche la comunicazione stessa avrà un suo spazio dedicato in cui saranno pubblicati: la strategia di comunicazione, i piani annuali e i documenti che indicano ai beneficiari gli obblighi da seguire per “pubblicizzare” il contributo FEASR ricevuto. In questa sezione rientrano anche le *news* ed i comunicati stampa riguardanti il CSR ed il mondo rurale in generale;
- **Comitato di monitoraggio:** nella sezione dedicata all’organo di “controllo” del Programma, saranno descritte “funzioni e regolamento”, riportati i principali dati finanziari e di realizzazione e saranno fornite informazioni di tipo quantitativo utili a mettere in evidenza eventuali scostamenti dell’attuazione del Programma, rispetto agli obiettivi prestabiliti.
- **Comunicati stampa:** saranno finalizzati a mantenere ben saldo il rapporto con i *media* locali e a informare l’opinione pubblica sulle attività legate al CSR;
- **Opuscolo** contenente solo informazioni e comunicazioni di stretto interesse, riservate ai beneficiari (effettivi e potenziali): prevedendone la pubblicazione on line con cadenza almeno mensile, questo strumento si configura come particolarmente utile nei momenti di maggior frequenza di informazioni (pubblicazione bandi e graduatorie, rettifiche formali, attività formative e incontri/ manifestazioni sul territorio, pubblicazione di documenti ufficiali etc...);
- **Profilo ufficiale Facebook** “CSR Molise 2023-2027”, su cui postare notizie utili, eventi, e condividere informazioni relative al Complemento di Sviluppo Rurale, favorendo anche un maggiore coinvolgimento dei più giovani;
- **Profilo ufficiale Instagram** “CSR Molise 2023-2027”, sul quale condividere informazioni utili e immediate, di carattere “istituzionale”;
- **Attività di storytelling:** presentazione mediante una campagna di comunicazione anche su altri social, delle principali “case- history” riguardanti i beneficiari degli interventi del CSR;
- **Brevi video e spot sull’esperienza dei beneficiari** che prevedano interviste durante la realizzazione dei progetti: la realizzazione di materiale audiovisivo multimediale potrà essere utilizzato nei diversi momenti di comunicazione, essendo strumenti





particolarmente efficaci per sintetizzare, in pochi minuti, le realizzazioni del CSR e per rendere evidenti e gradevoli i risultati conseguiti dai diversi tipi di operazioni;

- **Liste broadcast di Whatsapp**, che permettano di inviare istantaneamente avvisi importanti agli iscritti;
- **App informativa**, consultabile su smartphone e tablet, con funzione di vademecum sugli interventi previsti dal CSR;
- **Link con Rete Rurale Nazionale**.

#### 4.1.4 Eventi

In considerazione delle esperienze maturate negli anni precedenti e delle riflessioni elaborate per il futuro, sono ritenute fondamentali per la corretta diffusione delle informazioni a tutti i potenziali destinatari la definizione di eventi specifici, in cui creare anche un processo bidirezionale con attività di feedback chieste ai destinatari finali.

Nello specifico:

- verranno predisposti dei contenuti informativi relativi alla comunicazione del programma, all'azione amministrativa di attuazione del CSR, alle politiche che lo sottendono, ai cambiamenti in atto. In particolare si dovrà dare risalto all'uscita dei nuovi bandi e ai loro contenuti, all'azione di monitoraggio rispetto ai risultati raggiunti e allo stato di avanzamento del Programma, agli eventi relativi ai confronti con il partenariato, alle riunioni del comitato di monitoraggio, agli eventi divulgativi/informativi sul territorio, ai cambiamenti delle norme e delle politiche che impattano sul settore agricolo e rurale, a comunicazioni specifiche che riguardino problematiche, elementi od opportunità legate alle fasi attuative del vecchio e nuovo programma, ai risultati ottenuti; alle buone pratiche ed innovazioni create; alle nuove aziende e prodotti di qualità ottenuti. I contenuti informativi predisposti saranno veicolati attraverso i canali social e il sito internet della Regione e del CSR Molise. L'obiettivo è quello di veicolare una narrazione completa delle attività che sia allo stesso tempo informativa e attrattiva, ma soprattutto di informare le diverse istituzioni e i cittadini oltre che sullo stato di attuazione, sui risultati e sulle opportunità offerte nelle fasi di chiusura del Programma, ma anche di quelle che si apriranno con il nuovo periodo di programmazione e delle modifiche in atto in termini di politica agraria e rurale e di strumenti a essa legata. Saranno, inoltre, realizzati prodotti di comunicazione e informazione da utilizzare ufficialmente nelle partecipazioni formali della regione ad eventi diversi quali fiere di settore, seminari, congressi, workshop, ecc.



