

# Programma di Sviluppo Rurale Sardegna

## 2014-2020

### PIANO PLURIENNALE DI COMUNICAZIONE

#### STRATEGIA DI INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ

Articolo 13 Regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014



UNIONE EUROPEA

Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE



UNIONE EUROPEA

Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'AGRICULTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

## INDICE

Premessa.....	1
1. Esperienze e risultati del precedente periodo di programmazione .....	2
2. La Strategia d'informazione e pubblicità.....	3
2.1 Finalità e caratteristiche.....	3
2.2 Obiettivi.....	3
2.3 Destinatari .....	4
3. Caratteristiche e descrizione delle azioni informative e pubblicitarie .....	5
4. Strumenti di attuazione e budget.....	8
4.1 Azioni di comunicazione e relativi strumenti di attuazione .....	8
4.2 Budget .....	10
5. Organizzazione e governance.....	11
5.1 Struttura responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione .....	11
5.2 Coordinamento nel quadro della Programmazione unitaria 2014-2020 .....	11
5.3 Ruolo svolto dalla Rete Rurale Nazionale .....	11
6. Valutazione della strategia e delle azioni informative e pubblicitarie .....	13
7. Piano annuale di attività .....	16
Documentazione di riferimento.....	17
Lista degli acronimi .....	18

## PREMESSA

La strategia di informazione e pubblicità del PSR 2014-2020 della Sardegna è finalizzata a informare e sensibilizzare beneficiari e cittadini sul programma e il ruolo svolto dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR).

Le attività di comunicazione devono necessariamente consentire di ridurre la distanza tra le istituzioni e i portatori di interessi, i beneficiari e i cittadini, costruendo un dialogo continuo per diffondere informazioni in merito alle opportunità di finanziamento, per pubblicizzare il ruolo dell'Unione europea nello sviluppo rurale e per sensibilizzare i cittadini sui vantaggi derivanti dall'attuazione delle misure e sulle grandi sfide oggetto del PSR, quali ad esempio la qualità e sicurezza degli alimenti, la tutela del territorio e del paesaggio, la salvaguardia dei valori sociali, ambientali e culturali espressi dalle comunità rurali.

L'impegno che la Regione intende rinnovare e rafforzare è quindi quello di coinvolgere i diversi segmenti della popolazione e delle istituzioni, promuovendo interesse verso l'azione del PSR nel quadro delle politiche di sostegno all'agricoltura e allo sviluppo rurale, in piena coerenza con l'importanza strategica che l'Unione europea e la Regione assegnano alla comunicazione e all'informazione per la buona riuscita degli interventi programmati con gli strumenti del ciclo unico di programmazione 2014-2020 e di conseguenza con il PSR.

La definizione della strategia di comunicazione deve necessariamente conseguire dagli schemi specifici stabiliti dal Regolamento (UE) n. 1303/2013 e dal Regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 (Articolo 13 Informazione e pubblicità) recante modalità di applicazione del Regolamento (UE) n. 1305/2013, trovando opportune sinergie con gli strumenti della Rete Rurale Nazionale.

In linea generale, partendo dall'esperienza della passata programmazione, la strategia delineata prevede di rafforzare gli strumenti dei media tradizionali attraverso i canali ICT, sfruttando al meglio le potenzialità offerte dai social network e in generale dalle tecnologie web e dalla telefonia mobile. In parallelo va perseguito l'utilizzo degli strumenti di informazione e animazione territoriale attraverso il coinvolgimento della rete degli URP e degli sportelli informativi sul territorio a vario titolo attivati presso punti fissi già esistenti nel contesto regionale, in grado di assicurare una diffusione capillare e diretta delle opportunità offerte dal PSR.

Le strategie di comunicazione verranno attuate in maniera sinergica con gli altri fondi SIE, per garantire una informazione coordinata ed efficace.

Il presente documento riporta la strategia di informazione e pubblicità, gli obiettivi, i target, le azioni e gli strumenti attuativi che accompagneranno l'intero ciclo di programmazione e che garantiranno, da un lato, visibilità, trasparenza e partecipazione dei beneficiari potenziali ed effettivi e, dall'altro, contribuiranno a sensibilizzare la popolazione e i portatori di interessi diffusi a creare consapevolezza sul valore aggiunto del PSR per la comunità locale e sul ruolo dell'UE e della Regione nelle politiche agricole e di sviluppo rurale.

Il coordinamento del Piano di comunicazione è in capo all'Assessorato dell'Agricoltura e Riforma Agro Pastorale, che provvederà alla produzione, gestione e diffusione capillare di contenuti e strumenti di informazione e che inoltre, attraverso la strategia delineata, provvederà ad assicurare l'omogeneità degli interventi sull'intero territorio, un efficace coordinamento tra i soggetti coinvolti, in sinergia con le attività di comunicazione dei diversi programmi di cui alla Programmazione unitaria 2014-2020 e con la comunicazione istituzionale, per rafforzare la conoscenza delle politiche regionali e garantire una comunicazione integrata.

## 1. ESPERIENZE E RISULTATI DEL PRECEDENTE PERIODO DI PROGRAMMAZIONE

Il Piano pluriennale di Comunicazione del PSR 2007-2013 è stato elaborato dall'Assessorato dell'Agricoltura e Riforma Agro Pastorale e approvato con DGR n. 66/16 del 27.11.2008. Il Piano, che non ha subito modifiche durante l'intero settennio, è stato articolato per gruppi di destinatari, rispetto ai quali è stata differenziata l'azione informativa, gli strumenti e la tempistica..