- Saranno organizzati eventi tematici con partecipazione dei soggetti destinatari delle misure in cui potranno mettere a fattore comune la propria esperienza e i vantaggi conseguenti agli aiuti ricevuti;
- di particolare interesse sarà la continuità, in termini di partecipazione, alle attività di comunicazione e agli eventi realizzati dalla Rete Rurale Nazionale, come ad esempio il già avviato progetto "Open Farms 2023" ideato per coniugare gli obiettivi di apprendimento con il servizio reso alle aziende, per rispondere a bisogni concreti dei giovani imprenditori e imprenditrici agricole. OFs si rivolge, infatti, agli studenti universitari, proponendo percorsi di formazione in modalità virtuale ed esperienze pratiche.
- per informare l'opinione pubblica sulle opportunità della nuova programmazione regionale saranno realizzati anche eventi, seminari, workshop, tavoli tecnici ed eventi di animazione territoriale.



## 5. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

Le risorse per le attività di comunicazione sono rese disponibili dalla dotazione finanziaria presente nel CSRM 2023-2027 per le azioni di Assistenza Tecnica pari al 3,57% della spesa pubblica complessiva assegnata al CSR Molise è pari a un totale di € 157.712.920,81.

Per il periodo complessivo di validità della presente strategia 2024-2027 sono destinate alla comunicazione 500.000 euro da ripartire nelle modalità seguenti.

**Tabella 3- Risorse disponibili per annualità**

2024	2025	2026	2027	Totale
125.000	125.000	125.000	125.000	500.000

Il dettaglio delle spese che si intendono sostenere sarà contenuta nei diversi piani annuali di attuazione della presente strategia approvati dall'AdG all'inizio dell'annualità.



## 6. LA GOVERNANCE DELL'AZIONE DI COMUNICAZIONE E MONITORAGGIO

L'Autorità di Gestione assume il compito di sovrintendere i processi comunicativi, pianificare e definire le attività di comunicazione all'interno di piani annuali di attuazione, supervisionare l'attuazione delle stesse e seguirne il monitoraggio dei risultati ottenuti in termini di target. L'AdG assicura l'accesso alle informazioni ai beneficiari potenziali ed effettivi, nonché al pubblico e agli *stakeholder*.

Inoltre, assicura l'aggiornamento annuale dei Piani di comunicazione, garantisce che le misure di informazione e comunicazione siano realizzate conformemente alla strategia di comunicazione, che queste misure mirino alla massima copertura mediatica, utilizzando diverse forme e metodi di comunicazione al livello appropriato. L'Autorità di Gestione informa il Comitato di monitoraggio almeno una volta all'anno in merito ai progressi compiuti nell'attuazione della strategia di comunicazione e ai risultati ottenuti, nonché in merito alle azioni future da realizzare nell'annualità successiva.

Per l'esecuzione della strategia, l'Autorità di Gestione individua il Direttore del Servizio Coordinamento e Gestione delle Politiche Europee per Agricoltura, Acquacoltura e Pesca – Attività Venatoria quale soggetto referente delle attività di comunicazione.

Il referente sarà supportato nelle sue attività sia dall'Ufficio preposto alla valutazione, al monitoraggio e alla comunicazione del Programma, sia dalle professionalità presenti nell'Assistenza Tecnica. Tra le attività curate dal referente ci sono oltre che quelle mirate alle procedure di acquisizione dei servizi necessari all'espletamento delle attività di comunicazione, quelle relative ad assicurare i rapporti e la collaborazione con la Rete Rurale Nazionale con i principali soggetti del partenariato economico, le associazioni di categoria e con gli altri uffici di rappresentanza, le altre AdG, l'OP AGEA, i media regionali.

Operativamente, il referente si assicura che le attività di comunicazione del Programma siano coerenti con quanto stabilito dalla normativa vigente. L'eventuale ricorso a competenze esterne per la fornitura delle singole attività/servizi sarà attuato nel rispetto della normativa comunitaria e nazionale in materia di appalti pubblici di servizi.

Il piano annuale di comunicazione, al fine di garantire sistematicità alle azioni di comunicazione realizzate a livello nazionale, seguirà le linee guida predisposte dalla Rete Rurale Nazionale che individuano i seguenti elementi minimi:

- Titolo iniziativa, luogo e data;
- Obiettivi principali della comunicazione;
- Target (ed eventuali segmenti specifici) di riferimento prevalenti da raggiungere nell'anno;



- Descrizione delle attività, degli strumenti e del relativo cronoprogramma, budget annuale previsionale;
- Iniziative di importanza strategica;
- Strumenti e canali di diffusione;
- Indicatori di monitoraggio;
- Coordinamento con la Rete Rurale Nazionale.

Il piano, che deve essere comunicato e reso visibile nel portale web ufficiale, potrà essere soggetto a modifiche e integrazioni nel corso dell'anno di realizzazione, purché tali modifiche siano tracciate con versioni successive adeguatamente pubblicate sul sito web del Programma.

Il Piano di comunicazione annuale sarà sottoposto alle attività di monitoraggio e di valutazione conformemente a quanto prescritto dall'art. 128 del regolamento (UE) 2021/2115 che istituisce il quadro di riferimento per l'efficacia dell'attuazione del PSN PAC 2023-2027, con l'obiettivo di verificare lo stato di attuazione delle azioni di comunicazione e la rispondenza delle stesse, in termini di visibilità e fruibilità, agli obiettivi previsti dal piano della strategia.