Fin dall'avvio del PSR, l'Autorità di Gestione ha provveduto affinché i potenziali beneficiari fossero tempestivamente informati, coinvolgendo nell'attività di comunicazione sia il personale regionale, sia i partner istituzionali. La comunicazione effettuata ha riguardato anche i beneficiari effettivi, gli stakeholder e il grande pubblico, con una particolare attenzione ai giovani che sono stati informati sulle potenzialità dello sviluppo rurale con l'utilizzo di social network e iniziative che hanno ampiamente coinvolto il mondo della scuola (*Rural4Kids* e *Rural, I Like!: Immagina la tua Sardegna*). Gli strumenti utilizzati, differenziati rispetto al target e all'obiettivo, hanno compreso sia strumenti on-line, veicolati dall'uso del web, che off-line, incentrati sull'advertising tradizionale, che comprende le campagne di comunicazione sui media (stampa, radio, ecc.), le affissioni statiche e dinamiche, nonché la produzione di materiali informativi a stampa e audiovisivi, le pubblicazioni e i materiali info-promozionali.

Nel rispetto della normativa comunitaria in materia di loghi e caratteristiche tecniche degli interventi informativi e pubblicitari e di documenti relativi alle operazioni finanziate, sono stati predisposti gli strumenti per assicurare la riconoscibilità degli interventi finanziati dal PSR. Dal dicembre 2009, la sistematizzazione del sito web dedicato ha consentito di raccogliere tutte le informazioni relative al PSR. Sempre on line è stato garantito un servizio di help-desk gestito dall'URP regionale, per l'erogazione di informazioni in merito ai contenuti, alle opportunità e alle finalità del PSR. Il sito web tematico dedicato al PSR, progressivamente implementato e arricchito di informazioni, si è confermato quale canale privilegiato per accedere alle notizie sulle opportunità offerte dal PSR. I dati relativi all'utilizzo dello strumento nell'anno 2015 evidenziano, infatti, rispetto all'anno precedente un aumento dell'utenza del 58%<sup>1</sup>.

L'opinione pubblica è stata informata anche attraverso i canali della comunicazione tradizionale. La campagna di comunicazione integrata realizzata dal 2011 al 2015 ha utilizzato i media (stampa, radio, ecc.), materiali informativi a stampa e audiovisivi e materiali info-promozionali. A partire dal 2012 sono state sviluppate iniziative di comunicazione attraverso pubblicazioni e video, tra cui si ricorda per l'originalità dei contenuti e l'approccio non tradizionale alle tematiche dello sviluppo rurale la pubblicazione sulle *buone pratiche* del PSR 2007-2013 (Appunti di viaggio tra esperienze e successi delle aziende agricole sarde) e la serie web *Lost in Sardinia* (25 episodi che raccontano storie rurali). Tali iniziative sono in linea con la raccomandazione della Valutazione<sup>2</sup> di puntare l'attenzione sulla diffusione dei risultati e la valorizzazione di esperienze esemplari. Nel 2013 è stato realizzato il progetto *RuralBus* che ha avuto come destinatari il grande pubblico e i beneficiari del PSR. Il progetto ha raggiunto 100 Comuni della Sardegna, per informare i cittadini sugli interventi finanziati, le buone pratiche realizzate e le opportunità per la collettività derivanti dal PSR 2007-2013.

Inoltre, sono stati realizzati diversi incontri informativi con la partecipazione di istituzioni pubbliche, università e centri di ricerca, mondo imprenditoriale e associazioni del settore agricolo, associazioni di filiera/consorzi di

<sup>1</sup> Cfr "Valutazione in itinere, intermedia ed ex-post del Programma di sviluppo rurale 2007/2013 della Regione Sardegna. Strategia ed attuazione del Piano di comunicazione del PSR Sardegna 2007-2013 (v.01)". Cagliari, settembre 2015

<sup>2</sup> La "Valutazione" è un processo che osserva l'attuazione del Programma, i suoi risultati e gli impatti ottenuti. Essa viene effettuata per migliorare la qualità della progettazione e dell'esecuzione dei programmi e per valutarne l'efficacia, l'efficienza e l'impatto.

tutela, ecc. L'attività seminariale si è concentrata nel 2013 coinvolgendo un target qualificato di addetti ai lavori, finalizzata ad esaminare modalità attuative, criticità e risultati della programmazione 2007-2013, anche nell'ottica di contribuire alla costruzione del PSR 2014-2020.

Il giudizio complessivo sull'efficacia del Piano di comunicazione è stato positivo, come si evince dalla Relazione tematica del Valutatore con riferimento al numero di cittadini raggiunti, ai prodotti informativi e pubblicitari realizzati, agli accessi ai siti web tematici e ai social network utilizzati per far conoscere il PSR e i vantaggi e le opportunità da esso offerte.

## 2. LA STRATEGIA D'INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ

### 2.1 Finalità e caratteristiche

La Strategia di informazione e pubblicità del PSR 2014-2020 si propone di trasmettere gli ideali, i valori e gli obiettivi di lungo periodo che ispirano il programma e la logica di azione del FEASR, di rafforzare la consapevolezza sul ruolo produttivo, sociale e ambientale svolto dagli agricoltori, anche grazie all'ausilio delle misure del PSR. Per raggiungere tali finalità, le azioni del Piano di comunicazione sono delineate assumendo i seguenti elementi come caratterizzanti la strategia:

- **integrata e sinergica**, in quanto prevede l'integrazione con il partenariato istituzionale ed economico-sociale (anche nell'ambito del Comitato di Sorveglianza) e la sinergia con le attività di comunicazione istituzionale e degli altri Fondi SIE nel quadro della Programmazione unitaria 2014-2020 per evitare sovrapposizioni e discrasie;
- **differenziata** in termini di contenuti e linguaggi utilizzati per gruppi target (beneficiari potenziali ed effettivi, stakeholder, grande pubblico);
- **mirata** in termini di azioni e strumenti utilizzati in funzione delle fasi di attuazione del PSR e dei gruppi target;
- **inclusiva** essendo rivolta a tutta la popolazione, con un linguaggio chiaro e comprensibile, accessibile e diffusa in tutto il territorio regionale;
- **partecipata** garantendo modalità dirette e agevoli di comunicazione con gli uffici e tra gli uffici e prevedendo la creazione e strutturazione della rete interistituzionale dei principali attori coinvolti nel PSR (GAL, Associazioni di categoria, Ordini professionali, ecc.) come moltiplicatori dell'informazione e per rilevare le esigenze, l'efficacia e gli effetti delle azioni d'informazione sui destinatari.