Nello specifico, il monitoraggio, che discenderà dagli esiti delle riunioni del Comitato di monitoraggio, sarà realizzato mediante le rilevazioni di tipo quantitativo e qualitativo effettuate sui beneficiari (effettivi e potenziali) e sui cittadini, al fine di valutare il grado di efficacia ed efficienza delle attività di comunicazione programmate. I risultati di tali valutazioni saranno diffusi attraverso la pubblicazione sul sito web e attraverso la presentazione di apposite informative ai Comitati di monitoraggio. Gli stessi saranno inoltre utilizzati per apportare eventuali modifiche alla strategia iniziale e ai Piani di comunicazione annuali.

A tal fine, saranno utilizzati gli indicatori di realizzazione e di risultato; i primi sono finalizzati a misurare e verificare quanto realizzato dalle attività di comunicazione intraprese; gli altri, invece, sono diretti a misurare i risultati in termini di impatto degli strumenti di comunicazione attivati per i diversi destinatari (cosa è stato fatto e cosa si è ottenuto). Tali rilevazioni consentiranno di adattare, aggiornare e perfezionare gli interventi di comunicazione, nelle annualità successive, per garantire che rimangano adeguati allo scopo e orientati al destinatario.

## 6.1 Indicatori

### 6.1.1 Indicatori di Output

#### 1. Eventi



- Convegno/Seminario/Videoconferenza: incontri di carattere divulgativo ed informativo destinati ad un ampio pubblico
- Workshop/Focus Group/Tavoli di discussione: momenti interattivi di approfondimento tecnico dedicati ad un gruppo ristretto di destinatari per lo scambio e la messa in comune di esperienze.
- Study visit: organizzazione di missioni sul territorio con il coinvolgimento diretto dei destinatari per facilitare lo scambio di esperienze.

Per questo indicatore, verrà valorizzato il numero complessivo di eventi organizzati; un sistema di scelte predefinite consentirà di rilevare:

- la tipologia di evento (comunicazione, scambio di conoscenze, formazione, visite studio);
- il *focus* relazionale, ovvero l'obiettivo strategico di riferimento;
- il *focus* tematico, con riferimento ai 9 obiettivi specifici della PAC;
- la dimensione territoriale, locale, regionale, nazionale, internazionale;
- Il format dell'evento: online, in presenza, ibrido.

## 2. Prodotti

- Linea Guida: documenti di orientamento ed indirizzo dedicati ai gruppi *target*;
- Documenti di ricerca e/o analisi; documenti di *policy*; studi e *report* di approfondimento tematico e di elaborazione dati;
- Strumenti multimediali: prodotti comunicativi per favorire la disseminazione di informazioni su specifiche tematiche (es. *clip audio*, video, docufilm);
- Materiale promozionale/pubblicazioni, materiale editoriale come libri e materiale a carattere promozionale e divulgativo come *brochure*, opuscoli, documenti divulgativi, comunicati stampa, ecc.;
- Piattaforme *online*: progettazione, sviluppo, gestione e implementazione di strumenti *web*, comprese newsletter, pagine *web*, *social network*, *forum* e FAQ, visite al sito *web*, numero di canali di *social media* utilizzati;
- Per questo indicatore, verranno valorizzati il numero di accessi al sito web, il numero di canali social utilizzati, il numero di forum online attivati, il numero di prodotti di comunicazione realizzati (testi, audio, video).

## 3. Progetti



- Bando/premio/concorso: organizzazione di eventi che prevedano la partecipazione degli *stakeholder* per concorrere ad iniziative promosse.
- Banca dati: *database*, archivi dati ed organizzazione delle informazioni in maniera strutturata (es. banca dati di ricerca *partner*, archivi dei bandi dei Psr e opportunità di finanziamento, ecc.).
- Progetto *ad hoc*: iniziative pilota per rafforzare il collegamento tra gli *stakeholder* e per la creazione di nuove reti di carattere permanente con le istituzioni.

Per questo indicatore, viene valorizzato il numero complessivo di progetti elaborati.

#### 4. Supporto tematico

- *Task force* on Demand/Gruppo di lavoro: coinvolgimento di *team* di esperti in loco per la risoluzione di problematiche specifiche a beneficio dei gruppi *target* della Rete Rurale;
- Attività di supporto e consulenza;
- Per questo indicatore, verrà valorizzato il numero di gruppi di lavoro attivati.

Le attività di monitoraggio e valutazione saranno indirizzate al potenziamento dell'*accountability*, attraverso la costruzione di un quadro comune di rilevazione e misurazione sistemica delle azioni di comunicazione, che permetta di analizzare i punti di forza e di debolezza delle azioni poste in essere nel ciclo di programmazione 2023 – 2027, al fine di consentire eventuali interventi migliorativi *in itinere* (per questi motivi tale attività potrà essere implementata almeno una volta l'anno, ad es. in occasione delle riunioni dei Comitati di Monitoraggio). Di seguito sono indicati dei potenziali indicatori comuni da utilizzare nell'anno successivo all'adozione del Piano annuale di comunicazione adottato.

Si tratta dunque di una batteria di informazioni implementabile e/o modificabile al mutare delle esigenze conoscitive delle Amministrazioni, della valutazione correlata al tema e delle disponibilità tecnico/programmatiche di ciascun attore coinvolto.





**Tabella 1 - Indicatori di prodotto**

Canale di veicolazione, Prodotto, Attività	Descrizione indicatore	Fonte dato	Frequenza rilevazione	Strumento di rilevazione
Logo e immagine coordinata	Creazione logo PSP e immagine coordinata	Redazione/gruppo di lavoro	Annuale	File di monitoraggio
	Creazione sito web	Redazione/gruppo di lavoro	Annuale	Riunione GCC
Sito web PSP	Utenti (visitatori unici)	Servizi di web analytics	Semestrale	File di monitoraggio
	Sessioni (visite totali)			
	Visualizzazioni (totale pagine)			
Social network PSP (Suddividere per FB, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube ecc.)	N. Post social pubblicati	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
	Social - Follower	Servizi di web analytics		
	Social – Utenti/giorno			
	Social – Engagement utenti/post			
Pubblicazioni	Numero e tipologia pubblicazioni	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
Eventi PSP (seminari, conferenze tematiche, gruppi di lavoro tematici, eventi formativi – anche attività di capacity building, fiere di settore)	Eventi PSP_Numero	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
	Eventi PSP_Tipo			
	Eventi PSP_Tema			
	Eventi PSP_Partecipanti			
Buone Pratiche e casi studio	Buone pratiche e casi studio raccolti e diffusi_numero	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
	Buone pratiche raccolte e diffuse per tema_numero	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
Video e prodotti multimediali PSP	Video/prodotti multimediali PSP_Numero	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
	Video/prodotti multimediali per tema_Numero			
Attività giornalistica, Media Relations PSP	Articoli/news pubblicati	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
Campagne PSP	Campagne Pubblicitarie Radio/TV PSP Numero	Redazione/gruppo di lavoro	Semestrale	File di monitoraggio
	Canali raggiunti Tv/radio			



**Tabella 2 - Indicatori di risultato**

Macrocategoria	Indicatore	Metodo di rilevazione	Frequenza rilevazione
Livello di interazione con i contenuti digitali del PSP	Utilizzo dei canali di veicolazione (sito web, account istituzionali, social,...)	<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
	Efficacia del sito web	<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
Conoscenza e opinione sugli strumenti di comunicazione della PAC	Efficacia dei canali social	<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	<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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rilevazioni ad hoc (valutazione tematica, incontro Comitato di monitoraggio, evento specifico, incontro GCC ecc.)</li> </ul>	Annuale
	Efficacia degli eventi realizzati (contenuti)	<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



## **7. ALLEGATI- DISPOSIZIONI REGOLAMENTARI IN MATERIA DI COMUNICAZIONE: OBBLIGHI DELL'AUTORITÀ DI GESTIONE E DEI BENEFICIARI POTENZIALI ED EFFETTIVI DEGLI AIUTI A VALERE SUL FONDO FEASR.**

### **7.1 ESTRATTI DI ORDINE FORMALE**

#### **Regolamento (UE) 2021/2115**

#### **Articolo 7**

##### *Indicatori*

1. Il conseguimento degli obiettivi di cui all'articolo 5 e all'articolo 6, paragrafi 1 e 2, è valutato sulla base degli indicatori comuni di output, di risultato, di impatto e di contesto che figurano nell'allegato I. Tali indicatori comuni includono:
  - a) indicatori di output relativi agli output realizzati dagli interventi sostenuti;
  - b) indicatori di risultato relativi agli obiettivi specifici in questione di cui all'articolo 6, paragrafi 1 e 2, e che sono utilizzati per la definizione dei target intermedi e finali quantificati in relazione a tali obiettivi specifici nei piani strategici della PAC e per la valutazione dei progressi compiuti verso il conseguimento di tali target finali; gli indicatori di risultato relativi agli obiettivi climatico-ambientali possono riguardare interventi che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi derivanti dagli atti legislativi dell'Unione elencati nell'allegato XIII;
  - c) indicatori di impatto riferiti agli obiettivi di cui all'articolo 5 e all'articolo 6, paragrafi 1 e 2, e utilizzati nell'ambito dei piani strategici della PAC;
  - d) indicatori di contesto di cui all'articolo 115, paragrafo 2, ed elencati nell'allegato I.
2. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 152 che modificano l'allegato I al fine di adeguare gli indicatori comuni di output, di risultato, di impatto e di contesto. Tali atti delegati sono strettamente limitati ad affrontare i problemi tecnici presentatisi agli Stati membri riguardo all'applicazione di tali indicatori.