### 2.2 Obiettivi

#### Obiettivi generali:

- fornire un'informazione sul PSR chiara, completa, tempestiva, visibile, trasparente e accessibile;
- garantire un'adeguata pubblicità al PSR, informare e sensibilizzare i beneficiari e i cittadini sul ruolo svolto dai fondi europei per l'agricoltura e lo sviluppo rurale;
- informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento;
- pubblicizzare presso i cittadini il ruolo dell'Unione europea e della Regione nello sviluppo rurale e su quanto realizzato grazie al PSR, evidenziando i risultati e l'impatto degli interventi;
- assicurare l'omogeneità dei messaggi informativi sull'intero territorio e un efficace coordinamento tra

i soggetti coinvolti, in sinergia con le attività di comunicazione istituzionale e dei diversi programmi di cui alla Programmazione unitaria 2014-2020.

### Obiettivi specifici:

- fornire informazioni relative al PSR e sulle modalità di accesso ai finanziamenti, comprese informazioni sulle tempistiche di attuazione e su qualsiasi processo di consultazione pubblica collegato;
- realizzare azioni rivolte ai beneficiari potenziali/effettivi orientate a garantire l'informazione relativamente a:
  - a. le opportunità e gli ambiti di finanziamento del PSR;
  - b. l'importanza di una partecipazione attiva della collettività (*governance*) nella fase di proposta, condivisione, attuazione e valutazione delle strategie di sviluppo locale di tipo partecipativo (CLLD/LEADER);
  - c. i requisiti e le modalità di adesione alle misure previste;
  - d. le procedure e le rispettive scadenze;
  - e. l'avanzamento fisico e finanziario del PSR e i risultati conseguiti;
  - f. l'avanzamento delle procedure istruttorie e di pagamento;
  - g. i contatti per ricevere le informazioni relative al PSR.
- realizzare azioni rivolte al grande pubblico dedicate a informare e sensibilizzare i cittadini sui vantaggi derivanti dall'attuazione delle misure e sulle grandi sfide del PSR, quali ad esempio la qualità e sicurezza degli alimenti, la tutela del territorio e del paesaggio, la salvaguardia dei valori sociali, ambientali e culturali espressi dalle comunità rurali, prestando a tal fine una particolare attenzione al coinvolgimento attivo del mondo scolastico e dell'associazionismo culturale e ambientale.

### 2.3 Destinatari

La strategia di comunicazione prevede il coinvolgimento costante e diretto del territorio e dei portatori di interesse, mediante iniziative diffuse localmente e supportate dalla pluralità degli strumenti di informazione con lo scopo di raggiungere con immediatezza e semplicità il più ampio numero di destinatari, classificati nelle seguenti categorie:

#### **Grande Pubblico<sup>3i</sup>**

cittadini e popolazione dell'intero territorio regionale (considerando anche gli emigrati sardi nel mondo). La categoria individua l'opinione pubblica, segmentata sulla base delle specificità emerse nell'analisi di contesto (popolazione scolastica, giovani, comunità rurali, ecc.) nei confronti del quale operare azioni d'informazione e sensibilizzazione sul PSR e i risultati raggiunti;

---

<sup>3</sup> Il grande pubblico, e cioè l'intera popolazione della Sardegna, costituisce un target di grande importanza in quanto il Programma prevede numerosi interventi che vanno a beneficio della collettività.

**Beneficiari potenziali<sup>4</sup>**

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

**Beneficiari effettivi**

sono coloro che usufruiscono dei finanziamenti previsti dal PSR;

**Partenariati delle comunità locali delle aree interessate all'attuazione del CLLD/LEADER<sup>5</sup>:** sono aggregazioni pubblico-private (a maggioranza privata) volte alla implementazione di strategie di sviluppo locale di tipo partecipativo e rappresentano le popolazioni rurali e gli operatori economici presenti nel territorio.

**Moltiplicatori di informazione<sup>6</sup>**

tra cui il partenariato, gli organi di informazione<sup>7</sup> nazionale e locale, i media, le agenzie di informazione, le istituzioni accademiche e la rete degli sportelli informativi territoriali, degli URP istituzionali, gli organismi pubblici, ecc. (CAA, Sportelli Europa, ecc.).

**3. CARATTERISTICHE E DESCRIZIONE DELLE AZIONI INFORMATIVE E PUBBLICITARIE**

Per consentire l'allargamento della portata dell'azione di comunicazione dei contenuti del PSR, sarà opportuno prevedere la realizzazione di materiali divulgativi **differenziati per target** di riferimento, distribuiti attraverso diversi canali e **sinergici** con le altre iniziative di comunicazione ordinaria istituzionale a garanzia di una distribuzione capillare delle informazioni del PSR.

Le attività di comunicazione devono assumere una duplice valenza, sia di **funzione pubblicitaria** che di **strumento informativo**, utilizzando, canali, contenuti differenziati e strumenti che favoriscano l'accesso alle informazioni anche dei soggetti svantaggiati, in condizioni di disabilità fisica/sensoriale. In particolare è necessario sviluppare la **funzione pubblicitaria** diffondendo i contenuti del PSR, per accrescerne in un arco di tempo limitato la notorietà e per favorire la progressiva conoscenza del PSR e dei suoi valori diretti e indiretti; dall'altro lato è importante mettere a disposizione degli utenti **strumenti informativi** che permettano una migliore conoscenza e un maggiore approfondimento dei temi, con la prospettiva di facilitare l'accesso alle opportunità del PSR.