#### **Articolo 119**

##### *Modifica del piano strategico della PAC*



9. In deroga ai paragrafi da 2 a 8, 10 e 11 del presente articolo, gli Stati membri possono, in qualsiasi momento,

apportare e applicare modifiche agli elementi dei loro piani strategici della PAC relativi agli interventi di cui al titolo III,

capo IV, comprese le condizioni di ammissibilità di tali interventi, che non portino a modifiche dei target finali di cui

all'articolo 109, paragrafo 1, lettera a). Notificano tali modifiche alla Commissione prima di iniziare ad applicarle e le

includono nella successiva domanda di modifica del piano strategico della PAC conformemente al paragrafo 1 del presente

articolo.

## **Articolo 123**

### *Autorità di gestione*

1. Ciascuno Stato membro designa un'autorità di gestione nazionale per il proprio piano strategico della PAC.

2. L'autorità di gestione è responsabile dell'efficace, efficiente e corretta gestione e attuazione del piano strategico della PAC. Essa assicura in particolare:

k) che sia data pubblicità al piano strategico della PAC, tra l'altro attraverso la rete nazionale della PAC, informando:

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; e

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.

## **Articolo 126**

### *Reti nazionali e europee della PAC*

1. Ciascuno Stato membro istituisce una rete nazionale della politica agricola comune ("rete nazionale della PAC") per la

creazione di una rete delle organizzazioni e delle amministrazioni, dei consulenti, dei ricercatori e di altri attori



dell'innovazione nonché di altri attori nel settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale a livello nazionale al più tardi 12

mesi dopo l'approvazione del piano strategico della PAC da parte della Commissione. Le reti nazionali della PAC si basano

sulle esperienze e sulle pratiche di rete esistenti negli Stati membri.

2. La Commissione istituisce una rete europea della politica agricola comune («rete europea della PAC») per il

collegamento in rete delle reti, delle organizzazioni e delle amministrazioni nazionali nel settore dell'agricoltura e dello

sviluppo rurale a livello di Unione.

IT Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 6.12.2021 L 435/101

3. Il collegamento in rete attraverso le reti nazionali e europee della PAC persegue i seguenti obiettivi:

a) aumentare il coinvolgimento di tutti i portatori di interessi pertinenti nell'attuazione dei piani strategici della PAC e, se

del caso, nella loro elaborazione;

b) assistere le amministrazioni degli Stati membri nell'attuazione dei piani strategici della PAC e nella transizione verso un

modello di attuazione basato sull'efficacia;

c) contribuire a migliorare la qualità dell'attuazione dei piani strategici della PAC;

d) contribuire a informare il pubblico e i potenziali beneficiari circa la PAC e le possibilità di finanziamento;

e) promuovere l'innovazione nel settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale nonché sostenere l'apprendimento tra pari,

l'inclusione e l'interazione tra tutti i portatori di interessi nei processi di scambio e acquisizione delle conoscenze;

f) contribuire alla capacità e alle attività di monitoraggio e valutazione;

g) contribuire alla diffusione dei risultati dei piani strategici della PAC.

L'obiettivo di cui al primo comma, lettera d), è perseguito in particolare attraverso le reti nazionali della PAC.

4. Le funzioni delle reti nazionali e europee della PAC per il conseguimento degli obiettivi di cui al paragrafo 3 sono le

seguenti:



a) raccolta, analisi e diffusione di informazioni sulle azioni e sulle buone pratiche messe in atto o sostenute nel quadro dei

piani strategici della PAC nonché analisi degli sviluppi nell'agricoltura e nelle zone rurali relativi agli obiettivi specifici di

cui all'articolo 6, paragrafi 1 e 2;

b) contributo all'acquisizione delle capacità delle amministrazioni degli Stati membri e di altri attori coinvolti

nell'attuazione dei piani strategici della PAC, anche per quanto riguarda i processi di monitoraggio e valutazione;

c) creazione di piattaforme, forum ed eventi per facilitare lo scambio di esperienze tra portatori di interessi e

l'apprendimento tra pari, inclusi, se del caso, gli scambi con reti in paesi terzi;

d) raccolta di informazioni – e sostegno alla loro diffusione – nonché messa in rete delle strutture e dei progetti finanziati,

come i gruppi d'azione locali di cui all'articolo 33 del regolamento (UE) 2021/1060, i gruppi operativi del PEI di cui

all'articolo 127, paragrafo 3, del presente regolamento e strutture e progetti analoghi;

e) sostegno a progetti di cooperazione tra i gruppi operativi del PEI di cui all'articolo 127, paragrafo 3, del presente

regolamento, i gruppi d'azione locali di cui all'articolo 33 del regolamento (UE) 2021/1060 o analoghe strutture di

sviluppo locale, compresa la cooperazione transnazionale;

f) creazione di collegamenti con altre strategie finanziate dall'Unione o reti;

g) contributo all'ulteriore sviluppo della PAC e alla preparazione dei periodi successivi del piano strategico della PAC;

h) nel caso di reti nazionali della PAC, partecipazione e contributo alle attività della rete europea della PAC;

i) nel caso della rete europea della PAC, cooperazione con le reti nazionali della PAC e contributo alle loro attività.