<sup>4</sup> Sono beneficiari potenziali:

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

<sup>5</sup> L'area eleggibile LEADER comprende 292 comuni in condizione di spopolamento demografico in cui risiede una popolazione di 591.050 abitanti.

<sup>6</sup> Un gruppo professionale, potenziatore dell'informazione, comprendente i media, le agenzie di informazione, le istituzioni accademiche e della ricerca, le Camere di Commercio, le associazioni di categoria orizzontali e verticali e sindacati, le organizzazioni non governative e no profit, il volontariato e il terzo settore, gli organismi che promuovono le pari opportunità, le reti di informazione europee, gli sportelli informativi delle strutture territoriali.

<sup>7</sup> Vi rientrano i mass media regionali e nazionali (televisioni, quotidiani, periodici, periodici web, agenzie di stampa - comprendendo il livello locale).



Gli strumenti e i contenuti informativi e pubblicitari saranno veicolati attraverso diversi canali di comunicazione, costruiti per consentire l'interazione degli utenti e permettere di misurare quali - quantitativamente il grado di soddisfazione dell'utenza (*Customer Satisfaction*). In particolare si utilizzeranno strumenti tradizionali e strumenti di comunicazione non convenzionale al fine di raggiungere in maniera più ampia i target di riferimento.

Si dovranno progettare strumenti nei quali sia possibile l'interazione con l'utenza, che prevedano l'acquisizione di dati di ritorno da parte dei destinatari. Gli strumenti messi in campo dovranno avere sia una funzione di diffusione delle informazioni in ambito regionale che in alcuni casi specifici legati alle buone prassi adottate, anche in ambito nazionale e comunitario.

Inoltre, è necessario predisporre un'azione di comunicazione specifica per il CLLD/LEADER per migliorare l'informazione e la comunicazione sulla politica di sviluppo locale partecipativo, la condivisione delle conoscenze e la capacità di programmazione delle comunità locali. Tale azione si attuerà attraverso il coinvolgimento dei Gruppi di Azione Locale, in sinergia con gli altri fondi SIE.

Al fine di consentire una capillare diffusione delle informazioni sul PSR sarà necessario disporre dei contatti (mail e telefonici) delle diverse categorie di destinatari, riorganizzando in **appositi database i contatti** noti a seguito delle azioni poste in campo con il PSR 2007-2013, aggiornabili con un sistema di registrazione on-line da parte delle diverse categorie e aggiornati in occasione di nuovi eventi con la registrazione dei partecipanti. L'Assessorato dovrà **provvedere a gestire le banche dati dei destinatari**, raggiungendo una certa autonomia nella disponibilità di contatti aggiornati e implementabili attraverso una banca dati funzionale ad attivare azioni informative mirate, direttamente gestibile in autonomia, prevedendo la classificazione per ambito territoriale e per target di interesse. Tale aspetto presuppone una raccolta ed elaborazione dei dati attraverso sistemi avanzati, prevedendo la sistematizzazione dei dati già acquisiti attraverso:

- i data base dei beneficiari del PSR 2007-2013;
- gli incontri territoriali di presentazione del PSR 2014-2020 avviati di recente;
- gli indirizzi creati in occasione dei diversi progetti attivati dall'Assessorato all'Agricoltura e dalle sue Agenzie;
- l'indirizzario dei contatti generati in occasione della partecipazione della Sardegna all'Expo 2015.

Le azioni dirette al grande pubblico saranno finalizzate a presentare i contenuti del PSR e i suoi risultati:

- fornendo informazioni e documenti sullo stato di attuazione del PSR, sui lavori del Comitato di Sorveglianza e sulle risultanze della Valutazione in itinere ed ex post, sul contenuto degli interventi e su esempi di progetti che hanno costituito *best practice*;
- sviluppando e realizzando approfondimenti su tematiche che necessitano di un'azione di informazione e sensibilizzazione sull'intero territorio regionale o su segmenti di popolazione (es. giovani e scuole).

Le azioni dirette ai potenziali beneficiari avranno il fine di far conoscere:

- le finalità specifiche e le possibilità di finanziamento offerte dalle varie misure del PSR;
- le procedure amministrative, le condizioni di ammissibilità al finanziamento e i criteri di selezione dei beneficiari e delle domande di finanziamento;
- la tempistica dei bandi/avvisi pubblici e le rispettive scadenze;





UNIONE EUROPEA

Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'AGRICULTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

- l'indicazione delle strutture e delle persone di riferimento che possono fornire informazioni sul PSR.

Le azioni dirette ai beneficiari saranno finalizzate a garantire il rispetto degli impegni derivanti dalla concessione del finanziamento e altresì degli obblighi in materia di pubblicizzazione dell'intervento del FEASR, attraverso l'utilizzo di loghi e altro materiale informativo utilizzabile dai beneficiari anche mediante la predisposizione di modelli in formato elettronico.

Per la riconoscibilità delle azioni attivate dal PSR Sardegna 2014-2020 sarà adottata una immagine grafica coordinata delle attività e delle iniziative collegate. In tal senso le azioni di comunicazione e tutto il materiale prodotto, saranno caratterizzati da un logo e da uno slogan che rappresenteranno l'idea di ruralità della Regione Sardegna.



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTONOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

#### 4. STRUMENTI DI ATTUAZIONE E BUDGET

##### 4.1 Azioni di comunicazione e relativi strumenti di attuazione

Nel seguente riquadro sono descritte le azioni e individuati i relativi strumenti di comunicazione.

Azioni di comunicazione	Descrizione	Strumenti
<b>Informazione e comunicazione sul web</b>	<p>Promozione del PSR presso il grande pubblico.</p> <p>Informazione sull'attuazione degli interventi, sulle attività del Comitato di Sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR.</p> <p>Informazione sui contenuti, le opportunità e le modalità di attuazione delle singole misure del PSR.</p> <p>Informazione sui beneficiari degli interventi.</p>	<p>Sito istituzionale della Regione: <a href="http://www.regione.sardegna.it">www.regione.sardegna.it</a></p> <p>Sito dedicato all'agricoltura e allo sviluppo rurale: <a href="http://www.sardegnaagricoltura.it">www.sardegnaagricoltura.it</a></p> <p>Sito dedicato al PSR Sardegna: <a href="http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/2014-2020/psr-2014-2020">http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/2014-2020/psr-2014-2020</a></p> <p>(il sito contiene i vari accessi ai social network)</p> <p>Sito istituzionale dedicato alla programmazione unitaria: <a href="http://www.sardegnaprogrammazione.it">www.sardegnaprogrammazione.it</a></p> <p>Posta elettronica dedicata</p> <p>Newsletter web periodica</p> <p>Pagina Facebook su agricoltura e sviluppo rurale. Su due canali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- informativo generale sul PSR e sui temi dell'agricoltura in Sardegna;</li> <li>- con analisi in tempo reale delle esperienze dei beneficiari del PSR (consente di acquisire i feedback da parte dei beneficiari in seguito alla partecipazione alle misure del PSR)</li> </ul> <p>Instagram (attraverso contenuti di immagini, infografiche videografiche)</p> <p>FAQ</p> <p>Rete intranet</p> <p>Banca dati beneficiari</p>
<b>Relazioni con i media</b>	<p>Diffusione di informazioni presso i potenziali beneficiari relativamente alle azioni specifiche del PSR.</p> <p>Sensibilizzazione dell'opinione pubblica sulla rilevanza strategica del PSR per lo sviluppo socio-economico della Sardegna.</p> <p>Informazione sullo stato di attuazione degli interventi, sulle attività del Comitato di sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR.</p>	<p>Note e comunicati stampa</p> <p>Annunci pubblicitari</p> <p>Spot radiofonici e televisivi</p> <p>Acquisto spazi su programmi radiofonici e televisivi</p> <p>Inseri sui giornali più diffusi</p> <p>Press tour/workshop</p> <p>Realizzare almeno una trasmissione televisiva e radiofonica anche sulla rete delle tv e delle radio locali</p>



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTONOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

Azioni di comunicazione	Descrizione	Strumenti
<b>Produzione di materiale a stampa e audiovisivi</b>	<p>Promozione del PSR presso il grande pubblico</p> <p>Sensibilizzazione dell'opinione pubblica sulla rilevanza strategica del PSR per lo sviluppo socio-economico della Sardegna</p>	<p><b>Pubblicazioni:</b></p> <p>Realizzare opuscoli informativi generali e tematici (gli opuscoli generali devono rappresentare sinteticamente il PSR, quelli tematici definiscono dei focus su particolari argomenti e sulle filiere agricole della Sardegna), da diffondere sui principali quotidiani regionali, programmando delle uscite periodiche.</p> <p>Rural News su web (periodico web di informazione sulle tematiche e sulle opportunità del sistema rurale della Sardegna) può essere collegato alla pagina facebook consentendo l'invio di newsletter dedicate e personalizzate.</p> <p>Speciale su rivista per emigrati sardi nel mondo (consente di raggiungere le famiglie dei sardi nel mondo divulgando le opportunità per un ritorno nell'isola e investire in agricoltura, ecc.)</p> <p>Dossier informativi</p> <p>Supporti audiovisivi e dimostrativi</p> <p>Manifesti e locandine</p>
<b>Iniziative di comunicazione diretta</b>	<p>Informazione mirata sui contenuti, le opportunità e le modalità di attuazione delle singole misure del PSR</p> <p>Informazione mirata a soddisfare esigenze informative specialistiche e/o di assistenza tecnica</p>	<p>URP digitale (con FAQ pre - elaborate)</p> <p>Workshop/seminari su temi specifici</p> <p>Sportelli informativi sul territorio</p> <p>Trasmissioni televisive/radiofoniche</p> <p>Mailing list mirata</p>
<b>Campagne informative ed eventi</b>	<p>Promozione presso il grande pubblico e le aree sociali sensibili a temi specifici, come i giovani, le donne, gli operatori sociali.</p> <p>Promozione di una maggiore conoscenza dell'Unione europea e del ruolo strategico che essa svolge per lo sviluppo della Sardegna attraverso l'erogazione dei fondi strutturali previsti dal PSR.</p> <p>Informazione sullo stato di attuazione degli interventi, sulle attività del Comitato di sorveglianza e sui risultati conseguiti attraverso il PSR.</p> <p>Animazione territoriale.</p>	<p>Acquisto di spazi nei quotidiani e nei giornali di settore</p> <p>Seminari</p> <p>Convegni</p> <p>Partecipazione eventi pubblici</p> <p>Workshop di interesse regionale</p> <p>Locale (in collegamento al forum annuale sull'internazionalizzazione, ecc.)</p> <p>Trasmissioni televisive/radiofoniche</p>



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

Azioni di comunicazione	Descrizione	Strumenti
<b>CLLD/Leader</b>	<p>Informazione e animazione territoriale, per approfondire specifici temi, favorire lo scambio di esperienze, l'integrazione con altri programmi e una maggiore partecipazione dei cittadini, consentendo alle comunità locali di svolgere anche un ruolo di sorveglianza delle strategie di sviluppo locale di tipo partecipativo.</p> <p>Garantire la diffusione delle informazioni attraverso la predisposizione di un format di sito web che ogni GAL deve adottare.</p>	<p>Convegni Seminari Workshop Acquisto di spazi nei quotidiani e nei giornali di settore Trasmissioni televisive e radiofoniche Forum di discussione on line</p>
<b>New Media</b>	<p>Informazione veicolata attraverso le nuove tecnologie e nuovi canali di comunicazione per raggiungere i giovani attraverso un linguaggio semplice e chiaro e metodologie maggiormente fruibili.</p>	<p>Social network Mobile / SMS Web TV, Streaming Video Tutorial su bandi e misure</p>
<b>Rete degli informatori PSR</b>	<p>Informazione capillare, grazie alla presenza sul territorio della rete di informatori. Questa rappresenta il punto di contatto diretto con i diversi target di riferimento.</p>	<p>Rafforzamento della presenza sul territorio e costituzione rete di informatori PSR (URP, SUT, Associazioni di categoria, GAL, Comuni, sportelli Europa, Info point)</p>