## Articolo 128

*Istituzione del quadro di riferimento per l'efficacia dell'attuazione*





È istituito un quadro di riferimento per l'efficacia dell'attuazione sotto la responsabilità condivisa degli Stati membri e della Commissione. Il quadro di riferimento per l'efficacia dell'attuazione consente la rendicontazione, il monitoraggio e la valutazione dell'efficacia dell'attuazione del piano strategico della PAC nel corso della sua attuazione.

2. Il quadro di riferimento per l'efficacia dell'attuazione comprende i seguenti elementi:

- a) una serie di indicatori comuni di output, di risultato, di impatto e di contesto di cui all'articolo 7, che saranno utilizzati come base per il monitoraggio, la valutazione e la relazione annuale sull'efficacia dell'attuazione;
- b) i target finali e intermedi annuali stabiliti in relazione ai pertinenti obiettivi specifici utilizzando gli indicatori di risultato pertinenti;
- c) la raccolta, la conservazione e la trasmissione di dati;
- d) relazioni periodiche sull'efficacia dell'attuazione, il monitoraggio e le attività di valutazione;
- e) le valutazioni ex ante, intermedie ed ex post nonché tutte le altre attività di valutazione connesse al piano strategico della PAC.

## Articolo 140

*Valutazione dei piani strategici della PAC durante il periodo di attuazione e valutazione ex post*

Le valutazioni dei piani strategici della PAC sono svolte dagli Stati membri durante l'attuazione ed ex post per migliorare la qualità della progettazione e dell'attuazione dei piani. Gli Stati membri valutano l'efficacia, l'efficienza, la rilevanza, la coerenza, il valore aggiunto a livello di Unione e l'incidenza dei loro piani strategici della PAC rispetto al contributo che questi apportano al conseguimento degli obiettivi generali della PAC di cui all'articolo 5 e degli obiettivi specifici di cui all'articolo 6, paragrafi 1 e 2, che sono perseguiti dal piano strategico della PAC in questione. L'impatto complessivo del piano strategico della PAC è esaminato soltanto nel quadro della valutazione ex post.

2. Gli Stati membri affidano le valutazioni a esperti indipendenti dal punto di vista funzionale.
3. Gli Stati membri provvedono a che siano in atto procedure per la produzione e la raccolta dei dati necessari alle valutazioni.
4. Gli Stati membri redigono un piano di valutazione che fornisce indicazioni in merito alle attività di valutazione previste per il periodo di attuazione.
5. Gli Stati membri presentano il piano di valutazione al comitato di monitoraggio al più tardi entro un anno dall'adozione del piano strategico della PAC.





6. L'autorità di gestione è responsabile del completamento di una valutazione ex post globale del piano strategico della PAC entro il 31 dicembre 2031.

7. Gli Stati membri rendono pubbliche tutte le valutazioni.

## Regolamento (UE) 2022/129

### Articolo 5

#### *Emblema dell'Unione*

Nello svolgimento delle attività di visibilità, trasparenza e comunicazione di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115 gli Stati membri e l'autorità di gestione utilizzano l'emblema dell'Unione conformemente ai requisiti stabiliti nell'allegato II. L'autorità di gestione provvede inoltre affinché i beneficiari utilizzino di conseguenza l'emblema.

### Articolo 6

#### *Requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità*

Le modalità di applicazione dettagliate dei requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettere j) e k), del regolamento (UE) 2021/2115 sono stabilite nell'allegato III del presente regolamento.

## ALLEGATO II

### *Uso e caratteristiche tecniche dell'emblema dell'Unione («emblema»)*

1.

L'emblema figura in maniera prominente in tutti i materiali di comunicazione, come prodotti stampati o digitali, siti web e loro versione mobile, relativi all'attuazione di un'operazione e destinati al pubblico o ai partecipanti.

2.

La frase «Finanziato dall'Unione europea» o «Cofinanziato dall'Unione europea» è sempre scritta per esteso e posta accanto all'emblema.



3.

Per il testo che accompagna l'emblema va utilizzato uno dei seguenti caratteri: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana o Ubuntu. Non sono ammessi corsivo, sottolineature o effetti speciali.

4.

Il posizionamento del testo rispetto all'emblema non deve interferire in alcun modo con l'emblema.

5.

La dimensione dei caratteri deve essere proporzionata alla dimensione dell'emblema.

6.

Il colore dei caratteri è Reflex Blue, nero o bianco, secondo lo sfondo utilizzato.

7.

L'emblema non può essere modificato o fuso con altri elementi grafici o testi. Se oltre all'emblema figurano altri loghi, l'emblema deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri loghi. Non è ammesso l'uso di altre identità visive o altri loghi per evidenziare il sostegno dell'Unione, a parte l'emblema.

8.

Qualora nello stesso sito siano attuate varie operazioni, con il sostegno dello stesso o di diversi strumenti di finanziamento, o se sono previsti ulteriori finanziamenti per la stessa operazione in data successiva, si espone almeno una targa o un cartellone.