## 4.2 Budget

Per il Piano di comunicazione, le risorse pubbliche previste nella sezione 15.3 del PSR 2014-2020 della Sardegna ammontano per l'intero periodo a € 2.000.000, circa il 20% del budget previsto per la Misura 20.

## 5. ORGANIZZAZIONE E GOVERNANCE

### 5.1 Struttura responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione

L'Autorità di gestione è responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione e, ai sensi dell'art. 66 del Regolamento 1305/2013, paragrafo 1, lettera i), provvede:

- i) *a dare pubblicità al programma, tra l'altro attraverso la rete rurale nazionale, informando i potenziali beneficiari, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative circa le possibilità offerte dal programma e le condizioni per poter accedere ai finanziamenti, nonché informando i beneficiari dei contributi dell'Unione e il pubblico in generale sul ruolo svolto dall'Unione nell'attuazione del programma.*

La funzione di Autorità di gestione del Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 della Sardegna è attribuita al Direttore Generale dell'Agricoltura e Riforma Agro Pastorale.

Indirizzo: via Pessagno, n. 4 – 09126 Cagliari

Posta elettronica: [agricoltura@regione.sardegna.it](mailto:agricoltura@regione.sardegna.it)

Il Servizio Programmazione e governance dello sviluppo rurale è stato individuato quale responsabile dell'attuazione del Piano di comunicazione; all'interno del Servizio, i compiti relativi al Piano di comunicazione e alle attività di informazione e pubblicità del PSR sono affidati al Settore Governance dello sviluppo rurale.

Al fine di una più ampia e capillare diffusione al Piano di comunicazione, è prevista la costituzione di una Rete interistituzionale costituita dalle Agenzie regionali operanti nel settore agricolo (ARGEA Sardegna, LAORE Sardegna e AGRIS Sardegna), i GAL, le Associazioni di categoria, gli Ordini professionali, ecc. con la funzione di moltiplicatori di informazione.

Il Comitato di Sorveglianza è informato annualmente sull'attuazione del Piano di comunicazione e sulle misure adottate per dare adeguata pubblicità al programma.

### 5.2 Coordinamento nel quadro della Programmazione unitaria 2014-2020

L'attività di coordinamento è garantita dalla Unità di progetto di coordinamento tecnico, istituita presso l'Assessorato della Programmazione, Bilancio, Credito e Assetto del Territorio, coordinata dal Direttore Generale del Centro Regionale di Programmazione a cui partecipano le Autorità di Gestione dei fondi FESR, FSE e FEASR.

Tale Unità – secondo quanto previsto dalla DGR 9/16 del 10.03.2015 (Indirizzi per la realizzazione del modello di Governance per la Programmazione unitaria 2014-2020) – garantendo insieme alla Cabina di regia il coordinamento politico e tecnico della Programmazione unitaria, coordina le attività di comunicazione dei diversi programmi per evitare sovrapposizioni o discrasie comunicative delle attività di comunicazione.

### 5.3 Ruolo svolto dalla Rete Rurale Nazionale

In continuità con la precedente programmazione, per rafforzare la qualità ed efficacia della strategia di comunicazione regionale e garantire la diffusione a livello nazionale e nell'Unione europea delle attività

realizzate in Sardegna, saranno organizzate specifiche iniziative attuate in collaborazione con la Rete Rurale Nazionale.

Il ruolo svolto dalla Rete Rurale Nazionale nelle attività di informazione e comunicazione sarà infatti, attuato in maniera sinergica rispetto a quello svolto dalla Regione, al fine di dare maggiore diffusione alle iniziative attuate o per realizzare progetti di respiro nazionale in chiave territoriale.

In particolare, verrà garantita visibilità e trasparenza alle azioni realizzate nell'ambito del PSR Sardegna attraverso la pubblicazione nel sito della RRN di notizie e bandi. Questi ultimi verranno catalogati e archiviati in un'apposita banca dati che ne consentirà una maggiore facilità di fruizione dei dati.

L'informazione e il trasferimento delle iniziative e delle buone pratiche regionali (sia di carattere procedurale/amministrativo che di carattere attuativo) troveranno spazio in strumenti informativi della RRN (ad es. RRN Magazine, la Rivista della Rete rurale nazionale). Tali canali consentiranno di approfondire i temi sviluppati in ambito regionale in chiave tecnico-scientifica e di divulgarli.

Anche le buone pratiche aziendali avranno la possibilità di avere una particolare diffusione grazie all'implementazione di progetti di raccolta di esperienze, in particolar modo legate alla governance, alle reti territoriali e tra attori, ai processi di innovazione e alla sostenibilità.

Le attività sono oggetto di una pianificazione coordinata e di costante monitoraggio atto a evitare il verificarsi di sovrapposizioni.

La Rete Rurale Nazionale svolge attività di supporto al PSR su problematiche di interesse nazionale attraverso azioni di sistema finalizzate a favorire la governance, la progettualità e lo scambio di buone prassi.

Il collegamento tra il livello nazionale (RRN) e regionale (PSR) è agevolato per il tramite della Postazione Regionale.



## 6. VALUTAZIONE DELLA STRATEGIA E DELLE AZIONI INFORMATIVE E PUBBLICITARIE

In linea con quanto previsto dal dettato regolamentare le attività di comunicazione saranno oggetto di valutazione<sup>8</sup>. La Valutazione della strategia e dei risultati delle azioni informative e pubblicitarie del PSR, sarà affidata a un **Valutatore Indipendente**.

Tale assegnazione di incarico potrà anche rientrare nell'ambito del più generale affidamento del Servizio di Valutazione in itinere ed ex-post del PSR 2014-2020 nel suo complesso.

Al fine di consentire un'adeguata valutazione delle azioni di comunicazione il Valutatore contribuirà a individuare **un sistema di indicatori, in particolare di risultato, la cui valorizzazione consentirà di verificare l'efficacia delle azioni/strumenti implementati a conseguire gli obiettivi assunti e contribuire alla strategia regionale**.

Gli indicatori di realizzazione riguarderanno essenzialmente gli output fisici delle attività di comunicazione.

La rilevazione degli indicatori di realizzazione segue l'attuazione del Piano di Comunicazione nell'ottica di dimensionare la portata degli interventi di comunicazione effettuati e fornire dati relativamente alla copertura e alla penetrazione delle singole azioni di comunicazione realizzate.

Si valuteranno quindi gli strumenti impiegati, (n. seminari, convegni, workshop, documenti, pubblicati sui siti Internet, newsletter, pubblicazioni, schede tecniche, brochure, ecc.) e attraverso il conteggio del numero di contatti – ovvero di persone raggiunte attraverso le iniziative di comunicazione – sarà possibile rilevare la copertura e la penetrazione delle attività di comunicazione realizzate.

La tabella seguente fornisce un elenco orientativo di indicatori di realizzazione applicabili al Piano di Comunicazione del PSR 2014-2020 della Sardegna.

Strumenti	Indicatori
Sito istituzionale della Regione: <a href="http://www.regione.sardegna.it">www.regione.sardegna.it</a> Sito dedicato all'agricoltura e allo sviluppo rurale: <a href="http://www.sardegnaagricoltura.it">www.sardegnaagricoltura.it</a> Sito dedicato al PSR Sardegna: <a href="http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/2014-2020/psr-2014-2020">http://www.regione.sardegna.it/speciali/programmasvilupporurale/2014-2020/psr-2014-2020</a> (il sito contiene i vari accessi ai social network) Sito istituzionale dedicato alla programmazione unitaria: <a href="http://www.sardegnaprogrammazione.it">www.sardegnaprogrammazione.it</a> Posta elettronica dedicata Newsletter web periodica Pagina Facebook su agricoltura e sviluppo rurale. Su due canali: <ul style="list-style-type: none"> <li>- informativo generale sul PSR e sui temi dell'agricoltura in Sardegna;</li> <li>- con analisi in tempo reale delle esperienze dei beneficiari del PSR (consente di acquisire i feedback da parte dei beneficiari in seguito alla partecipazione alle misure del PSR)</li> </ul> Instagram (attraverso contenuti di immagini, infografiche videografiche) FAQ Rete intranet Banca dati beneficiari Forum di discussione on line	n. di pagine realizzate n. bandi/notizia pubblicate n. di siti correlati n. di visite n. di iscritti n. di contatti n. di domande n. di risposte n. di supporti audiovisivi n. di visualizzazioni n. di utenti, n. di followers

<sup>8</sup> Cfr nota n. 2 pag. 2 del Piano pluriennale



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTONOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

Strumenti	Indicatori
Note e comunicati stampa Annunci pubblicitari Spot radiofonici e televisivi Acquisto spazi su programmi radiofonici e televisivi Inserti sui giornali più diffusi Press tour/workshop Trasmissione televisiva e radiofonica anche sulla rete delle tv e delle radio locali	n. inserzioni n. testate n. di spot n. di passaggi su media n. di iscritti n. di accessi
Opuscoli informativi generali e tematici Rural News su web (periodico web di informazione) Speciale su rivista per emigrati sardi nel mondo Dossier informativi Supporti audiovisivi e dimostrativi Manifesti e locandine	n. di opuscoli realizzati generali e tematici n. di testate n. di uscite n. inserzioni; n. di iscritti/ n. di accessi n. di copie realizzate n. di copie distribuite n. di affissioni statiche e dinamiche
URP digitale (con FAQ pre-elaborate) Workshop/seminari su temi specifici Sportelli informativi sul territorio Trasmissioni televisive/radiofoniche Mailing list mirata	n. di informazioni fornite n. di invii n. soggetti coinvolti n. di destinatari
Seminari Convegni Partecipazione eventi pubblici Workshop di interesse regionale o Locale	n. di eventi organizzati n. di partecipanti
Social network, Mobile / SMS, Web tv, Streaming, Video Tutorial su bandi e misure	n. di accessi n. di supporti audiovisivi n. di visualizzazioni n. di utenti n. di followers
Rafforzamento della presenza sul territorio e costituzione rete di informatori PSR (URP, SUT, Associazioni di categoria, GAL, Comuni, sportelli Europa, Info point)	n. di manifestazioni n. di partecipanti

Gli indicatori di risultato riguarderanno la capacità dell'informazione fornita di sensibilizzare i gruppi destinatari riguardo alle azioni del programma e di incentivare la partecipazione dei beneficiari, potenziali ed effettivi, alle opportunità offerte dal PSR.

Nella tabella seguente sono riportate alcune delle principali categorie di destinatari target della comunicazione e le baseline di contesto previste dal PSR.