9.

Istruzioni grafiche per l'emblema e la definizione dei colori standard:

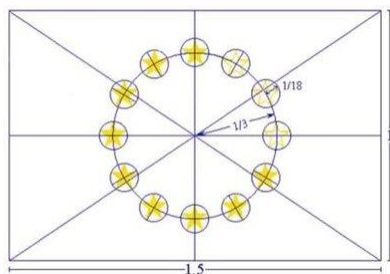
#### A) DESCRIZIONE SIMBOLICA

Sullo sfondo blu del cielo, una corona di dodici stelle dorate rappresenta l'unione dei popoli europei. Il numero delle stelle è invariabile in quanto 12 è simbolo di perfezione e unità.

#### B) DESCRIZIONE ARALDICA

Un cerchio composto da dodici stelle dorate a cinque punte, non contigue, in campo azzurro.

#### C) DESCRIZIONE GEOMETRICA



L'emblema è costituito da una bandiera blu di forma rettangolare, la cui base ha una lunghezza pari a una volta e mezza quella del ghindante. Dodici stelle dorate sono allineate a intervalli regolari lungo un cerchio ideale il cui centro è situato nel punto d'incontro delle diagonali del rettangolo. Il raggio del cerchio è pari a un terzo dell'altezza del ghindante. Ogni stella ha cinque punte iscritte nella circonferenza di un cerchio ideale, il cui raggio è pari a  $1/18$  dell'altezza del ghindante. Tutte le stelle sono disposte verticalmente, cioè con una punta rivolta verso l'alto e due punte appoggiate direttamente su una linea retta immaginaria perpendicolare all'asta. Nel cerchio le stelle sono disposte come le ore sul quadrante di un orologio. Il loro numero è invariabile.

#### D) COLORI REGOLAMENTARI

I colori dell'emblema sono: PANTONE REFLEX BLUE per l'area del rettangolo; PANTONE YELLOW per le stelle.

#### E) RIPRODUZIONE IN QUADRICROMIA

In caso di stampa in quadricromia i due colori standard saranno ottenuti per mezzo dei quattro colori della quadricromia.

Il PANTONE YELLOW si ottiene con il 100 % di «Process Yellow».

Il PANTONE REFLEX BLUE si ottiene mescolando il 100 % di «Process Cyan» e l'80 % di «Process Magenta».

#### INTERNET

Nella gamma web il PANTONE REFLEX BLUE corrisponde al colore RGB: 0/51/153 (esadecimale: 003399) e il PANTONE YELLOW corrisponde al colore RGB: 255/204/0 (esadecimale: FFCC00).

#### RIPRODUZIONE IN MONOCROMIA

Se si utilizza il nero, delimitare con un filetto nero l'area del rettangolo e inserire le stelle nere in campo bianco.



Se si utilizza il blu («Reflex Blue»), usarlo al 100 % e ricavare le stelle in negativo



(bianche).



#### RIPRODUZIONE SU SFONDI COLORATI

Nell'impossibilità di evitare uno sfondo colorato, incorniciare il rettangolo con un bordo bianco di spessore pari a 1/25 dell'altezza del rettangolo.



I principi relativi all'utilizzo dell'emblema da parte di terzi sono definiti nell'accordo amministrativo con il Consiglio d'Europa relativo all'utilizzo dell'emblema europeo da parte di terzi.

#### ALLEGATO III

Requisiti in materia di informazione, pubblicità e visibilità

##### 1. Azioni di comunicazione e visibilità dell'autorità di gestione

- 1.1. Ai fini dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione assicura che sia data pubblicità al piano strategico della PAC pianificando e svolgendo, per tutta la durata della preparazione e dell'attuazione di tale piano, le pertinenti azioni di comunicazione e visibilità volte a informare i gruppi destinatari di cui a tale lettera.
- 1.2. Ai fini dell'articolo 124, paragrafo 3, lettera f), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione mette a disposizione del comitato di monitoraggio le informazioni necessarie per permettergli di esaminare l'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità.
- 1.3. L'autorità di gestione garantisce che, entro sei mesi dall'adozione della decisione della Commissione che approva il piano strategico della PAC, sia attivo un sito web sul quale reperire informazioni sul piano strategico sotto la sua responsabilità, riguardanti gli obiettivi, le attività, le possibilità di finanziamento disponibili, nonché i risultati attesi e, non appena disponibili, quelli effettivi. Il sito si rivolge al pubblico e ai potenziali beneficiari di cui all'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), del regolamento (UE) 2021/2115.
- 1.4. L'autorità di gestione assicura la pubblicazione sul sito web di cui al punto 1.3 di un calendario degli inviti a presentare proposte che sono stati pianificati e delle scadenze per le domande, aggiornato almeno tre volte all'anno, con i dati indicativi



seguenti:

- a) area geografica interessata;
- b) interventi e obiettivi specifici interessati;
- c) tipologia di richiedenti ammissibili;
- d) importo totale del sostegno;
- e) data di inizio e di fine del periodo di presentazione delle domande.