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
l'Europa investe nelle zone rurali



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

Popolazione target		UM	Valore
Grande pubblico	Popolazione regionale (Istat 2013)	n. abitanti	1.640.379
	Popolazione nelle aree C e D (Istat 2013)	%	83,10
	Comuni regionali	n.	377
	Comuni nelle aree C e D	n.	366
Potenziali beneficiari	Aziende agricole (Istat 2010)	n.	60.810
	Aziende agricole attive (CCIAA 2014)	n.	32.635
	Aziende agrituristiche (Istat 2013)	n.	819
	Popolazione interessata da strategie di sviluppo locale (indicatore target)	%	39,64

Il Valutatore indipendente nella fase di strutturazione del disegno di valutazione provvederà, congiuntamente alle strutture regionali, a:

- integrare il set di indicatori di realizzazione e di risultato del Piano di comunicazione con riferimento agli obiettivi, alle azioni e agli strumenti definiti;
- quantificare i valori obiettivo degli indicatori del Piano di comunicazione attesi al termine periodo 2014-2020.

I risultati delle Valutazioni sulle attività di comunicazione dovranno essere resi disponibili nella Relazione annuale sull'attuazione del PSR al 2019 e dopo il termine del programma nella Valutazione ex post.

In aggiunta all'analisi di efficacia basata sull'esame periodico dell'avanzamento fisico degli indicatori di realizzazione e sulla misurazione degli indicatori di risultato, in una fase intermedia di attuazione del Piano di comunicazione e a conclusione delle attività previste, dovrà essere realizzata una **Valutazione** incentrata sul ricorso a strumenti specifici della ricerca valutativa, quali indagini campionarie, focus group, interviste semi strutturate, ecc. che interesserà i principali target di riferimento (*beneficiari, partner, cittadini*) che potranno dar luogo a ulteriori informazioni rilevanti da comunicare e diffondere presso i soggetti coinvolti.



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICULTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

## 7. PIANO ANNUALE DI ATTIVITÀ

La realizzazione del Piano pluriennale di comunicazione si articola in fasi distinte:

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

Di conseguenza le attività d'informazione e pubblicità del PSR, promozione e supporto tecnico ai potenziali beneficiari saranno concentrate prevalentemente negli anni 2016-2018, successivamente l'attività di comunicazione dovrà comprendere anche la diffusione delle informazioni riguardanti i risultati derivanti dall'attuazione del PSR (dati, statistiche ecc.).

Allo scopo di operare una pianificazione temporale delle attività più dettagliata e funzionale alle esigenze e ai tempi di attuazione degli interventi programmati, il Piano di comunicazione avrà un'articolazione annuale.

Il Piano annuale di attività consente di adattare la strategia di comunicazione in relazione all'attuazione del PSR, individuare gli obiettivi specifici per i gruppi target, pianificare le azioni più adeguate e il relativo budget, quantificando dettagliatamente i target di realizzazione e risultato delle azioni di volta in volta individuate.

Il Piano annuale di attività relativo all'anno 2016 verrà elaborato successivamente all'approvazione del presente Piano pluriennale di Comunicazione e affronterà i seguenti argomenti:

- Obiettivi dell'annualità (nell'ambito della più ampia strategia di comunicazione)
- Gruppi destinatari oggetto delle azioni di comunicazione
- Azioni e strumenti previsti per i diversi gruppi destinatari
- TempORIZZAZIONE delle attività/cronoprogramma
- Piano degli indicatori di input, output e risultato e definizione dei valori obiettivo
- Budget



UNIONE EUROPEA

Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'AGRICULTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

## DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

- PSR Sardegna 2014-2020 Capitolo 15 (sezione 15.3)
- Programma della Rete Rurale Nazionale 2014-2020 e Allegato "Descrizione delle azioni del programma Rete Rurale Nazionale"
- DGR n. 9/16 del 10.03.2015
- Rete europea per lo sviluppo rurale. Comunicare la politica di sviluppo rurale dell'UE (Direzione generale Agricoltura e Sviluppo rurale, settembre 2011)
- NRN Guide book. ENRD Connecting Rural Europe ... (ENRD Contact Point, June 2014)
- Valutazione in itinere, intermedia ed ex-post del Programma di sviluppo rurale 2007/2013 della Regione Sardegna. Strategia ed attuazione del Piano di comunicazione del PSR Sardegna 2007-2013 (v.01). Cagliari, settembre 2015



UNIONE EUROPEA  
Fondo Europeo Agricolo  
per lo sviluppo rurale:  
*l'Europa investe nelle zone rurali*



*Repubblica Italiana*



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA  
ASSESSORADU DE S'AGRICULTURA E RIFORMA AGROPASTORALE  
ASSESSORATO DELL'AGRICOLTURA E RIFORMA AGROPASTORALE

## LISTA DEGLI ACRONIMI

**AdG** Autorità di Gestione

**AGRIS** Agenzia regionale per la ricerca in agricoltura

**Aree C** Aree rurali intermedie

**Aree D** Aree rurali con problemi complessivi di sviluppo

**ARGEA** Agenzia regionale per la gestione e l'erogazione degli aiuti in agricoltura

**CAA** Centro di assistenza agricola

**CCIAA** Camera di commercio, industria, agricoltura e artigianato

**CE** Commissione europea

**DGR** Deliberazione di Giunta Regionale

**ENRD** European Network for Rural Development (Rete Europea per lo Sviluppo Rurale)

**FAQ** Frequently Asked Question (Domande che vengono poste frequentemente)

**FEASR** Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale

**FESR** Fondo europeo di sviluppo regionale

**Fondi SIE** Fondi Strutturali e di investimento europei

**FSE** Fondo sociale europeo

**GAL** Gruppo di azione locale

**ICT** Information and Communications Technology (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione)

**LAORE** Agenzia regionale per lo sviluppo in agricoltura

**NRN** National Rural Networks (Reti Rurali Nazionali)

**PSR** Programma di Sviluppo Rurale

**RRN** Rete Rurale Nazionale

**SUT** Sportelli Unici Territoriali

**UE** Unione Europea

**URP** Ufficio Relazioni con il Pubblico

**WWW** World wide web (Rete dell'intero mondo)

---