1.5.A norma dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera k), punto i), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione assicura che i potenziali beneficiari abbiano accesso a tutte le informazioni necessarie sulle possibilità di finanziamento, comprese le condizioni di ammissibilità, i criteri di selezione e tutti i requisiti per i beneficiari selezionati per il finanziamento, nonché le loro responsabilità.

1.6.L'autorità di gestione assicura che i beneficiari selezionati per il finanziamento siano informati che il sostegno è cofinanziato dall'Unione.

1.7.L'autorità di gestione provvede affinché i materiali inerenti alla comunicazione e alla visibilità, anche a livello di beneficiari, siano, su richiesta, messi a disposizione delle istituzioni, degli organi o organismi dell'Unione, e che all'Unione sia concessa una licenza a titolo gratuito, non esclusiva e irrevocabile che le consenta di utilizzare tali materiali e tutti i diritti preesistenti che ne derivano, in conformità del secondo comma. Ciò non comporta costi aggiuntivi significativi o un onere amministrativo rilevante per i beneficiari o per l'autorità di gestione.

La licenza sui diritti di proprietà intellettuale di cui al primo comma conferisce all'Unione almeno i diritti seguenti:

- a) uso interno, ossia il diritto di riprodurre, copiare e mettere i materiali di comunicazione e visibilità a disposizione delle istituzioni e agenzie dell'Unione, delle autorità degli Stati membri e del relativo personale;
- b) riproduzione dei materiali di comunicazione e visibilità con qualsiasi mezzo e in qualsiasi forma, in toto o in parte;
- c) comunicazione al pubblico, con qualsiasi mezzo, dei materiali di comunicazione e visibilità;
- d) distribuzione al pubblico, in qualsiasi forma, dei materiali di comunicazione e visibilità (o loro copie);
- e) conservazione e archiviazione dei materiali di comunicazione e visibilità;
- f) sublicenza a terzi dei diritti sui materiali di comunicazione e visibilità.

2. Visibilità di determinate operazioni sostenute dal FEASR



Ai fini dell'articolo 123, paragrafo 2, lettera j), del regolamento (UE) 2021/2115 l'autorità di gestione garantisce che i beneficiari nell'ambito di interventi finanziati dal FEASR diversi da interventi connessi alla superficie e agli animali riconoscano il sostegno erogato dal piano strategico della PAC, nel modo seguente:

- a) fornendo sul sito web del beneficiario, ove tale sito esista, e sui siti di social media ufficiali una breve descrizione dell'operazione, in proporzione al livello del sostegno, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione;
- b) apponendo una dichiarazione che ponga in evidenza il sostegno dell'Unione in maniera visibile sui documenti e sui materiali di comunicazione riguardanti l'attuazione dell'operazione, destinati al pubblico o ai partecipanti, che presenti anche l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II;
- c) per le operazioni che consistono nel finanziamento di infrastrutture o per le operazioni di costruzione, per le quali la spesa pubblica totale o il costo totale nel caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, supera 500 000 EUR, esponendo targhe o cartelloni permanenti chiaramente visibili al pubblico, in cui compare l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II non appena inizia l'attuazione materiale delle operazioni o sono installate le attrezzature acquistate;
- d) per le operazioni che consistono in investimenti in beni materiali non rientranti nell'ambito della lettera c) per le quali il sostegno pubblico totale supera 50 000 EUR o, in caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, per le quali il costo totale supera 500 000 EUR, collocando una targa informativa o un display elettronico equivalente recante informazioni sul progetto, che metta in evidenza il sostegno finanziario dell'Unione e che presenti anche l'emblema dell'Unione conformemente alle caratteristiche tecniche di cui all'allegato II;
- e) per le operazioni che consistono nel sostegno a operazioni Leader, servizi di base e infrastrutture non rientranti nell'ambito delle lettere c) e d) per le quali il sostegno pubblico totale supera 10 000 EUR o, in caso di sostegno sotto forma di strumenti finanziari, compreso il finanziamento del capitale circolante, per le quali il costo totale supera 100 000 EUR, esponendo in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di misura non inferiore a un formato A3 o un display elettronico equivalente recante informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dall'Unione. Una targa informativa deve essere affissa anche presso le sedi dei gruppi di azione locale finanziati da Leader.

In deroga al primo comma, nei casi in cui il beneficiario sia una persona fisica l'autorità di gestione garantisce, nella misura del possibile, la disponibilità di informazioni adeguate, che mettano in evidenza il sostegno fornito dai fondi, in un luogo visibile al pubblico o mediante un display elettronico.



Il primo comma, lettere a) e b), si applica *mutatis mutandis* agli organismi che attuano strumenti finanziari finanziati dal FEASR.

Il primo comma, lettere c), d) ed e), si applica ai destinatari finali degli strumenti finanziari mediante le clausole contrattuali stabilite nell'accordo di finanziamento di cui all'articolo 59, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio